	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 1 de 21

## ANÁLISIS JURÍDICO DEL CONTRATO DE FRANQUICIA EN EL DERECHO COMPARADO UNIÓN EUROPA Y AMERICA LATINA

**GLORIA ELENA SIERRA PALACIO**

Institución Universitaria de Envigado

[Sierragloria712@hotmail.com](mailto:Sierragloria712@hotmail.com)

2014

**Resumen:** El contrato de Franquicia es un contrato atípico, que en la actualidad representa una de las más modernas modalidades en lo que se refiere a la contratación en este van envueltos una serie de derechos esenciales al contrato mismo, todo ello provoca un entramado de relaciones jurídicas difíciles de conciliar frente a los cuales, los contratos clásicos resultan insuficientes.

En este artículo se hará una revisión de los acuerdos generales del contrato de franquicia, su naturaleza jurídica y su importancia en los sistemas jurídicos a nivel nacional e internacional; así como también un análisis comparativo del contrato de franquicia y de concesión comercial

**Palabras-claves-** Asistencia-Técnica-Atípico-Concedente-Concesionario-Concesión-Contrato Exclusividad- Franquicia-Franquiciado-Franquiciante- -Know-How- Propiedad Intelectual-Territorio-Canon-Marca-Regalía

**Abstract:** The franchise agreement is an atypical contract, which currently represents one of the most modern methods in relation to recruitment in this are wrapped a number of key contract same rights, all of which causes a web of legal relationships difficult reconcile against which, standard contracts are insufficient.

This article will review the general arrangements of the franchise agreement, its legal nature and its importance in the legal systems at national and international level; well as a comparative analysis of the franchise and dealership.

**Key words:** Technical Assistance-Atypical-Grantor-Granting-Dealer Franchise Agreement Exclusivity--Franchisee-Franquiciante- -Know-how- Intellectual property- Territory-Canon-mark-regalia

### INTRODUCCIÓN

En las relaciones comerciales entre las empresas han aparecido diferentes modalidades contractuales no previstas en nuestro ordenamiento legal, un ejemplo de ello es la franquicia en la que una de las partes fija sus propias condiciones como forma de asegurar el producto

aprovechando la popularidad de los derechos de propiedad intelectual de los que es titular. El contrato de franquicia a nivel doctrinario no presenta un consenso único sobre su concepto; pero en virtud del principio de Autonomía de la voluntad contenido en el Código Civil Colombiano es legal. En este artículo se hará una revisión de los acuerdos

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 2 de 21

generales del contrato de franquicia, su naturaleza jurídica y su importancia en los sistemas jurídicos a nivel nacional e internacional; el sentido y alcance de las normas jurídicas vigente, el método jurídico comparado al analizar las regulaciones jurídicas en materia de franquicia en países que forman parte de la Union Europea y América Latina; como también se hará un análisis de los contratos atípicos de franquicia y concesión comercial para dar a conocer las diferencias más marcadas entre estos contratos.

### **DESARROLLO DE LA FRANQUICIA COMERCIAL UNIÓN EUROPEA**

En Europa no existe un concepto único respecto de la franquicia, la ley de comercio minorista de España Ley 7 de


enero 15 de 1996 en su párrafo primero establece:

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

La actividad comercial en régimen de franquicia esta regulado por el decreto 201 del 26 de febrero de 2010, el objetivo de este decreto es el de establecer las condiciones básicas para desarrollar la actividad de cesión de franquicias.

La Unión Europea se basa en el Código Deontológico promovido por la Federación Europea del Franchising y define a la franquicia como:

Un sistema de comercialización de productos servicios o tecnologías basado en una colaboración estrecha y continua entre empresas jurídicas y financieramente independientes, en el cual el franquiciador otorga sus franquiciados el derecho de explotar un negocio en unas condiciones preestablecidas.

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 3 de 21


Esta definición, presenta los principales puntos que dan forma al contrato, coincidiendo con la de la Cámara de Comercio Internacional, la cual fue adoptada por el concejo de Europa, mencionando en esta última el pago del canon.

