

**Contrato de franquicia educativa en Colombia: un análisis de las
implicaciones de su regulación.**

Nathaly Arango Moreno

Trabajo de Grado

Optar al grado de Magister en Derecho Contractual Público y Privado

Dirigido por:

Paula Comellas Angulo

Doctora en Derecho del Comercio Transnacional

Universidad Santo Tomas

Facultad de Derecho

Bogotá D.C.

2021

Tabla de contenido	
Resumen	4
Introducción	6
Capítulo I: Antecedentes históricos del Contrato de Franquicia	7
Evolución de la franquicia	8
Contrato de franquicia en Colombia	9
Capítulo II: Análisis de los conceptos básicos del contrato de franquicia	9
Definición de Franquicia	10
Características del contrato de franquicia	11
Clases de franquicias	12
Capítulo III: El contrato de franquicia en el sector educativo	14
Diferencia entre franquicia educativa y franquicia comercial	14
Ejemplos de franquicia educativa en Colombia	15
• Kumon:.....	15
• Helen Doron Educational Group:	15
• Wiki Up by KidsBrain:.....	15
• Maple Bear:	15
Capítulo IV. Legislación nacional e internacional aplicable al contrato de franquicia educativa	15
Normatividad Nacional	15
Marco Constitucional	16
Código de Comercio y Código Civil	17
Pronunciamientos jurisprudenciales	18
Norma técnica NTC 5813 del Icontec	19
Marco normativo internacional	19
Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial	20
Tratado de Cooperación de Patentes	20
La Comisión del Acuerdo de Cartagena - Decisión 291 de (1991)	21
Ley Modelo sobre la Divulgación de la Información en Materia de Franquicia	21
Guía para los Acuerdos de Franquicia Principal Internacional	21
Arreglo de Madrid (1981)	21
Código de ética para las franquicias en Colombia	22
Capítulo V. Análisis de la doble connotación de la Educación en la Constitución Política de Colombia	23

Instituciones de educación superior y contratos de franquicia	24
Capítulo VI. Implicaciones de la legislación del contrato franquicias educativas en Colombia.....	27
Capítulo VII. Desafíos para la educación y la franquicia educativa.....	31
Conclusiones	33
Bibliografía	35

Resumen

Actualmente la economía mundial busca recuperarse de la crisis ocasionada por el Covid 19, lo que conlleva a que cualquier organización empresarial explore opciones que le permitan ser competitivas a nivel nacional e internacional. Ejemplo de ello son las instituciones de educación superior, que afrontan este dilema, aunado a la llegada de nuevas tecnologías de la información y comunicación que se presenta en estas dinámicas comerciales.

Por lo anterior, el propósito del presente artículo es analizar algunas de las implicaciones de la regulación del contrato de franquicia educativa en Colombia, ya que la ausencia de ésta, otorga inseguridad jurídica a los agentes partícipes del sector. Considerando que la inclusión de estas prerrogativas, son una alternativa que mejoraría la calidad de la educación si se armoniza con las responsabilidades derivadas de la prestación de un servicio público y un derecho fundamental.

Palabras Clave: Franquicia, Contrato Atípico, Franquiciante, Franquiciado.

Abstract

The global economy is now looking to recover from the crisis caused by Covid 19, which means that any business organization will explore options that will allow it to be competitive nationally and internationally. An example of this are the universities, which have this dilemma, coupled with the arrival of new information and communication technologies that are presented in these commercial dynamics.

For this reason, the purpose of this article is to analyze some of the implications of the regulation of the educational franchise contract in Colombia, because the absence of this, grants legal uncertainty to the agents involved in the sector. We believe that the inclusion of these prerogatives is an alternative that would improve the quality of education if they were harmonized with the responsibilities arising from the provision of a public service and a fundamental right.

Key words: Franchise, Atypical Contract, franchisor, franchisee.

Introducción

En términos generales, la franquicia de servicios educativos, permite copiar un negocio de prestación de servicios educativos que ya ha sido garantizado en el mercado, ayudando a mejorar su calidad por la expansión e internacionalización de la educación. En Colombia la educación es un factor preponderante de desigualdad y el modelo de franquicia educativa es una alternativa de crecimiento, más cuando actualmente no existe una política pública seria que brinde proyectos educativos sólidos a corto y a largo plazo en nuestro país.

Teniendo en cuenta que el sistema de educación nacional se enfrenta a desafíos por la globalización de los mercados, la implementación del uso de tecnologías de la información y de la comunicación, proponemos la incorporación de este tipo contractual a la legislación la colombiana, ya que si bien, esta modalidad contractual tiene gran acogida a nivel mundial y viene empleándose hace varios años, la falta de regulación, reduce significativamente la seguridad jurídica en los interesados, como sí la otorgan otro tipo de contratos.

Por lo anterior, con la presente investigación, se pretende analizar algunas implicaciones de la regulación del contrato de franquicia educativa en Colombia, identificando el origen de esta figura contractual, sus características esenciales, clasificación y normatividad aplicable, dando respuesta a algunas preguntas planteadas: ¿está regulada en nuestro país esta figura contractual? ¿Por qué es importante la regulación del contrato de franquicia educativa en Colombia? y ¿Realmente es necesario regular o es suficiente con la poca regulación al respecto?

Para este artículo utilizaremos la metodología descriptiva, a través de la recopilación de información de fuentes jurídicas, doctrinales y jurisprudenciales, que nos permitan identificar algunos conceptos básicos y dirigir la investigación progresivamente hasta encontrar los beneficios de la regulación de la franquicia educativa.

El artículo se divide en siete capítulos, el primero enuncia los antecedentes históricos del contrato de franquicia, el segundo capítulo enumera algunas definiciones y conceptos básicos, el tercero las fuentes normativas nacionales e internacionales aplicables y el cuarto identifica los problemas que ocasiona la falta de regulación del

contrato de franquicia educativa en Colombia, el quinto un análisis de la doble connotación de la Educación en la Constitución Política de Colombia, el sexto algunas implicaciones de la legislación del contrato de franquicia educativa y el último, los desafíos para la educación y la franquicia educativa.

Finalmente, a partir del estudio que comprende este artículo, se espera que el lector pueda evidenciar que la regulación de la franquicia educativa, permitiría copiar un negocio de prestación de servicios educativos garantizado en el mercado, reduciendo riesgos y generando credibilidad en las partes y los inversionistas por tener asegurado el equilibrio al interior de lo pactado en el contrato, sin que las lleve a cuestionarse por el marco de protección judicial, motivando su inversión y con ello mejorando la calidad de la educación superior en Colombia.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

Existen registros históricos abundantes, que consideran que el término franquicia tiene sus orígenes en la Edad Media en Francia, “época en la que el soberano al otorgar privilegios a sus súbditos, como los de caza y pesca, los designaba utilizando el término *frenee*” (Peña, 2017, p. 517). Estos se otorgaban por medio de documentos que provenían de la monarquía, y eran entregados a favor de poblaciones, o en beneficio de burgueses a terratenientes, concediéndoles privilegios de tipo impositivo, inmunidades, el no sometimiento a señores feudales, entre otras prerrogativas.

Según Botero Campo (2020), también existen datos de que la iglesia católica concedía a personas o monasterios franquicias para que actuaran en su nombre para la recolección de diezmos, permitiendo que un porcentaje fuera para los recaudadores y otro para el papa. Un ejemplo claro corresponde a lo que se denominó: “Concesión real de franqueza de pedidos y monedas perpetua a la ciudad de Murcia, sus arrabales, alquerías y huerta” (Botero Campo, 2020, p. 2), la cual fue proferida en el año 1476 por los reyes católicos.

En Inglaterra, a principios del siglo XIX, estos tipos de acuerdo llegaron al comercio, cuando los dueños de las tabernas y pubs atravesaban dificultades económicas. Debido a que la mayoría de ellos no tenían suficiente dinero para solventar esos

problemas tal como lo exigían las leyes inglesas, muchos propietarios, solicitaron ayuda a las compañías cerveceras, en compensación a esa ayuda, las tabernas tenían la obligación de comprar la cerveza a un cervecero en particular (Alba Aldabe, 2005).

Evolución de la franquicia

Para mediados del siglo XIX el modelo de franquicia llegó a los Estados Unidos de Norteamérica, mediante permiso otorgado por vía legislativa para aprovechar servicios públicos y particulares. La franquicia comercial, tal como la conocemos actualmente, tuvo inicio en el siglo XIX en Estados Unidos. En 1850, la Singer Sewing Company, radicada en Satanmford, Connecticut, quien decidió otorgar varias franquicias a empresarios independientes, interesados en comercializar sus máquinas de coser, por ello los autorizó a vender productos y a usar su marca, en conexión con la actividad de comercialización (Marzoratti, 2003).

Pero no solo las empresas industriales copiaron este tipo de negocios, las empresas de alimentos, también aplicaron la estrategia comercial del momento, tal es el caso de The Coca Cola Company, que sería la primera embotelladora del mundo en dar el derecho a la utilización del secreto comercial para la fabricación de su producto. Se afirma que coca -cola se convirtió en la primera embotelladora y luego esta figura invadió Europa, principalmente Francia, Italia y España (Peña, 2017).

