

ÍNDICE GENERAL

PRESENTACIÓN	xxvii
--------------------	-------

PRIMERA PARTE

EL DERECHO COMERCIAL DEL SIGLO XXI

INTRODUCCIÓN	3
--------------------	---

Derecho comercial en el siglo XXI. Presente y futuro

Juan Pablo Cárdenas Mejía

1. LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DERECHO COMERCIAL Y SUS PERSPECTIVAS DESDE EL PUNTO DE VISTA INTERNO	5
1.1. La búsqueda de una mayor protección para ciertas personas	5
1.1.1. La influencia de la Constitución Política	5
1.1.2. El surgimiento de un derecho del consumo	8
1.1.3. El desarrollo de la protección frente al abuso de la posición dominante y las cláusulas abusivas	9
1.2. La modernización del régimen y la tendencia a establecer una regulación uniforme en derecho privado	14
1.3. El fortalecimiento de las facultades de las autoridades administrativas en materia comercial	16
2. LA PERSPECTIVA DEL DERECHO COMERCIAL DESDE EL PUNTO DE VISTA INTERNACIONAL	18
2.1. La necesidad de armonización	18
2.2. Los mecanismos de armonización	20
2.3. La falta de regulación de los contratos con consumidores	25
3. CONCLUSIÓN	25
BIBLIOGRAFÍA	26

Algunas reflexiones sobre la gran crisis

Sergio Rodríguez Azuero

1. INTRODUCCIÓN	29
2. LAS CRISIS FINANCIERAS.....	31
3. CAUSAS DE LAS CRISIS.....	32
3.1. Exógenas.....	32
3.1.1. La inestabilidad política	32
3.1.2. Las decisiones macroeconómicas y las fallas de regulación	33
3.1.3. La influencia de la banca multilateral y de autoridades políticas supranacionales	34
3.1.4. Papel de los bancos centrales.....	35
3.1.5. La cultura del no pago	36
3.1.6. La inflación legislativa y la inestabilidad jurisprudencial	36
3.2. Causas endógenas	37
3.2.1. Mal manejo administrativo.....	37
3.2.2. Imprudencia.....	38
4. CONCLUSIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	39

SEGUNDA PARTE

LAS FUENTES DEL DERECHO COMERCIAL

INTRODUCCIÓN.....	43
-------------------	----

Constitución y derecho comercial

Juan Jacobo Calderón Villegas

1. INTRODUCCIÓN	47
2. LA CONSTITUCIONALIZACIÓN DEL DERECHO COMERCIAL Y SUS PROBLEMAS.....	49
2.1. El problema de fundamentación del impacto de la Constitución	49
2.1.1. La Constitución como un “orden marco fundamental”: la idea teórica	50
2.1.2. La Constitución como un “orden marco fundamental”: el fundamento normativo	52

2.1.3. La Constitución como orden marco fundamental: la definición de los márgenes de acción	53
2.1.4. La relativa y necesaria constitucionalización del derecho comercial	54
2.2. Los problemas del alcance de la constitucionalización del derecho comercial	55
2.2.1. La exigibilidad de los derechos constitucionales, como derechos subjetivos, en las relaciones de derecho mercantil	55
2.2.2. Tres ejemplos sobre la prohibición de infracción de las normas iusfundamentales como límite al poder de creación, interpretación y aplicación de normas mercantiles	57
3. SÍNTESIS	64
BIBLIOGRAFÍA	65

**La ley como fuente del derecho comercial
y su relación con la autonomía de la voluntad**

Yolima Prada Márquez

1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LAS FUENTES DEL DERECHO COMERCIAL	67
1.1. Clasificación	69
1.2. Relevancia, jerarquía y efectos	71
2. DE LAS NORMAS IMPERATIVAS EN EL DERECHO COMERCIAL	73
2.1. De la comercialización del derecho civil por remisión directa	74
2.2. Su relación con los requisitos de existencia, validez y oponibilidad	76
2.3. Su relación con los elementos esenciales	77
3. DE LAS NORMAS SUPLETIVAS	78
4. CONCLUSIONES EN RELACIÓN CON LA AUTONOMÍA PRIVADA	79
BIBLIOGRAFÍA	81