En Europa cada país adopta el contrato del franchising a las necesidades de su mercado y al gusto de sus consumidores. La Federación Europea de Franquicias, y las asociaciones nacionales tienen por objeto promover y desarrollar el contrato de franquicia, la Comisión de la Unión ha legislado sobre franquicias y cuenta con un Código de Ética para Franquicia, que suministra un marco recomendado para la conducta en las relaciones de franquicia es el Código Deontológico. Este Código establece que los contratos de franquicia sean redactados en forma clara en el

idioma del franquiciado y que designen el contrato en cuestión, de modo de asegurar su buena ejecución.

Finalmente, a pesar de que en Colombia no se haya adoptado una postura frente al franchising desde el punto de vista doctrinario, la legislación colombiana reconoce la libertad contractual, en la cual se permite celebrar contratos estructurados por el ordenamiento legal, es decir siempre que el objeto y la causa sean lícitas y los derechos y obligaciones constantes en el instrumento contractual no estén en contraposición con la Constitución o la Ley. El ejercicio del consentimiento para obligarse, o para ejercer derechos, debe ser la expresión de voluntad manifestada de forma libre y voluntaria en el contrato.

El artículo 1454 del Código Civil Colombiano manifiesta:

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 4 de 21

Las obligaciones nacen, ya del concurso real de las voluntades de dos o más personas, como en los contratos o convenciones;...

Luego de analizar los conceptos recopilados en estos párrafos podemos decir que para que el Franchising pueda operar se debe contar con la intervención de de dos o mas sujetos contractuales con la expresa manifestación de voluntad y consentimiento. Para llevar a cabo una modalidad de cooperación comercial.

**Alemania.** En este país no hay leyes específicas que regulen el contrato de franquicia. El contrato de franquicia es considerado como una forma de distribución, es por esto que se le aplican las leyes concernientes a los distribuidores. Los tribunales por analogía han aplicado las normas de los agentes de comercio contenidas en el Código Comercial alemán.

**Terminación avisos requisitos** para el caso de la “terminación” de un contrato

de franquicia no se requiere justificar, sino que basta con un aviso adecuado. El contrato también puede expirar simplemente al fin de la duración establecida sino se prevé renovación o si las partes no lo convienen.

**Indemnización por la terminación** El Código de Comercio alemán otorga a un agente comercial el derecho a una indemnización por la extinción del contrato en razón de la pérdida de la clientela nueva que el consiguió en su gestión comercial. Con respeto a la indemnización debida al franquiciado, al no existir precedentes jurisprudenciales la solución es incierta en virtud de los cuales un franquiciador haya sido condenado aplicando, por analogía, los montos previstos para la ruptura injustificada del contrato de agencia. Tampoco hay indemnización de acuerdo con el Código

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 5 de 21

Comercial, si fuera el agente de comercio quien terminara el contrato o si fuera imputable a él la razón por la que el contrato terminó.

El contrato de franquicia, como todo otro contrato, debe estar de acuerdo con los principios generales de la ley y del orden público. La expresión más general de este principio se encuentra en el Art. 242 del Código Civil alemán que dice:

Toda relación contractual debe estar de acuerdo con los principios de la buena fe.” De lo contrario podrá ser anulada parcial o totalmente, de acuerdo con el Art 139 del mismo código.

**Francia:** La franquicia en este País, aparece en 1950, a través del sector de la distribución con las cadenas Prenatal, Phildar, Natalys, y desde 1960 con otras cadenas como Pronuptia, pero su verdadero auge fue en 1970, con la fundación de la Federación Francesa de Franquicia que agrupa a varios

franquiciadores importantes. Hoy en día, la franquicia supera el 8% de las ventas minoristas en Francia y alrededor de quinientas cadenas diferentes con veinte mil franquiciados. Sin embargo, la legislación francesa no regula la organización de franquicias.

En Francia hay un sistema de información precontractual establecido por la ley Doubin, esta ley abarca un conjunto de relaciones comerciales que excede a la franquicia inclusive cubriendo a cualquier titular de la marca extranjera que pretenda licenciarla en territorio francés.

