



**Universidad del
Rosario**

**El contrato de franquicia: un instrumento que permite la consolidación de un grupo
empresarial sin las implicaciones legales inherentes a esta figura**

**The franchise contract: an instrument that allows the consolidation of a business
group without the legal implications inherent to this figure**

David Santiago Amaya Nivia

Doctor Andrés Palacios Lleras

Título por obtener: Abogado

Universidad del Rosario

Facultad de Jurisprudencia

2024-2

RESUMEN

Un grupo empresarial se conoce tradicionalmente como un conglomerado de empresas que se vinculan entre sí compartiendo una “unidad de propósito y dirección”, y que se encuentran relacionadas bajo vínculos de subordinación, al menos así lo entiende el derecho societario. Típicamente, en un grupo empresarial existe una sociedad, o una persona natural, denominada “matriz”, esta última tiene el control de forma directa o indirecta de las empresas relacionadas al grupo. Ahora bien, la consolidación de un grupo empresarial acarrea ciertas consecuencias que no son muy atractivas para los agentes económicos, por citar un ejemplo, las normas sobre extensión de responsabilidad de las sociedades matrices resulta un punto a consideración previo a la consolidación de un grupo empresarial.

Bajo el derecho a la competencia se estudian factores que no están intrínsecamente ligados a una relación de subordinación entendida desde el derecho societario, por esto, se examina desde una visión más amplia el control entre sociedades, analizando el control directo, pero especialmente, el indirecto.

Sin perjuicio de lo anterior, existen ciertas figuras que presentan el elemento del control entre sociedades, pero que, sorprendentemente, no conllevan a las típicas consecuencias de una relación de subordinación. El contrato de franquicia se muestra como un medio para lograr lo anterior, toda vez que la celebración de esta herramienta contractual predica como elemento esencial el control, pero no deriva en la consolidación de un grupo empresarial.

En consecuencia, el presente escrito tiene como propósito estudiar el contrato de franquicia, desde el derecho societario y el derecho a la competencia, prestando especial atención al elemento del control para entender las implicaciones legales y paralegales de la celebración de este.

Palabras clave: control, contrato de franquicia, grupo empresarial, derecho societario, derecho a la competencia, unidad de propósito y dirección.

ABSTRACT

A business group is traditionally known as a conglomerate of companies interconnected by sharing a "unity of purpose and direction" and are linked under relationships of subordination, as understood in corporate law. Typically, within a business group, there exists an entity, either a company or an individual, referred to as the "parent company," which holds direct or indirect control over the entities within the group. However, the consolidation of a business group entails certain consequences that may not be appealing to economic agents. For instance, the rules on the extension of liability to parent companies represent a critical consideration prior to the consolidation of a business group.

Under competition law, factors are analyzed that are not intrinsically tied to the subordination relationship as understood in corporate law. For this reason, control among entities is examined from a broader perspective, focusing not only on direct control but especially on indirect control.

Notwithstanding the above, certain arrangements involve elements of control among entities but, surprisingly, do not trigger the typical consequences associated with a subordination relationship. The franchise agreement serves as a mechanism to achieve this, given that the execution of this contractual tool establishes control as an essential element without resulting in the consolidation of a business group.

Consequently, this document aims to analyze the franchise agreement from the perspectives of corporate law and competition law, with particular attention to the element of control, to understand the legal and quasi-legal implications of its execution.

Keywords: control, franchise agreement, business group, corporate law, competition law, unity of purpose and direction.

TABLA DE CONTENIDO

- I. Introducción**
- II. Contrato de Franquicia**
 - a. Definición
 - b. Elementos del contrato de franquicia
 - c. Elemento de control
 - d. Obligaciones del franquiciante
 - e. Obligaciones del franquiciado
- III. Control**
 - a. Desde el derecho societario
 - b. Desde el derecho a la competencia
 - c. Efectos
- IV. Grupos empresariales**
 - a. Consecuencias de la consolidación de grupos empresariales
 - Inscripción en el registro mercantil.
 - Obligación de certificar situaciones de subordinación, control o vinculación a grupo empresarial.
 - Consolidación de estados financieros.
 - Prohibición de imbricación.
 - Restricción al pago de dividendos en acciones.
 - Acumulación procesal o coordinación en casos de insolvencia.
 - Extensión de responsabilidad.
- V. Conclusiones**
- VI. Bibliografía**

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito del derecho contractual y comercial, se han instrumentalizado contratos que han ganado una relevancia significativa, tales como el contrato de agencia, el contrato a riesgo compartido o “Joint Venture”, el contrato de concesión de espacio, el contrato de suministro, el contrato de franquicia, entre muchos otros. Este último parte de la reproducción de un modelo de negocio y, como contraprestación, el pago de un derecho de entrada más un porcentaje correspondiente a regalías, sin perjuicio de que haya lugar a otro tipo de pagos. Como elementos esenciales de esta relación, por una parte, se deben transferir todos los conocimientos técnicos y de propiedad industrial para la correcta reproducción del modelo y, por otra parte, aparte del pago inherente por el uso y la explotación del nombre y el negocio, se deben aceptar condiciones adicionales que tienen efectos relevantes.

Las visitas periódicas y las capacitaciones son elementos relevantes de cara al franquiciante, no obstante, si se pudiese destacar una prerrogativa del dueño del modelo de negocio es el elemento del control que este tiene frente al franquiciado. Bajo este, es que se interviene en su totalidad la forma de operar del franquiciado, dado que el control que se predica no es únicamente de cara al giro ordinario y ejecución del negocio, sino que también existe de cara a los factores económicos que rodean la relación contractual.

Este elemento de control es una pieza clave para la comprensión del texto, toda vez que el objetivo de esta investigación es relacionar cómo este factor no conlleva a las mismas consecuencias que en otras relaciones jurídicas, más específicamente, en lo que se conoce como un grupo empresarial. Lo que se conoce como “holding” parte de una sociedad matriz, por medio de la cual se tiene el control de otras sociedades ya sea de forma directa o indirecta. Esta relación de control entre sociedades trae consecuencias desde el ámbito jurídico y económico que son de especial atención para los agentes económicos que participan en estas relaciones.

Ahora bien, resulta importante definir lo amplio o lo restringido con lo que se puede comprender el concepto de control, por esto, el derecho societario y el derecho a la competencia pueden ofrecer perspectivas relevantes para dimensionar hasta dónde se puede decir que una sociedad es matriz o que una sociedad es filial o subsidiaria, dado que a partir

de los límites que se fijan sobre la comprensión del elemento de control, asimismo, se van a fijar sus consecuencias.

Para lo anterior, se va a estudiar, de cara al contrato de franquicia, la transmisión del know-how, la asistencia técnica, el control y los pagos, esto para establecer las pautas contractuales con las que suele operar la franquicia. Las cláusulas contractuales que rigen este tipo de contratos parten totalmente de la autonomía de la voluntad, ya que el contrato de franquicia es un contrato atípico, a pesar los intentos pro reglamentarlo.

Una vez entendido cómo funciona la figura de la franquicia, se van a relacionar las concepciones del control para el derecho societario y el derecho a la competencia, ya que estas dos áreas del derecho tienen nociones parcialmente similares, pero con factores de estudio que pueden derivar en apreciaciones abiertamente opuestas.

Para finalizar, se relacionará cómo el contrato de franquicia, entendiendo su elemento de control desde el derecho societario y el derecho competencia, puede derivar o no en la consolidación de un grupo empresarial y conllevar a las mismas consecuencias de esta figura.

Al terminar este el artículo, se espera que el lector pueda reflexionar sobre cómo las herramientas contractuales se instrumentalizan para tomar atajos legales y así poder eludir consecuencias que no resultan muy atractivas para cualquier empresario, tales como la extensión de responsabilidad de las sociedades matrices en casos particulares.

II. DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

a. DEFINICIÓN

El contrato de franquicia surge en Estados Unidos, cuyo desarrollo permitió crear una regulación a nivel Federal, en otras palabras, vinculante para todo el territorio. El Reglamento sobre Requisitos de Divulgación y Prohibiciones respecto del “*Franchising*” y Empresas de Oportunidades de Negocios fue promulgado por la Comisión de Comercio Federal -o, por sus siglas en inglés, F.T.C.- en 1979. Este hace parte del título 16 de Prácticas Comerciales, del capítulo primero, parte 436, de la F.T.C., en la que se establece qué información debe ser suministrada por el franquiciante al franquiciado.

En Colombia, no ha sido posible la reglamentación del contrato de franquicia a pesar de los intentos realizados. En el 2021, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo publicó el proyecto de decreto “relacionado con las franquicias como alternativa para el emprendimiento y la expansión de las MIPYMES”, sin embargo, este no llegó a buen puerto debido a la sentencia C-188 del 2022, la cual declaró inexecutable la expresión: “*Para estos efectos, reglamentará las condiciones técnicas que definen la franquicia, las obligaciones y el régimen de responsabilidad del franquiciante y el franquiciado, a que haya lugar*” de la Ley 2069 de 2020 (Inciso primero del artículo 11)¹. Por lo anterior, la norma que prestaba la habilitación para que el Gobierno reglamentara el contrato de franquicia, y todo lo correspondiente a este, no pudo quedar incorporada al ordenamiento jurídico, sin embargo, el proyecto de decreto ofrece definiciones y conceptos que se ajustan bastante a lo que se ha concebido por franquicia en lo otras reglamentaciones.