Posteriormente otras empresas de automóviles, del sector de comidas rápidas y cadenas de supermercados, decidieron adoptar el mismo negocio con sistema de distribución comercial por las facilidades que esta otorga; en la década de los cincuentas, las franquicias obtienen el apoyo y el reconocimiento público, sobre todo cuando los restaurantes y hoteles empezaron a surgir como gemelos en Estados Unidos (Raab & Matusky, 2002).

A excepción de Brasil, en América Latina la historia de las franquicias es bastante reciente y comienza en los años 80 con la llegada a países como México, Argentina, Venezuela entre otros, de negocios principalmente del sector de comidas rápidas como fueron Burger King, McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Subway, entre otros. Brasil Comenzó en los años 60 con las primeras franquicias de negocios nacionales, y luego en los 90 abrió su mercado a las franquicias internacionales (Botero Campo, 2020, p. 7).

Con la llegada de la Edad Moderna, reaparece el término franquicia, que contiene la esencia que lo caracteriza en la actualidad, es decir, la colaboración entre empresarios independientes para la obtención de un fin común.

Contrato de franquicia en Colombia

Advierte Vanegas Santoro (1999) que nuestro país no se ha quedado atrás en la que el sistema de franquicias ha tenido a nivel mundial, y aunque la figura es antigua en Colombia, su auge solo se empezó a registrar con los vientos de la apertura económica hacia 1987, con negocios de comidas rápidas como Burger King, Dunkin Donuts y Pizza Hut. Gracias a la apertura económica nuestro país, se convirtió en terreno fértil para el desarrollo de las franquicias, tanto nacionales como internacionales.

Enuncia Mejía Valencia (2014), que en los años noventa, con la política aperturista en Colombia, que significó la eliminación o reducción de barreras arancelarias, cambiarias y de tramitología, acompañadas de una mayor protección a la propiedad industrial e intelectual, se creó un ambiente favorable para la entrada del sistema de franquicias. El sistema de franquicias tomó cada vez más fuerza en el país dado que fueron muchas las empresas que ofrecieron a potenciales inversionistas la opción de adquirir una marca reconocida que aseguraba una superioridad financiera con un menor riesgo económico.

Si bien no existe un registro histórico claro, las franquicias en Colombia, son concomitantes al ingreso de las franquicias en América Latina y esta modalidad contractual pasó de ser un intercambio de moda a una verdadera opción de crecimiento y una alternativa de inversión para las compañías nacionales.

CAPÍTULO II: ANÁLISIS DE LOS CONCEPTOS BÁSICOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

Atenta a la diversidad sobre las acepciones del vocablo franquicia y con el fin de obtener una amplia visión sobre las formas de conceptualizarlo, es que se exponen definiciones emanadas de distintos autores, de ámbito internacional y nacional

Definición de Franquicia

Menciona Marzoratti (2008), que la franquicia comercial, también puede ser llamada *business format franchising*, es un contrato por el que se transfiere un método para administrar y manejar un negocio, se brinda asistencia técnica en forma continua, se está sujeto a control y concede un monopolio territorial de distribución de un producto o de un servicio identificado con una marca comercial propia del otorgante.

Básicamente, el franchising es una suerte de simbiosis: La parte que es conocida como franchisor (franquiciante), otorga licencia a un comerciante independiente, llamado franchisee (franquiciado), para que venda productos o servicios de su titularidad. El franchisee generalmente paga un canon por este privilegio, más una regalía (royalty) sobre grandes ventas. El término franchisee puede significar dos cosas: a) el derecho del franchisee a vender ciertos productos o servicios, y b) el lugar de negocios donde el franchisee ejerce este derecho (Farina, 1999, p. 477).

A nivel doctrinal, tanto en derecho comparado como en nuestra doctrina nacional no existe consenso respecto al concepto de franquicia, hasta el momento no ha sido regulado en nuestro ordenamiento y respecto al ámbito jurídico ha sido objeto de varias definiciones.

Para otra parte, la Franquicia es ante todo, un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios. Según Feher Tocatli y Gallastegui (2001), difiere de otros contratos en que por una parte, el franquiciante se obliga a transmitir conocimientos técnicos para comercializar los bienes y servicios al franquiciatario y concede el derecho de usar por un tiempo determinado una marca o nombre y, por la éste se compromete a pagar y verificar que los métodos administrativos que use sean los empleados por la franquicia.

El reglamento 4087, (1988, art. 2) lo define, como un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual relativos a marcas, nombres comerciales, rótulos de establecimientos, derechos de autor, know-how o patentes, que deberán explotarse para la reventa de productos o la prestación de servicios a los usuarios finales (European Commission, 1988).

El contrato de franquicia internacional es distinguible de otros acuerdos de transferencia de tecnología y de intercambio de bienes y servicios, pues se caracteriza por involucrar: i) transferencia de derechos de propiedad intelectual tales como marcas y nuevas creaciones; ii) transferencia del know how; y la provisión de iii) asistencia técnica y contable, todo lo anterior a cambio de una contraprestación que recibe la denominación de regalías (Quiroga, 2014, p 6).

Características del contrato de franquicia

Como principales características del contrato de franquicia, señala Isusquiza (2008) las siguientes:

- a) Las partes tienen independencia jurídica, económica.
- b) Obligatoria para cada contratante su personalidad jurídica.
- c) Necesariamente el franquiciante debe otorgar autorización al franquiciado el uso del nombre comercial, insignias, marcas, logos y demás signos distintivos.
- d) Siempre debe existir un alto grado de cooperación para que el franquiciado se ajuste al modo operacional del franquiciante.
- e) Son contratos que usualmente se pactan con larga duración para la efectividad del negocio.
- f) Existe adjudicación de una zona determinada para el desarrollo de su actividad comercial al franquiciado, usualmente se pacta una prohibición al franquiciado de operar fuera del área de adjudicada.
- g) Otorgamiento al franquiciante de facultades plenas de controlar la evolución del negocio del franquiciado en cumplimiento del contrato de franquicia.
- h) Se pacta confidencialidad contractual a las partes de los detalles del contrato.

En función de lo anterior, podemos afirmar entonces, que se trata de un contrato bilateral, “porque su perfeccionamiento se efectúa entre dos partes perfectamente definidas, de cuya formalización se derivan derechos y obligaciones recíprocas para ambas partes” (Burgos Pavón & Fernández Iglesias, 2014 p, 266).

Se caracteriza por ser consensual, porque se perfecciona por el libre acuerdo de voluntades, es oneroso porque ambas partes realizan una prestación con contenido patrimonial recíproco, es principal porque no requiere otro acto jurídico para su conformación y subsistencia, es atípico porque carece de regulación específica, ya que ni el Código de Comercio ni el Código Civil regulan esta clase de contratos y es de

ejecución sucesiva porque las obligaciones se van cumpliendo en forma regular y sucesiva.

Adicionalmente, podemos afirmar que es un contrato de colaboración empresarial, porque entre las partes debe haber mutua cooperación en beneficio de la red. “En general la doctrina clasifica la franquicia en la categoría de los llamados contratos de colaboración, esto es, aquellos en los que una parte realiza una actividad en concurrencia con la otra, si bien de manera independiente” (Messineo, 2018, p, 536).

Los contratos de franquicia son de adhesión, ya que el franquiciador es quien redacta el contrato de forma unilateral. A ese contrato se van adhiriendo los nuevos franquiciados sin que las condiciones esenciales del contrato puedan variar de un franquiciado a otro (Burgos Pavón & Fernández Iglesias, 2014, p. 267).

El contrato libremente discutido es cada vez menos utilizado debido a que, para lograr un efecto de estandarización, el franquiciante, en forma unilateral y previa, redacta un contrato cuyo contenido impondrá a los futuros miembros de la red, de modo que, cada franquiciado esté unido a él por contratos independientes pero de idéntico contenido; se trata, pues, de un contrato tipo o modelo que fija, de antemano, las condiciones generales que pasan a formar parte, sin modificaciones relevantes, de otro contrato futuro (Castellanos Peñafiel, 2006 p,8).

Por último, cabe establecer que es un contrato mixto porque al encontrarse dentro de los contratos de distribución goza de caracteres de otros contratos con los que en ciertos puntos se asemeja, y además porque dentro de la relación de franquicia pueden aplicarse las normas específicas que regulan otros tipos de contratos, como el de compraventa, arrendamientos urbanos, arrendamientos de servicios, etc. (Burgos Pavón & Fernández Iglesias, 2014, p. 267).

Clases de franquicias

La base ideológica de la franquicia está en la construcción de una corporación de personalidades diferentes, con capacidades, habilidades, sentimientos y culturas diferentes, con problemáticas individuales en extremo distintas, inteligencias dispares,

pero en cada uno de ellos existentes, y todo ello en defensa de unos intereses comunes (Burgos Pavón & Fernández Iglesias, 2014).

Generalmente, se asocia que el negocio de las franquicias se circunscribe exclusivamente al sector de comidas o productos de alimentos, pero la verdad es que este negocio se utiliza para todos los sectores económicos, entre ellos el de educación universitaria.

En Tormo & Asociados (2006), se enuncia que el sistema de franquicias en Colombia se clasifica en tres sectores, hostelería, retail y servicios. El primero cubre aquellas áreas como comida rápida, restaurantes y bares; el segundo es aquel en el cual se encuentra la parte de joyería y bisutería, moda, belleza, decoración, entre otros y el de servicios que comprenden grupos, por ejemplo, de agencias de viajes, centros de capacitación, mensajería y educación.

