

344.35.  
v4376°

**MARCO ANTONIO VELILLA MORENO**  
Magistrado del Consejo de Estado

# INTRODUCCIÓN AL DERECHO ECONÓMICO Y DE LOS NEGOCIOS

**Las transformaciones aplicadas  
del derecho moderno**

## CONTENIDO

### PRÓLOGO: LA POLIFONÍA JURÍDICA

BELISARIO BETANCUR.....	15
1. Cadencia y decadencia de la ley.....	15
2. Alborada y plenitud de <i>Complexus</i> .....	15
3. Una estrategia.....	16
4. Catarata del futuro.....	17
5. Los proyectos colectivos.....	17

### PRIMERA PARTE

#### NOCIONES Y PRESUPUESTOS FUNDAMENTALES

#### CAPÍTULO PRIMERO

#### BREVES CONSIDERACIONES PRELIMINARES AL SISTEMA DEL DERECHO DEL MERCADO

A) Derecho del mercado.....	28
B) El derecho de la propiedad industrial.....	31
C) El derecho de la competencia.....	33
D) El derecho del consumidor.....	38
E) Competencia y propiedad industrial.....	42
F) Conclusión parcial.....	52
G) Propiedad industrial y derecho del consumidor.....	53

H) Competencia y derecho del consumidor .....	60
CONCLUSIÓN .....	68
BIBLIOGRAFÍA .....	70

## CAPÍTULO SEGUNDO

### APROXIMACIÓN CONCEPTUAL AL DERECHO ECONÓMICO Y DE LOS NEGOCIOS

I. LOS FUNDAMENTOS DE LA CREACIÓN DEL DERECHO ECONÓMICO .....	81
A) La existencia del derecho económico .....	81
B) La interdependencia entre el derecho público y el derecho privado .....	85
C) Diferentes criterios para el estudio del derecho económico .....	88
II. LOS NEGOCIOS Y SU INSTRUMENTACIÓN JURÍDICA .....	90
A) La noción de comercialidad y las transformaciones del derecho comercial .....	90
B) Las características principales del nuevo derecho de los negocios .....	93
C) El derecho económico y de los negocios: técnicas comunes .....	95
D) Estructura básica del derecho económico y de los negocios en Colombia .....	98
CONCLUSIONES .....	99

## CAPÍTULO TERCERO

### INTRODUCCIÓN A LA CONSTITUCIÓN ECONÓMICA COLOMBIANA

I. LOS PRESUPUESTOS CONCEPTUALES DEL ANÁLISIS DE LA CONSTITUCIÓN ECONÓMICA .....	101
A) La existencia del derecho económico y la denominación en los diferentes países .....	101

B) La interdependencia entre el derecho y la política.....	103
C) La relación derecho-economía.....	104
D) La Constitución económica Colombiana.....	109
II. LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES EN LA CONSTITUCIÓN ECONÓMICA .....	113
A) Los principios de origen liberal.....	113
B) Los principios de origen intervencionista.....	124
REFLEXIONES FINALES .....	147

## SEGUNDA PARTE

### LOS NUEVOS DOMINIOS DE LA ADMINISTRATIVIZACIÓN DEL DERECHO COMERCIAL

#### CAPÍTULO PRIMERO

#### EL DERECHO DE LA COMPETENCIA

##### SECCIÓN PRIMERA

##### EL DERECHO DE LA COMPETENCIA Y EL SECTOR PÚBLICO

INTRODUCCIÓN.....	151
I. EL EQUILIBRIO ENTRE LOS FINES DEL ESTADO Y EL DESARROLLO DE UNA ECONOMÍA DE MERCADO.....	156
A) La relación entre el derecho de la competencia y el usuario consumidor.....	158
B) ¿Es la idea de servicio público todavía sostenible? .....	160
II. EL MARCO DE LA COMPETENCIA ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y EL SECTOR PRIVADO .....	166
A) Los principios que deben orientar la competencia entre estos dos sectores .....	167
B) Análisis crítico de la aplicación de estos principios en Colombia .....	171
CONCLUSIONES.....	179

III. EL DERECHO DE LA COMPETENCIA Y SU RELACIÓN CON EL DERECHO DE MARCAS.....	181
CONCLUSIONES.....	182

## SECCIÓN SEGUNDA

### UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE ABUSO DE POSICIÓN DOMINANTE

I. LA POSICIÓN DOMINANTE .....	194
A) La empresa o el grupo de empresas en posición dominante.....	195
B) El mercado objeto de dominación .....	196
C) El dominio del mercado.....	200
II. LA EXPLOTACIÓN ABUSIVA DE LA POSICIÓN DOMINANTE.....	202
A) Los comportamientos prohibidos .....	203
B) La exigencia de un nexo de causalidad .....	206
III. EL PAPEL DE LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE LA COMPETENCIA .....	210
A) La Superintendencia de Industria y Comercio en el contexto económico actual.....	210
B) Evolución normativa .....	212
C) Terceros legitimados en los procesos por prácticas comerciales restrictivas .....	216

## CAPÍTULO SEGUNDO

### ASPECTOS SUSTANCIALES DE LA PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR LA EVOLUCIÓN DE LA TEORÍA GENERAL DEL CONTRATO Y EL DERECHO DEL CONSUMIDOR