A continuación el texto tentativo para definir el contrato de franquicia, del proyecto de decreto:

“Artículo 2.2.1.19.1.2. Concepto. El contrato de franquicia es aquel en virtud del cual, una parte denominada franquiciante, otorga a otra, llamada franquiciado, el derecho a explotar comercialmente un sistema de negocio probado, replicable y transmisible, asociado con la marca comercial, el nombre y logo del franquiciante,

¹ De igual manera, en la mencionada sentencia se declaró inexecutable la expresión “*condiciones técnicas*” del segundo inciso del artículo 11 de la Ley 2069 de 2020.

el uso de derechos de propiedad intelectual, sistemas operativos, y la entrega de conocimientos, capacitación y/o asistencia técnica; recibiendo a cambio una contraprestación económica, directa, indirecta o ambas, por parte del franquiciado, durante un tiempo determinado”.

De igual manera, Narváez García define la franquicia como:

*“(…) la figura contractual presupone la existencia del titular de un modelo o patrón de organización, esquemas de instalación y maneras de prestación de servicios, así como de ciertos elementos distintivos frente al público (marca, nombre, insignia, emblema), aplicados a una “línea” o “cadena de establecimientos” en un territorio. Lo peculiar es que los distintos establecimientos no pertenecen al titular de la organización, sino que cada uno de ellos es instalado por un empresario o grupo de empresarios a quienes el titular otorga, por un precio, “la franquicia” del uso de sus signos distintivos, bajo la condición de que en cada establecimiento se sigan las pautas que él haya trazado y que son precisamente las que dotan a la cadena de individualidad frente al público. **Permite la creación de una red o cadena en gran escala** (a veces internacional) sin la inversión que se vería obligado a hacer el titular, y con la ventaja para el público de disfrutar en diversos sitios de servicios cuya modalidad y calidad son conocidos de antemano”² (Se destaca).*

En palabras de Vaughn, la franquicia:

*“Es un tipo de sistema de mercadeo o de distribución en el cual una **compañía matriz** otorga, generalmente a un individuo o a una compañía relativamente pequeña, el derecho o el privilegio de hacer negocios de una manera definida previamente, en un tiempo y en un espacio determinados. La compañía que otorga el derecho o el privilegio se denomina franquiciada. El privilegio que el franquiciador da al franquiciado puede ser el derecho de vender sus productos, de utilizar su marca, de adoptar sus métodos de explotación y de copiar sus símbolos y signos distintivos”³ (Se destaca).*

² Narváez, José. Derecho mercantil Colombiano. Volumen V. Obligaciones y Contratos mercantiles. Editorial LEGIS. Bogotá. 2002. Segunda edición. Pág. 101

³ Vaughn, Charles L. (1974) Franchising. Lexington, Mass. Lexington Books. Pág. 20.

Así las cosas, a partir de lo anteriormente expuesto, el contrato de franquicia es por medio del cual una parte llamada franquiciante autoriza la explotación, uso y reproducción de su modelo de negocio, su nombre comercial, marcas, enseñas, signos distintivos y secretos industriales a otra llamada franquiciado, y recibe en contraprestación una serie de pagos. En las anteriores definiciones, se destaca que existen nociones de una sociedad inicial que permite a otros la replicación del modelo de negocio, ya sea por medio de una persona natural o jurídica, con fines de distribución de un producto o servicio. En la franquicia se hace evidente como, preliminarmente, el franquiciante casi que entrega totalmente su reputación y propiedades industriales a cambio de una contraprestación económica.

b. ELEMENTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA

El artículo 1602 del Código Civil establece que todo contrato legalmente celebrado es ley para las partes⁴, y el artículo 871 del Código de Comercio señala que toda persona que celebre un contrato se obliga a lo pactado y a todo lo que corresponda a la naturaleza de este⁵. Los anteriores artículos regulan lo correspondiente a la libertad contractual, que se puede entender como una manifestación de voluntad autónomamente expresada, en la cual se determinan obligaciones por las partes (Castrillón y Luna, 2017).

La libertad contractual es indispensable para entender lo que se determina como un contrato atípico⁶, ya que estos no gozan de una regulación establecida por el legislador, sino que obedecen a lo concertado por las partes en el contrato⁷, a la jurisprudencia y la doctrina como fuentes del contrato. Lo anterior, quiere decir que no existen normas de orden público que regulen la relación contractual y los posibles puntos de controversia entre las partes, por

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

⁵ Código de Comercio. Art. 871. Los contratos deberán celebrarse y ejecutarse de buena fe y, en consecuencia, obligarán no sólo a lo pactado expresamente en ellos, sino a todo lo que corresponda a la naturaleza de estos, según la ley, la costumbre o la equidad natural.

⁶ Corte Suprema de Justicia. Sala de Casación Civil, expediente 6907, sentencia del 1º de agosto de 2002. Magistrado ponente Dr. Jorge Santos Ballesteros. “Cuando un contrato no se encuentra descrito en un tipo legal y, subsecuentemente, no está especialmente regulado por el ordenamiento, se denomina atípico”.

⁷ Evidentemente, a los contratos atípicos les caben las normas generales de contratos. Cuando se hace alusión a que no existe una regulación específica, se pone de presente que no existen leyes que se ocupen de regular esencialmente el contrato de franquicia, así como las normas que se preocupan exclusivamente de un contrato en específico, por ejemplo, el contrato de compraventa. Todas las fuentes normativas que regulan un contrato atípico se han construido a partir de controversias conocidas por los jueces, por doctrinantes que abordan elementos a considerar, o por la costumbre certificada de diferentes cámaras de comercio.

ejemplo, lo correspondiente al “derecho de renovación”, así como el derecho a la renovación del contrato de local comercial. En consecuencia, en la franquicia, el franquiciado no goza de un derecho legal que lo proteja de un posible abuso por parte del franquiciante, por ejemplo, en cuanto a la no renovación injustificada⁸.

Aclarado lo anterior, el contrato de franquicia es un contrato atípico, toda vez que no existe un marco regulatorio íntegro que determine los elementos esenciales y demás características de este instrumento. Sin perjuicio de lo anterior, con la implementación de este contrato, se han tenido en cuenta elementos que necesariamente están presentes para su debida celebración, estos son⁹:

i. Cesión del uso de la marca y otros activos de propiedad intelectual:

La marca comprende la forma en que el consumidor puede reconocer un producto o servicio, y relacionarlo con un estándar específico de calidad. En las empresas más reconocidas, la marca es uno de los activos más importantes, toda vez que de esta se desprenden nociones como el buen nombre o la reputación. Este elemento es el principal móvil por el cual una persona natural o jurídica decide hacerse parte de una red de franquiciados.

El elemento de la marca es fundamental, ya que “*La franquicia es invendible si no se basa sobre una marca utilizada para distinguir productos conocidos que tienen un mercado establecido*”¹⁰. De igual manera, la contratación con una marca que ya esté posicionada en el mercado, goce de buena reputación y sea abiertamente preferida por los consumidores, es decir una marca notoria, mitiga sustancialmente el riesgo en el que se incurre al abrir un nuevo canal de distribución por medio de un contrato de franquicia.

⁸ Lo único que impide que el franquiciante no se valga de esta herramienta contractual para realizar una extracción abusiva de valor hacia el franquiciado, es el mismo contrato, en donde se fijan las pautas para regular los derechos que le corresponden a cada parte. Sin embargo, en la mayoría de los casos, quien redacta el contenido del contrato es el dueño del modelo de negocio, lo que deja sin muchas herramientas para que el franquiciado pueda negociar con el franquiciante.

⁹ Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado. (2002). *Ley modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia*.

¹⁰ Marzorati, Osvaldo J. Sistemas Modernos de distribución comercial. Artículo publicado en la revista del Derecho Comercial y de las Obligaciones. Año 19. Números 109 a 114. Página 344. Ediciones Depalma. Buenos Aires. 1986

ii. Transmisión del know-how o saber hacer.

La marca es el medio por medio del cual los consumidores pueden relacionar estándares de calidad de un producto, pero de nada sirve esto si no se emplean las mismas técnicas y procedimientos que permiten una replicación exacta del modelo de producción.

Por lo anterior, el franquiciante debe suministrar al franquiciado todos los conocimientos para que este último esté en la capacidad de ofrecer un producto idéntico¹¹. Esto se realiza con la entrega de lo que se conoce como Paquete de Franquicia o Manuales Operativos.

El doble objetivo de estos documentos es:

“(...) en primer lugar, como elemento de transmisión del Know – how y en segundo lugar, como elemento formativo del franquiciado. En el paquete de franquicia, el franquiciado debe encontrar la respuesta o, en su defecto, cómo abordar la mayor parte de todas las dudas e interrogantes que se le susciten durante el desarrollo de la actividad de su negocio”¹².

iii. Capacitaciones y asistencias técnica.

Aunado al anterior numeral, no basta con la sola entrega de la documentación para que se entienda satisfecha la transferencia del saber hacer. El franquiciante debe realizar visitas a el(los) local(es) del franquiciado y brindar capacitaciones para que se mantengan los estándares de calidad del producto o servicio, y se confirme como entendida la información suministrada en los manuales operativos.

iv. Control operativo y supervisión financiera por parte del franquiciante.