Debido a la complejidad de la producción y distribución, podríamos afirmar que la franquicia de servicios es la que más se utiliza en el mundo “El primer contrato de este tipo sometido a consideración de la Comisión Europea fue el notificado por la firma Servicie Master Ltd. De Inglaterra, concerniente a un contrato de franquicia sobre prestación de servicios de carácter doméstico, limpieza y mantenimiento” (Guardiola Sacarrera, 1998, p. 244).

Subraya el autor Guardiola Sacarrera (1998) que éste contrato que mereció importancia y la aprobación de la comisión, porque además de comprender las prestaciones de un contrato de franquicia, a cambio de unas regalías periódicas, esta franquicia de servicios contribuía a mejorar la prestación de los servicios de la franquiciante; facilitaba el acceso a nuevos mercados; propiciaba la competencia entre compañías del sector: les permitía a los comerciantes acceder a un buen negocio con poca inversión y beneficiaba al consumidor en general.

Esta última clasificación de servicios es la que analizaremos, por encontrarse en ella la franquicia educativa, escenario que atrae a muchos empresarios que están interesados en desarrollar negocios rentables, en una esfera social y sostenible.

CAPÍTULO III: EL CONTRATO DE FRANQUICIA EN EL SECTOR EDUCATIVO

Diferencia entre franquicia educativa y franquicia comercial

Su particularidad y diferencia frente a otros contratos de franquicia está en las partes intervinientes y el objeto del mismo: En el contrato de franquicia educativa, las partes son el Franquiciante o la Institución Educativa, dueña del negocio educativo exitoso y el Franquiciado que es la persona jurídica que desea adherirse y copiar el negocio educativo para explotarlo en un área determinada.

El objeto del contrato, debe ser eminentemente de servicios educativos, con el que se busca que el franquiciado conceda el permiso de explotación para la prestación de servicios educativos, con los demás elementos vinculados como son lemas comerciales, marcas, símbolos, signos, etc.

Las franquicias educativas funcionan como un medio de colaboración, entre instituciones académicas internacionales o institutos científicos y tecnológicos avanzados y entidades o compañías locales. Por medio de estas se aprovechan de la experiencia, los métodos de investigación, y el grado de desarrollo del conocimiento, de dichos organismos, los cuales ofrecen saber programas de elevado nivel académico para mejorar nuestra competitividad en diversos escenarios. Las instituciones internacionales exigen como pago o regalías de esta tipología de franquicia una participación en los ingresos por matrícula derivados de la institucionalización de los secretos empresariales y de los programas educativos y científicos respectivos (López Guzmán, 2008, p.158).

De lo expuesto en precedencia realizaremos una definición aproximada: La franquicia de los servicios educativos se otorga mediante un contrato en el cual una Institución Educativa (Franquiciante) concede al Franquiciado autorización para dirigir y operar el mismo servicio educativo, en determinado espacio geográfico, utilizando para ello varias concesiones de derechos, entre ellos, la marca comercial del franquiciante, el know how, patentes, licencias de la marca y brindará a la franquiciada asistencia técnica a cambio una contraprestación.

En los últimos años, las principales universidades e institutos dedicados a actividades de (I+D) de Brasil, Chile, México y Argentina se han validado de este extraordinario sistema de franquicias internacionales educativas para mejorar sus programas académicos, realizar retroalimentación con docentes del exterior, emplear nuevas técnicas de investigación e, información (López Guzmán, 2008, p. 159).

Ejemplos de franquicia educativa en Colombia.

Encontramos funcionando algunas franquicias educativas privadas en Colombia, que ofrecen la oportunidad de aprender sin tener que asistir a un aula escolar y sobre todo con una constante capacitación y actualización, algunas son:

- Kumon: Que emplea un método de estudio individualizado, buscando complementar la educación tradicional a través de herramientas como las matemáticas y el español para desarrollar personas autodidactas
- Helen Doron Educational Group: Líder en enseñanza de inglés, a través de sus franquicias busca obtener resultados a los niños y jóvenes de su región a través de programas educativos de manera divertida. Helen Doron propone a través de su metodología que los niños aprendan a hablar y entender el idioma antes de saber leer y escribir, del mismo modo que lo hacen con su lengua materna.
- Wiki Up by KidsBrain: Son dos grupos empresariales del sector educativo. KidsBrain educando niños y Multidiomas con experiencia en educación multilingüe para jóvenes y adultos usando las nuevas tecnologías.
- Maple Bear: “Allí es difícil aspirar a una educación bilingüe. Lo que Maple Bear busca es democratizar el acceso a esta educación en países como Colombia donde la población bilingüe no alcanza el 1%” (Franquiciascolombia.co)

CAPÍTULO IV. LEGISLACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL APLICABLE AL CONTRATO DE FRANQUICIA EDUCATIVA

Normatividad Nacional

Por encontrarnos frente a un contrato que no tiene una regulación especial en Colombia, las partes acuden como primera medida al postulado de la autonomía de la voluntad para poder fijar el alcance, contenido y efectos y luego a disposiciones generales

de carácter imperativo que se encuentran en el Código Civil, el Código de Comercio, normas técnicas y costumbres reconocidas por las Cámaras de Comercio.

Enuncia Mejía Valencia (2014), igualmente, que como la franquicia lleva implícita una serie de actos u operaciones económicas, también está regida por la Estatuto Tributario. Así, se deberá tener en cuenta que a los pagos o abonos en cuentas derivadas de un contrato de franquicia deben aplicarse las retenciones en la fuente a título de impuesto de renta, ventas, timbre nacional, y a título del impuesto complementario de remesas, si el pago implica transferencias de rentas al exterior.

Marco Constitucional

En nuestro ordenamiento, encontramos como primera fuente la Constitución de 1991, que establece un esquema general económico, que protege la libertad económica en todas sus expresiones y por consiguiente protección al derecho a crear franquicias en Colombia enunciando, en su artículo (C.P., 1991, art. 333) que: “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, son autorización de la ley”, permitiendo entonces, que mediante el contrato de franquicia educativa se brinde la oportunidad de inversión privada a personas jurídicas y organizaciones, interesadas en ejecutar y desarrollar sus actividades económicas en nuestro país

Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles. Debido a que se garantiza el derecho de propiedad, los actores del contrato de franquicia educativa tienen la facultad de disponer libremente de sus bienes dentro de los límites. En consecuencia, las partes pueden vender, donar, o realizar cualquier otro acto translaticio de dominio que la ley permita al momento de suscribir un contrato de franquicia educativa (C.P., 1991, art. 58).

Señala que, “El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley” (C.P, 1991, art. 61). Este artículo, reconoce el convenio de la organización mundial de la propiedad intelectual, permitiendo entonces la protección a las obras artísticas y la protección a la propiedad intelectual. Se protege con esta institución, los derechos de propiedad industrial y derechos de autor, que son usualmente otorgados por los franquiciantes al momento de suscribir los contratos de

franquicia educativa. En Colombia la Superintendencia de Industria y Comercio, es la encargada de administrar la propiedad industrial para otorgar el uso exclusivo a quienes adquieran franquicias.

Particularmente, consagra el derecho a la educación, enunciando que “no solo es un derecho, es un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura” (C.P., 1991, art. 67). Como es notorio, el impacto comercial de la globalización en la educación ha permitido ampliar y especializar la oferta educativa. El contrato de franquicia educativa es uno de estos servicios, que se ha caracterizado porque permite solventar todas las necesidades en el mercado y muchos encuentran en esta, una oportunidad de negocio rentable y novedoso.

Se instituye la obligación del Estado de otorgar estímulos a personas e instituciones que desarrollen y fomenten la cultura, “El Estado se compromete a promover la investigación científica y la transferencia de tecnología a fin de aumentar la productividad”. Con lo anterior, se permite la creación de programas educativos y culturales con el objeto de incentivar las actividades desarrolladas por personas e instituciones que fomentan la ciencia la tecnología y la educación (C.P., 1991, art. 71).

Código de Comercio y Código Civil

El Código de Comercio, (2021) establece el principio ya enunciado de la autonomía de la voluntad privada, fundamento de los contratos atípicos como el contrato de franquicia. Enuncia en su artículo 4to: “Las estipulaciones de los contratos válidamente celebrados preferirán a las normas legales supletivas y a las costumbres mercantiles”, así mismo, el artículo 1602 del Código Civil establece: “Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales” (Código Civil, 2005, art. 1602).

El principio de la autonomía de la voluntad de las partes otorga a los contratantes libertad para pactar el contenido en sus contratos, pero no de forma ilimitada “el reconocimiento de este principio permite que sean los particulares quienes definan en un primer momento el contenido y alcance de sus relaciones jurídicas, siempre dentro del

marco imperativo del orden público, las buenas costumbres y el interés general” (Ospina Fernández & Ospina Acosta, 2015, p. 11)

Es preciso advertir que el principio de la autonomía de la voluntad privada tiene como límite las normas imperativas que son de obligatorio cumplimiento por los particulares, y que obedecen a principios superiores como el orden público y las buenas costumbres.

