

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN	xix
--------------------	-----

CAPÍTULO I

Teoría general de los contratos atípicos

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. EL TIPO.....	3
3. LA TIPICIDAD	5
4. EL TIPO Y LA TIPICIDAD CONTRACTUAL	6
5. LA CLASIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS EN TÍPICOS Y ATÍPICOS.....	9
6. CRÍTICA A LA CLASIFICACIÓN TRADICIONAL	12
7. EL FUNDAMENTO DE LOS CONTRATOS ATÍPICOS	15
8. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE A LOS CONTRATOS TÍPICOS Y ATÍPICOS.....	15
8.1. Teorías doctrinales	16
8.2. La posición de la jurisprudencia colombiana.....	18
8.3. El criterio que permite la ley comercial	20
9. CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS	31
10. LA CLASIFICACIÓN DE LOS CONTRATOS ATÍPICOS	35
11. LA CAUSA EN EL NEGOCIO ATÍPICO.....	37

CAPÍTULO II

Contratos de adhesión

1. INTRODUCCIÓN.....	39
1.1. La codificación.....	39
1.2. La técnica de la codificación	44

1.3.	El individualismo	44
1.4.	El Código de Napoleón	46
1.5.	Los contenidos dogmáticos e ideológicos del Código Civil francés	47
1.6.	El contrato en el Código Napoleónico	49
1.7.	De la crisis del liberalismo a la problemática actual	50
1.8.	La doctrina de Léon Duguit y la función social del derecho	52
1.9.	La época del derecho social y sus repercusiones en el contrato	55
2.	LA PROBLEMÁTICA ACTUAL EN LA CONTRATACIÓN	57
3.	LAS NUEVAS FORMAS DE CONTRATACIÓN	61
3.1.	Contrato de adhesión a condiciones generales	62
3.2.	En busca de un concepto sobre los contratos de adhesión a condiciones generales	63
4.	PROBLEMAS Y VENTAJAS DE LA CONTRATACIÓN ESTÁNDAR	66
5.	EN BÚSQUEDA DE SOLUCIONES.....	70
5.1.	Los derechos del consumidor	71
5.2.	Los derechos fundamentales de los consumidores	72
5.3.	El interés del consumidor como un interés colectivo o difuso... ..	73
5.4.	La protección del consumidor en el derecho privado	74
6.	LA POSIBILIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN EL DERECHO DE LOS CONTRATOS.....	79
7.	LA POSICIÓN DOMINANTE EN LOS CONTRATOS, EL ABUSO DE LA MISMA Y LA PROTECCIÓN DEL ADHERENTE EN EL SISTEMA COLOMBIANO	87
7.1.	Antecedentes y evolución.....	87
7.1.1.	En el campo legislativo	87
7.1.2.	En el campo jurisprudencial.....	91
8.	RÉGIMEN LEGAL PARA LOS CONTRATOS POR ADHESIÓN EN COLOMBIA	103
8.1.	Por un concepto de contratos de adhesión	103
8.2.	Derecho a la información en el periodo precontractual.....	104
8.3.	Modificación del contrato.....	109
8.4.	Cláusulas abusivas	110
8.5.	Interpretación contractual	120
8.6.	Derecho al retracto.....	121
8.7.	El vacío legal que aún persiste	122
8.8.	Conclusiones	123

9.	LA REFORMA AL DERECHO DE LOS CONTRATOS: VALIDEZ DEL CÓDIGO COMO TÉCNICA DE PRODUCCIÓN LEGISLATIVA Y FUTURO DEL CÓDIGO CIVIL.....	123
10.	EL CONSUMIDOR EN EL MARCO DE LA INTEGRACIÓN REGIONAL	126
10.1.	Introducción.....	126
10.2.	Antecedentes de integración en la defensa del consumidor....	130
10.2.1.	Unión Europea.....	130
10.2.2.	América Latina	131
10.3.	Proyecto de Ley marco sobre Defensa del Consumidor	133
10.3.1.	Disposiciones generales	133
10.3.2.	Derechos del consumidor.....	136
10.3.3.	Obligaciones del proveedor.....	136
10.4.	La protección contractual.....	139
10.4.1.	Contrato de adhesión	139
10.4.2.	Cláusulas abusivas	140
10.5.	Responsabilidad.....	141
10.6.	La defensa en juicio de los derechos de los consumidores	142
10.7.	Reflexiones finales.....	143

