
Jaime A. Arrubla Paucar

Profesor de la Materia en la Universidad Pontificia Bolivariana.
Profesor de Posgrado en la Pontificia Bolivariana -
Universidad de Los Andes y Universidad San Buenaventura.

Contratos Mercantiles
-Contratos atípicos-

1a. edición
1991

BIBLIOTECA JURIDICA



BIBLIOTECA

REPÚBLICA DE COLOMBIA
TRIBUNAL DISCIPLINARIO

INDICE GENERAL

TEORIA GENERAL DE LOS CONTRATOS ATIPICOS	9
INTRODUCCION.....	11
EL TIPO.....	12
LA TIPICIDAD.....	14
Función Individualizadora.....	15
Función Jurídica.....	15
EL TIPO Y LA TIPICIDAD CONTRACTUAL.....	16
LA CLASIFICACION DE LOS CONTRATOS EN TIPICOS Y ATIPICOS.....	19
CRITICA A LA CLASIFICACION TRADICIONAL.....	22
Típicos.....	23
Atípicos.....	24
EL FUNDAMENTO DE LOS CONTRATOS ATIPICOS.....	24
REGIMEN JURIDICO APLICABLE A LOS CONTRATOS ATIPICOS	25
Teorías Doctrinales.....	25

a). Teoría de la absorción o de la observación.....	25
b). Teoría de la combinación.....	26
c). Teoría de la analogía.....	26
d). Teoría del interés o fin dominante.....	27
LA POSICION DE LA JURISPRUDENCIA.....	27
EL CRITERIO QUE PERMITE LA LEY COMERCIAL.....	28
a). Criterio objetivo.....	29
b). Criterio de conexión o accesoriad.....	30
c). Criterio de los actos mixtos.....	30
d). Criterio empresarial.....	30
● Las disposiciones contractuales.....	31
● Las normas de la teoría general de los contratos y de las obligaciones.....	32
● La costumbre mercantil.....	35
Los tratados o convenciones internacionales no ratificados por Colombia.....	36
La costumbre internacional.....	37
Los principios generales del derecho comercial.....	37
La analogía general.....	37
LA CLASIFICACION EN CONTRATOS NOMINADOS E	

INNOMINADOS.....	38
LAS CLASIFICACIONES DE LOS CONTRATOS	
ATIPICOS.....	42
1. Contratos típicos con prestaciones extrañas.....	43
2. Contratos externamente conexos.....	43
3. Contratos conexos en su finalidad económica.....	43
4. Contratos de tipo doble o híbridos.....	43
5. Contrato mixto.....	44
6. Contrato atípico puro.....	44
LA CAUSA EN EL NEGOCIO ATIPICO.....	44
CONTRATOS DE ADHESION.....	47
INTRODUCCION.....	49
a. El Individualismo.....	49
b. El Código Napoleónico.....	51
c. El contrato en el Código Napoleónico.....	53
d. De la crisis del liberalismo a la problemática actual.....	55
e. La doctrina de León Duguit y la función social del derecho.....	57
f. La época del derecho social y sus repercu- siones en el contrato.....	61

LA PROBLEMÁTICA ACTUAL EN LA CONTRATACION.....	63
LAS NUEVAS FORMAS DE CONTRATACION.....	68
a. Contrato por adhesión a condiciones generales.....	69
b. En busca de un concepto sobre los contratos de adhesión a condiciones generales.....	71
PROBLEMAS Y VENTAJAS DE LA CONTRATACION STANDAR.....	73
EN BUSQUEDA DE SOLUCIONES.....	78
a. Los derechos del consumidor.....	78
b. Los derechos fundamentales de los consumidores.....	80
c. El interés del consumidor como un interés colectivo o difuso.....	81
d. La protección del consumidor en el derecho privado.....	82
LAS POSIBILIDADES DE PROTECCION AL CONSUMIDOR EN EL DERECHO DE LOS CONTRATOS.....	87
LA SITUACION EN COLOMBIA.....	97
EL PROYECTO DE REFORMA.....	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110
CONTRATO DE LEASING.....	113
INTRODUCCION.....	115

FUNCION ECONOMICA.....	117
DESCRIPCION DE LA OPERACION.....	120
NATURALEZA JURIDICA.....	121
a. Con el contrato de venta.....	121
LA VENTA SIMPLE.....	122
Con el contrato de arriendo	123
ALQUILER - VENTA	124
ALQUILER CON PROMESA DE VENTA.....	125
c. El leasing como contrato de arrendamiento especial.....	127
d. Leasing como contrato de renting.....	128
e. Como contrato mixto.....	129
f. La cesión de usufructo.....	129
g. Leasing un contrato de comodato.....	130
h. El Leasing como contrato atípico.....	130
CARACTERISTICAS.....	130
● Atípico.....	130
● Consensual.....	131
● Principal.....	131