La costumbre comercial

Jorge Oviedo Albán

1. INTRODUCCIÓN	83
2. CONCEPTO, REQUISITOS Y RECONOCIMIENTO LEGAL Y CONSTITUCIONAL	84

3. FUNCIONES FRENTE A LA LEY.....	87
4. CLASIFICACIÓN GEOGRÁFICA	88
5. PRUEBA DE LA COSTUMBRE.....	90
6. NOTA CONCLUSIVA	92
BIBLIOGRAFÍA	93

La autonomía contractual y la costumbre: debates sobre su poder para crear derecho

Yira López Castro

1. EL ÁMBITO DE LA AUTONOMÍA CONTRACTUAL.....	96
1.1. Diferentes formas de comprender el derecho contractual.....	96
1.2. Disputas en la construcción del ámbito de la libertad contractual	98
1.2.1. El orden público y su indeterminación	99
1.2.2. Interpretación de las normas imperativas	101
1.2.3. La libertad contractual y los derechos sociales	103
2. EL PODER DE LAS PRÁCTICAS DE LOS AGENTES ECONÓMICOS	104
2.1. Las disputas por el reconocimiento de la costumbre como fuente formal ...	105
2.1.1. Reconocimiento legal de la costumbre.....	105
2.1.2. Las batallas por la validez de la costumbre como fuente	106
2.2. La importancia de las prácticas <i>contra legem</i> para la construcción del derecho comercial	110
3. CONCLUSIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	114

La analogía en el derecho comercial

Fabrizio Mantilla Espinosa

1. LA CONSAGRACIÓN DE LA ANALOGÍA EN LA LEGISLACIÓN COMERCIAL.....	130
1.1. La incorporación de la teoría general del contrato civil	132
1.2. Las disposiciones de aplicación analógica del derecho mercantil	139
2. LA APLICACIÓN DE LA ANALOGÍA POR LA JURISPRUDENCIA EN MATERIA COMERCIAL	144
2.1. La interpretación que extiende.....	146
2.2. La interpretación que restringe.....	152
BIBLIOGRAFÍA	164

Principios de la contratación mercantil

Mariana Bernal Fandiño

1. INTRODUCCIÓN	173
2. PRINCIPIOS CONTRACTUALES COMUNES CON LA CONTRATACIÓN CIVIL	174
2.1. Buena fe, no abuso del derecho, relatividad de los contratos, fuerza obligatoria.....	174
2.1.1. Principio general de la buena fe	174
2.1.2. Principio general del no abuso del derecho.....	175
2.1.3. Principio de la fuerza obligatoria de los contratos.....	176
2.1.4. Principio del efecto relativo de los contratos	177
2.2. La autonomía privada dentro de un Estado social de derecho	178
2.2.1. Noción de autonomía privada.....	178
2.2.2. Límites a la autonomía privada.....	178
3. PRINCIPIOS ESPECIALES DE LA CONTRATACIÓN MERCANTIL.....	181
3.1. Principio de especialidad, principio de onerosidad, principio de la libre competencia, principio de la solidaridad de las obligaciones.....	181
3.1.1. Principio de especialidad	181
3.1.2. Principio de onerosidad	182
3.1.3. Principio de la libre competencia	182
3.1.4. Principio de la solidaridad de las obligaciones.....	183
3.2. Principio de consensualidad vs. neoformalismo.....	183
4. CONCLUSIONES	185
BIBLIOGRAFÍA	186

Incumplimiento recíproco

Álvaro Mendoza Ramírez

INCUMPLIMIENTO RECÍPROCO	189
BIBLIOGRAFÍA	196

TERCERA PARTE

EL ACTO DE COMERCIO

INTRODUCCIÓN.....	199
-------------------	-----

**La comercialidad en el Código de Comercio colombiano:
la comercialidad objetiva**

Enrique Díaz Ramírez

1.	ANTECEDENTES Y PROPÓSITO	201
1.1.	La Constitución económica.....	201
1.2.	Factores históricos que determinaron la aparición de los actos objetivos de comercio.....	204
1.2.1.	El Código de Comercio francés	206
2.	EL ARTÍCULO 20 DEL CÓDIGO DE COMERCIO COLOMBIANO	211
2.1.	¿Por qué la multiplicidad de criterios?	213
2.2.	Actividad económica y criterio de comercialidad utilizado.....	213
2.2.1.	Ordinal 1°	213
2.2.2.	Ordinal 2°	213
2.2.3.	Ordinal 3°	214
2.2.4.	Ordinal 4°	216
2.2.5.	Ordinal 5°	217
2.2.6.	Ordinal 6°	218
2.2.7.	Ordinal 7°	218
2.2.8.	Ordinal 8°	218
2.2.9.	Ordinal 9°	219
2.2.10.	Ordinales 10 a 18.....	219
2.2.11.	Ordinal 19	220
	BIBLIOGRAFÍA	221