El control inherente al contrato de franquicia se acepta por ambas partes, dado que ambos buscan garantizar la reputación e identidad de la red comercial conformada por todos los franquiciados (Melo, s.f.). Sin embargo, los límites de esta figura en la relación contractual resultan poco claros, por eso, el control se estudiará

¹¹ La información que el franquiciante otorga no es de libre disposición para el franquiciado. Se debe prestar atención a la confidencialidad de los saberes dispuestos, toda vez que estos tienen una protección especial por el contenido.

independientemente a los demás elementos del contrato para ser contrastado posteriormente con el control que se evidencia en un grupo empresarial.

v. Independencia jurídica y económica.

El contrato de franquicia establece que el franquiciado actúa por cuenta propia, esto quiere decir que los efectos patrimoniales recaen exclusivamente en él. De igual manera, una de las ventajas para el franquiciante de la celebración de la franquicia es que puede expandirse, ya sea al mercado nacional o internacional, sin la contratación de empleados, impuestos, adquisición de inmuebles, entre otros, dado que todas las anteriores inversiones las realiza el franquiciado.

Se establece que el franquiciante y el franquiciado son personas jurídicas¹³ diferentes de cara a la relación contractual, dado que en cada uno reposan efectos y riesgos diferentes. Sin perjuicio de lo anterior, aunque jurídicamente sean sujetos diferentes, los consumidores no distinguen con quien realizan el negocio jurídico, es decir, la franquicia funciona como un canal de distribución de un producto que, a los consumidores, no les preocupa de donde provenga, siempre y cuando puedan identificarlo por medio de sus marcas y enseñas comerciales. Lo anterior, permite evidenciar que la independencia jurídica le es sumamente relevante para las partes, mas no para quienes consumen sus productos o servicios.

Si bien franquiciante y franquiciado son sujetos que persiguen sus propios intereses, se ven unidos por la relación de colaboración¹⁴ que se predica en el contrato de franquicia, por ende, ambos guardan una unidad de propósito con el agravante de que hacen parte de la misma cadena de producción.

vi. Pagos (cuota de entrada, regalías y otros -ej. Publicidad-).

¹³ En el caso del franquiciante, en la mayoría de los casos, se va a hablar de una persona jurídica que autoriza la replicación del modelo de negocio, más en el lado del franquiciado, se puede tratar de una persona natural o jurídica que va a realizar la explotación. Lo importante de lo anterior, es realizar la distinción jurídica de los dos sujetos, dado que administrativa y financieramente se tratan como sujetos distintos. Ahora bien, el franquiciante puede conocer y revisar la información contable del franquiciado, sin que este último tenga el mismo derecho.

¹⁴ Se considera que un contrato es de colaboración cuando los contratantes conservan su individualidad, mas no crean una nueva persona jurídica; cuando existe una unidad de propósito por lo que los contratantes trabajan conjuntamente para la consecución de un objetivo; cuando se aportan activos para el desarrollo del objetivo y cuando se manifieste la distribución de los riesgos.

Es importante que se fijen las diferentes contraprestaciones a cargo del franquiciado por la autorización para explotar el modelo de negocio del franquiciante¹⁵. Estas se pueden dividir en, primero, el pago para entrar a la red de franquicias que se paga una sola vez como reconocimiento hacia el franquiciante por sus gestiones para posicionar la marca.

Segundo, las regalías que son la fuente de ingreso más importante para el franquiciante, las cuales serán determinadas por una suma fija, por un porcentaje de las ventas brutas o por una variación entre los dos factores anteriores (Marzorati, 2001).

Tercero, se acostumbra a crear un fondo de publicidad para que el franquiciante siga promoviendo la marca a pesar de la instrumentalización de la red de franquicias, esto evidentemente favorece al franquiciante y a los franquiciados ya que el público asocia la publicidad con la marca, indistintamente quien ofrezca el producto.

Es importante señalar, trayendo a colación la independencia económica señalada en el numeral anterior, que, a causa de los diferentes pagos a realizar, el franquiciante puede verificar y revisar la contabilidad del franquiciado. Con esto el franquiciante conoce estrechamente la salud de las finanzas y la viabilidad de la franquicia para que, con dicha información, pueda tomar decisiones a su favor.

Con ocasión a lo correspondiente a esta investigación, se va a analizar el tercer numeral con respecto al control como prerrogativa del franquiciante frente al franquiciado y como este control va ligado con los demás elementos. Se va a analizar la relación de control en el contrato de franquicia para contrastarlo con las mismas dinámicas de subordinación en un grupo empresarial.

c. ELEMENTO DE CONTROL

El control presente en un esquema de franquicias va a ser tan estricto o flexible como las partes lo hayan concertado. Típicamente, se opta por lo primero, toda vez que el franquiciante

¹⁵ “Cuotas o canon de funcionamiento: Son pagos periódicos (mensuales o, en raros casos, trimestrales o anuales) como contrapartida por los resultados periódicos que obtiene el franquiciado. Este canon, al igual que el de entrada, debe hacerse constar expresamente en el contrato de franquicia. La filosofía que rige estos pagos se asienta en la idea de que el franquiciado obtiene unos beneficios en su actividad gracias al continuo apoyo, asistencia, servicios, etc, que le presta el franquiciador.” Díez de Castro Enrique Carlos, Galán González José Luis, Página. 43.

necesita controlar cuidadosamente la operación para que se obedezcan todos los reglamentos y recomendación por él entregados. De igual manera, mantener el estándar de calidad es la principal preocupación de cara a quien autoriza la explotación del modelo de negocio, ya que un riesgo latente es el daño a la marca por una mala gestión de un franquiciado.

Ahora bien, es importante señalar que el franquiciante suele ejercer un control en el franquiciado en diferentes aspectos, tales como la calidad, la imagen o el uso de la marca, el control del giro ordinario de los negocios, el reporte de ingresos y estados financieros, publicidad y marketing, cláusulas de no competencia, entre otros.

La verificación de la calidad es un elemento esencial de los contratos de franquicia, dado que esto permite que el consumidor tenga la misma experiencia, indistintamente de la franquicia de su elección. Por esto, se exige que el franquiciado siga las normas específicas en manuales o las impartidas por medio de inspecciones¹⁶. También se incluye la obligación de adoptar políticas de calidad, auditorias no anunciadas y verificaciones de rendimiento.

De acuerdo con Blair y Lafontaine (2005), de esta forma se garantiza que el valor de la marca no se vea en detrimento por incumplimientos particulares de los franquiciados, salvaguardando los interés de la red franquicias en general y del franquiciante.

Las cláusulas de control también incorporan prohibiciones hacia el franquiciado para evitar cualquier uso indebido o no autorizado por parte del franquiciante, toda vez que es el buen nombre y la reputación del franquiciante la que está en juego. En el caso *McDonald's Corporation v. Joburgers Drive-Inn* (1997), se puso de presente la importancia de la protección de la marca como elemento principal de los derechos del franquiciante, destacando principalmente el control de la imagen y el reconocimiento de la sociedad del franquiciante.

De igual manera, el control establece indicaciones específicas sobre la gestión diaria de la franquicia, como la disposición física del establecimiento, la selección de determinados equipos, forma de manejo y atención de los clientes y presentación de los productos. Para Brickley y Dark (1987), el control minimiza la variabilidad de la experiencia para el cliente

¹⁶ Rubin, P. H. (1978). "The theory of the firm and the structure of the franchise contract". *Journal of Law and Economics*. Pág. 223-233.

y mejora el capacidad de monitorear el rendimiento del franquiciado. Los manuales operativos impartidos suelen presentar actualizaciones para adaptarse a nuevas exigencias del mercado, para así procurar por la competitividad de la marca (Justis & Judd, 2003).

Es deber del franquiciado reportar al franquiciante su información financiera, es decir, todo lo relativo a su situación contable, lo cual facilita el cálculo y cobro de las respectivas regalías, o la supervisión sobre posibles irregularidades en las operaciones¹⁷. Así mismo, se controla la publicidad y marketing bajo el argumento de direccionar hacia el mismo sentido las campañas de publicidad de la franquicia como red general, para garantizar una mejor exposición con menores costos individuales¹⁸.

Ahora bien, existe relación de control, en algunos casos, incluso finalizada la relación contractual por medio de las cláusulas de no competencia. Consiste en que el franquiciado no puede operar otra franquicia que compita directa o indirectamente, e, incluso, no puede disponer de otra franquicia una vez finalizado el contrato. En el caso de *American Express Financial Advisors, Inc. v. Yates* (2000), se avalaron el uso de estas cláusulas, siempre y cuando obedezcan a estándares “razonables”.

Además de todo lo anterior, el control y dependencia por parte del franquiciado frente al franquiciante es tal que, dado el hipotético que la sociedad del franquiciante tuviese que liquidarse y disolverse, eso daría lugar a la pérdida de toda la red de franquicias, toda vez que el modelo de negocio, la marca y la propiedad industrial también serían objeto de liquidación, a pesar de los contratos de franquicia.

d. OBLIGACIONES DEL FRANQUICIANTE

El proyecto de decreto del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en su artículo 2.2.1.19.1.3., establecía de manera suficiente y concreta las obligaciones necesarias para la realización negocio, sin perjuicio de que las partes pudieran agregar otras adicionales:

¹⁷ Combs, J. G., Michael, S. C., & Castrogiovanni, G. J. (2004). "Franchising: A review and avenues to greater theoretical diversity". *Journal of Management*, 30(6), 907-931

¹⁸ Blair, R. D., & Lafontaine, F. (2005). *The Economics of Franchising*. Cambridge University Press.