Se centra principalmente en la obligación de proporcionar informaron previa a la venta de una franquicia y, en su caso, a la concesión de la explotación de una marca con exclusividad, territorial, al que esté interesado en acceder al sistema. Esta es reciproca, relativa a la provisión de

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 6 de 21

productos o la oferta de servicios. La reciprocidad asegura a ambas partes una garantía de no competencia y, el franquiciado se beneficia por la exclusividad territorial, siempre que sea la única persona que lo haga, aprovechara la marca, los letreros y la asistencia dentro del territorio. Dicha exclusividad también se refiere a la provisión de productos constituyendo un factor esencial para ambas partes, tanto como lo es la clientela y la vida de la marca.

(Marzorati, 2001, p. 155)

**Inglaterra.** El Reino Unido tampoco goza de una normativa referida específicamente al tema de la franquicia ni existe ningún fallo que trate de disputas entre franquiciador y franquiciado, excepto uno que se refiere a la cláusula de no competencia con validez posterior a la terminación del contrato. La Asociación

Británica de Franquicia a intentado establecer y mantener reglas de conducta para franquiciadores y ha establecido un esquema arbitral a ser aplicado por el Instituto de Árbitros. Sin embargo, la ley sobre competencia desleal del 1 de agosto de 1980 puede afectar a la franquicia en cuanto describe las prácticas desleales de la siguiente manera:

Una persona incurre en una práctica desleal si, en el curso de un negocio, sigue un curso de conducta que, por el mismo o juntamente con otros cursos de conducta seguido por personas asociadas a esa persona, tiene o intenta tener o presumiblemente tendrá el efecto de restringir, distorsionar o impedir la competencia en la producción, provisión o adquisición de bienes en el Reino Unido (Farina, 2005, p. 285)

Si el director considera que alguien incurre en una práctica desleal, puede investigar la situación y publicar un informe. Está facultado para obtener información o documentos relevantes para sus investigaciones, informando a la

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 7 de 21

Comisión de Monopolios, ya que es la que investiga y dictamina si la persona ha incurrido en una práctica desleal y si esta va en contra del interés público.

**España.** En España la franquicia fue introducida más tarde que en otros países pero es también cierto que en el momento su difusión se ha incrementado y su uso es comparativamente superior al de otros países de similares características. España es considerada como uno de los mejores sitios en Europa en cuanto al número de negocios de franquicia, después de Alemania Francia y el Reino Unido y a pesar de ello, el contrato de franquicia como institución jurídica no ha sido regulada aun por la legislación española ni ha habido un caso judicial que delimitara sus características. Sin embargo, este tipo de contrato es admisible en el derecho español según la

premisa básica de que las partes son libres de pactar las estipulaciones que deseen, conforme al Art. 1255 del Código Civil español.

Con estos antecedentes, se aplica por analogía la legislación general para contratos mercantiles y particularmente los fallos judiciales referidos a la distribución y a la licencia, puesto que estos son los contratos más cercanos a la franquicia. Por otra parte, la introducción del contrato dentro de la normativa general ha generado problemas por la aplicación a ellos de las leyes antitrust, fiscales y laborales. La ley del 20 de julio de 1963, prohíbe toda práctica que surja de acuerdo, decisiones o acciones concertadas que tengan como objeto la prevención, distorsión o restricción de la competencia en el mercado.

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 8 de 21

**Italia.** El contrato de franquicia no está previsto en el Código Civil como contrato “típico”. Uno de los problemas considerado por la jurisprudencia es el de la terminación del contrato: algún fallo parece proteger fundamentalmente al franquiciador, impidiendo al franquiciado el uso de la marca y del Know How. Otra decisión parece estar a favor del franquiciado, dándole derecho a vender el stock e inventario aun luego de la expiración de terminado el contrato otro punto de interés se refiere a la relación entre el contrato de franquicia y las reglas del Código Civil sobre competencia desleal y sobre la legalidad de las cláusulas auxiliares y la relación con la Constitución italiana. Puesto que Italia no tiene una ley nacional de competencia desleal, el impacto de ciertas cláusulas incluidas en contratos de franquicia sobre

la competencia, debe ser necesariamente considerado a la luz de las normas pertinentes establecidas por la Unión Europea.