CAPÍTULO III

Contrato de *leasing*

1.	INTRODUCCIÓN.....	145
2.	FUNCIÓN ECONÓMICA.....	147
3.	DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN.....	149
4.	NATURALEZA JURÍDICA.....	150
4.1.	Con el contrato de venta	150
4.2.	Con el contrato de arriendo	153
4.3.	El <i>leasing</i> como contrato de arrendamiento especial	156
4.4.	<i>Leasing</i> como contrato de <i>renting</i>	157
4.5.	Como contrato mixto.....	158
4.6.	La cesión de usufructo.....	158
4.7.	El <i>leasing</i> , como contrato de comodato	159
4.8.	El <i>leasing</i> como contrato atípico.....	159
5.	CARACTERÍSTICAS	160

6.	CLASES DE <i>LEASING</i>	161
6.1.	<i>Leasing</i> inmobiliario.....	163
6.2.	<i>Leveraged leasing</i>	167
6.3.	<i>Cross border leasing</i>	167
6.4.	<i>Leasing</i> en sindicación	168
6.5.	<i>Leasing</i> habitacional.....	168
6.5.1.	Concepto.....	169
6.5.2.	Modalidades	169
6.5.3.	<i>Leasing</i> habitacional destinado a la adquisición de vivienda familiar.....	170
6.5.4.	<i>Leasing</i> habitacional destinado a la adquisición de vivienda no familiar	172
7.	DEFINICIÓN DEL CONTRATO	172
7.1.	La sociedad de <i>leasing</i>	173
7.2.	La cosa objeto de contrato	174
7.3.	El precio.....	176
7.4.	El plazo del <i>leasing</i>	177
8.	FORMA DEL CONTRATO	179
8.1.	Aspectos precontractuales	180
9.	OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LAS PARTES	183
9.1.	Obligaciones de la dadora de <i>leasing</i>	183
9.2.	Obligaciones del usuario de <i>leasing</i>	185
10.	LA EXTINCIÓN DEL CONTRATO DE <i>LEASING</i>	191
10.1.	Extinción normal.....	191
10.2.	Opciones para el tomador.....	191
10.3.	Extinción anormal.....	195
10.4.	La pérdida total del bien.....	195
10.5.	Declaración judicial de terminación del contrato	196
11.	LA INSOLVENCIA DE LAS PARTES CONTRATANTES	196
12.	LA QUIEBRA DEL CLIENTE TOMADOR	199
13.	LA LIQUIDACIÓN O LA QUIEBRA DE LA SOCIEDAD DADORA	200
14.	LA LESIÓN ENORME Y EL <i>LEASING</i>	200
15.	JURISPRUDENCIA	201
15.1.	<i>Leasing</i> : contrato atípico	201
15.2.	Elementos esenciales del <i>leasing</i>	202

CAPÍTULO IV

Contrato de *factoring*

1.	INTRODUCCIÓN.....	207
2.	FUNCIÓN ECONÓMICA.....	209
3.	EL <i>FACTORING</i> COMO UN CONJUNTO DE SERVICIOS	210
	3.1. Servicios administrativos.....	211
	3.1.1. Investigación de los clientes.....	211
	3.1.2. Contabilidad de ventas	211
	3.1.3. Cobro y eventual reclamación judicial.....	212
	3.2. Servicio de garantía.....	212
	3.3. Servicio de financiación	213
4.	DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN.....	214
5.	NATURALEZA JURÍDICA.....	215
6.	DIFERENCIA CON FIGURAS AFINES.....	218
	6.1. Con el descuento bancario	218
	6.2. Con la compra de cartera.....	219
	6.3. Con el arrendamiento de servicios	220
7.	CLASES DE <i>FACTORING</i>	220
	7.1. Según su contenido	220
	7.2. Según su ejecución	221
	7.3. <i>New style factoring</i>	221
	7.4. <i>Undisclosed factoring</i>	222
	7.5. <i>Drop shipment factoring</i>	222
8.	PARTES INTERVINIENTES	222
9.	CONCEPTO DEL CONTRATO.....	224
10.	FORMA DEL CONTRATO	226
11.	ASPECTOS PRECONTRACTUALES.....	227
12.	OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LAS PARTES	227
	12.1. Obligaciones del cliente.....	228
	12.2. Obligaciones del factor	231
13.	LA EXTINCIÓN DEL CONTRATO.....	232
	13.1. La terminación normal del contrato	232
	13.2. La terminación anormal del contrato	233

