

CONTENIDO

Abreviaturas.....	15
Agradecimientos	17
Prólogo	19
Preliminares.....	21

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LOS CONTRATOS DE DISTRIBUCIÓN

1. La colaboración comercial y sus formas contractuales: cuando es mejor la compañía.....	23
2. Introducción a los contratos de distribución como expresión de la colaboración empresarial.....	24
2.1. 1+1: La figura de la colaboración empresarial.....	24
2.2. Qué es una empresa –Teoría de las organizaciones empresariales complejas–	27
2.3. $E=mc^2$ sinergia empresarial –Integración empresaria–	27
3. Y los comerciantes dijeron: “háganse los contratos de comercialización”	30

CAPÍTULO II

UNA REPUBLICA INDEPENDIENTE LLAMADA, CONTRATO DE AGENCIA

1. A qué se dedica el agente: objeto del contrato.....	37
1.1. El “encargo” como elemento básico del acuerdo	38
2. Cuáles son los caracteres propios de la agencia	39
2.1. Como contrato de colaboración.....	39

2.2.	Acuerdo entre comerciantes	40
2.3.	Autonomía e independencia	40
2.4.	Innominado o atípico	40
2.5.	Es contrato de duración	41
2.6.	Intuito personae –tú y sólo tú–	42
2.7.	Representación	42
2.8.	Asignación de zona de actuación	43
2.9.	Retribución	43
3.	Agencia y otros contratos	45
4.	Derechos y obligaciones de las partes	46
4.1.	Derechos del agente	46
4.2.	Obligaciones del agente	47
4.3.	Derechos del proponente	48
4.4.	Obligaciones del proponente	48
5.	Responsabilidad de las partes frente a terceros	48
6.	Terminación del contrato	49
6.1.	Rescisión	49
6.2.	Contratos sin plazo fijo	50
6.3.	Resolución	51
6.4.	Especial obligación poscontractual en Colombia: cesantía comercial	52
7.	Cláusulas dentro del contrato: qué compone el acuerdo de agencia –ejemplos prácticos–	52

CAPÍTULO III

CONTRATO DE CONCESION, CUANDO EL QUE MANDA, ¡MANDA!

1.	Generalidades	55
2.	Elementos	58
2.1.	Elementos generales	58
2.2.	Elementos particulares	62

3.	Duración del contrato –¿cuándo obtengo la ganancia prometida! –	64
4.	Obligaciones y derechos de las partes	65
4.1.	Contenido general	65
4.2.	Obligaciones y derechos del concesionario.....	73
4.3.	Obligaciones y derechos del concedente	74
5.	Responsabilidad de las partes	75
5.1.	Responsabilidad del concedente.....	75
5.2.	Responsabilidad del concesionario	79
6.	Extinción	80
6.1.	Rescisión y Resolución	81
7.	Cláusulas de la concesión: qué elementos integran, en la práctica, el acuerdo.	83
I.	Uso y explotación de la marca concedida	83
II.	Concesión de la comercialización y venta de productos, como tal.....	84

CAPÍTULO IV

UNA RELACION DE EQUIPO LLAMADA, FRANQUICIA – “TEAM- RELATIONSHIP” AGREEMENT–

Intro: algunas curiosidades, la franquicia como creación de los “outcast” o relegados.....	87
A. Aspectos básicos de la franquicia.....	89
I. La Franquicia Comercial	90
II. Los requisitos previos de la franquicia (La creación de la Cadena)	91
a. Pero primero, ¿Qué es la estandarización del éxito y por qué es tan importante?.....	92
b. Pero, ¿Cómo crear la idea?: Operación Piloto o Experimentación del “Know-How”	94
c. Ahora sí, cómo desarrollar el sistema de <i>Franchising</i> (o cómo desarrollar el Plan Negocial).....	95

d.	Ahora creado, ¿cómo transmitirlo?: El Know-how debe ser transmisible a través de un “how to know” o package	97
B.	Caracterización del contrato de franquicia: Ya creada la cadena, queda formalizarla: el contrato de franquicia.....	98
I.	Qué hace a un contrato, franquicia y no otro tipo contractual: ¿Cuál es el Espíritu del franchising o sus elementos básicos?.....	98
a.	Naturaleza relacional	99
b.	Elementos del acuerdo:	99
•	La marca, cuando una imagen vale más.....	100
•	El “know-how”: know-how “bites” –algunas precisiones en la franquicia–.....	102
•	Asistencia técnica y/o comercial.....	106
c.	El contrato de franquicia, es un acuerdo complejo –contratos asociados –.....	107
-	Licencia de marca:.....	107
-	Contrato de transferencia de tecnología:	108
-	Contrato de suministro:.....	108
d.	Elementos básicos de la firma de un acuerdo sui generis, como lo es el Contrato de franquicia.....	109
II.	El acuerdo de franquicia	112
a.	Pero para entenderlo, hay que primero analizar su naturaleza jurídica.....	112
b.	¿Con qué figuras se le relaciona comúnmente? Caracteres recurrentes o habituales.....	114
c.	¿Quiénes integran la relación contractual? Las partes del contrato.....	116
d.	¿Cuál es el objeto de la franquicia?	118
e.	¿Cuánto deberá reconocerse al franquiciante por ceder o autorizar la explotación de su Plan negocial? Del elemento de las contraprestaciones\$.....	119
f.	Del elemento de la exclusividad	120