Bilateral.....	131
Oneroso.....	131
● De tracto sucesivo.....	131
● De adhesión.....	131
CLASES DE LEASING.....	131
Leasing financiero.....	131
Leasing operativo.....	132
Leasing de Intermediación.....	132
Leasing de mantenimiento.....	133
Leasing Back.....	133
Leasing inmobiliario.....	133
LEVERAGED LEASING.....	138
CROSS BORDER LEASING.....	139
LEASING EN SINDICACION.....	140
DEFINICION DEL CONTRATO.....	140
LA SOCIEDAD LEASING.....	141
LA COSA OBJETO DEL CONTRATO.....	143
EL PRECIO.....	145
EL PLAZO LEASING.....	146

FORMA DEL CONTRATO.....	147
ASPECTOS PRECONTRACTUALES.....	148
OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LAS PARTES.....	151
a. Obligaciones de la dadora Leasing.....	151
b. Obligaciones del usuario leasing.....	153
LA EXTINCION DEL CONTRATO DE LEASING.....	160
a. Extinción normal.....	160
OPCIONES PARA EL TOMADOR.....	161
b. Extinción normal.....	164
DECLARACION JUDICIAL QUE TERMINA EL CONTRATO.....	166
LA INSOLVENCIA DE LAS PARTES CONTRATANTES.....	166
LA QUIEBRA DEL CLIENTE TOMADOR.....	169
JURISPRUDENCIA.....	171
CONTRATO DE FACTORING.....	173
INTRODUCCION.....	175
FUNCION ECONOMICA.....	178
EL FACTORING COMO UN CONJUNTO DE SERVICIOS.....	179
a. Servicios Administrativos.....	180
b. Servicio de garantía.....	181

c. Servicio de financiación.....	182
DESCRIPCION DE LA OPERACION.....	183
NATURALEZA JURIDICA.....	184
DIFERENCIA CON FIGURAS AFINES.....	187
a. Con el descuento bancario.....	187
b. Con la compra de cartera.....	188
c. Con el arrendamiento de servicios.....	189
CLASES DE FACTORING.....	189
a. Según su contenido.....	189
b. Según su ejecución.....	190
c. New style factoring.....	191
d. Undisclosed factoring.....	191
e. Drop shipment factoring.....	191
PARTES INTERVINIENTES.....	191
CONCEPTO DEL CONTRATO.....	193
FORMA DEL CONTRATO.....	195
ASPECTOS PRECONTRACTUALES.....	196
OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LAS PARTES.....	197
a. Obligaciones del cliente.....	197

b. Obligaciones del factor.....	200
LA EXTINCION DEL CONTRATO.....	202
1. La terminación normal del contrato.....	202
2. La terminación anormal del contrato.....	203
EL FACTORING Y EL CONCORDATO.....	204
CONCLUSIONES.....	205
CONTRATO DE UNDERWRITING.....	207
INTRODUCCION.....	209
FUNCION ECONOMICA.....	212
CONCEPTO DE UNDERWRITING.....	214
DESCRIPCION DE LA OPERACION.....	216
NATURALEZA JURIDICA.....	217
PARTES INTERVINIENTES.....	219
● La entidad encargante.....	219
● El underwriter.....	223
● Los suscriptores.....	226
CLASES DE UNDERWRITING	
a. Underwriting en firme.....	228
b. Underwriter de garantía.....	228

c. Colocación con base en mayores esfuerzos.....	229
d. Underwriting todo o nada.....	229
ETAPA PRECONTRACTUAL.....	229
OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	232
a. De la entidad encargante.....	232
b. Del underwriter.....	233
RESPONSABILIDAD DE LA ENCARGANTE EMISORA.....	235
RESPONSABILIDAD DEL UNDERWRITER.....	235
UNDERWRITING Y DERECHO DE SUSCRIPCION PREFERENTE.....	236
UNDERWRITING Y OFERTA PUBLICA.....	240
CONCLUSIONES.....	240
LOS CONTRATOS DE COLABORACION EMPRESARIA	
● Joint Ventures Las Agrupaciones de colaboración, Las uniones transitorias de empresas Los grupos de interés económico y los consorcios.....	243
INTRODUCCION.....	245
ANTECEDENTES.....	248
a. En la jurisprudencia Norteamericana.....	248
b. En el Derecho Español.....	249

c. En Francia.....	250
d. En la Legislación italiana.....	251
e. En Argentina.....	251
f. En Brasil.....	251
g. En Portugal.....	252
ALGUNAS MODALIDADES DE LA PARTICIPACION EMPRESARIA	
a. Joint Ventures.....	252
ORIGEN.....	253
CONCEPTO.....	254
FUNCION ECONOMICA.....	255
CLASES DE JOINT VENTURE.....	256
1. El incorporated Joint Venture.....	257
2. Los non incorporated Joint Venture.....	257
3. Los joint venture internacionales.....	258
NATURALEZA JURIDICA	258
DIFERENCIA CON FIGURAS AFINES	
1. Joint venture y cuentas en participación.....	260
2. Joint venture y sociedad de hecho.....	261
OBLIGACIONES DE LAS PARTES	262