14. EL <i>FACTORING</i> Y EL CONCORDATO.....	234
15. CONCLUSIONES	235

CAPÍTULO V

Contrato de *underwriting*

1. INTRODUCCIÓN.....	237
2. FACTORES QUE HAN INTERVENIDO PARA DESALENTAR EL MERCADO DE VALORES	239
3. FUNCIÓN ECONÓMICA.....	240
4. CONCEPTO DE <i>UNDERWRITING</i>	241
5. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN.....	243
6. NATURALEZA JURÍDICA	244
7. PARTES INTERVINIENTES	246
7.1. La entidad encargante.....	246
7.2. El <i>underwriter</i>	249
7.3. Los suscriptores	252
8. CLASES DE <i>UNDERWRITING</i>	254
8.1. <i>Underwriting</i> en firme.....	254
8.2. <i>Underwriting</i> de garantía	255
8.3. Colocación con base en mayores esfuerzos.....	255
8.4. <i>Underwriting</i> todo o nada.....	255
9. ETAPA PRECONTRACTUAL.....	255
10. OBLIGACIONES DE LAS PARTES	258
10.1. De la entidad encargante.....	258
10.2. Del <i>underwriter</i>	261
11. RESPONSABILIDAD DE LA EMISORA	262
12. RESPONSABILIDAD DEL <i>UNDERWRITER</i>	262
13. <i>UNDERWRITING</i> Y DERECHO DE SUSCRIPCIÓN PREFERENTE.....	263
14. TÍTULOS VALORES QUE PUEDEN SER OBJETO DEL CONTRATO.....	264
14.1. Bonos.....	264
14.2. Bonos convertibles en acciones	265

14.3. Acciones	265
14.4. Otros títulos.....	266
15. <i>UNDERWRITING</i> Y OFERTA PÚBLICA.....	267
16. CONCLUSIONES	267

CAPÍTULO VI

Contratos de derivados

1. INTRODUCCIÓN.....	269
2. FUNCIÓN ECONÓMICA.....	269
3. NATURALEZA JURÍDICA.....	271
4. CARACTERÍSTICAS	273
5. CONCEPTO	273
6. CLASIFICACIÓN	274
6.1. <i>Forwards</i>	274
6.2. Contratos de futuros.....	276
6.2.1. Antecedentes.....	276
6.2.2. Concepto	276
6.2.3. Clases	280
6.2.4. Función económica	282
6.3. Contrato de opción (<i>option contract</i>)	283
6.3.1. Introducción.....	283
6.3.2. Concepto	283
6.3.3. Características	285
6.4. <i>Swaps</i>	285

CAPÍTULO VII

Los contratos de colaboración empresaria

1. INTRODUCCIÓN.....	287
2. ANTECEDENTES.....	290
2.1. En la jurisprudencia estadounidense	290
2.2. En el derecho español.....	291
2.3. En Francia.....	292

2.4.	En la legislación italiana	292
2.5.	En Argentina.....	293
2.6.	En Brasil.....	293
2.7.	En Portugal	293
3.	ALGUNAS MODALIDADES DE LA PARTICIPACIÓN EMPRESARIA.....	294
3.1.	<i>Joint venture</i>	294
3.1.1.	Introducción	294
3.1.2.	Origen.....	294
3.1.3.	Concepto.....	295
3.1.4.	Función económica.....	296
3.1.5.	Clases de <i>joint venture</i>	297
3.1.6.	Naturaleza jurídica.....	299
3.1.7.	Diferencia con figuras afines	300
3.1.8.	Obligaciones de las partes	302
3.1.9.	Responsabilidad	304
3.1.10.	Terminación.....	305
3.2.	Agrupaciones de colaboración	306
3.2.1.	Introducción.....	306
3.2.2.	Función económica	306
3.2.3.	Concepto.....	308
3.2.4.	Características	308
3.2.5.	Naturaleza jurídica.....	309
3.2.6.	Efectos del contrato.....	311
3.2.7.	Terminación del contrato	312
3.3.	Unión transitoria de empresas.....	312
3.3.1.	Introducción.....	312
3.3.2.	Función económica.....	313
3.3.3.	Concepto.....	313
3.3.4.	Naturaleza jurídica.....	314
3.3.5.	Características	315
3.3.6.	Efectos del contrato.....	316
3.3.7.	Terminación del contrato	316
3.4.	Los grupos de interés económico.....	317
3.4.1.	Introducción.....	317
3.4.2.	Función económica.....	317

