

GUSTAVO ADOLFO MARÍN VÉLEZ

Abogado Universidad Autónoma Latinoamericana

LA PRIMA COMERCIAL
Y SU VALORACIÓN
JURÍDICA Y ECONÓMICA

1ª edición

1998



Universidad
Pontificia
Bolivariana
FACULTAD DE DERECHO



BIBLIOTECA JURIDICA DIME



Lonja de propiedad raíz de Medellín s.a.

CONTENIDO

Presentación

Enfoque temático

1. La contratación mercantil.....	13
1.1. La internacionalización de la economía.....	13
1.2. La apertura económica en Colombia	14
1.3. La contratación mercantil en Colombia	15
2. Nociones generales.....	17
2.1. Comerciante	17
2.2. Acto mercantil	18
2.3. Establecimiento de comercio	18
2.4. Elementos del establecimiento de comercio.....	19
2.4.1. Enseña o nombre comercial, marcas, productos y servicios.....	19
2.4.2. Derechos sobre invenciones, creaciones industriales o artísticas.....	20
2.4.3. Mercancías del almacén o en proceso de elaboración	21
2.4.4. El mobiliario y las instalaciones	21
2.4.5. Contratos de arrendamiento y las indemnizaciones a que tenga derecho.....	21

2.4.6. Derecho a impedir la desviación de la clientela y a la protección de la fama comercial.....	22
2.4.7. Derechos y obligaciones mercantiles derivadas de las actividades propias del establecimiento.....	22
2.5. Empresa	23
3. Concepto de prima comercial.....	23
3.1. Definición legal.....	23
3.2. Regulación normativa.....	24
3.3. Aportes de los tratadistas.....	24
3.3.1. “Es el precio que paga un comerciante por ingresar a un mercado competido”	24
3.3.2. “Es el crédito mercantil formado por un establecimiento de comercio”	25
3.3.3. “Es el valor de la empresa en marcha, menos el valor de la liquidación de los activos tangibles, previo el pago de pasivos”	25
3.3.4. “Es el crédito mercantil de un negocio de comercio cuyo factor fundamental de renta está relacionado con la tenencia temporal del inmueble en donde funciona”	25
4. Tipos de primas.....	26
4.1. Prima indemnizatoria.....	26
4.2. Prima de colocación	26
4.3. Prima del negocio (prima comercial).....	26
5. Prima indemnizatoria.....	27
5.1. Concepto.....	27

5.2. El contrato de arrendamiento sobre locales comerciales	27
5.2.1. Definición	27
5.2.2. Regulación legal	27
5.2.3. Partes contratantes.....	28
5.2.4. Destinación del inmueble.....	29
5.2.5. Canon de arrendamiento.....	29
5.2.6. Derecho de renovación contractual	32
5.2.7. Derecho de subarriendo del local	35
5.2.8. Derecho de cesión del contrato.....	35
6. Prima de colocación	40
6.1. Fundamento jurídico	40
6.2. Denominaciones	41
6.2.1. México	41
6.2.2. Argentina	42
6.3. Justificación económica.....	42
6.3.1. El comerciante ingresa a un mercado ya construido, lo cual es relativo.....	42
6.3.2. Los inmuebles se hacen, los “puntos” ya están.....	42
6.3.3. Posibilidad de establecer negocios característicos o típicos (estrategia del fogón comercial).....	43
6.3.4. El comerciante puede reducir costos de instalación.....	43
6.4. Estimación económica (factores de incidencia) ...	44
6.4.1. Ubicación	44

6.4.2. Características locativas.....	45
6.4.3. Contrato de arrendamiento	47
7. Prima del negocio	47
7.1. Fundamento jurídico	47
7.2. Denominaciones	48
7.2.1. Italia	48
7.2.2. Inglaterra y Estados Unidos	48
7.2.3. Colombia y América Latina	48
7.3. Justificación económica.....	49
7.3.1. El comerciante ingresa a un mercado construido	49
7.3.2. El negocio en marcha conlleva un <i>know how</i> (saber hacer)	49
7.3.3. Ya se ha cumplido el posicionamiento comercial y social del negocio.....	50
7.4. Estimación económica	50
7.4.1. Factores de incidencia.....	50
7.4.2. Métodos para calcular su valor	53
8. Compendio de jurisprudencia y doctrina	57
Bibliografía	82