Actos mercantiles aislados

Camilo Posada Torres

1.	CRITERIOS TRADICIONALES DE MERCANTILIDAD	223
2.	NOCIÓN DE ACTOS DE COMERCIO AISLADOS.....	225
3.	CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS ACTOS DE COMERCIO AISLADOS	226
3.1.	Ninguna de las partes intervinientes puede ostentar la calidad de comerciante	226

3.2. La teoría de los actos de comercio aislados contribuye con la objetivización del derecho comercial	226
3.3. Su ejecución debe ser individual y ocasional	227
3.4. Deben realizarse a título oneroso.....	227
4. LOS ACTOS DE COMERCIO AISLADOS EN EL ARTÍCULO 20 DEL CÓDIGO DE COMERCIO	227
4.1. Adquisición de bienes a título oneroso con destino a enajenarlos en igual forma, y la enajenación de estos	227
4.2. La adquisición a título oneroso de bienes muebles con destino a arrendarlos; el arrendamiento de estos; el arrendamiento de toda clase de bienes para subarrendarlos, y el subarriendo de estos.....	229
4.3. El recibo de dinero en mutuo a interés, con garantía o sin ella, para darlo en préstamo, y los préstamos subsiguientes, así como dar habitualmente dinero en mutuo a interés	230
4.4. La adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con estos	231
4.5. La intervención como asociado en la constitución de sociedades comerciales, los actos de administración de estas o la negociación a título oneroso de las partes de interés, cuotas o acciones	232
4.6. El giro, otorgamiento, aceptación, garantía o negociación de títulos-valores, así como la compra para reventa, permuta, etc., de estos	234
4.6.1. La creación de títulos-valores	234
4.6.2. La aceptación de los títulos-valores	235
4.6.3. La garantía sobre los títulos-valores	235
4.6.4. La negociación de los títulos-valores	236
5. CONCLUSIONES	237
BIBLIOGRAFÍA	238

Títulos-valores: de la preponderancia al desuso

José Alberto Gaitán Martínez

TÍTULOS-VALORES: DE LA PREPONDERANCIA AL DESUSO	241
BIBLIOGRAFÍA	252

Carácter mercantil de las operaciones bancarias

Alfredo Sánchez Belalcázar

1. INTRODUCCIÓN	253
1.1. Aclaraciones previas	253
1.2. Antecedentes de las operaciones bancarias.....	254
1.3. Nociones constitucionales básicas	255
2. CARACTERÍSTICAS TÍPICAMENTE MERCANTILES DE LAS OPERACIONES BANCARIAS Y SUS CONSECUENCIAS	255
2.1. Características comunes.....	256
2.2. Consecuencias jurídicas.....	257
3. LAS OPERACIONES BANCARIAS, DE BOLSA Y DE MARTILLO	259
3.1. Sujetos que realizan las operaciones bancarias	259
3.2. Noción y clase de las operaciones bancarias.....	260
3.2.1. Operaciones pasivas	261
3.2.2. Operaciones activas.....	262
3.2.3. Operaciones neutras	263
3.3. Las operaciones de bolsa	264
3.4. Las operaciones de martillo	265
4. ALGUNAS ACTIVIDADES QUE GENERAN INQUIETUDES EN CUANTO A SU CARÁCTER MERCANTIL	266
BIBLIOGRAFÍA	267

Los actos no mercantiles... o la falacia de la mercantilidad

Édgar Iván León Robayo

1. INTRODUCCIÓN	269
2. RAZÓN DE SER DEL ARTÍCULO 23 DEL CÓDIGO DE COMERCIO	270
3. LOS ACTOS PURAMENTE CIVILES.....	271
4. CONDUCTAS ENUMERADAS POR EL ARTÍCULO 23 COMO NO COMERCIALES Y SU CONSIDERACIÓN ACTUAL COMO MERCANTILES.....	273
4.1. Adquisición de bienes con destino al consumo doméstico o al uso del adquirente y la enajenación de estos o de los sobrantes	273