3.4.3.	Concepto.....	318
3.4.4.	Naturaleza jurídica.....	318
3.4.5.	Características	320
3.5.	El consorcio	321
3.5.1.	Introducción	321
3.5.2.	Concepto.....	322
3.5.3.	Naturaleza jurídica.....	324
3.5.4.	Características	324
3.5.5.	Terminación del consorcio.....	325
4.	LOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN EMPRESARIA EN EL DERECHO COLOMBIANO	325
4.1.	Introducción	325
4.2.	Naturaleza jurídica.....	326
4.3.	Diferencias con figuras afines	328
4.3.1.	Con la sociedad de hecho.....	329
4.3.2.	Con la figura atípica de la sociedad comercial	329
4.3.3.	Con el contrato de cuentas en participación	329
4.4.	Características	330
4.5.	Responsabilidad	332
4.6.	La cesión del contrato.....	334
4.7.	El registro mercantil de los consorcios	335
4.8.	La terminación del consorcio o de la unión temporal.....	336
4.9.	Representación del consorcio.....	337
4.10.	Un intento de regulación	338
5.	CONCLUSIONES	340
6.	JURISPRUDENCIA.....	341
7.	CAPACIDAD PROCESAL DE LOS CONSORCIOS; UNA JURISPRUDENCIA DEL CONSEJO DE ESTADO EN CONTRAVIA CON LA DE LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA.....	348
7.1.	Litisconsorcio facultativo y necesario	359
7.2.	La noción de legitimación en la causa en la jurisprudencia del Consejo de Estado	384
7.3.	Nuestros comentarios sobre la nueva posición del Consejo de Estado y la capacidad de los consorcios y uniones temporales para ser partes en un proceso.....	389

CAPÍTULO VIII

Los contratos de concesión mercantil

1.	INTRODUCCIÓN.....	391
2.	ANTECEDENTES.....	392
3.	FUNCIÓN ECONÓMICA.....	393
4.	CONCEPTO	397
5.	NATURALEZA JURÍDICA.....	399
	5.1. Compraventa especial.....	399
	5.2. Venta con monopolio.....	402
	5.3. Venta con suministro.....	402
	5.4. La concesión mercantil como licencia de marca.....	403
	5.5. La concesión como contrato de mandato o de comisión.....	404
	5.6. La concesión como contrato de agencia mercantil.....	405
	5.7. La concesión como contrato normativo.....	406
	5.8. La concesión como contrato preliminar.....	407
	5.9. Conclusiones sobre la naturaleza jurídica.....	408
6.	CARACTERÍSTICAS	409
7.	CLASES DE CONCESIÓN	411
	7.1. La concesión propiamente dicha.....	411
	7.2. El <i>franchising</i>	412
	7.2.1. El <i>engineering</i>	412
	7.2.2. El <i>marketing</i>	413
	7.3. Concesión de espacio.....	413
	7.4. Contrato de operación hotelera	414
	7.4.1. Función económica del contrato de operación hotelera .	414
	7.4.2. Naturaleza jurídica del contrato.....	417
	7.4.3. Legislación comparada	418
	7.4.4. Aspectos procesales.....	419
8.	OBLIGACIONES DE LAS PARTES.....	419
	8.1. Del concedente	420
	8.1.1. Entrega al concesionario los bienes objeto de la concesión	420
	8.1.2. Pago de la comisión.....	420

8.1.3.	Aceptación del costo de los reclamos de clientes que atiende el concesionario.....	421
8.1.4.	Suministro de accesorios y repuestos que requiera el concesionario para el servicio de postventa	421
8.1.5.	Obligación de no concurrencia con el concesionario.....	422
8.1.6.	Obligación de exclusividad a favor del concesionario ...	422
8.1.7.	Realización y entrega de los medios de mercadeo	423
8.1.8.	Concesión del uso del espacio.....	423
8.2.	Del concesionario.....	423
8.2.1.	Promoción de la venta de los productos del concedente	423
8.2.2.	Servicio de postventa	423
8.2.3.	Permitir al concedente la vigilancia de la concesión ...	424
8.2.4.	La exclusividad.....	424
8.2.5.	Pago de regalías y participaciones	425
8.2.6.	Obligación de respetar las formas y publicidad del concedente	425
9.	RESPONSABILIDAD EN EL CONTRATO DE CONCESIÓN	425
9.1.	Responsabilidad frente al comprador del producto.....	425
9.1.1.	Responsabilidad del concesionario	425
9.1.2.	Responsabilidad del concedente.....	426
9.2.	Responsabilidad entre las partes	429
10.	TERMINACIÓN DEL CONTRATO	429
10.1.	Expiración del término de duración	430
10.2.	Por desahucio unilateral	432
10.3.	La insolvencia de una de las partes.....	433
	ÍNDICE ANALÍTICO.....	435
	BIBLIOGRAFÍA	439