### **RESCISIÓN DEL CONTRATO DE FRANQUICIA COMERCIAL**

Debido a su carácter “atípico” puede resultar un problema importante el contrato de franquicia, es por esto que la doctrina ha planteado un interrogante si se le aplican las leyes referidas a los contratos de distribución o de agencia, y en consecuencia las normas que establecen derechos resarcitorios por la terminación anticipada del contrato.

Resulta necesario determinar cuáles son las causas consideradas válidas para rescindir el contrato.

- Incumplimiento del contrato
- Concurso o quiebra



	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 9 de 21

- Violación de secretos
- Actuación negligencia que perjudica a la otra parte

Causas legalmente reconocidas en la mayoría de países, en Colombia la rescisión es una forma de extinguir las obligaciones plenamente reconocidas en el Código Civil Colombiano.

### **DESARROLLO DE LA FRANQUICIA COMERCIAL EN AMERICA LATINA- COLOMBIA**

La mayoría de los países de América Latina no cuentan con una regulación específica en el tema de franquicias, en países como, Colombia, México, Chile, Perú y Ecuador las regalías están gravadas con un impuesto del 40% al 55%, en cambio, en Venezuela y Chile el pago de regalías entre una subsidiaria y su casa matriz están prohibidas, lo cual dificulta y limita la remisión de regalías.

**En México**, el organismo encargado de regular los contratos que involucran una licencia, incluyendo los contratos de franquicia es el Departamento de Desarrollo Tecnológico, Patentes y Marcas. Dichos contratos requieren también la registración ante el Registro Nacional de Transferencia de Tecnología. (Marzorati, 2001, p. 163).

En Colombia, no está regulado el contrato de franquicia, lo que se registra en cuanto a marcas, bajo el régimen de propiedad intelectual, se hace ante La Superintendencia de Industria y Comercio.

En Centroamérica, los contratos de distribución, agencia y representación están reguladas por una legislación con carácter proteccionista. El primer país que la adoptó fue **Panamá** con los decretos N.344 del 31 de octubre de 1969 y

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 10 de 21

decreto ejecutivo N. 9 del 7 de febrero de 1970), posteriormente **Honduras** con el decreto N. 50 del 13 de octubre de 1970 **Costa Rica** ley 4684 del 30 de noviembre de 1970. **El Salvador** decreto del poder legislativo N.247 del 16 de enero de 1973, que sustituyó la sección B- agentes y representantes- del Capítulo III, Título III; del Código de Comercio. **Guatemala** decreto N. 78 del Congreso del 29 de septiembre de 1971 y finalmente **Nicaragua** con la ley 287 del 2 de febrero de 1972 referida a “agentes, representantes y distribuidores de casas extranjeras” (Farina,1.999,pp. 292-293)

La determinación de un término o plazo en los contratos no tiene importancia jurídica, salvo en el caso de Guatemala, que su legislación prevé el vencimiento del plazo si lo hubiere como causa de terminación del contrato. En cambio, en

las demás legislaciones los contratos forzosamente tendrán que ser renovados al vencimiento del plazo pactado, a menos que se pague la indemnización correspondiente por la casa principal o concedente. La razón de esta legislación ha sido la defensa del distribuidor local frente a su concedente extranjero y la desigualdad económica de las partes, que se busco contrarrestar con la creación de un organismo que contribuya a tutelar los derechos de la parte considerada más débil. Marzorati, considera que esta legislación puede aplicarse por analogía a los contratos de franquicia, por contener estas clausulas de exclusividad.

En el Brasil el Instituto Brasileño de Propiedad Industrial emitió la disposición 135 de 1997, que estableció las normas para la aprobación de un acuerdo de franquicia. Presentando este un gran

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 11 de 21

desarrollo. Existen empresas que aplican parcialmente el sistema, adaptándolo a las condiciones de mercado y a las necesidades específicas de venta, siendo común encontrar sistemas similares, entre los cuales se destacan dos grupos predominantes: aquellos que reconocen la actividad como una franquicia comercial, a pesar de que a veces no lo practican en su totalidad por deficiencias técnicas y operacionales y, aquellos que no poseen una visión global del sistema y lo ejecutan como alternativa de comercialización.