Pronunciamientos jurisprudenciales

Para la Corte Constitucional, según lo manifestado en algunas de sus providencias, que la educación: “(1) es objeto de protección especial del Estado; (2) es presupuesto básico de la efectividad de otros derechos fundamentales, tales como la escogencia de una profesión u oficio, la igualdad de oportunidades en materia educativa y de realización personal y el libre desarrollo de la personalidad, entre otros; (3) es uno de los fines esenciales del Estado Social Democrático de Derecho; (4) está comprendido por la potestad de sus titulares de reclamar el acceso y la permanencia en el sistema educativo o a uno que permita una “adecuada formación” y (5) se trata de un derecho deber y genera obligaciones recíprocas entre todos los actores del proceso educativo. (Sentencia T-153, 2013; Sentencia T-068, 2012)

Si bien este contrato no ha sido regulado legislativamente, ha sido objeto de múltiples pronunciamientos jurisprudenciales por parte de altas cortes. Por esto y con el fin de precisar el desarrollo de la franquicia en Colombia, considero importante citar alguna jurisprudencia, pues muestra el desarrollo que ha tenido el contrato dentro del ordenamiento jurídico colombiano. Ejemplo de ellos son estos pronunciamientos entre muchos otros:

- Laudo Arbitral de Preparaciones de Belleza S.A., "Prebel S.A." vs. L'Oreal mayo 23 de 1997”. Es importante éste laudo, porque realiza un análisis de diferentes figuras contractuales como el contrato de agencia comercial, la aplicación del mandato comercial, el contrato de suministro, el de distribución, entre otros.
- Laudo Arbitral del Parque Nacional De La Cultura Agropecuaria S.A. — Panaca S.A. Contra Parque Agropecuario De La Sabana S.A. Se analizó

este laudo, y se identificó la problemática que exponemos en el transcurso del artículo, ya que por la falta de regulación y/o experiencia en el contrato de franquicia, se observa que hubo un incumplimiento contractual tanto de la parte demandada y demandante, ocasionando que el tribunal los sancionara por incumplimiento contractual.

Norma técnica NTC 5813 del Icontec

La Norma Técnica Colombiana NTC 5813 elaborada por Icontec, juega un papel importante, puesto que es el organismo nacional de normalización en Colombia quien se encarga de publicar todo tipo de normas técnicas: En su objeto, “establece de manera general los requisitos básicos, así como las buenas prácticas comerciales, que las partes interesadas deben observar en la relación precontractual, contractual y pos contractual de la franquicia” (Norma Técnica Colombiana, NTC 5813).

La Norma permite identificar cuáles son las buenas prácticas que deben ejecutar aquellos empresarios que desean hacer parte de una red de franquicias. Igualmente desarrolla diferentes medidas para que las empresas se acojan a los lineamientos establecidos en los contratos de franquicia. “Esta norma está sujeta a ser actualizada permanentemente con el objeto de que responda en todo momento a las necesidades y exigencias actuales” (Norma Técnica Colombiana, NTC 5813).

Marco normativo internacional

La tendencia actual en cuanto a la regulación de la figura contractual llamada franchising o franquicia comercial, es la introducción dentro de los ordenamientos jurídicos de los Estados de una regulación específica para este tipo de contrato comercial, que no solamente contemple la franquicia comercial nacional sino también la internacional.

Internacionalmente, tampoco existe normatividad internacional general que regule el contrato de franquicia internacional, pero las normas del Derecho Internacional Privado permiten la aplicación de disposiciones generales internacionales, que permiten a los operadores jurídicos construir un marco regulador de la relación contractual, adoptando disposiciones de manera directa o indirecta, y así brindar seguridad a dicha relación jurídica.

“El contrato de franquicia es patrimonio jurídico de la humanidad” (Frignani, 2012, p. 10), aunque ha logrado un fuerte posicionamiento en la economía mundial y es figura contractual conocida por los todos los sistemas jurídicos. “el contrato de franquicia internacional no cuenta con una regulación uniforme a nivel internacional” (Marzoratti, 2003, p. 93).

A continuación, se analizarán algunos convenios internacionales aplicables a los contratos de franquicia educativa en Colombia, como quiera que en este tipo de contratos necesariamente existe la presencia y explotación de uno o más derechos de propiedad intelectual.

Los anteriores derechos se conceden, cuando la institución que otorga la franquicia se compromete a autorizar a la otra, a la prestación de un servicio educativo bajo un signo distintivo, compartiendo una serie de conocimientos para el desarrollo de la actividad educativa a cambio de una contraprestación económica.

Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

Por medio de la ley 178 de 1994, Colombia aprobó el convenio de París y es aplicable al contrato de franquicia educativa, ya que nos obliga a proteger la propiedad industrial y regular la competencia desleal.

En 1883 se adoptó el Convenio, cuyo objeto principal es “facilitar a los nacionales de un país, la protección de sus creaciones intelectuales en otros países. Las modalidades que se incorporaron en el Convenio de París son las patentes de invención, las marcas y los diseños industriales” (Machado Beltrán, et al., 2019, p. 8).

Tratado de Cooperación de Patentes

A través de la Ley 463 de 1998 se aprobó el Tratado de Cooperación en Materia de Patentes y el Reglamento del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes, acogiendo el sistema internacional para la protección de patentes.

Su objetivo es la cooperación en la presentación, búsqueda y examen de las solicitudes de protección de las invenciones, y la regulación de la prestación de servicios

técnicos especiales. Esto se realiza a partir de la Unión Internacional de Cooperación en Materia de Patentes (Mondragón & Suarez Zuluaga, 2013)

La Comisión del Acuerdo de Cartagena - Decisión 291 de (1991)

Establece un listado de cláusulas que no deben ir en los contratos de franquicias, cuando éstos incluyan temas de tecnología, marcas, patentes es decir todo lo que tenga relación a la propiedad intelectual. En caso de que las partes estipulen este tipo de cláusulas en un contrato de franquicia educativa, no podrían llevar a cabo el registro del contrato.

Ley Modelo sobre la Divulgación de la Información en Materia de Franquicia

El Instituto Internacional para la Unificación de Derecho Privado (UNIDROIT, 2006) por medio de Ley Modelo sobre la Divulgación de la Información en Materia de Franquicia regula todos los aspectos generales de la franquicia como definición, antecedentes, obligaciones y derechos del franquiciante y franquiciado también explica la franquicia nacional e internacional.

Guía para los Acuerdos de Franquicia Principal Internacional

El Instituto Internacional para la Unificación de Derecho Privado (UNIDROIT 2006) propone una regulación uniforme para los acuerdos de franquicia principal y sub-franquicia. Desarrolla con gran amplitud y profundidad los diferentes problemas a los que se pueden enfrentar las partes a la hora de introducir una franquicia en un territorio nuevo y de redactar los contratos respectivos, ofreciendo diferentes alternativas para solucionar esos problemas. También establece una lista muy detallada de las diferentes cláusulas que deben ser incluidas en el contrato, y de aquellas que si bien no son esenciales, pueden ser incluidas para asegurar un mejor desarrollo de la relación de franquicia

Arreglo de Madrid (1981)

Relativo al Registro Internacional de Marcas, a través de la promulgación de la ley 1455 de 2011, se estableció que la protección de marcas se debía efectuar a través de un registro. En nuestro país se hace por medio de la Superintendencia De Industria y Comercio (SIC), reiterando lo enunciado por La Comisión Andina “El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva Oficina

nacional competente” (p. 4). Este protocolo ofrece a los propietarios de una marca la posibilidad de protegerla en varios países (Miembros de la Unión de Madrid) mediante la presentación de una solicitud única directamente en la oficina de marcas nacional (Superintendencia de Industria y Comercio), en un solo idioma (español), con una serie de tasas previamente establecidas en una única moneda y no se requiere de un agente local en los países designados para la solicitud

Código de ética para las franquicias en Colombia

En las últimas décadas se ha impuesto que la mayoría de las compañías, las asociaciones empresariales, las asociaciones de profesionales, etc. tienen o están en el proceso de elaboración de un código ético. Estos documentos, generalmente son amplios y concretos que establecen pautas o reglas de acción determinadas. Igualmente, incluyen las sanciones que sufren los miembros que incumplan sus pautas de conducta. (Diez de Castro, et al., 2006).

En Colombia, éste Código fue elaborado por la Cámara Colombiana de Franquicias (Colfranquicias), sociedad sin ánimo de lucro, constituida el 4 de diciembre de 2012, creada para, estudiar, analizar, promover y difundir el negocio de franquicia en este país. Cuando alguna entidad o personal se adhiere a su organización, se comprometen a hacer cumplir estas disposiciones.

El Código de ética para las franquicias en Colombia: Pretende definir los conceptos y principios éticos en todas aquellas relaciones comerciales que se presenten entre las dos partes franquiciante y franquiciador; el cual entro en vigencia a partir de diciembre de 2012. Aunque se manifiesta que el código “no sustituye la legislación y las disposiciones reglamentarias que incidan en el negocio de franquicias, ni tampoco pretende constituir o ser origen de relaciones jurídicas entre las partes de un contrato de franquicia” (Código de ética para las franquicias en Colombia, 2012, p.2).

Aun cuando esta no es una disposición legal, este código “Es el resultado de la revisión efectuada sobre distintos códigos deontológicos o de ética de la franquicia, desarrollados en países de reconocido éxito en esta área, y de la experiencia y de los

trabajos llevados a cabo por Colfranquicias” (Código de ética para las franquicias en Colombia, 2012, p.4).