“Artículo 2.2.1.19.1.3. Obligaciones del franquiciante. Sin perjuicio de la autonomía de la voluntad de los contratantes, en los contratos de franquicia deberá incluirse como obligaciones del franquiciante, las siguientes:

- 1. Haber proporcionado, con antelación a la firma del contrato, información económica y financiera sobre la evolución de las unidades ofrecidas en franquicia o similares, de propiedad de la empresa franquiciante, que hayan operado al menos dos (2) años en el país o en el extranjero.*
- 2. Proporcionar al franquiciado el sistema de negocio derivado de la experiencia del franquiciante y comprobado por éste, de conformidad con las condiciones de confidencialidad y protección de propiedad intelectual acordadas.*
- 3. Entregar al franquiciado el o los manuales con las especificaciones útiles para desarrollar la actividad prevista en el contrato.*
- 4. Prestar capacitación y/o asistencia técnica, comercial y/u operativa para el funcionamiento de la franquicia durante la vigencia del contrato.*
- 5. Autorizar al franquiciado la explotación de los derechos de propiedad intelectual y demás comprendidos en el sistema de negocio, de acuerdo con las condiciones definidas en los contratos de franquicia que otorgue.*
- 6. Defender y proteger el uso de los derechos sobre la propiedad intelectual que se le han conferido al franquiciado.*
- 7. Aceptar las subcontrataciones que el franquiciado considere necesarias, previo conocimiento de estas.”*

Con lo anterior, la mayoría de las obligaciones del franquiciante se circunscriben a entregar todas las indicaciones e instrucciones para que el franquiciado pueda ejecutar de manera correcta el modelo de negocio. De ahí, en adelante el franquiciante examina e interviene la operación del franquiciado sin restricción aparente.

El aparte de las obligaciones del franquiciante se preocupa especialmente por las obligaciones casi que al inicio de la relación contractual de cara a este sujeto, pero guarda silencio una vez ya comienza a operar el negocio, el punto a señalar es aceptar las

contrataciones comunicadas. Por esto, es que se acudiría inicialmente al contrato para verificar los parámetros en los que el franquiciante y franquiciado acordaron las condiciones de seguimiento y control por parte de este primero frente al segundo. Esto guarda relevancia dado que el franquiciado en múltiples ocasiones no guarda poder de negociación en concerniente a la estructuración del contrato, por lo que el contrato de franquicia termina siendo casi que un contrato de adhesión.

e. OBLIGACIONES DEL FRANQUICIADO

De igual manera, el mismo proyecto de decreto anteriormente mencionado, en su artículo 2.2.1.19.1.4., regulaba las obligaciones del franquiciado, habilitando a las partes a añadir lo que comprendieran desde la autonomía de la voluntad:

“Artículo 2.2.1.19.1.4. Obligaciones del franquiciado. Sin perjuicio de la autonomía de la voluntad de los contratantes, en los contratos de franquicia deberá incluirse como obligaciones del franquiciado, las siguientes:

- 1. Desarrollar la actividad del sistema de negocio franquiciado, cumpliendo con las especificaciones del o de los manuales proporcionados por el franquiciante.*
- 2. Entregar la información que requiera el franquiciante para el conocimiento del desarrollo del sistema de negocio franquiciado, de acuerdo con lo estipulado en la circular de oferta de franquicias y en el contrato.*
- 3. Facilitar la realización de las inspecciones que se hayan pactado y que, en todo caso, se refieran a los bienes y/o actividades objeto de la franquicia.*
- 4. Abstenerse de realizar actos que puedan poner en riesgo el buen nombre y/o el prestigio del sistema de negocio franquiciado.*
- 5. Informar al franquiciante de cualquier violación de los derechos de propiedad intelectual de que tenga conocimiento.*
- 6. Mantener la confidencialidad de la información reservada que integra el sistema de negocio franquiciado y tomar las medidas necesarias para preservar la misma. Esta obligación subsiste después de la terminación del contrato, mientras la información recibida por el franquiciado mantenga el carácter de confidencial.*

7. Realizar el pago de las contraprestaciones pactadas en el contrato.

8. Informar al franquiciante sobre las subcontrataciones que requiera realizar.”

Por otro lado, de cara al franquiciado, sus obligaciones se fundamentan en permitir la supervisión y control del franquiciante al modelo de negocio, es decir, a la forma de operar en todos los sentidos. De esto, se evidencia que el contrato de franquicia funciona únicamente bajo el supuesto en donde el dueño del modelo de negocio puede intervenir en el giro ordinario de los negocios y las finanzas al franquiciado, de lo contrario, el contrato de franquicia sería inviable.

III. CONTROL

La definición de control puede variar dependiendo del escenario en el que se aborde, dado que la normativa que se use para cada caso puede derivar en conclusiones parecidas, opuestas o parcialmente similares.

El derecho a la competencia y derecho societario se toman una parte importante del ordenamiento jurídico, para algunos, más una que la otra y viceversa. Ambas ramas del derecho se ocupan de agentes similares, como las empresas, sus administradores y los terceros, sin embargo, los efectos de control para cada una conlleva a consecuencias diferentes.

Los elementos que pueden comprobar la relación de control pueden ser similares, pero entendidos de manera diferente, como mención de apertura, el derecho societario es un poco más tradicional, el control lo concibe con conceptos como la mayoría accionaria de una sociedad frente a otra. Ahora bien, el derecho a la competencia va un poco más allá y realmente se cuestiona con formas de control no tradicionales, como, por ejemplo, el control ejercido por medio de los contratos, que si bien no es tan evidente como una sociedad entrega el control bajo esa modalidad, si cambia abiertamente su comportamiento al celebrar ciertos actos jurídicos.

a. DESDE EL DERECHO SOCIETARIO

La doctrina ha definido el control como la situación en donde una persona, ya sea natural o jurídica, ejerce influencia sobre una o varias personas jurídicas, de modo que la voluntad decisiva de las sociedad se encuentre bajo la voluntad de quien domina (Montiel, 2009). De igual manera, el control puede entenderse como la capacidad de una persona o un grupo de personas para influir de manera importante las decisiones estratégicas, como su política, dirección y gestión financiera (Gower & Davies, 2012). Bajo lo establecido por la OCDE (2015), el control se mide, principalmente, por medio de la participación accionaria, pero también por contratos o influencia indirecta.

En la regulación española la Ley de Sociedades de Capital (LSC), artículo 42, señala que existe control cuando una sociedad tiene una influencia importante en otra, ya sea por acuerdos de control o por participación mayoritaria. Así mismo, en Norteamérica la relación de subordinación se analiza bajo el estándar de “*effective control*” -control efectivo-, comprendido en casos como los de *Santa Fe Industries, Inc. v. Green* (1977).

En Colombia, el artículo 260 del Código de Comercio¹⁹, modificado por el artículo 26 de la Ley 222 de 1995, establece que una sociedad será controlada cuando su “poder de decisión” se encuentre bajo la voluntad de un tercero, el cual se denominará matriz o controlante. Por una parte, cuando la matriz ejerza el control directamente, la controlada se entenderá como filial, por otra, cuando el control sea realizado indirectamente, será subsidiaria.

El artículo subsiguiente, 261, presume que una sociedad será subordinada en tres escenarios. Primero, “cuando más del cincuenta por ciento (50% le pertenezca a la matriz)”, segundo, cuando la matriz y la subordinada tengan la mayoría mínima para decidir o tengan la capacidad de elegir la mayoría de miembros de juntas directiva, y tercero, cuando la matriz ejerza influencia dominante en los órganos de administración por medio de un acto o negocio²⁰.

¹⁹ Código de Comercio, art. 260: “Una sociedad será subordinada o controlada cuando su poder de decisión se encuentre sometido a la voluntad de otra u otras personas que serán su matriz o controlante, bien sea directamente, caso en el cual aquélla se denominará filial o con el concurso o por intermedio de las subordinadas de la matriz, en cuyo caso se llamará subsidiaria.

²⁰ Código de Comercio, art.261: “Será subordinada una sociedad cuando se encuentre en uno o más de los siguientes casos:

1. Cuando más del cincuenta por ciento (50%) del capital pertenezca a la matriz, directamente o por intermedio o con el concurso de sus subordinadas, o de las subordinadas de éstas. Para tal efecto, no se computarán las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto.

Un ejemplo de lo anterior, es el Grupo Aval, que es uno de los conglomerados financieros más destacados de Colombia y Centroamérica, dirigido por su matriz Grupo Aval Acciones y Valores S.A. Este grupo empresarial está conformado por el Banco de Bogotá, el Banco de Occidente, el Banco Popular, el Banco AV Villas, Corficolombiana, Porvenir, dale!, Multibank, entre otros²¹.

b. DESDE EL DERECHO A LA COMPETENCIA

Bajo el Decreto 2153 de 1992, art. 45, numeral 4, el control para el derecho a la competencia se entiende como “*La posibilidad de influenciar directa o indirectamente la política empresarial, la iniciación de los bienes o derechos esenciales para el desarrollo de la actividad de la empresa*”. De igual manera, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), por medio de la Resolución 3085 de 2015 establece que no es esencial demostrar que el controlante haga uso efectivo de su influencia, solo basta con la posibilidad de que este esté en la posición de ejercer influencia para que exista control²².