En Colombia, surgió la primera asociación de franquicia en 1996 Acolfran, fundada por un grupo de franquiciados master y franquiciantes colombianos, esta asociación tenía como fin primordial divulgar el concepto de la franquicia y promocionar el negocio. No

obstante, el desarrollo de esta figura en el territorio colombiano entro en un gran retardo por las dificultades políticas y económicas que sufrió colombia a finales de los años 90.

Actualmente existe una guía de franquicias redactada por el ICONTEC, la guía es una norma de buenas prácticas de calidad, que no tiene fuerza de Ley. Se trata de un documento de carácter voluntario, es decir que las empresas que ofrecen franquicia pueden o no acogerse a la guía, por lo que tienen la potestad de entregar o no la información mínima que recomienda la guía, al potencial franquiciado.

El objeto de la Guía es la de precaver actos de competencia desleal y brindar un marco de transparencia y confianza al negocio de la franquicia en Colombia

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 12 de 21

manteniendo la flexibilidad y competitividad de la figura.

Este instrumento no ha tenido la acogida esperada debido a nuestra tradición formalista, por la cual solo seguimos normas imperativas con fuerza de Ley.

Finalmente en Colombia la franquicia es un contrato atípico no legislado en nuestros códigos o leyes y la voluntad de las partes es la que rige como norma la relación entre ellas, el vacío normativo se suple con la aplicación de los principios generales y comunes para todas las obligaciones y contratos, principios que se encuentran contenidos en nuestro Código Civil y Código de Comercio. Asimismo, existen normas especiales que regulan ciertos temas que se encuentran involucrados en la franquicia como la propiedad intelectual, la inversión extranjera y el derecho tributario.

### ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS CONTRATOS ATÍPICOS DE FRANQUICIA Y CONCESIÓN COMERCIAL

Jean Guyénot citado en Farina, considera que la franquicia

Es la manifestación de una mutación en el objeto de los contratos de concesión comercial, y que en este caso la franquicia sería una forma de concepción comercial bajo una propia denominación pero sin significación jurídica: sería una misma sustancia contractual bajo términos equivalentes.

Este autor no encuentra diferencia entre la naturaleza jurídica y de la concesión comercial, y los denomina a estos contratos como “Franchising a la americana” y “Franchising a la europea”. Considera al “Franchising a la americana”, desde el punto de vista jurídico, como una forma de licencia comercial y lo define como:

La concesión de una marca de productos o de servicio. El franquiciante no solo cede el uso de su marca, sino que se obliga también a proveer al franquiciado los medios de

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 13 de 21

comercialización del producto o servicio, como se obliga el concedente.

Y el franchising a la europea es la adaptación de la franquicia de Estados Unidos, que no excluye la licencia de marca otorgada por el franquiciante ni el pago de regalías periódicas por el franquiciado.


#### **Naturaleza Jurídica del Contrato de Franquicia.**

La franquicia es un contrato, pues comprende un acuerdo de voluntades entre franquiciante y franquiciado dando origen a una relación jurídica de la cual nacen derechos y obligaciones entre las partes contratantes. El contrato de franquicia es un contrato de naturaleza compleja, en el cual se combinan distintas figuras contractuales. El contrato central y principal es la licencia para el uso de una marca y un nombre comercial. Complementariamente, se puede celebrar

un contrato de arrendamiento de bienes o equipos que proporcione el franquiciante y un arrendamiento de servicios, en tanto el franquiciante se obliga a prestar distintos tipos de servicios. Así también puede integrar la franquicia un pacto de suministro.

#### **Naturaleza Jurídica del Contrato de Concesión Comercial.**

En la práctica se ha visto la concesión como una serie de compraventas comerciales. La compraventa es un contrato de cambio, se agota en las prestaciones recíprocas, mientras que la concesión es un convenio de carácter permanente, que no comprende sólo una serie de compraventas futuras, sino que la obligación del concesionario, es comercializar una parte de la producción del concedente, en las oportunidades y bajo las condiciones que éste fije. De ahí que se haya señalado que la concesión es

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 14 de 21

un convenio de coordinación, en virtud del cual cada empresario explota su propia empresa, asume su propio riesgo y busca su propio lucro.