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LA DOBLE CONNOTACIÓN DE LA EDUCACIÓN EN LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

En los últimos años en Colombia se consolidó una reestructuración política, jurídica y legal, en la que el Estado asumió el compromiso de garantizar los derechos que la Constitución Política de 1991 denominó fundamentales. La educación tiene carácter fundamental en atención al papel que cumple en el desarrollo humano y su incidencia en otras garantías fundamentales, como la dignidad humana, la igualdad de oportunidades, el mínimo vital, calidad de vida, etc.

En efecto, en la Sentencia T-492 de 1992, se estableció el carácter fundamental del derecho a la educación de los niños, considerando que, por su debilidad natural, requieren de una protección especial por parte del Estado, la familia y la sociedad.

El carácter público en el sistema educativo, también cobra importancia en la educación superior, porque sobresale el compromiso de las instituciones es con la formación ética y la búsqueda crítica del conocimiento.

Ahora en su dimensión como servicio, la educación garantiza la generación de rentabilidad y esta ha sido la razón para fortalecer un proceso de privatización. La mercantilización de la educación ha cimentado las bases para que algunos países determinen políticas en las que la educación es un bien privado, permitiendo que la población pueda acceder si se cuenta con los recursos y el poder adquisitivo necesario.

La crisis social de la década de los noventa creó la oportunidad para que los “servicios” de salud y educación, fueran cobijados por la iniciativa privada, dando la oportunidad para que los operadores privados prestaran servicios educativos a través de la creación de instituciones educativas y la privatización de la operación educativa estatal, creando con ello, la aparición de nuevas oportunidades de negocio. Ejemplo de ello, son los programas de educación virtual y la aplicación del sistema de franquicias a modelos

pedagógicos y educativos que se implementan en algunas instituciones educativas privadas.

Por lo anterior, en Colombia la educación es al mismo tiempo un derecho y un servicio público con función social. Esta condición ha sido objeto de duras críticas por parte de quienes consideran que el tratar como servicio público a un derecho fundamental, le resta sus posibilidades de realización plena, restringiéndolo al ubicarlo en la órbita de lo público.

Instituciones de educación superior y contratos de franquicia

En la búsqueda de un conocimiento universal y la necesidad de dinamizar las relaciones internacionales por el uso de tecnologías de la información y comunicación, la comunidad educativa nacional debe tomar medidas para mejorar la calidad de la educación, promoviendo la internacionalización y facilitando los procesos de homologación de las instituciones privadas y públicas con los sistemas de educación superior de otros países.

En Colombia, la educación es un factor preponderante de desigualdad y el modelo de franquicia educativa es una buena alternativa de crecimiento, debido a que actualmente no existe una política pública seria que brinde proyectos educativos sólidos a corto y a largo plazo porque siempre hay otras prioridades en la asignación presupuestal-.

Si se incentiva la inversión en franquicias educativas, se puede garantizar que determinada inversión llegue a la población vulnerable o comunidades en las que los inversionistas tengan mayor interés, teniendo en cuenta las características de la población a beneficiar. Somos conocedores de los beneficios que trae el mejorar la cobertura y la calidad de la educación, a mayor y mejor educación disminuyen las diferencias salariales, aumenta la productividad y aumenta los ingresos de las personas. Es decir, cualquier inversión en este sentido contribuye a que haya menos pobreza en el país

Según Sánchez García (2020) las alianzas educativas, fusiones, adquisiciones, joint ventures, contratos de franquicia y demás, son mecanismos modernos que nos permite modificar políticas sociales, en pro de mejorar su calidad, lamentablemente los

temas educativos no son abordados de manera integral, con las ventajas competitivas y corporativas que esto implica.

La Constitución Política (1991, art. 226), atribuyó al Estado la responsabilidad de promover “la internacionalización de las relaciones políticas, económicas, sociales y ecológicas, sobre bases de equidad, reciprocidad y convivencia nacional” (C.P., 1991, art. 226). A su vez, la Ley 30 de Educación Superior en su artículo 6, incluyó dentro de los objetivos de la Educación Superior y de sus Instituciones, la promoción de la formación y la consolidación de comunidades académicas, y la homologación a nivel internacional.

Acogiendo el criterio jurisprudencial expuesto por la Corte Constitucional en Sentencia C-879 del 19 de noviembre de 2014, las Instituciones de Educación Superior, pueden clasificarse de dos maneras, por su carácter académico y por su naturaleza jurídica.

El carácter académico, según el artículo 16 de la Ley 30 de 1992, y el artículo 213 de la Ley 115 de 1994, aplica a:

- Instituciones técnicas profesionales
- Instituciones universitarias o escuelas tecnológicas
- Instituciones tecnológicas
- Universidades

Por su naturaleza jurídica, según el artículo 23 de la Ley 30 de 1992, pueden ser:

- Públicas
- Privadas
- De economía solidaria

Lo anterior, a fin de aclarar que actualmente, solo las entidades privadas de educación superior podrían suscribir contratos de franquicia educativa en Colombia.

Por su peculiar naturaleza jurídica, el servicio público de educación no es un bien mercantil, no es un activo transable, ni se puede disgregar con el ánimo de facilitar su intercambio económico, tampoco es un producto del cual se predique su libre comercio. Se trata del desarrollo mismo del Estado Social de Derecho en donde se pretende la garantía constante del bienestar y la superación de las personas a

través de la prestación progresiva del derecho a la educación superior, bien sea a través de entidades estatales o con el concurso del sector privado. En ambos casos, siempre sometidos al ordenamiento jurídico (C.P. 1991, art. 68).

El concepto (Ministerio de Educación Nacional [MEN], 2015) expone, que no es posible hablar de autonomía de las Instituciones de Educación Superior (IES), por cuanto la impartición y la generación de conocimiento estarían gobernados por las leyes del mercado. “Esta Oficina sostiene que en nuestro ordenamiento jurídico es inviable un contrato de franquicia en donde su objeto sea la transferencia de la prestación del servicio público de educación superior de una IES a un particular”.

Enuncia que no puede considerarse que la prestación de la educación superior puede ser objeto de transacción como un producto sometido al libre cambio, porque esto equivoca su doble connotación como derecho fundamental y como servicio público, desapareciendo así su vocación social.

Feher Tocatli, et al., (2013) con acciones enfocadas al reforzamiento de las escuelas de bajo rendimiento con más y mejores oportunidades de capacitación y actualización de los maestros mediante la creación de franquicias educativas enfocadas a la educación formal o adicional a la que otorga el estado, sobre todo en zonas marginadas de difícil acceso, población adulta, adultos mayores, grupos de población con necesidades específicas, (invidentes, sordos, mudos, personas con Síndrome de Down, cuyo acceso a una mayor preparación es limitada.

Considero que la forma en que se concibe la educación en Colombia no generaría problemas a una eventual regulación de la franquicia educativa ya que la doble fisonomía de la educación como derecho fundamental y servicio público sería conveniente, porque al tener el carácter de derecho fundamental se obliga a todos los intervinientes, incluyendo el Estado, a garantizar su calidad y efectividad. También obligaría a las partes a asumir esa responsabilidad social garantizando su permanencia, dejando de ser un tema exclusivamente financiero

En razón a que educación en Colombia es un derecho fundamental, quien considere que se le ha vulnerado o que se amenaza vulnerar este derecho, podrá recurrir

a las acciones constitucionales en buscar de la reparación. La condición de la educación como servicio público sometería entonces a los intervinientes a la vigilancia y control de los órganos superiores del Estado, obligándolo a éste último a garantizar a la ciudadanía su prestación efectiva y de calidad.

Con la regulación propuesta, se divulgaría entonces la responsabilidad derivada del contrato de franquicia educativa, evitando que los interesados puedan quedar insertos en faltas disciplinarias por desconocimiento de sus deberes y obligaciones

CAPÍTULO VI. IMPLICACIONES DE LA LEGISLACIÓN DEL CONTRATO FRANQUICIAS EDUCATIVAS EN COLOMBIA

Como ya identificamos, el contrato de franquicia a nivel nacional e internacional tiene poca o escasa regulación, “son pocas las jurisdicciones que regulan esta figura, entre las que se puede contar como ejemplos las legislaciones de Albania, Australia, Brasil, Canadá, China, Francia, Indonesia, Japón, Corea, Malasia, México, Rumania, Francia, España y Estados Unidos” (Llain Arenilla, et al., 2015, p. 15). Lo anterior, me conduce a formular un marco normativo concreto que le otorgue a las partes los lineamientos mínimos legales para estructurar un contrato de franquicia más equitativo y confiable.

En Colombia a la fecha sigue vigente este debate, en el que se encuentran las dos posiciones, por un lado, quienes manifiestan que esto ocasionaría inconvenientes contra el modelo comercial, ya que el imponer algunas normas, podría verse afectada la voluntad contractual que actualmente tienen las partes, y que les permite realizar el contrato y los acuerdos como estimen conveniente, esto es con sus propias reglas de juego.