En cuanto al territorio:.....	120
En cuanto al suministro:.....	123
g. Pasemos, entonces, a las obligaciones ¿a qué se compromete cada parte?.....	124
A qué se compromete el franquiciante, ¿cuáles son sus obligaciones?	125
Qué prerrogativas tiene el franquiciante, ¿cuáles son sus derechos?	129
A qué se compromete el franquiciado, ¿cuáles son sus obligaciones?	130
Qué prerrogativas tiene el franquiciante, ¿cuáles son sus derechos?	133
III. Terminación del contrato de franquicia.....	134
1. Vencimiento del plazo pactado (causa normal).....	134
Sin plazo pactado –entonces, ¿hasta cuándo? –.....	135
2. Causas anormales.....	137
2.1. Por mutuo acuerdo.....	137
2.2. Por incumplimiento	137
2.3. Cuestiones sobrevinientes.....	138
3. Relaciones y obligaciones poscontractuales	142
3.1. Relación pos-contractual.....	142
3.2. Obligaciones particulares, en relación a:	143
3.2.1. Bienes adquiridos por el franquiciado –Mercadería, uniformes, provisiones, maquinaria, (liquidación de stock)–	143
3.2.2. Maquinas, enseres e inmuebles locados al franquiciado ..	143
3.2.3. Secretos, marcas, nombres etc.	144
3.2.4. Obligaciones de no competencia o no concurrencia.....	145
IV. Figuras de resolución, incumplimiento y responsabilidad.....	147
1. Incumplimiento.....	147
2. Deber de reparar: alcances.....	149

2.1. Composición del daño	151
V. Cláusulas comunes en el contrato: ¿cómo identificarlas y cómo crearlas?	154
Cuestiones del contrato de franquicia	155
Cláusulas relativas a:	155
Sujetos	155
Objeto	156
I. Obligaciones dentro del contrato de franquicia	156
Relativas a la transmisión del sistema: <i>know-how</i> y derechos de propiedad industrial –marca, nombre comercial, patente, <i>know-how</i> –	156
Exclusividad en el contrato	158
Cláusulas relativas al deber de confidencialidad	160
Cláusulas de publicidad y promoción	160
Cláusulas de control y vigilancia	161
Cláusulas de responsabilidad	161
Cláusulas de pagos	162
Cláusulas sobre suministro	163
II. Sobre la terminación	164
III. Resolución de conflictos	164
IV. Ley aplicable	165

CAPÍTULO V

EL PRINCIPIO IMPLÍCITO DE LA BUENA FE Y EL TRATO JUSTO COMO MECANISMO MODIFICATORIO DEL CONTRATO DE FRANQUICIA DENTRO DEL DERECHO NORTEAMERICANO

Introducción	167
I. Desarrollo y aplicación dado por la doctrina al principio implícito de la buena fe y trato justo dentro del contrato de franquicia en el contexto norteamericano	168

A.	<i>Partiendo de lo básico: particularidades de la franquicia</i>	168
B.	<i>Problema del tratamiento de cambio de condiciones (érase una vez... un contrato incompleto)</i>	172
C.	<i>Antecedentes del uso del principio implícito de buena fe y trato justo como doctrina de cambio de las previsiones expresas</i>	175
D.	<i>Uso del concepto del principio para cambiar las previsiones expresas del contrato de franquicia en el derecho americano</i>	177
II.	Aspectos problemáticos del contrato de franquicia.....	180
A.	<i>Del conflicto de intereses</i>	182
B.	<i>Poder de control y oportunismo</i>	183
C.	<i>Oportunismo y modificación contractual</i>	185
D.	<i>Limitación a la aplicación de los términos del contrato de franquicia: el principio de la buena fe y trato justo</i>	187
III.	Aparte propositivo: aplicación del principio de buena fe y trato justo desde la óptica de la naturaleza relacional del contrato	188
A.	<i>Actividad judicial norteamericana: máximas que guían la aplicación del principio de buena fe y trato justo en la resolución de conflictos de franquicia</i>	189
B.	<i>Enfoque propositivo: el principio de la buena fe y el trato justo como estándar de sujeción desde la óptica relacional o de cooperación dentro del contrato</i>	192
C.	<i>Un caso hito: Vylene Enterprises vs. Naugles</i>	194
IV.	CONCLUSIONES.....	197
	BIBLIOGRAFÍA	203