**Diferencias.**

- En cuanto al objeto la franquicia recae sobre bienes y servicios mientras que la concesión se centra principalmente en venta de bienes, como los automotores
- La franquicia puede contener, en una de sus subespecies, la obligación disciplinada de fabricación por el franquiciado; por su parte el concesionario se limita a revender, nunca a elaborar.
- La franquicia no incluye servicios de posventa, salvo supuestos especiales, el concesionario debe prestar tales servicios accesorios, así como los de garantía.

- Para acceder a la franquicia, el franquiciado debe efectuar un pacto en concepto de regalías al iniciar el negocio y periódicamente, el otorgamiento de la concesión no requiere el desembolso de suma alguna por parte del concesionario como canon pero si se obliga pagar el pago de los productos que le vende el concedente.

En su forma típica, la franquicia importa la cesión, el método de producción y comercialización (licencia de *knowhow*) y el otorgamiento del uso de la marca del franquiciante (licencia de marca); en cambio en la concesión las pautas de comercialización son menos rígidas y no existe la cesión de licencia por parte del concedente.

- La concesión del uso de la marca y el pago de prestaciones periódicas diferencian totalmente a la concesión de

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 15 de 21


la franquicia, en la concesión no hay licencia de marca, el concesionario no tiene permiso de usar la marca del concedente, simplemente adquiere mercadería conocida bajo un nombre comercial o marca que revende, solo puede utilizar la marca en conjunción con la venta del producto cuya reventa el concedente le ha autorizado. Tampoco en la concesión, se concede un método de comercialización, sino que solo se fijan pautas.

- En un contrato de franquicia se otorga el permiso de usar el nombre, tecnología, procesos de un negocio previamente establecido a cambio de dinero. En este contrato el franquiciado, quien compra la franquicia, está obligado ofrecer la misma calidad en productos y servicios, la distribución de las instalaciones, en fin todo igual a los

demás negocios. Un distribuidor, solamente vende el producto a cambio de una comisión, como por ejemplo las vendedoras de Avon.

- La naturaleza de la Franquicia permite diferenciar claramente este contrato del de concesión comercial, en estos contratos se establece, entre otras posibles obligaciones, la promesa de compraventa de determinados productos fabricados o importados por el franquiciante para su posterior reventa, esta vez por parte del concesionario en las condiciones pactadas en el contrato. Es decir, el franquiciado promete vender y el distribuidor o franquiciante promete comprar para revender bajo determinadas condiciones siguiendo pautas e instrucciones concretas.

- La obligación de usar la marca y otros signos distintivos del franquiciante,

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 16 de 21

es una de las obligaciones que es un punto esencial en la definición de franquicia, puede faltar en la concesión.

- 

### CONCLUSIONES

La falta de legislación específica ligado a las diferentes formas que cada país puede adoptar en la práctica, ha generado que la definición de la franquicia no sea única ni unánime a nivel doctrinario.


el carácter atípico del contrato de franquicia es tan evidente que no existe regulación específica que lo regule pero es legal en virtud del principio de autonomía de la voluntad contenido en el Código Civil Colombiano, la falta de legislación no impide que las normas vigentes le sean aplicadas. Como la ley de propiedad intelectual y toda la normativa referente a la propiedad industrial además el estatuto el consumidor que brinda

protección a los que son usuarios del servicio y pueden verse afectados en algún momento.

Es importante concluir que para definir el marco legal que rige esta actividad comercial en Colombia se debe poseer conocimiento sólido en materia jurídica, específicamente en materia de franquicia, comenzando desde su definición, ya que la franquicia no es solamente un contrato pues es una relación franquiciante franquiciado que se concreta en el contrato de franquicia, a través del cual se delimitan derechos y obligaciones para ambas partes.