Existen diferentes formas de la consolidación del control, puede ser por la toma por parte de otra sociedad que adquirió el control corporativo y guarda la facultad de tomar decisiones, lo que se denominaría como “control positivo”, o porque los accionistas minoritarios, de manera conjunta o individual, generan un bloqueo al influenciar la administración, lo que se denominaría como “control positivo”.

Es una obligación de las sociedades reportar esta situación de control ante la SIC, no importa la forma en que se dé este fenómeno. Las operaciones de concentraciones empresariales

2. Cuando la matriz y las subordinadas tengan conjunta o separadamente el derecho de emitir los votos constitutivos de la mayoría mínima decisoria en la junta de socios o en la asamblea, o tengan el número de votos necesario para elegir la mayoría de miembros de la junta directiva, si la hubiere.

3. Cuando la matriz, directamente o por intermedio o con el concurso de las subordinadas, en razón de un acto o negocio con la sociedad controlada o con sus socios, ejerza influencia dominante en las decisiones de los órganos de administración de la sociedad.

²¹ Nuestras compañías. Grupo Aval. Disponible: <https://www.grupoaval.com/nuestras-companias#:~:text=Grupo%20Aval%20es%20uno%20de,negocio%20de%20administraci%C3%B3n%20privada%20de>

²² Andrés Jaramillo Hoyos. Concentraciones empresariales en Colombia. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá D.C. 2016. Pág. 360.

pueden darse de diferentes maneras, por ejemplo, mediante una fusión²³, integración²⁴, contratos, entre otras.

Los esquemas de control son de gran preocupación para el derecho a la competencia, dado que estos se prestan para ser una modalidad de integración vertical u horizontal, lo cual puede perjudicar al mercado o a los consumidores, o a ninguno, dependiendo el caso en particular. Sin embargo, la SIC puede autorizar, autorizar condicionalmente o negar²⁵ la integración.

En línea con lo anterior, el artículo 4 de la Ley 155 de 1959, modificado por el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, señala:

“Artículo 9. Control de Integraciones Empresariales. El artículo 4° de la Ley 155 de 1959 quedará así: Las empresas que se dediquen a la misma actividad económica o participen en la misma cadena de valor y que cumplan con las siguientes condiciones, estarán obligadas a informar a la Superintendencia de Industria y Comercio sobre las operaciones que proyecten llevar a cabo para efectos de fusionarse, consolidarse, adquirir el control o integrarse cualquiera sea la forma jurídica de la operación proyectada: 1. Cuando, en conjunto o individualmente consideradas, hayan tenido durante el año fiscal anterior a la operación proyectada ingresos operacionales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio o; 2. Cuando al finalizar el año fiscal anterior a la operación proyectada tuviesen, en conjunto o individualmente consideradas, activos totales superiores al monto que, en salarios mínimos legales mensuales vigentes, haya establecido la Superintendencia de Industria y Comercio. En los eventos en que los interesados cumplan con algunas de las dos condiciones anteriores pero en conjunto cuenten con menos del 20% del mercado relevante,

²³ Código de Comercio, art. 172. “La fusión es una reforma estatutaria a través de la cual, una o más sociedades se disuelven sin liquidarse y transfieren en bloque sus patrimonios para ser absorbidas por otra u otras sociedades o, para crear una nueva compañía”.

²⁴ Concepto 96048285 de 1996. Superintendencia de Industria y Comercio. “Es la alianza o unión de dos o más empresas para formar una sola a través de la creación o implementación de esquemas operativos del diseño y ejecución (...) de cualquier caso de decisión empresarial” que “influya en el desarrollo presente y futuro de las actividades de la empresa resultado de la integración cuyo objetivo es el de crear una empresa de mayor tamaño, que puede expandir sus actividades y proyectarse en mejores condiciones a competir tanto interna como externamente”.

²⁵ La proporción de los casos en los que SIC niega una integración vs los casos en donde la acepta o la acepta con condicionamientos es muy desigual, favoreciendo notoriamente a los casos es donde da el aval.

se entenderá autorizada la operación. Para este último caso se deberá únicamente notificar a la Superintendencia de Industria y Comercio de esta operación (...)”.

Para ilustrar el ejemplo de control, se pone de presente el caso de *Avianca y United Airlines* el cual parte de que Avianca recibió un préstamo por United Airlines por 456 millones de dólares, como garantía, se comprometió la participación accionaria de Avianca en un equivalente al 78.1% de las acciones ordinarias con derecho a voto y el 51,53% de las acciones totales en circulación. Las condiciones de inversión del crédito estaban fijadas por United, por ende, Avianca no tenía total disposición de esos recursos, esto conlleva a que no existe un control tradicional, sino, un control que parte de motivos contractuales, pero que limita la autonomía de unos de los agentes en la relación jurídica (Reportur, 2019).

c. EFECTOS

De cara al derecho a la competencia, los esquemas de control generación preocupación de cara, principalmente, al mercado y los competidores, dado que pueden guardar intenciones anticompetitivas que desincentiven la innovación y el mejoramiento de las cadenas de valor. Ahora bien, para esto es que la SIC puede autorizar o no la integración, pero una vez autorizada -como ocurre en más del 94% de los casos-, la inspección, vigilancia y control no tiene más efectos jurídicos. No más allá de que la SIC siga monitoreando las circunstancias reportadas vs las reales que se lleven a cabo en la integración.

Aparte de lo anterior, la autoridad competente puede analizar los efectos de cara a la consolidación o no de una posición dominante el impacto sobre los consumidores, entre otros efectos. Todas las consecuencias relativas a la integración deben ser analizados de cara a la autorización de la operación. El momento oportuno para que la autoridad manifieste sus preocupaciones es cuando puede objetar la integración o solicitar garantías.

Por otra parte, para el derecho societario, si bien es obvio que para que se evidencie una relación de control es más complejo y dispendioso, una vez se comprueba que existe una matriz que tiene el control de una filial y/o subsidiaria se despliegan una serie de consecuencias jurídicas como la inscripción en el registro mercantil, la obligación de certificar situaciones de subordinación, control o vinculación a grupo empresarial, la consolidación de estados financieros, la prohibición de imbricación, la restricción al pago de

dividendos en acciones, la acumulación procesal o coordinación en casos de insolvencia y la extensión de responsabilidad.

Todo lo anterior, es monitoreado por la Superintendencia de Sociedades. Como el derecho a la competencia verifica y hace seguimiento, por medio de la Superintendencia de Industria y Comercio, a las empresas que gozan de posición dominante frente a sus comportamientos en el mercado, algo similar ocurre en los grupos empresariales, ya que estos, al consolidarse de esta manera, no pueden ejecutar acciones específicas o celebrar negocios en particular.

IV. GRUPOS EMPRESARIALES

El derecho societario comprende lo que se denomina grupo empresarial o, como su anglicismo equivalente, “*holding*” el cual es la consecuencia primigenia de que se compruebe una relación de control en el marco del derecho societario.

La dinámica empresarial contemporánea se manifiesta en los grupos de sociedades, cuya razón de ser se fundamente en la capacidad económica e innovadora de estos grandes conglomerados. De esta manera, se sostiene que cuando una sociedad alcanza dimensiones de una relevancia internacional asume una configuración unificada de una sociedad directora, que hoy se conoce como *holding* (Galgano, 2007).

Obtener participación mayoritaria o importante en una serie de sociedades, y subordinación su administración y decisión al control de una directora se entiende como una forma eficaz de concentración empresarial. Mediante esta forma de asociación de personas jurídicas, se ve con relativa frecuencia la integración vertical, por medio de la cual se crean sinergias y eficiencias entre diferentes eslabones de la misma cadena de producción -como lo que ocurre por medio del contrato de franquicia-. En palabras de Galgano “*la esencia del grupo societario reside en la descomposición de la empresa en la pluralidad de sociedades, en la que cada una ejerce una fase distinta de la misma actividad de producción y de cambio*”.

La Ley 222 de 1995, en su artículo 28²⁶, establece en su inciso primero que existe grupo empresarial cuando exista “unidad de propósito y dirección”. Lo anterior hace alusión a que las sociedades implicadas en el grupo tienen objetivos estratégicos comunes, que van en concordancia, y que priorizan, los fines generales sobre los individuales, lo que acarrea que las decisiones de las subordinadas se direccionan hacia el cumplimiento de los objetivos, en resumidas cuentas, de la matriz.

En el Oficio No. 220-031823 de abril 22 de 2008, se trae a colación lo dispuesto en la Circular 030, del 26 de noviembre de 1997, para entender la unidad de propósito y dirección:

“De conformidad con la disposición transcrita, para que se configure la situación de grupo empresarial se requiere:

- 1. Existencia de un vínculo de subordinación, el cual es descrito en los artículos 26 y 27 de la Ley 222 de 1995 que modificaron los artículos 260 y 261 del Código de Comercio.*
- 2. Que exista entre las entidades unidad de propósito y dirección. En relación con este último presupuesto de la situación de grupo empresarial, sea lo primero señalar que el mismo no puede limitarse única y exclusivamente a unas hipótesis cerradas definidas previamente por el legislador, por cuanto obedecen a fenómenos de carácter económico y como tal variables, razón por la cual la descripción prevista en la norma de "perseguir la consecución de un objetivo determinado por la matriz o controlante", como respuesta a la noción de "unidad de propósito y dirección", es lo suficientemente amplia, por lo que se comprenden las diferentes hipótesis que puedan presentarse en la realidad empresarial. En este aspecto la Ley describe los supuestos del grupo empresarial ampliando el criterio propio del control o subordinación, y exige en forma adicional, que independientemente del desarrollo individual del objeto social por cada una de las compañías, se configure una marcada*

²⁶ Ley 222 de 1995, art. 28: “Habrá grupo empresarial cuando además del vínculo de subordinación, exista entre las entidades unidad de propósito y dirección.