Por otro lado, estamos quienes asumimos la posición que es importante su regulación, ya que esto moderaría los desequilibrios contractuales entre las partes, pues al legislador otorgarles garantías en una norma especial, contribuiríamos a que la relación tenga unos parámetros mínimos preestablecidos que reduciría notablemente los riesgos que actualmente asumen franquiciante y franquiciado por tener que acudir a diversidad de normas aisladas que por analogía deben ser aplicadas al contrato de franquicia, entre ellas las que promueven la autonomía de la voluntad privada y que en la mayoría de los casos no brinda la suficiente seguridad o estabilidad jurídica el que el modelo de franquicia educativa exige y requiere por su permanente evolución,

A las pregunta planteada ¿Realmente es necesario regular el contrato de franquicia educativa o es suficiente con la poca regulación al respecto? encontramos múltiples respuestas que nos motivan a proponer esta regulación, entre ellas, la actual inseguridad jurídica que existe y motiva a las partes a consultar normas internacionales, tales como Códigos de Ética, Normas Icontec o Costumbres mercantiles nacionales, para medir los parámetros de una negociación, ya que estas no son de obligatorio cumplimiento, pero permiten dirigir y orientar las obligaciones, derechos, deberes y límites entre las partes.

Esta inseguridad jurídica se ve reflejada cuando en muchas ocasiones el franquiciado no sabe quién es el juez competente para dirimir los conflictos que se presentan, como tampoco a que jurisdicción debe acudir, creando incertidumbre de si es la jurisdicción nacional, o cuando es una franquicia internacional la jurisdicción es el país de origen de la franquicia.

Adicionalmente se han evidenciado que en algunos casos se pacta la figura de la subfranquicia, y aunque la Superintendencia Industria y Comercio, en el año 2017, emitió un concepto en el que expresa que “El contrato de licencia solo podrá efectuarse a través del titular efectivo, es decir, la persona o empresa a la que la entidad le autoriza el registro de la marca”, dando a entender que la subfranquicia, no tiene valor jurídico en nuestro territorio, y que solo el titular de la marca puede contratar, se siguen pactando las subfranquicia y se siguen observando casos en los que algunas compañías han hecho contratos en esta modalidad sin ser titulares de la marca, demostrando una vez más, que por no estar regulado el contrato de Franquicia se generan este tipo de irregularidades.

Lobo Mejía (2016) señala que se necesita mayor profundización en cuanto al establecimiento de garantías legales que faculte a las instituciones educativas y entidades, a instaurar sus franquicias con el aval de contar con herramientas que amparen el know-how que ellos se han encargado de cimentar.

También se presentan los vacíos jurídicos en el momento de dirimir conflictos entre el franquiciante y el franquiciado, porque quien ejerce una posición dominante es el franquiciante, por lo tanto establece todas las condiciones y cláusulas compromisorias del contrato, convirtiendo al franquiciado un participante de adhesión.

El artículo 868 del Código de Comercio Colombia, enuncia que todo contrato tiene la posibilidad de ser revisado por circunstancias imprevistas que afectan el cumplimiento tácito y expreso de lo pactado en él, por esta situación, en diferentes laudos arbitrales, para dar solución a las controversias en los contratos de franquicia, las partes intervinientes deben ser flexibles para encontrar puntos convergentes o mecanismos que se adecuen al texto y términos del contrato.

Otro ejemplo se da, cuando a una parte como el franquiciador se le permite terminar de forma unilateral y de forma abrupta el contrato, alegando supuestos incumplimientos, beneficiándose con ello de la inversión y gastos en que incurrió el franquiciado para establecer la franquicia. Si fijamos parámetros mínimos de negociación y se incluyen normas que permitan solucionar inconvenientes como la indemnización en el caso de terminación unilateral del contrato de franquicia, se benefician las partes contribuyendo con la equidad contractual.

El inconveniente también llega cuando no se encuentra la normatividad precisa para dirimir un conflicto, ya sea que este se encuentre en un territorio determinado o esta se encuentre en dos territorios distintos, pero hacen parte de la misma negociación.

Los países que han regulado el contrato de la franquicia, lo han hecho como respuesta al análisis del mercado global, y que con ello se han evitado o disminuido el riesgo del modelo de la franquicia, riesgos como la estafa, engaño, fraude y el desconocimiento de cómo opera la franquicia. En caso de establecer claramente las normas aplicables en Colombia, desaparecerían los vacíos jurídicos que impiden o limitan la solución de los conflictos originados entre las partes.

Por lo anterior, si buscamos mejorar la calidad académica en el país, es necesario un pronunciamiento oficial por parte del Congreso regulando el contrato de franquicia educativa para adaptar este contrato a la regulación nacional, realizando un análisis de las diversas normas extranjeras en materia de franquicia, a fin de prever un escenario seguro, atendiendo y tomando como ejemplo países que han regulado la franquicia tales como Brasil, Estados Unidos, España, México, China, Canadá, entre otros.

Esa falta de regulación genera que los interesados en realizar contratos de franquicia educativa encuentren demasiada flexibilidad en las normas, garantías insuficientes, inseguridad jurídica y abusos del derecho, agravando el respaldo que debe existir para las partes, en desarrollo de cualquier actividad económica. “En el Contexto de una relación de franquicia con carácter general, la mayoría de los riesgos derivados de la contratación, recaen en ocasiones de modo desproporcionado en el potencial franquiciado. Ello no significa que el franquiciador este exento de riesgos” (Burgos Pavón, et al., Alonso 2018, p. 1).

Es importante que se tengan claras las características y normas aplicables al momento de realizar un contrato de este tipo de franquicias en Colombia, dado que si no se brindan herramientas que otorguen seguridad a las instituciones interesadas en estos procesos de internacionalización, habría un impacto negativo para los inversionistas.

En España, por ejemplo, existe una normatividad denominada “actividad comercial en régimen de franquicia”, que no tiene intención de realizar una regulación exhaustiva de las relaciones entre franquiciador y franquiciado, sino que ha optado por un “sistema de puesta de manifestó”, es decir, un sistema consistente en crear un vehículo para que cualquier tercero que quiera iniciar una actividad en régimen de franquicia pueda conocer las condiciones básicas del negocio que va a desarrollar y las características de su futuro franquiciador (Domínguez, 2004).

La tarea de regulación que se propone, implica acuciosidad, dado que, lo que no se busca es que el estado imponga cargas y obligaciones innecesarias, por el contrario, busca incentivar el emprendimiento comercial y generar seguridad jurídica a los contratistas. Colombia debe avanzar en este tema promoviendo respuestas sólidas al impacto de la globalización, formulando una ley que regule el Contrato de Franquicia Educativa, respetando todos los elementos que integran este sistema comercial: Know How, asistencia técnica y uso de la marca, entre otros

Dentro de los riesgos que encontramos por la falta de regulación de éste tipo de contratos, encontramos que bajo esta modalidad se puede engañar al emprendedor dado a que, se garantizan circunstancias que no son acordes a las que se han pactado en el

contrato de franquicia, por tal motivo sería importante a través de la regulación, se puedan reducir algunos de estos riesgos

Por ejemplo, en Colombia no existe un tiempo mínimo requerido, así como niveles de éxito o reputación adquirida por la marca franquiciante para empezar a comercializar su modelo de franquicia, situación que puede suponer un riesgo para los inversionistas al invertir en un negocio que no se ha desarrollado a plenitud o no ha llegado a su etapa de maduración.

De acuerdo con el trabajo de Plazas (2015), Estados Unidos se ha visto obligado a expedir normas para proteger el modelo contractual y a las partes que participan de éste, buscando así evitar comportamientos negativos y oportunistas.

Como ha sido enunciado en el transcurso del presente, el crecimiento que ha tenido el modelo de franquicia educativa, obedece a múltiples fenómenos como la globalización y el uso de tecnologías de la información y la comunicación, aumentando de igual manera, los riesgos que este modelo de contrato presenta, por el abuso o el desconocimiento, a lo que no escapa ninguna institución interesada en ejecutar este tipo de acuerdos, lo que conduce a solicitar su reglamentación, tal como se ha hecho con otros contratos comerciales como la compraventa, arrendamiento, transporte, fiducia, entre otros.

Así las cosas, manifiesta Quiroga (2014), que el debate sobre la regulación del contrato de franquicia en Colombia es un tema abierto y polémico, que sólo el tiempo y la maduración del sector conducirán al consenso para adoptar una normativa oficial, sin ser exhaustiva, que incluya al menos aspectos como la divulgación de información, definición del contrato (elementos esenciales), ley y jurisdicción aplicable, renovación, terminación y transferencia de los asuntos de la franquicia, confidencialidad, cambios unilaterales, competencia, lavado de activos y registro.

CAPÍTULO VII. DESAFÍOS PARA LA EDUCACIÓN Y LA FRANQUICIA EDUCATIVA

Rubiano Aldana y Beltrán Jiménez (2016) enuncian, que el desarrollo científico y tecnológico del siglo XXI es uno de los procesos más dinámicos e importantes al que se

haya tenido acceso. El campo de las telecomunicaciones así como su integración con las áreas de la informática ha tenido un impacto inimaginable en casi todos los renglones de la cotidianidad. Las transformaciones a las que se asisten son de tal magnitud, que hasta la fecha no se conoce su impacto en áreas como la educación, el arte y la economía, para mencionar tan sólo aquellas que resultan de interés en esta reflexión.