Concluimos diciendo que no resulta suficiente lo que actualmente existe en Colombia desde el punto de vista normativo donde las franquicias han tenido una rápida penetración y afianzamiento en el escenario económico



	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 17 de 21

colombiano generando su madurez, donde los agentes protagónicos desarrollan sus esquemas y se determinan sus verdaderas necesidades jurídicas por lo que ella determina una de las causas que motivan a la existencia de un grado mayor de especialidad y atención jurídica.

### **RECOMENDACIONES**

De acuerdo a las conclusiones logradas se tomara la iniciativa de instituir como una materia específica o en su defecto, como parte importante dentro del contenido del Programa de Derecho el contrato de franquicia, ya que constituye uno de los negocios de mayor impacto y mejores resultados en el país.

Determinar el papel que juegan los abogados en la creación de los contratos comerciales de franquicia, ya que allí

radica el verdadero modelo formal del negocio.


Se recomienda al Estado, a través de sus organismos respectivos, brindar apoyo a las cadenas de franquicia porque estas concentran gran cantidad de trabajadores, y generan empleo.

Existe la necesidad de la creación de una entidad que maneje todos los negocios relacionados con franquicias nacionales y extranjeras de tal manera que las suscripciones de las partes se revista de todas las formalidades de Ley.

### **REFERENCIAS**

Farina, J, M, (1999) *Contratos Comerciales Modernos, Modalidad de Contratación Empresarial*, Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo DePalma. 2ª edición actualizada y ampliada. Buenos Aires Argentina. P 292.293.

Farina, Juan M (2005) *Contratos Comerciales Modernos” modalidad de contratación empresarial*. Editorial astrea de Alfredo y Ricardo de la Palma 2ª edición actualizada. P 285, 288, 574

	<b>ARTICULO DE TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Código:</b> F-PI-028
		<b>Versión:</b> 01
		<b>Página</b> 18 de 21

López, G. F. (2008) *El contrato de franquicia internacional un modelo estratégico empresarial* 2ª edición. Editorial Temis Bogotá. p 180.

Marzorati, O. J (2001) *Franchising* editorial astrea de Alfredo y Ricardo DePalma. Ciudad de Buenos Aires P 153, 163

Marzorati, O. J (2007) *Derecho de los Negocios Internacionales* 3ª edición actualizada y ampliada 1ª reimpresión editorial astrea de Alfredo y Ricardo DePalma. Ciudad de Buenos Aires p 72

#### **Bibliografías obtenidas sitio web**

Código Deontológico Europeo. Entidad disponible en:  
[www.guía.ceei.es/archivos/documentos/Código Deontológico europeo](http://www.guía.ceei.es/archivos/documentos/Código_Deontológico_europeo)

La microfranquicia en Latinoamérica. Entidad disponible en:  
<http://tormo.com/franquiciadores/marco/legislación/sap>

Régimen Jurídico de la Franquicia. Entidad disponible en:  
<http://www.franquiciasynegocios.com/contenidos/legislacion.aspx>

Código Comercial Alemán. Entidad disponible en:  
<https://www.marcialpons.es/static/pdf/100766346.pdf>

Código Civil Español. Entidad disponible en:  
<http://www.notariosyregistradores.com/NORMAS/codigo-civil.htm>

Ley de Propiedad Industrial Colombiana. Entidad-disponible-en:  
<http://www.propiedadintelectualcolombia.com/>

Datos Estadísticos de la Franquicia en la UE Entidad Disponible en:  
<http://www.franquiciadirecta.com/top500/Articulo/datosestadisticosdelafranquiciaenlaunioneeuropea/17/>

**CV:**  
**Gloria Elena Sierra Palacio:** Egresada de la facultad de derecho de la IUE

Diplomado en Profundización de Contratos Atípicos

**ARTICULO DE TRABAJO DE  
GRADO**

**Código:** F-PI-028

**Versión:** 01

**Página** 19 de 21

**ARTICULO DE TRABAJO DE  
GRADO**

**Código:** F-PI-028

**Versión:** 01

**Página** 20 de 21

**ARTICULO DEL TRABAJO DE  
GRADO**

**Código:** F-PI-03

**Versión:** 01

**Página** 21 de 21