Se entenderá que existe unidad de propósito y dirección cuando la existencia y actividades de todas las entidades persigan la consecución de un objetivo determinado por la matriz o controlante en virtud de la dirección que ejerce sobre el conjunto, sin perjuicio del desarrollo individual del objeto social o actividad de cada una de ellas. Corresponderá a la Superintendencia de Sociedades, o en su caso a la de Valores o Bancaria, determinar la existencia del grupo empresarial cuando exista discrepancia sobre los supuestos que lo originan.”

injerencia o intervención de la matriz o controlante en procura de la obtención de un beneficio general o exclusivo del grupo entendido como un todo, o de alguna parte específica del mismo. Así las cosas, no habrá lugar a considerar la figura del "grupo empresarial". Por el simple hecho de que la matriz persiga que sus subordinadas sean rentables, salvo que dicho objetivo se encuentre acompañado de una injerencia de aquella en cuanto a la disposición planificada y sistemática de objetivos determinados, que han de ejecutarse por los sujetos que conforman el grupo, al tiempo que deben someterse a su evaluación y control directo o indirecto estableciendo una clase de relación de interdependencia.

Para complementar el análisis de la norma referida resulta pertinente también acudir a uno los métodos de interpretación de la ley que se encuentra establecido por el Código Civil, en el artículo 28, que establece: "las palabras de la ley se entenderán en su sentido natural y obvio, según el uso general de las mismas..."

Por ello, es válido acudir a las definiciones que sobre las expresiones "unidad", "propósito" y "dirección" brinda el Diccionario de la Lengua Española editado por la Real Academia Española: "Unidad. Propiedad de todo ser, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o se altera. II3. Unión o conformidad. "Propósito. Animo o intención de hacer o no hacer una cosa. II 2. Objeto, mira. II 3. Materia de que se trata o en que se está entendiendo. "Dirección. Acción y efecto de dirigir o dirigirse. II 2. Camino o rumbo que un cuerpo sigue en su momento. - II 4. Conjunto de personas encargadas de dirigir una sociedad, II establecimiento, explotación, etc."

a. Consecuencias de la consolidación de grupos empresariales.

Los grupos empresariales son una herramienta importante para la instrumentalización de negocios a una escala internacional, sin embargo, existen consecuencias bajo el ordenamiento jurídico colombiano con respecto a la consolidación de estos conglomerados:

i. Inscripción en el registro mercantil:

La Circular Básica Jurídica de la Superintendencia de Sociedades, en su Título II, Obligaciones para revelar la situación de control y/o grupo empresarial, artículo 7.7., o el artículo 30 de la Ley 222, establece:

“Obligación de revelar la situación de control o grupo empresarial y formalidades. Le corresponde a la matriz o controlante calificar el cumplimiento de los supuestos para declarar la situación de control por subordinación o la existencia del grupo empresarial.

Tanto la situación de control, como la situación de grupo empresarial o cualquier modificación al respecto, debe ser inscrita ante el registro mercantil de la cámara de comercio de la respectiva circunscripción, dentro de los 30 días siguientes a la configuración de la situación de control o del grupo empresarial. Ello, porque se trata de las dos situaciones particulares definidas por la ley, en las cuales se verifican relaciones entre las matrices o controlantes y las sociedades subordinadas, con efectos y consecuencias jurídicas que son de alguna manera distintas en cada caso. La inscripción debe efectuarse mediante la presentación de un documento privado que contenga el nombre, domicilio, nacionalidad, actividad de los vinculados, señalándose, además, la respectiva presunción que da lugar a la situación de control, o grupo empresarial, de acuerdo con lo señalado en las leyes vigentes.

De acuerdo con lo expresado, la sociedad matriz, lo mismo que las sociedades subordinadas en cada caso, deberán proceder a efectuar la inscripción del documento privado ante la cámara de comercio de su circunscripción, dando también cumplimiento a las demás obligaciones que se derivan de su carácter”.

Esta claridad es indispensable para permitir mayor seguridad jurídica para quienes tienen algún tipo de relación con la actividad de las empresas relacionadas al grupo. Sin embargo, en lo que respecta al procedimiento de reporte de control, guarda ciertos vacíos.

No se mencionan cuál es el órgano competente para realizar las mencionadas inscripciones, por ello, esta responsabilidad queda, por descarte, en cabeza del representante legal. El incumplimiento de este mandato acarrea sanciones y responsabilidad de acuerdo al ordenamiento jurídico.

De igual manera, es apenas obvio que cualquier cambio en la relación de control debe ser inscrito en el registro mercantil. Esto es relevante teniendo en cuenta que en las dinámicas empresariales actuales la relación de control puede variar sucesivamente.

ii. Obligación de certificar situaciones de subordinación, control o vinculación a grupo empresarial:

Para garantizar la efectividad de la publicidad prevista en la norma, las cámaras de comercio están obligadas a expedir en los certificados de existencia y representación legal, la condición de matriz o subordinada de la sociedad que haga parte de un grupo empresarial. Lo anterior, está comprendido en La Ley 222 de 1995, artículo 30, parágrafo 1, mas este mandato no significa que las cámaras de comercio tengan la facultad de declarar de manera autónoma la existencia de una relación de control cuando, de forma independiente, identifiquen los elementos que la configuran. Lo que realmente implica es que, una vez que la documentación requerida en el registro mercantil -ya sea mediante un documento privado o a causa de una decisión administrativa que corrobore la relación de subordinación o control- la respectiva cámara de comercio debe certificar dicha circunstancia en todos los documentos que expida en el futuro.

A pesar de lo anterior, surge la inquietud acerca si esta obligación aplica también para las relaciones de subordinación, control o vinculación a grupos empresariales en el caso de personas jurídicas que no tengan naturaleza no societaria. Esta pregunta es relevante ya que, aunque se permite que el control pueda ejercerse mediante o con la participación de entidades que no tengan carácter societario, la norma analizada únicamente menciona a las sociedades. Esto genera una aparente exclusión de entidades como las fundaciones, asociaciones o cooperativas, lo cual podría generar desigualdades en la publicidad y transparencia de las relaciones de control.

El Decreto 2150 de 1995, que regula aspectos relacionados con la simplificación de trámites administrativos, se establece una asimilación entre las personas jurídicas sin ánimo de lucro y las sociedades comerciales. Más en concreto, los artículos 40 y 42 del decreto indican que, para efectos de registro de ciertos actos y documentos, las personas jurídicas sin ánimo de lucro estarán sujetas a un régimen similar al de las sociedades. Esto sugiere que las obligaciones relacionadas con la inscripción y certificación de relaciones de control y subordinación podrían extenderse también a estas entidades.

La lógica detrás de esta extensión parte de, si las personas jurídicas no societarias pueden participar en estructuras de control o ser objeto de subordinación, no sería coherente excluirlas de las obligaciones de publicidad registral. Así no solo se garantiza mayor transparencia en las relaciones corporativas, sino que también protegería a terceros que interactúan con dichas entidades. Además, la obligación de certificar estas relaciones en los documentos que emitan las cámaras de comercio contribuye a reducir la asimetría de información en el mercado, facilitando una toma de decisiones más informada por parte de las partes interesadas.

En conclusión, aunque la norma establece explícitamente la obligación de las cámaras de comercio de registrar y certificar las relaciones de control y subordinación en el caso de las sociedades, existe una base legal para extender esta obligación a personas jurídicas no societarias. Esto aseguraría un tratamiento uniforme y promovería la transparencia en todas las estructuras organizacionales que participan en relaciones de control, ya sea como matriz o subordinada.

iii. Consolidación de estados financieros.

Como resultado de la consolidación del grupo empresarial, resulta evidente la necesidad de consolidar los estados financieros de todas las sociedades que participan. Solamente de esta manera se puede conocer el efecto económico de la subordinación. Esto no resulta novedoso para el ordenamiento jurídico, dado que con el Decreto 2160 de 1986 presentó el mandato de consolidar los estados financieros bajo ciertos escenarios²⁷. De igual manera, el Decreto 2649 de 1993 reiteró la necesidad de consolidación en los casos de subordinación²⁸.

El artículo 35 de la Ley 222 de 1995 nuevamente recordó la obligación de la matriz de preparar, presentar y difundir, fuera de los estados financieros consolidados, otros

²⁷ En el art. 85 se dispuso la obligación de “consolidar estados financieros cuando se trate de compañías subordinadas, utilizando métodos de valor técnico. De lo anterior, se hace evidente que, financieramente, desde el inicio de los esquemas de control, ha sido indispensable la homogenización de la información contable para las sociedades que se encuentran relacionadas por lazos de subordinación.

²⁸ En España, la Ley de Sociedades Anónimas, en su art. 171, comprende que los administradores de la sociedad deben, bajo el máximo de tres meses desde el fin del año fiscal, presentar los informes de gestión y los estados financieros de forma consolidada.

de propósito general²⁹, en los cuales se refleje el flujo de efectivo entre la matriz y sus subordinadas como si fueran una única persona jurídica. De igual manera, estos estados financieros pasan a ser votados por el máximo órgano de la matriz.

iv. Prohibición de imbricación.