Como vivimos en un momento de transición digital; en él conviven dos estilos de enseñanza el método anterior (tradicional y caracterizado por el uso de la tiza) y otro nuevo determinado por la incorporación del uso de TIC, desarrollado haciendo uso de pizarras digitales interactivas (Saura Pérez, 2015).

Las TIC están siendo utilizadas para responder a las nuevas demandas en la ampliación del acceso, tanto por proveedores tradicionales –las instituciones ya existentes que están experimentando formas de educación a distancia, generalmente en combinación con sistemas presenciales– como por proveedores nuevos que, si bien también utilizan formas mixtas de educación, en muchos casos orientan su oferta a través de educación a distancia (García Guadilla, 2005, p. 13).

Para De Sousa Santos (2019) desde el año 2000, la transnacionalización neoliberal de la universidad ocurre bajo la égida de la Organización Mundial del Comercio, en el ámbito del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios. La educación es uno de los doce servicios comprendidos en este acuerdo, y el objetivo de este es promover la liberalización del comercio de servicios a través de la eliminación, progresiva y sistemática, de las barreras comerciales.

El anterior acuerdo motiva a que el productor privado de educación superior establezca sucursales en el extranjero con el fin de vender ahí sus servicios. Ejemplo de ello son los puntos focales o campus satélites de grandes universidades globales y el sistema de franquicia. Aunque es un área de gran potencial, choca con las políticas nacionales de educación, toda vez que implica el sometimiento a estas a reglas internacionales acordadas para la inversión extranjera.

Actualmente, la legislación colombiana no ha regulado particularmente el contrato de franquicia, menos respecto a servicios educativos, “hace falta literatura

gerencial sobre el tema, especialmente en lo referente publicaciones adaptadas a las condiciones económicas y sociales del país” (Pierre Sigué, 2003, p. 6).

CONCLUSIONES

La educación superior en respuesta a múltiples factores como la globalización y el uso de tecnologías de la información y la comunicación entre otros, adquiere una importancia crucial, por la modificación que vienen recibiendo estas dinámicas. En el caso de una franquicia de educación, cuantos más profesionales estén destinados a la enseñanza, y más se canalice su desarrollo o investigación, mejor método educativo podrá ofrecer un estado a los interesados.

Si el objetivo de esta figura es el desarrollo económico del país, con más razón se necesita de manera urgente una regulación específica para que dentro de la celebración de los mismos no surjan desbordamiento de voluntades, pérdidas de capitales, malos manejos del saber hacer y daños gravísimos en derechos de autor. Adicionalmente, el contrato de franquicia educativa puede ser bastante complejo en su interpretación, redundando en sobrecostos para las partes, por ello se propone la regulación exclusiva en el sector educativo y no del contrato en general.

Es deber de estado diseñar estrategias que den respuesta a los impactos de la globalización, vemos en la regulación del contrato de franquicia educativa una solución que permite fortalecer el sistema educativo actual, propendiendo por la formación integral de las personas, movilidad social e impacto sobre la competitividad. Hoy día, una de las facetas más características de la cada vez más dinámica actividad empresarial mundial la constituyen los procesos de expansión internacional” (Cuadrupani, 2004, p. 1).

La reforma orientada a una globalización solidaria de la universidad tiene que partir de la solidaridad y de la cooperación entre las universidades; esta red nacional debe estar desde el comienzo transnacionalizada, es decir, debe integrar universidades extranjeras interesadas en formas de transnacionalización no mercantil. Obviamente que esas relaciones llamadas hoy “relaciones internacionales” ya existen; solo que deben ser intensificadas hasta el punto de que sean tan constitutivas de la red, que dejen de ser consideradas externas o apéndices (De Sousa Santos & Gómez, 2019, p. 181).

Con el fin de satisfacer esas necesidades comerciales y educativas, internacionalmente se vienen expandiendo los negocios a través de la figura de la franquicia educativa, pero no existe un consenso normativo frente a los contratos de franquicias en Colombia. La modalidad de franquicia educativa es atípica, por lo anterior, conviene su regulación, ya que en la actualidad las partes solo acuden a algunos lineamientos que encuentran en la jurisprudencia, doctrina y a la voluntad contractual que emana de los contratantes.

El impulso de las TICS en el mundo ha evidenciado la necesidad de ampliar la cobertura y calidad de la educación en Colombia. Infortunadamente, las políticas estatales, van dirigidas a promover el desarrollo en otros sectores y como en los planes de desarrollo no se registran proyectos que potencien la calidad de la educación, encontramos como resultado la existencia de un precario sistema educativo.

Como otro tipo de actividad comercial en Colombia, la franquicia podría tener normas que la regulen que la franquicia, protegiendo los derechos y reciprocidad entre las partes. Los países que han regulado el contrato de franquicia los han hecho con el objetivo de evitar abusos y lograr que las partes logren un consenso con mayor facilidad. Por lo anterior se sugiere que en dicha normatividad se incluyan aspectos como la información básica y las obligaciones que se deben cumplir, de tal forma que se obligue al franquiciante a entregar información financiera completa, y al franquiciado a cumplir, antes de firmar un preacuerdo o acuerdo, equilibrando con lo anterior la relación contractual.

La regulación propuesta, debe dar protección a las agremiaciones de franquiciados, por medio de códigos o tribunales de ética que se encarguen de juzgar situaciones que puedan tipificarse y fortalezcan su estructura jurídica, otorgándoles reconocimiento jurídico de manera similar a lo que sucede con los tribunales de ética médica, de manera que puedan brindar a los interesados asistencia para enfrentar los procesos legales que puedan surgir durante la ejecución de sus respectivos contratos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alba Aldabe, M. C. (2005). *Franquicias una perspectiva mundial*. Fondo Editorial FCA.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2vliUI_i6EC&oi=fnd&pg=PA1&dq=historia+de+franquicia&ots=v7TxDOMLUL&sig=qJ1SclqvDYToUPimKTECFZ5f_Fc#v=onepage&q=historia%20de%20franquicia&f=false
- Botero Campo, J. C. (2020). *El contrato de franquicia y su regulación*. (1ra ed.). Legis.
- Burgos Pavón, G. & Fernández Iglesias, M. S. (2014). *La franquicia: tratado práctico y jurídico*. (2a. ed.). Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
<https://elibro.net/es/ereader/usta/114718?page=170>
- Burgos Pavón, G., Garbayo Blanch, J. P. & Alonso Prieto, M. (Coords.). (2018). *Código franquicia*. Difusora Larousse - Ediciones Pirámide.
<https://elibro.net/es/ereader/usta/123053?page=1>
- Castellano Peñafiel L. (2006). El contrato de franquicia en el comercio internacional. *Foro Revista de Derecho*, (5). UASB.
<http://167.172.193.213/index.php/foro/article/view/307/306>
- Código Civil (2021). Ley 84 de 1873 (12a ed.). 31 de mayo de 1873. Diario Oficial No. 2.867. Legis.
- Código de Comercio (2021). Decreto 410 de 1971. (10a ed.). 16 de junio de 1971. Diario Oficial No. 33.339. Legis.
- Código de ética para las franquicias en Colombia. (2012). Docplayer.
<https://docplayer.es/4912942-Codigo-de-etica-para-las-franquicias-en-colombia.html>
- Comisión del Acuerdo de Cartagena (1991). *Régimen Común de Tratamiento a los Capitales Extranjeros y sobre Marcas, Patentes, Licencias y Regalías. Decisión 291*. Comisión del Acuerdo de Cartagena.
<http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/Dec291s.asp>
- Constitución Política de Colombia [C.P.] (1991) (2da ed.). Legis.
- Ministerio de Educación Nacional [MEN] (2015). *Concepto 51916*. Ministerio de Educación Nacional.
https://normograma.info/men/docs/pdf/concepto_mineducacion_0051916_2015.pdf
- Corte Constitucional. Sala Octava de Revisión de la Corte Constitucional. (20 de marzo de 2013) Sentencia T-153. [MP Alexei Julio Estrada].
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2013/T-153-13.htm>

- Corte Constitucional. Sala Séptima de Revisión de tutelas de la Corte Constitucional. (14 de febrero de 2012). Sentencia T-068. [Jorge Ignacio Pretelt Chaljub]. <https://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2012/T-068-12.htm>
- Corte Constitucional Sentencia. Sala Plena de la Corte Constitucional (19 de noviembre de 2014) Sentencia C-879-14 [Jorge Ignacio Pretelt Chaljub]. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/C-879-14.htm>
- Cuadrapani, M. (2004). *La franquicia en el mercado internacional: la expansión directa, indirecta o compartida*. Harvard Deusto. Ediciones Deusto, Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L. <https://elibro.net/es/ereader/usta/14792?page=1>.
- De Sousa Santos, B. & Gomes, N. (2019). *La universidad en el siglo xxi.: para una reforma democrática y emancipadora de la universidad*. In *Educación para otro mundo posible*. (pp. 121-198). CLACSO. doi:10.2307/j.ctvnp0k2z.7
- De Sousa Santos, B. (2019). *Educación para otro mundo posible*. CLACSO, CEDALC. http://www.boaventuradesousasantos.pt/media/Educacion_para_otro_mundo_posible_Boaventura.pdf
- Díez de Castro E., Navarro García A. & Rondan Cataluña F.J. (2006). *El sistema de franquicia. Una propuesta de un código de ética óptimo*. [Trabajo de grado]. Universidad de Sevilla. https://www.researchgate.net/publication/303843903_EL_SISTEMA_DE_FRANQUICIA_UNA_PROPOSTA_DE_UN_CODIGO_DE_ETICA_OPTIMO
- Domínguez, J. (2004). *El marco jurídico actual de la franquicia en España*. Harvard Deusto. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L. <https://elibro.net/es/ereader/usta/14825?page=2>
- European Commission. (1988). *Reglamento (CEE) n° 4087/88 de la Comisión de 30 de noviembre de 1988 relativo a la aplicación del apartado 3 del artículo 85 del Tratado a categorías de acuerdos de franquicia*. European Commission. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f1228382-2fad-4ff0-9335-4d4cc2c31157/language-es>
- Farina, J. M. (1999). *Contratos comerciales modernos*. Astrea.
- Feher Tocatli, F. & Gallástegui, J. M (2001). *Las franquicias, un efecto de la globalización*. McGraw- Hill.
- Feher Tocatli, K, Feher Tocalti F. & Gonzalez J. A. (2013). *Franquicia con impacto social*. (1ra ed.). Mexicana.