4.2. La adquisición de bienes para producir obras artísticas y la enajenación de estas por su autor	276
4.2.1. Contenido del derecho de autor.....	277
4.2.2. Tiempos de protección	279
4.2.3. Los derechos conexos a los derechos de autor	280
4.2.4. Comercialidad de los derechos de autor y conexos	281
4.3. Las adquisiciones hechas por funcionarios o empleados para fines de servicio público.....	283
4.3.1. Un poco de historia legislativa en materia de contratación estatal ..	283
4.3.2. El verdadero contenido del contrato estatal.....	284
4.3.3. Mercantilidad –y otras opciones– del literal c) del artículo 23 del Código de Comercio	285
4.4. Las enajenaciones que hagan directamente los agricultores o ganaderos de los frutos de sus cosechas o ganados, en su estado natural	286
4.5. La prestación de servicios inherentes a las profesiones liberales	289
4.5.1. Exclusión de la mercantilidad o civilidad immanente de las profesiones liberales.....	291
4.5.2. La mercantilidad sobreviniente de las profesiones liberales	291
5. UN PROBLEMA DE CONTENIDO: MEJOR JUNTO QUE SEPARADO... O LA NECESIDAD DE UNIFICACIÓN DEL DERECHO PRIVADO.....	293
6. CONSIDERACIONES FINALES.....	297
BIBLIOGRAFÍA	299

CUARTA PARTE

SUJETOS EN EL DERECHO MERCANTIL

INTRODUCCIÓN.....	303
-------------------	-----

El comerciante y el empresario como sujetos del derecho mercantil

Leonardo Espinosa Quintero

1. INTRODUCCIÓN	305
2. SOBRE LA DISTINCIÓN DE LOS CONCEPTOS DE EMPRESARIO Y COMERCIANTE.....	308

3.	TIPOLOGÍAS DE COMERCIANTES. PERSONA NATURAL Y PERSONA JURÍDICA.....	311
3.1.	Comerciante persona natural	311
3.2.	Comerciante persona jurídica.....	312
3.3.	Personas jurídicas de derecho privado que no ostentan la calidad de comerciantes.....	314
4.	FORMAS DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL QUE NO SON SUJETOS DE DERECHO.....	315
4.1.	Contratos de colaboración empresarial	316
4.1.1.	Sociedad de hecho	316
4.1.2.	Sociedad accidental	316
4.1.3.	Unión temporal y consorcio.....	317
4.1.4.	<i>Joint venture</i>	317
4.2.	Negocios jurídicos para el desarrollo de actividades mercantiles.....	318
4.2.1.	El contrato de fiducia y el patrimonio autónomo	318
4.2.2.	Fondos comunes de inversión	318
5.	RESPONSABILIDAD DEL EMPRESARIO Y DEL COMERCIANTE	319
6.	CONCLUSIONES	322
	BIBLIOGRAFÍA	323

Deberes del comerciante frente al registro mercantil

Mario Fernando Ávila Cristancho

1.	INTRODUCCIÓN	331
2.	LOS REGISTROS PÚBLICOS EN COLOMBIA: EL REGISTRO MERCANTIL	332
3.	EL REGISTRO MERCANTIL: DEFINICIÓN Y DEBERES DE LOS COMERCIANTES.....	333
3.1.	Deber de administrar el registro público mercantil	334
3.1.1.	Publicidad.....	334
3.1.2.	Oponibilidad.....	335
3.1.3.	Fe pública certificadora.....	336
3.2.	Deber de reportar información.....	336
3.3.	Deber de mantener actualizada la información en los registros públicos.....	338

4. INCUMPLIMIENTO DE LOS DEBERES.....	339
4.1. Sociales	339
4.2. Administrativas	339
4.3. Económicas	339
4.4. Penales	340
5. DEBER GENERAL DE TODO COMERCIANTE.....	340
BIBLIOGRAFÍA	342