Uno de los efectos de la consolidación de un grupo empresarial es la prohibición de las operaciones de imbricación³⁰, dado que la imbricación tiene efectos nocivos de cara a la salud financiera, y frente a los terceros. Además que, bajo una operación de imbricación se pierde parcialmente la figura del control, dado que la controlada se hace dueña de la controlante, para entrar un ciclo aparentemente interminable.

El Código de Comercio en su artículo 262, modificado por el artículo 32 de la Ley 222 de 1995, prohíbe a las subordinadas tener alguna acción o semejante de la controlante, so pena de ineficacia³¹.

Así, el oficio 220-12558 del 12 de agosto de 2014 señala:

“Las sociedades subordinadas no podrán tener a ningún título, partes de interés, cuotas o acciones en las sociedades que las dirijan o controlen. Serán ineficaces los negocios que se celebren contrariando este artículo.” Para que se presente la imbricación son indispensables, entonces, los siguientes requisitos: a). - Una sociedad matriz b). - Una o varias sociedades subordinadas c). - Que la (s) subordinada (s) participen (n) en el capital de la matriz

(...)

²⁹ Ley 222 de 1995, art. 35. “La matriz controlante, además de preparar y presentar estados financieros de propósito general individuales, deben preparar y difundir estados financieros de propósito general consolidados, que presenten la situación financiera, los resultados de las operaciones, los cambios en el patrimonio, así como los flujos de efectivo de la matriz o controlante y sus subordinados o dominados, como si fuesen los de un solo ente.

Los estados financieros de propósito general consolidados deben ser sometidos a consideración de quien sea competente, para su aprobación o improbación.

Las inversiones en subordinadas deben contabilizarse en los libros de la matriz o controlante por el método de participación patrimonial”.

³⁰ Estas consisten en la existencia de participaciones recíprocas de capital entre subsidiarias y matrices. En otras palabras, la sociedad controlada compra acciones de la sociedad controlante, cuyo efecto es la duplicación artificial del capital o de los aportes, toda vez que la replicación hacia arriba del activo, no existe, es la misma inversión hacia abajo vista en un espejo.

³¹ Ley 222 de 1995, art. 32: “Las sociedades subordinadas no podrán tener a ningún título, partes de interés, cuotas o acciones en las sociedades que las dirijan o controlen. Serán ineficaces los negocios que se celebren, contrariando lo dispuesto en este artículo”.

En esencia, los requisitos para que se presente la imbricación societaria son entonces: i) la existencia de una sociedad matriz; ii) la presencia de una o varias sociedades subordinadas; iii) que la subordinada participe en el capital de la matriz. Reunidos tales elementos, existe imbricación sin importar si el capital está representado en acciones o partes de interés y si las mismas fueron adquiridas a títulos gratuito u oneroso”.

v. Restricción al pago de dividendos en acciones.

El Código de Comercio habilita el pago de los dividendos en acciones³² bajo la mayoría legalmente requerida, a pesar de lo dispuesto en el artículo 68 de la misma regulación³³. Lo anterior, guarda relevancia desde el ánimo proteccionista hacia el accionista minoritario y su derecho a recibir dividendos del ejercicio social.

vi. Acumulación procesal o coordinación en casos de insolvencia.

En caso de insolvencia, se incorporó un régimen concursal para las compañías que se encontraran vinculadas. La Superintendencia de Sociedad, de oficio o a petición de parte debe decretar la acumulación de procesos³⁴, esta prerrogativa se ve prevista en el artículo 148 de la Ley 222.

³² Código de Comercio, art 455. “Hechas las reservas a que se refieren los artículos anteriores, se distribuirá el remanente entre los accionistas.

El pago del dividendo se hará en dinero efectivo, en las épocas que acuerde la asamblea general al decretarlo y a quien tenga la calidad de accionista al tiempo de hacerse exigible cada pago.

No obstante, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad, si así lo dispone la asamblea con el voto del ochenta por ciento de las acciones representadas. A falta de esta mayoría, sólo podrán entregarse tales acciones a título de dividendo a los accionistas que así lo acepten”.

³³ Ley 222 de 1995, art. 68: “La asamblea deliberará con un número plural de socios que represente, por lo menos, la mitad más una de las acciones suscritas, salvo que en los estatutos se pacte un quórum inferior.

Con excepción de las mayorías decisorias señaladas en los artículos 155, 420 numeral 5o. y 455 del Código de Comercio, las decisiones se tomarán por mayoría de los votos presentes. En los estatutos de las sociedades que no negocien sus acciones en el mercado público de valores, podrá pactarse un quórum diferente o mayorías superiores a las indicadas”.

³⁴ Ley 222 de 1995, art. 148: “Cuando simultáneamente con el trámite del concordato y antes de ser aprobado el acuerdo, se adelanten concordatos de otras entidades vinculadas entre sí por su carácter de matrices o subordinadas, o cuyos capitales estén integrados mayoritariamente por las mismas personas, sea que éstas obren directamente o por conducto de otras personas jurídicas, de oficio o a solicitud de cualquiera de los acreedores o del deudor, la Superintendencia de Sociedades decretará la acumulación de ellos, mediante el trámite que para la acumulación de procesos establece el Código de Procedimiento Civil.

La Ley 1116 de 2006 dispone de instrucciones para la coordinación de procesos en donde se encuentren sociedades que pertenecen al mismo grupo empresarial. De conformidad con la anterior ley, el procedimiento se resume en:

- a. La solicitud de iniciación del proceso de reorganización en donde puede hacer alusión a varios deudores relacionados por sus matrices, controlantes o subordinados, o cuyos capitales estén conformados por las mismas personas jurídicas o naturales.
- b. La Superintendencia de Sociedades puede hacer apertura de un proceso de reorganización, si la matriz o controlante ha incurrido en una cesación de pagos de una controlada, en este supuesto debe darse la coordinación de procesos de insolvencia.

La misma norma no trae ninguna regla en materia de coordinación de los procesos de liquidación judicial. Con lo anterior, sería posible considerar la coordinación también en este escenario por fines puramente procesales.

vii. Extensión de responsabilidad

La consecuencia más agresiva del ordenamiento jurídico para casos de control en el marco del derecho societario, es la subsidiariedad de la matriz en términos de responsabilidad en caso de concurso de la sociedad controlada, y en caso de una liquidación obligatorio en caso de fraude. Esto permite perseguir el patrimonio de la matriz por parte de terceros, lo cual se conflictúa con la esencia de una sociedad, lo cual es la división patrimonial de sus socios con la sociedad. Por eso, resulta un tema sensible el ánimo doloso al constituir un grupo empresarial.

En palabras de la Superintendencia de Sociedades:

“Los sujetos vinculados en situación de control o grupo empresarial en los términos de la Ley 222 de 1995 conservan su individualidad, es decir, mantienen sus atributos y obligaciones propias. Los supuestos de control establecidos en el artículo 27 de la citada norma suponen una o varias personas controlantes y una o varias sociedades comerciales controladas, de

tal manera que en los dos extremos de la relación de control se ubican sujetos con posibilidad de adquirir derechos y de contraer obligaciones en forma independiente.

Dentro de los efectos de la subordinación no se ha establecido la solidaridad de la matriz o controlante en el pago de las obligaciones contraídas por sus filiales o subsidiarias, por el solo hecho de la vinculación. Entendiendo por solidaridad una especial relación jurídica obligatoria en la que los acreedores pueden reclamar la totalidad de la deuda a cualquiera de los deudores comprometidos, de conformidad con lo establecido en el artículo 1568 del Código Civil.

No obstante, el legislador mediante el párrafo del artículo 148 y artículo 207 de la Ley 222 de 1995 ha establecido dos modalidades, a través de las cuales las matrices o controlantes podrían responder por obligaciones de sus subordinadas”.

Los dos supuestos son:

“Cuando la situación de concordato o de liquidación obligatoria haya sido producida por causa o con ocasión de las actuaciones que haya realizado la sociedad matriz o controlante en virtud de la subordinación y en interés de esta o de cualquiera de sus subordinadas y en contra del beneficio de la sociedad en concordato, la matriz o controlante responderá en forma subsidiaria por las obligaciones de aquella. Se presumirá que la sociedad se encuentra en esa situación concursal, por las actuaciones derivadas del control, a menos que la matriz o controlante o sus vinculadas, según el caso, demuestren que ésta fue ocasionada por una causa diferente” (Párrafo del art. 148 de la Ley 222 de 1995).

“Cuando los bienes de la liquidación sean insuficientes para cubrir el total de los créditos reconocidos y se demuestre que los socios utilizaron la sociedad para defraudar a los acreedores, serán responsables del pago del faltante del pasivo externo, en proporción a los derechos que cada uno tenga en la sociedad. La demanda deberá promoverse por el acreedor respectivo y se tramitará por el proceso ordinario.

La responsabilidad aquí establecida se hará exigible sin perjuicio de las demás sanciones a que haya lugar y sin consideración al tipo societario”.
(Art. 207 de la Ley 222 de 1995).

Atendiendo a lo anteriormente expuesto, la consolidación de un grupo empresarial puede obedecer a la dinámicas actuales de la gestión y expansión de negocios, sin embargo, acarrear consecuencias que pueden no ser muy atractivas para los inversionistas. Sin perjuicio de lo anterior, la doctrina ha dispuesto diferentes vehículos para mitigar estos riesgos e incluso evitarlos.