INTRODUCCIÓN.....	219
A) Dominio de la noción de consumidor .....	220
B) Razón de ser del derecho del consumidor .....	222
I. LA PROTECCIÓN DE LA LIBERTAD DE CONTRATAR.....	222
A) El deber de brindar información al consumidor.....	222

B) El renacimiento del formalismo .....	232
II. LA PROTECCIÓN CONTRA LAS PRÁCTICAS AGRESIVAS DE VENTA.....	236
A) La prohibición de ciertos procedimientos .....	238
B) La reglamentación contra ciertas tentaciones .....	238
III. LA PROTECCIÓN DEL EQUILIBRIO DEL CONTRATO .....	242
A) La prevención de los atentados contra la salud y la seguridad.....	243
B) La prevención de los atentados a la seguridad económica.....	249
IV. MECANISMOS DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR.....	258
A) Generalidades.....	258
B) Protección del consumidor en el Decreto 3466 de 1982 .....	258
C) Protección del consumidor en la Ley 1480 de 2011 .....	259
V. ALGUNOS ASPECTOS DE LA EVOLUCIÓN RECIENTE.....	262
A) Características generales.....	262
B) Una característica específica. La multiplicación de los actos preparatorios .....	264
CONCLUSIONES.....	267

### TERCERA PARTE

#### LOS CONTRATOS DEL DERECHO DE LOS NEGOCIOS

#### CAPÍTULO PRIMERO

#### CONTRATOS DE PRESTACIONES SIMPLES

#### SECCIÓN PRIMERA

#### EL CONTRATO DE LICENCIA DE MARCA

I. LAS CONDICIONES DE LA LICENCIA DE MARCA.....	282
II. LOS EFECTOS DE LA LICENCIA DE MARCA .....	285
A) Obligaciones del licenciante o concedente .....	285

B) Las obligaciones del licenciatario .....	287
---	-----

SECCIÓN SEGUNDA

CESIÓN, APORTES EN SOCIEDAD Y LICENCIA DE PATENTE

I. LA CESIÓN Y EL APORTE EN SOCIEDAD DE UNA PATENTE .....	291
A) Condiciones .....	291
B) Efectos del contrato .....	292
II. LICENCIA DE PATENTE .....	294
A) Condiciones .....	294
B) Efectos del contrato .....	295

SECCIÓN TERCERA

CONTRATO DE TRANSMISIÓN DE *KNOW-HOW*  
O TRANSMISION DE *SAVOIR-FAIRE*

I. CONDICIONES .....	299
II. EFECTOS.....	303
A) Obligaciones del concedente .....	303
B) Obligaciones del beneficiario .....	304

SECCIÓN CUARTA

CONTRATO DE ASISTENCIA TÉCNICA

I. CONDICIONES .....	308
II. EFECTOS.....	310

CAPÍTULO SEGUNDO

CONTRATOS DE PRESTACIONES COMPLEJAS

SECCIÓN PRIMERA

CONTRATOS DE INGENIERÍA

I. MARCO GENERAL DEL CONTRATO .....	318
A) Definición y clases de contratos de ingeniería .....	319

B) Las etapas de realización de un proyecto de ingeniería .....	321
C) El contrato de ingeniería y sus grados contractuales....	322
II. EL CONTENIDO DEL CONTRATO DE INGENIERÍA .....	325
A) Las partes y otros intervinientes en la realización de un proyecto	325
B) Las obligaciones de las partes en el contrato de ingeniería.....	327

## SECCIÓN SEGUNDA

### CONTRATO DE FRANQUICIA

I. EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE FRANQUICIA.....	343
A) Ventajas del sistema de franquicia .....	343
B) La experiencia del franquiciante.....	346
C) La exportación de la franquicia.....	349
II. ASPECTOS JURÍDICOS DE LA FRANQUICIA .....	354
A) Generalidades del contrato .....	354
B) Las diferentes etapas en el contrato de franquicia .....	368
CONCLUSIÓN .....	387
BIBLIOGRAFÍA GENERAL.....	388

### ESTUDIO COMPLEMENTARIO: DE LA MONODISCIPLINARIEDAD HACIA LA TRANSDISCIPLINARIEDAD

I. LA PARCELACIÓN DISCIPLINARIA.....	406
A) La disciplina.....	406
B) Evolución de las disciplinas.....	407
II. HACIA LA VINCULACIÓN DE LOS SABERES DISCIPLINARIOS ...	409
A) La pluridisciplinariedad y la multidisciplinariedad.....	416
B) La interdisciplinariedad .....	418
III. LA TRANSDISCIPLINARIEDAD.....	421
A) Conceptos y operadores transversales .....	424
B) Metodología del saber interdisciplinario .....	427

IV. CONCLUSIÓN.....	434
V. BIBLIOGRAFÍA .....	435

ANEXOS

ANEXO 1: SENTENCIA DE 18 DE OCTUBRE DE 2007, No. 2002-00309-01 .....	439
--	-----

ANEXO 2: SALVAMENTO DE VOTO DE LOS CONSEJEROS MARCO ANTONIO VELILLA MORENO, MARÍA ELIZABETH GARCÍA Y WILLIAM GIRALDO GIRALDO .....	461
--	-----

ANEXO 3: SENTENCIA TERCER CANAL .....	569
---------------------------------------	-----