Deberes del comerciante frente a las normas del derecho de la competencia

Jaime Humberto Tobar Ordóñez

1. INTRODUCCIÓN	343
2. LAS NORMAS DEL DERECHO DE LA COMPETENCIA.....	344
2.1. El fundamento constitucional del derecho de la competencia	344
2.2. Las normas que regulan las prácticas comerciales restrictivas	346
2.2.1. Los acuerdos contrarios a la libre competencia	348
2.2.2. Los actos contrarios a la libre competencia	348
2.2.3. Las conductas que constituyen abuso de posición dominante	349
2.2.4. La violación al régimen de las garantías otorgadas para la clausura de una investigación administrativa.....	350
2.2.5. La violación a las normas sobre concentraciones o integraciones empresariales.....	351
2.3. Las normas que regulan la competencia desleal o las “prácticas comerciales desleales”	352
3. LOS RETOS DE LOS EMPRESARIOS EN LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE LIBRE COMPETENCIA.....	354
3.1. Los riesgos derivados del intercambio de información entre competidores.....	354
3.1.1. El tipo u objeto de información que es intercambiada	355
3.1.2. La estructura y cuota del mercado en el que se intercambia la información.....	356
3.1.3. Las condiciones y la forma como es intercambiada la información.....	356

3.2.	La participación en las asociaciones o gremios	356
3.3.	La adopción de políticas de buen gobierno corporativo en materia de competencia	360
4.	LOS RETOS DE LOS EMPRESARIOS EN LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE COMPETENCIA DESLEAL	361
4.1.	El conocimiento sobre las normas relacionadas con la competencia desleal	361
4.2.	La información entregada a los consumidores	361
4.3.	La forma de presentación de las ofertas	362
5.	CONCLUSIONES	362
	BIBLIOGRAFÍA	363

Eficacia probatoria de la contabilidad y de los libros y papeles de comercio

Juan Francisco Espinosa Palacios

1.	APROXIMACIÓN	365
2.	CONTENIDO DE LA OBLIGACIÓN FRENTE A LOS LIBROS DE COMERCIO	365
2.1.	Objeto de la obligación	366
2.2.	Alcance de los libros de comercio	366
2.3.	La obligación previa de registro	367
2.4.	Prohibiciones frente a los libros de comercio	368
3.	LA IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD DENTRO DE LOS LIBROS Y PAPELES DE COMERCIO ..	369
4.	ALCANCE PROBATORIO DE LOS LIBROS DE COMERCIO	370
5.	REGLAS ESPECIALES PROBATORIAS APLICABLES ENTRE COMERCIANTES	371
5.1.	Si los libros de ambas partes están ajustados a las prescripciones legales y concuerdan entre sí, se decidirá conforme con el contenido de sus asientos	371
5.2.	Si los libros de ambas partes se ajustan a la ley, pero sus asientos no concuerdan, se decidirá teniendo en cuenta que los libros y papeles de comercio constituyen una confesión	372
5.3.	Si los libros de una de las partes no están ajustados a la ley, se decidirá conforme a los de la contraparte que los lleve debidamente, si aquella no aduce plena prueba que destruya o desvirtúe el contenido de tales libros	372

5.4. Si los libros de ambas partes no se ajustan a las prescripciones legales, se prescindirá totalmente de ellos y solo se tomarán en cuenta las demás pruebas allegadas al juicio	372
5.5. Si una de las partes lleva libros ajustados a la ley y la otra no los lleva, los oculta o no la presenta, se decidirá conforme a los de aquella, sin admitir prueba en contrario	373
6. EL PRINCIPIO DE INDIVISIBILIDAD PROBATORIA EN MATERIA DE LIBROS DE COMERCIO.....	374
7. CONSECUENCIAS DE LA DOBLE CONTABILIDAD.....	374
BIBLIOGRAFÍA	376

Importancia de las cámaras de comercio para el derecho comercial en el siglo XXI

Esteban Puyo Posada

1. INTRODUCCIÓN	377
2. HISTORIA.....	378
2.1. Antecedentes.....	378
2.2. Las primeras cámaras de comercio	378
2.3. Las cámaras de comercio en Colombia.....	379
2.4. Delegación del registro mercantil.....	380
2.5. Delegación de otros registros	382
3. NATURALEZA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN COLOMBIA.....	382
4. PRESENTE Y FUTURO DE LAS CÁMARAS FRENTE A LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y FRENTE AL DERECHO COMERCIAL	384
4.1. Seguridad jurídica	384
4.2. Costumbre mercantil.....	385
4.3. Formalización	386
4.4. Tecnologías de la información.....	386
4.5. Métodos alternativos de solución de conflictos	387
4.6. Divulgación de normas del comercio.....	388
5. A MANERA DE CONCLUSIÓN	388
BIBLIOGRAFÍA	389