- Franquicias Colombia. (2021, 28 de junio). *Franquicias en Colombia exitosas y rentables. Bavaria se expande por Colombia con las primeras tiendas modelorama*. Franquicias Colombia. <http://www.franquiciascolombia.co/>
- Frignani, A. (2012). *Il contratto di franchising. (Orientamenti giurisprudenziali prima e dopo la legge 129 del 2004)*. Giuffrè.
- García Guadilla, C. (2005). Complejidades de la globalización e internacionalización de la educación superior: Interrogantes para América Latina. *Cuadernos del Cendes*, 22(58), 1-22. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082005000100003&lng=es&tlng=es.
- Guardiola Sacarrera, E. (1998) *Contratos de colaboración en el comercio internacional*. Bosch Casa Editorial.
- Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado. [UNIDROIT]. (2006). *Ley modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia*. Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado. https://www.unidroit.org/fr/106-publications/index.php?option=com_content&view=article&id=614:ley-modelo-sobre-la-divulgacion-de-la-informacion-en-materia-de-franquicia&catid=106:unidroit-publications&Itemid=1056
- Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado. [UNIDROIT]. (2013). *Guía para los Acuerdos de Franquicia Principal Internacional*. Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado. <https://www.unidroit.org/publications/106-unidroit-publications/267-guia-de-unidroit-para-los-acuerdos-de-franquicia-principal-internacional>
- Isusquiza M. L. (2008). El contrato de franquicia. *Cartapacio de Derecho: Revista Virtual de la Facultad de Derecho*, (14). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2881380>
- Laudo Arbitral de Preparaciones de Belleza S.A, "Prebel S.A." vs. L'Oreal mayo 23 de 1997 <https://dernegocios.uexternado.edu.co/wpcontent/uploads/sites/2/2016/01/13.1-Laudo-Prebel-Vs-Loreal.pdf>
- Laudo Arbitral del Parque Nacional De La Cultura Agropecuaria S.A. — Panaca S.A. Contra Parque Agropecuario De La Sabana S.A. https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/21888/1320_PANAC_A_vs_PARQUE_AGROP._SABANA_12_08_09.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ley 30 de 1992. Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. 29 de diciembre de 1992. Diario Oficial No. 40.700.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0030_1992.html
- Ley 115 de 1994. *Por la cual se expide la ley general de educación*. 8 de febrero de 1994. https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf
- Ley 463 de 1998. *Por medio de la cual se aprueba el "Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT)", elaborado en Washington el 19 de junio de 1970, enmendado el 28 de septiembre de 1979 y modificado el 3 de febrero de 1984, y el reglamento del tratado de cooperación en materia de patentes*. 11 de agosto de 1998. Diario Oficial No. 43.360.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0463_1998.html
- Ley 1455 de 2011. *Por medio de la cual se aprueba el "Protocolo concerniente al arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas", adoptado en Madrid el 27 de junio de 1989, modificado el 3 de octubre de 2006 y el 12 de noviembre de 2007*. 30 de junio de 2011. Diario Oficial No. 48.116.
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1455_2011.html
- Llain Arenilla S., Insignares Cera, S., Tole Martínez, J., González Ortiz, J., Rivera Heredia, A., Rodríguez Cubillos, M. & Escobar Castillo, A. (2015). *Contrato de franquicia internacional en el marco del TLC Colombia USA: perspectivas jurídicas y económicas*. Editorial Universidad del Norte.
<https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/02/Contrato-de-Franquicia-Internacional-en-el-marco-del-TLC-Colombia-USA.-Perspectivas-jur%C3%ADdicas-y-econ%C3%B3micas.pdf>
- Lobo Mejía, J. A. (2016). *La fijación unilateral de precios bajo las reglas de la libre competencia en el contrato de franquicia en Colombia*. Revista Derecho Competencia, 12(12), 237-287.
<https://centrocedec.files.wordpress.com/2010/06/8-la-fijacic3b3n-unilateral.pdf>
- López Guzmán F (2008). *El contrato de franquicia internacional*. (2da ed.). Temis.
- Machado Beltrán, M. & Núñez Rocha, H. & Acosta. A. (2019). Análisis de la normatividad de países suramericanos relacionada con los derechos de propiedad intelectual aplicables a medicamentos. Revista La Propiedad Inmaterial. 28 (dic. 2019), 5-42.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/6341>
- Marzoratti, O. J. (2003). *Derechos de los negocios internacionales*. (3ra ed.). Astrea.

- Marzoratti, O. J. (2008). *Sistemas de distribución comercial*. Astrea.
- Mejía Valencia, R. (2014). *Las franquicias: impacto en la generación de empleo en Medellín 2004-2009*. Ediciones Unaula.
<https://elibro.net/es/ereader/usta/164533?page=47>.
- Messineo F. (2018) *Doctrina general del contrato*. Ediciones Jurídicas Olejnik.
- Mondragón C. A. & Suarez Zuluaga A. F. (2013) Patentes farmacéuticas en Colombia. Entre la protección a la propiedad industrial y la tutela del interés público. *Precedente. Anuario Jurídico*, (3).
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/76760
- Norma Técnica Colombiana [ICONTEC]. (2010). *Franquicias. Requisitos generales para la etapa precontractual, contractual y pos contractual de una franquicia*. NTC 5813. Norma Técnica Colombiana. <http://docplayer.es/9764054-Norma-tecnica-colombiana-5813.html>
- Ospina Fernández G. & Ospina Acosta E. (2015). *Teoría general del contrato y del negocio jurídico*. (Séptima Edición). Temis.
- Peña, L. (2017). *Contratos empresariales nacionales e internacionales*. (6ta ed.). Ecoediciones Ltda.
- Pierre Sigué, S. (2003). *La franquicia en Colombia*. (2da ed.). Editorial Norma.
- Plazas, R. (2015). El contrato de franquicia, su evolución y su injerencia en el desarrollo económico colombiano. *Revista Republicana*, (8), 81-92.
<http://revista.urepublicana.edu.co/wp-content/uploads/2012/07/El-contrato-de-Franquicia.pdf>
- Quiroga A. F. (2014). *Regulación del contrato de franquicia en Colombia*. Asuntos Legales. <https://www.asuntoslegales.com.co/analisis/andres-felipe-quiroga-511176/regulacion-del-contrato-de-franquicia-en-colombia-2141831>
- Raab, S. S. & Matusky, G. (2002). *Franquicias. Cómo multiplicar su negocio*. Limusina.
- Rubiano Aldana, D. A. & Beltrán Jiménez, H. (2016). La Educación En Colombia: Dinámica Del Mercado y La Globalización. *Cooperativismo & Desarrollo*, 24(109), xx-xx. Doi: 10.16925/co.v24i109.1508 Dialnet-LaEducacionEnColombia-5675076.pdf
- Sánchez García, J. C. (2020). *Emprendimiento e innovación: Oportunidades para todos*. Dykinson. S.L.
- Suara Pérez, A. (2015). *Las Tic en educación artística, plástica y visual*. Ediciones de la U.

Tormo & Asociados. (2006). *Guía de Franquicias y Oportunidades de negocios 2006*.

Tormo & Asociados. <https://libreria.tirant.com/es/libro/guia-de-franquicias-y-oportunidades-de-negocios-2006-tormo-asociados-9788493109523>

Vanegas Santoro. A (1999). *El contrato de franquicia*. Ediciones Librería del Profesional.

World Intellectual Property Organisation [WIPO]. (1883). *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*. World Intellectual Property Organisation. https://leyes.co/convenio_de_paris_para_la_proteccion_de_la_propiedad_industrial.htm

World Intellectual Property Organisation [WIPO]. (1891). *Acuerdo de Madrid. Relativo al registro internacional de marcas. del 14 de abril de 1891 revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Wáshington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Niza el 15 de junio de 1957, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979*. World Intellectual Property Organisation WIPO. https://www.wipo.int/export/sites/www/madrid/es/legal_texts/pdf/madrid_agreement.pdf

World Intellectual Property Organisation [WIPO]. (1984) *Tratado de Cooperación en Materia de Patentes*. Elaborado en Washington el 19 de junio de 1970, enmendado el 28 de septiembre de 1979 y modificado el 3 de febrero de 1984. World Intellectual Property Organisation.