● Recíproco derecho para representar y obligar a los demás.....	263
● Obligación de entregar las contribuciones.....	263
Derecho al control de la empresa.....	263
● El deber de buena fe.....	263
● El deber de no concurrencia.....	264
RESPONSABILIDAD.....	264
LA RESPONSABILIDAD INTERNA.....	265
LA RESPONSABILIDAD FRENTE A TERCEROS.....	265
TERMINACION.....	266
LAS AGRUPACIONES DE COLABORACION	
INTRODUCCION.....	266
FUNCION ECONOMICA.....	267
CONCEPTO.....	268
CARACTERISTICAS.....	269
NATURALEZA JURIDICA.....	270
EFFECTOS DEL CONTRATO.....	272
TERMINACION DEL CONTRATO.....	274

UNION TRANSITORIA DE EMPRESAS

INTRODUCCION	274
FUNCION ECONOMICA.....	275
CONCEPTO.....	275
NATURALEZA JURIDICA.....	275
CARACTERISTICAS.....	277
EFFECTOS DEL CONTRATO.....	278
TERMINACION DEL CONTRATO.....	278
LOS GRUPOS DE INTERES ECONOMICO	
INTRODUCCION.....	279
FUNCION ECONOMICA.....	279
CONCEPTO.....	280
NATURALEZA JURIDICA.....	280
CARACTERISTICAS.....	282
EL CONSORCIO	
INTRODUCCION.....	284
CONCEPTO.....	285
NATURALEZA JURIDICA.....	286
CARACTERISTICAS.....	287

TERMINACION DEL CONSORCIO.....	287
LOS CONTRATOS DE COLABORACION EMPRESARIA EN EL DERECHO COLOMBIANO	
INTRODUCCION.....	288
NATURALEZA JURIDICA.....	289
DIFERENCIAS CON FIGURAS AFINES.....	291
● CON LA SOCIEDAD DE HECHO.....	292
● CON LAS FIGURAS TIPICAS DE SOCIEDAD COMERCIAL	292
● CON EL CONTRATO DE CUENTAS EN PARTICIPACION.....	292
CARACTERISTICAS.....	293
RESPONSABILIDAD.....	294
LA CESION DEL CONTRATO.....	296
EL REGISTRO MERCANTIL DE LOS CONSORCIOS.....	296
CONCLUSIONES.....	297
LOS CONTRATOS DE CONCESION MERCANTIL	299
INTRODUCCION.....	301
ANTECEDENTE.....	302
FUNCION ECONOMICA.....	303

CONCEPTO.....	307
NATURALEZA JURIDICA.....	310
1. COMPRAVENTA ESPECIAL.....	310
2. VENTA CON MONOPOLIO.....	313
3. VENTA CON SUMINISTRO.....	313
4. LA CONCESION MERCANTIL COMO LICENCIA DE MARCA.....	315
5. LA CONCESION COMO CONTRATO DE MANDATO O DE COMISION.....	315
6. LA CONCESION COMO CONTRATO DE AGENCIA MERCANTIL.....	316
7. LA CONCESION COMO CONTRATO NORMATIVO.....	318
8.LA CONCESION COMO CONTRATO PRELIMINAR.....	319
9. CONCLUSIONES SOBRE LA NATURALEZA JURIDICA.....	320
CARACTERISTICAS.....	321
CLASES DE CONCESION.	
a. La concesión propiamente dicha.....	324
b. El Franchising.....	324
El engineering.....	325

El marketing.....	326
c. Concesión de espacio.....	326
OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	327
ENTREGAR AL CONCESIONARIO LOS BIENES OBJETO DE LA CONCESION.....	328
PAGAR LA COMISION.....	329
ASUMIR EL COSTO DE LOS RECLAMOS DE CLIENTES QUE ATIENDA EL CONCESIONARIO.....	329
SUMINISTRAR AL CONCESIONARIO, LOS ACCESORIOS Y REPUESTOS QUE REQUIERA PARA EL SERVICIO DE POST-VENTA.....	330
5. Obligación de no concurrencia con el concesionario....	330
6. Obligación de exclusividad a favor delconcesionario....	331
7. La de realizar y entregar los medios de mercadeo.....	331
8. La de conceder el uso del espacio.....	331
b. Del concesionario.....	332
1. Promover la venta de los productos del concedente....	332
2. Prestar el servicio de post-venta.....	332
3. Permitir al concedente la vigilancia de la concesión.....	333
4. La exclusividad	333

5. Pagar las regalías y participaciones.....	334
6. Obligación de respetar las formas y publicidad del concedente.....	334
A. RESPONSABILIDAD DE LAS PARTES.....	334
Responsabilidad frente al comprador del producto.....	334
1. Responsabilidad del concesionario.....	335
2. Responsabilidad del concedente.....	335
B. RESPONSABILIDAD ENTRE LAS PARTES.....	338
TERMINACION DEL CONTRATO.....	338
A. EXPIRACION DEL TERMINO DE DURACION.....	338
B. POR DESAHUCIO UNILATERAL.....	341
C. La insolvencia de una de las partes.....	342