El principio del fin de la persona jurídica mercantil

Diana María Sánchez Uribe

1. INTRODUCCIÓN	391
2. CAPACIDAD DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES.....	392
3. DISOLUCIÓN DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES	395
4. LIQUIDACIÓN DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES.....	397
4.1. Liquidación voluntaria.....	401
4.1.1. Causales de disolución por decisión de los socios.....	401
4.1.2. Causales de disolución por disposición legal.....	402
4.2. Liquidación obligatoria.....	403
5. CONSIDERACIONES FINALES.....	406
BIBLIOGRAFÍA	408

QUINTA PARTE

LA EMPRESA

INTRODUCCIÓN.....	411
-------------------	-----

La empresa mercantil y su significación jurídica. El establecimiento de comercio, la “propiedad comercial” y algunas cuestiones relacionadas con el derecho al arrendamiento del local comercial

Aurelio Calderón Marulanda

1. LA EMPRESA MERCANTIL NO TIENE UNA SIGNIFICACIÓN JURÍDICA EN EL CÓDIGO DE COMERCIO	413
2. LA “PROPIEDAD COMERCIAL” Y ALGUNAS CUESTIONES RELACIONADAS CON EL DERECHO AL ARRENDAMIENTO DEL LOCAL COMERCIAL	422
BIBLIOGRAFÍA	432

La empresa como objeto de derecho comercial, concepto y elementos

Erick Rincón Cárdenas

1. INTRODUCCIÓN	433
-----------------------	-----

2.	LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA.....	435
3.	EL CONCEPTO DE EMPRESA.....	436
3.1.	Aspecto objetivo.....	438
3.2.	Aspecto subjetivo.....	438
3.3.	Aspecto institucional.....	439
4.	LAS CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA.....	439
5.	EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL DE LA EMPRESA.....	441
5.1.	Elementos incorporales.....	441
5.2.	Elementos corporales.....	441
6.	CONCLUSIONES.....	442
	BIBLIOGRAFÍA.....	443

El establecimiento de comercio: ¿es un bien en derecho colombiano?

Enrique Díaz Ramírez

1.	ANTECEDENTES.....	446
1.1.	Carácter funcional del establecimiento.....	446
1.2.	¿El establecimiento de comercio constituye un bien unitario en Colombia?.....	446
2.	EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO: ¿UNIVERSITAS IURIS?.....	448
3.	EL DERECHO FRANCÉS.....	449
4.	CONCLUSIÓN.....	451
	BIBLIOGRAFÍA.....	451

El establecimiento de comercio como bien del comerciante

Francisco Ternera Barrios

1.	EL CONCEPTO DE ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO: UNA UNIVERSALIDAD.....	454
1.1.	El establecimiento de comercio como una universalidad de hecho.....	455
1.1.1.	¿Por qué una universalidad de hecho?.....	455
1.1.2.	¿Cómo está compuesta esta universalidad de hecho?.....	456
1.2.	El establecimiento como una universalidad de derecho.....	460

2. EL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO COMO OBJETO PATRIMONIAL.....	460
2.1. El establecimiento como objeto de explotación jurídica.....	461
2.2. El establecimiento como objeto de tráfico jurídico.....	462
2.2.1. Enajenación del dominio del establecimiento de comercio.....	462
2.2.2. La constitución de garantías reales sobre el establecimiento.....	463
3. CONCLUSIONES.....	464
BIBLIOGRAFÍA.....	465

**La enajenación de establecimiento
de comercio como forma de adquisición empresarial**

*Alberto Bravo Rey
Tomás Holguín Mora*

1. INTRODUCCIÓN.....	467
2. REGLAS COMERCIALES APLICABLES A LA VENTA DE UN ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO.....	468
2.1. Transferencia en bloque.....	468
2.2. Formalidades, perfeccionamiento y oponibilidad.....	469
2.3. Balance general certificado con una relación discriminada del pasivo.....	470
2.4. Responsabilidad de las partes frente a terceros.....	470
2.5. Oposición de acreedores.....	470
2.6. Responsabilidad por obligaciones que no consten en los libros de contabilidad.....	471
2.7. Reajuste legal de precio.....	472
3. PROCESO DE ADQUISICIÓN Y CLÁUSULAS TÍPICAS DE LOS CONTRATOS DE ADQUISICIÓN.....	474
3.1. Negociación y debida diligencia.....	475
3.2. Los documentos de adquisición.....	477
3.2.1. Manifestaciones y garantías.....	478
3.2.2. Precio.....	479
3.2.4. Condiciones de cierre.....	479
3.2.5. Indemnidad. Limitaciones a la responsabilidad.....	479
3.2.5. Cierre.....	480