Esta figura parte del derecho societario y es la autoridad competente -Superintendencia de Sociedades-, la encargada que las empresas que hacen parte de un grupo empresarial cumplan las normas correspondientes, toda vez que esta es la también la dispuesta a imponer las respectivas sanciones en caso de incumplimiento.

V. CONCLUSIONES

Este contrato ha sido clave para la expansión del mundo empresarial como se conoce hoy en día, teniendo una gran solución para la equilibrar la supervisión de la explotación de la marca y la volatilidad de la red de franquiciados. Por medio de este contrato, las sociedades pueden migrar a mercados internacionales y consolidar una mejor posición, evitando los costos y riesgos asociados a la operación de nuevos locales comerciales que pueden presentar pérdidas importantes para cualquier sociedad. Sin embargo, lo planteado en este escrito pretende analizar la estructura de operación y las dinámicas contractuales que sugieren similitudes importantes con el comportamiento de grupos empresariales, lo que cuestiona las implicaciones legales, económicas y regulatorias con las que opera este contrato.

El control y lo indispensable que este elemento es para la franquicia permite cuestionar la forma en que se ejecuta el contrato de franquicia. El franquiciante controla la actividad del franquiciado en su totalidad, esto se manifiesta en factores operacionales, financieros y estratégicos, todo esto bajo la necesidad de garantizar la uniformidad de los estándares de marca y la protección de la reputación en el mercado, pero también creando una relación de absoluta dependencia del franquiciado frente al franquiciante. Lo anterior, se da en las

ordenes sobre la operación del negocio al franquiciado, como por ejemplo, el diseño del local, atención al cliente, procesos de producción, presentación de los productos, entre otros. Esto basado en que la experiencia para el consumidor sea idéntica sin importar de quien se sirva para aprovisionarse de determinado producto o servicio.

Además, bajo el reporte de ingresos que realiza el franquiciado, el franquiciante goza de toda la información contable y le sirve de instrumento, no solo para el cálculo de regalías, sino también para el conocimiento de la salud de las finanzas del franquiciado. De igual manera, para determinar la viabilidad de la franquicia, entre otros intereses. Ocurre lo mismo en la definición de estrategias de publicidad, promociones o precios, aunque busquen lo mejor para a marca, pueda que limiten o perjudiquen la actividad de un franquiciado, sin que este se pueda resistir.

Este nivel de control recuerda mucho las dinámicas de subordinación en los grupos empresariales, donde la matriz dirige y coordina el actuar de las subordinadas. Sin perjuicio de lo anterior, la relación de la red de franquicias no está igual de reglada que los grupos empresariales.

De igual manera, los grupos empresariales gozan, como elemento indispensable, la unidad de propósito y dirección, que se hace más que notoria en un esquema de franquicias. En esta, aunque no existe una subordinación legalmente reconocida, se distingue cómo los objetivos de la matriz se ven reflejados en los intereses de la red de franquiciados. Ahora bien, el franquiciante y franquiciado tienen el mismo intereses en común, el éxito de la marca. Por ende, surge la coordinación estrecha que beneficia a ambas partes, una parte expande su mercado y la otra aprovecha una marca reconocida que le brinda rendimientos importantes. Sin embargo, aunque los franquiciados son reconocidos como independientes del franquiciante, las decisiones estratégicas son dictadas únicamente por el franquiciante. Esto es desde la elección de campañas publicitarias, hasta la elección de proveedores. Lo anterior, pone de presente el paralelismo con los grupos empresariales, y si esta red debería estar sujeta a una regulación similar.

El contrato de franquicia tiene un sin número de efectos paralegales en la relación económica del franquiciante y franquiciado, estos efectos no pueden ser catalogados por la falta de regulación frente a este tema. El proyecto de decreto realizado por el Gobierno parecía una

buena proyección de normatividad, que adoptaba los puntos necesarios para una primera regulación de este contrato, sin embargo, no pudo ser incorporada al ordenamiento jurídico por los motivos del aparato judicial.

La franquicia representa una intersección ficticia entre la autonomía y el control, ofreciendo inicialmente ventajas únicas para expandirse empresarialmente, evitando los típicos costos en los que se incurre. Sin perjuicio de lo anterior, sus similitudes con los grupos empresariales sugieren la necesidad sobre aumentar su regulación, sobre todo en su protección y equidad de los derechos de las partes contratantes. El derecho comercial, y el derecho en general, suele adaptarse pasados los fenómenos económicos, sin embargo, las nuevas dinámicas empresariales cada vez le toman más ventaja al derecho, por lo que es indispensable comenzar a prestar atención a estas relaciones que ya ocupan gran parte de los negocios y que impactan diariamente a los consumidores, y tienen como único techo lo que se disponga en un contrato.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Andrés Jaramillo Hoyos. (2016). *Concentraciones empresariales en Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Bainbridge, S. M. (2012). *Corporate Law*. Foundation Press.
- Bebchuk, L. A., & Hamdani, A. (2009). The elusive quest for global governance standards. *University of Pennsylvania Law Review*, 157, 1263–1317.
- Blair, R. D., & Lafontaine, F. (2005). *The Economics of Franchising*. Cambridge University Press.
- Brickley, J. A., & Dark, F. H. (1987). The choice of organizational form: The case of franchising. *Journal of Financial Economics*, 18(2), 401-420.
- Castrillón y Luna, V. (2017). La libertad contractual. *Revista De La Facultad De Derecho De México*, 58(250), 155–181. <https://doi.org/10.22201/fder.24488933e.2008.250.60936>
- Combs, J. G., Michael, S. C., & Castrogiovanni, G. J. (2004). Franchising: A review and avenues to greater theoretical diversity. *Journal of Management*, 30(6), 907-931.

- Corte Constitucional de Colombia. (2022). *Sentencia C-188 de 2022*. Recuperado de <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2022/C-188-22.htm>
- Corte Suprema de Justicia. (2002). Sala de Casación Civil, expediente 6907. Sentencia del 1º de agosto de 2002. Magistrado ponente: Jorge Santos Ballesteros.
- Davies, P. (2010). *Gower and Davies: Principles of Modern Company Law*. Sweet & Maxwell.
- Decreto 2153 de 1992.
- Enríques, L., Hansmann, H., & Kraakman, R. (2017). *The Anatomy of Corporate Law: A Comparative and Functional Approach*. Oxford University Press.
- González-Páramo, A. (2008). Los contratos de franquicia: Aspectos jurídicos y económicos. *Revista de Derecho Mercantil*, 275, 55-84.
- Guardiola Sacarrera, E. (1998). *Contratos de colaboración en el comercio internacional*. BOSCH, CASA EDITORIAL.
- Hernando Jiménez, A. (2000). *El contrato de franquicia de empresa*. Civitas Ediciones S.L.
- Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado. (2002). Ley modelo sobre la divulgación de la información en materia de franquicia. Recuperado de <https://www.unidroit.org/spanish/modellaws/2002franchise/2002modellaw-s.PDF>
- Justis, R. T., & Judd, R. J. (2003). *Franchising*. Dame Publications.
- Lafontaine, F., & Shaw, K. (2005). Targeting managerial control: Evidence from franchising. *RAND Journal of Economics*, 36(1), 131-150.
- Ley 1116 de 2006.
- Ley 1340 de 2009.
- Ley 2069 de 2020.
- Ley 222 de 1995.
- Marzorati, O. J. (1986). Sistemas modernos de distribución comercial. *Revista del Derecho Comercial y de las Obligaciones*, 19(109-114), 344.
- Marzorati, O. J. (2001). *Franchising*. Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo de Palma.
- Melo, L. G. (s. f.). El contrato de franquicia celebrado con multinacionales del sector de alimentos y sus características como contrato de adhesión.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2020). *Proyecto de Decreto sobre franquicias y su regulación*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/normatividad/proyectos-de-normatividad/proyectos-de-decreto-2021/29-07-21-pd-franquicias.aspx>
- Montiel Fuentes, C. M. (2009). Acercamiento al concepto de grupos empresariales: Concurrencia de elementos para su existencia. *Revista Mercatoria*, 8.
- Narváez García, J. I. (2002). *Derecho mercantil colombiano. Volumen V. Obligaciones y contratos mercantiles*. Editorial LEGIS.
- OCDE. (2015). *Corporate Governance and the Control of Companies*. Paris: OECD Publishing.
- Oficio 220-12558 del 12 de agosto de 2014, Superintendencia de Sociedades
- Pierre Sigué, S., & Rebolledo, C. (2003). *La franquicia en Colombia: Teorías, realidades y perspectivas*. Ediciones UNIANDINAS, Grupo Editorial Norma.
- Plazas, R. A. (2010). El contrato de franquicia, su evolución y su injerencia en el desarrollo económico colombiano. *Revista Republicana*.
- Reportur. (2019, mayo 2). Avianca admite que United puede asumir control accionario. Recuperado de https://www.reportur.com/colombia/2019/05/02/avianca-admite-united-puede-asumir-control-accionarial/?utm_source=chatgpt.com
- Reyes Villamizar, F. Derecho societario. Tomo II. Bogotá D.C.: Temis, 2023.
- Rubin, P. H. (1978). The theory of the firm and the structure of the franchise contract. *Journal of Law and Economics*, 21(1), 223-233.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (1994). Concepto 94018269 del 15 de noviembre de 1994.
- Superintendencia de Industria y Comercio. (1996). Concepto 96048285.
- Vaughn, C. L. (1974). *Franchising*. Lexington Books.