4. LAS NORMAS SOBRE ENAJENACIÓN DE ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO COMO REGLAS PROPIAS DE UNA OPERACIÓN DE ADQUISICIÓN	481
4.1. Manifestaciones y garantías.....	481
4.2. Indemnidad	482
4.3. Ajuste de precio.....	483
4.4. Reglas de publicidad y oposición	483
BIBLIOGRAFÍA	484

SEXTA PARTE

FORMAS JURÍDICAS DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

INTRODUCCIÓN.....	487
-------------------	-----

**Las personas jurídicas como vehículo
para desarrollar una actividad económica**

María Luisa Mesa Zuleta

1. INTRODUCCIÓN	490
2. MARCO GENERAL Y EVOLUCIÓN	492
3. LA LEGISLACIÓN SOCIETARIA EN COLOMBIA Y EL DESARROLLO INDUSTRIAL ¿DESARROLLO O SUBDESARROLLO NORMATIVO?	500
4. EL FUTURO Y LOS RETOS DE LA REGULACIÓN SOCIETARIA COLOMBIANA. CONCLUSIÓN.....	506
BIBLIOGRAFÍA	511

Los contratos de colaboración y la empresa

Camilo Andrés Rodríguez Yong

1. INTRODUCCIÓN	513
2. LOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN COMO INSTRUMENTOS PARA LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LA EMPRESA	517
3. LOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN INVOLUCRAN EL EJERCICIO DE UNA VERDADERA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	519

4. ALGUNOS CONTRATOS DE COLABORACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA EMPRESA	520
5. CONCLUSIONES	526
BIBLIOGRAFÍA	527

Génesis y desarrollo de los principales elementos del fideicomiso en América Latina

Stella Villegas de Osorio

GÉNESIS Y DESARROLLO DE LOS PRINCIPALES ELEMENTOS DEL FIDEICOMISO EN AMÉRICA LATINA.....	531
BIBLIOGRAFÍA	542

Las entidades sin ánimo de lucro: empresas no mercantiles con función social

Hernando Javier Echávez-Amaya

María Lucía Torres-Villarreal

1. INTRODUCCIÓN	543
2. REGULACIÓN CONSTITUCIONAL Y LEGAL.....	543
2.1. Regulación constitucional	544
2.2. Regulación legal.....	546
2.2.1. Normas nacionales	546
2.2.2. Normas distritales	547
2.2.3. Normas departamentales	547
3. DEFINICIÓN DE LAS ESAL	547
4. CARACTERÍSTICAS DE LAS FUNDACIONES Y LAS CORPORACIONES	549
5. DIFERENCIAS ENTRE LAS FUNDACIONES Y LAS CORPORACIONES	550
6. RÉGIMEN TRIBUTARIO APLICABLE	551
7. RÉGIMEN DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA	552
8. CONSTITUCIÓN Y OTROS ASPECTOS	553
9. RÉGIMEN DE CONTRATACIÓN APLICABLE	554
9.1. Régimen general de contratación	554

9.2. Régimen aplicable cuando el contrato es celebrado con una entidad pública	554
10. LAS ESAL COMO EMPRESARIO	555
11. LA EJECUCIÓN DE ACTOS DE COMERCIO POR PARTE DE LAS ESAL. CALIDAD DE COMERCIANTES	557
12. EL PAPEL DE LAS ESAL EN LAS SITUACIONES DE CONTROL Y EN LOS GRUPOS EMPRESARIALES	559
13. PERSPECTIVA SOCIAL DE LAS ESAL Y SU IMPACTO PARA EL ESTADO	566
14. CONCLUSIONES	567
BIBLIOGRAFÍA	568

Régimen de las diferentes empresas según su tamaño

Jorge Eduardo Caviedes Devia

1. INTRODUCCIÓN	571
2. RÉGIMEN DE LAS MIPYMES	572
2.1. Concepto	572
2.2. Beneficios en la constitución de la empresa	574
2.3. Beneficios en materia tributaria	576
2.4. Reglas especiales para el acceso al crédito	577
2.5. Beneficios en materia de contratación con la Administración pública	579
3. ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA GRAN EMPRESA	579
BIBLIOGRAFÍA	583