

CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION  
COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA  
EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

Ana María Pulgarín López

Universidad Pontificia Bolivariana

NOTA DE AUTORA:

Estudiante de Derecho, Universidad Pontificia Bolivariana.

Artículo construido como trabajo de grado, elaborado en el marco de la práctica corporativa,  
dirigido por el docente Dr. Néstor Raúl Londoño S.

Más información sobre este artículo al correo: [Ana.Maria.pulgarin@hotmail.com](mailto:Ana.Maria.pulgarin@hotmail.com).

## Resumen

El presente artículo es un análisis del concepto y uso actual del contrato mercantil referente a la concesión de espacios. Contrato atípico o no regulado por nuestra legislación, naciente como una concesión de carácter privada, “que surge para dar mayor flexibilidad a los contratos de tenencia de inmuebles que tradicionalmente se limitaban al arrendamiento previsto en el Código Civil y normas sobre arrendamiento comercial del Código de Comercio” (Gómez-Pinzón Zuleta) y que hoy en día funge como instrumento moderno para la expansión comercial de las empresas.

Ana María Pulgarín López

## Abstract

“SPACE CONCESSION CONTRACT AS A MODERN TOOL FOR COMMERCIAL EXPANSION OF  
COMPANIES”

Analysis of the concept and current use of the commercial contract concerning the granting of spaces. Atypical contract or not regulated by our legislation, rising as private granted concession, that arises to give more flexibility to property ownership contracts which were traditionally limited to the planned leasing in the Civil Code and policies on commercial leasing in the Commercial Code, and that nowadays serves as a modern instrument for the commercial expansion of companies.

**Palabras claves:** Contratación, Concesión, Espacios, Arrendamiento, Expansión comercial, Instrumentos modernos.

**Key words:** Recruitment, Space Concession, lease, business expansion, modern instruments.

## Introducción

La expansión comercial ha llevado a los empresarios de nuestro país a pensar en modelos más sencillos y ágiles para la consecución de objetivos generales como son la atracción de clientes, la rentabilidad de los espacios físicos, y la rápida reinención de sus empresas, llevando a su vez a la implementación de figuras no convencionales dentro de nuestra legislación, pero comúnmente utilizadas a nivel internacional.

Tal como lo menciona el Dr. Jaime Arrubla en la introducción de su libro Contratos Contemporáneos (Arrubla Paucar, Contratos Contemporáneos), el entorno económico a nivel internacional presenta transformaciones continuas y aceleradas en ámbitos como *“el conocimiento y la tecnología”, “la facilidad con que el dinero atraviesa las fronteras”, “la aparición de nuevos componentes de la competencia internacional”* y una *“tendencia a la integración económica”*; lo cual simplemente se traduce en la gran necesidad de implementar nuevos mecanismos legales y jurídicos, esto se ha denominado en Latinoamérica *“análisis económico de la Ley”*.

Es el caso del contrato de concesión de espacios, que se implementa en nuestro país con el ánimo de ir más allá, dejando atrás la búsqueda de simples utilidades de venta por un espacio físico para ir en busca de mayores posibilidades de explotación, tales como el tráfico de Público, el reconocimiento en el mercado, sectorización comercial y mejores mecanismos operacionales; logrando así la integración en las ventas para ambas partes del negocio. Podríamos decir, *“sacando provecho”* de la actividad comercial del otro, con miras al crecimiento propio, pero siempre de forma correspondiente.

Cabe mencionar que debido a la falta de regulación normativa propia en nuestra legislación para el contrato de concesión de espacios, sus características y condiciones particulares son poco conocidas y reconocidas en el medio, razón por la cual en la ejecución del contrato se

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

pueden presentar discusiones con respecto a su naturaleza jurídica, siendo frecuentemente confundido con el contrato de arrendamiento comercial.

Con miras a entender el papel de este instrumento y su importancia en la actualidad comercial y empresarial, analizamos el contrato de concesión como un contrato atípico dentro de la legislación Colombiana, el contrato de concesión clásico como fuente de este instrumento, el contrato de concesión de espacios propiamente dicho, la diferencia entre la concesión de espacios Vs. arrendamiento mercantil y la importante herramienta moderna en que se convierte el contrato de concesión de espacios para lograr una mayor expansión comercial a través del beneficio recíproco.

### **Atipicidad del contrato**

Como se ha mencionado anteriormente, el contrato de concesión no se encuentra regulado normativamente en nuestra legislación, lo que nos lleva a un plano de desconocimiento de las características y condiciones particulares de este negocio.

“No es la ley la que tipifica una figura contractual, esta apenas la reconoce. Es el hecho social el que señala el concepto y la función de cada uno de los contratos. Por ello, podemos decir que estos existen antes de que la ley los haya regulado y luego de esta regulación, porque así lo han querido quienes han hecho uso de él” (Arrubla Paucar, Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag. 1).

Entendemos como negocio o contrato típico, aquel que se encaja en alguna de las figuras nombradas, desarrolladas y reguladas por nuestra legislación, donde hay una coincidencia en características, condiciones y elementos naturales que forman tal acuerdo. Pero aun cuando un contrato sea atípico, es decir, no se adecúe a ninguno de los tipos o moldes de negocios consagrados por el legislador en nuestro código, el mismo seguirá produciendo efectos jurídicos, toda vez que es el uso que la sociedad hace de él, el que le da su verdadera existencia en el medio; esto gracias al principio de la libertad contractual consignado en el

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

postulado de la autonomía privada. Así pues, podemos decir, tal y como lo afirma el Dr. Jaime Arrubla, que “la *tipicidad contractual* se define como la recepción y regulación de una serie de supuestos de hechos concretos, por un ordenamiento jurídico determinado” (Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag.7).

Particularmente la realidad comercial Colombiana hoy en día, ha llevado a los empresarios a la búsqueda de nuevas y más ágiles figuras que las que inicialmente se consagraron en nuestro código civil y nuestro código de comercio, pues estos simplemente reflejan la realidad social de aquella época, realidad cambiante y que hoy en día maneja mayor dinamismo contractual. Es así, como encuentran su fundamento los contratos llamados atípicos, los sistemas jurídicos deben adecuarse a la realidad y a las necesidades humanas que presenta la modernidad, suministrando y permitiendo formas más novedosas y ágiles para la celebración de negocios determinados.

Entendemos la aceptación que de un negocio jurídico hace la sociedad, como una regulación de “primer grado” del contrato, por lo que podríamos afirmar, que los contratos tanto típicos como atípicos se encuentran regulados por este orden, es decir, ambos debieron nacer del uso común por determinado sector social. Posteriormente, los contratos llamados típicos cuentan con una llamada regulación de “segundo orden”, que hace referencia al desarrollo que sobre el mismo exista en un sistema jurídico; ahora, la verdadera inquietud surge al desconocer el régimen jurídico aplicable en la contratación atípica, más aun cuando son aspectos que las partes no determinaron claramente en el contrato. Para dar solución a este problema, la doctrina ha traído unas teorías sobre la forma como debe regularse un contrato atípico (Arrubla Paucar, Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag. 16).

*a. teoría de la absorción o de la observación:* esta teoría invita a observar detenidamente cual es la prestación determinante, existente en un negocio jurídico, para de esta manera aplicar el régimen jurídico del contrato típico al que se parezca más dicha prestación. Con esta teoría se corta la continuidad del estudio del contrato atípico, pues se

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

le resta importancia al mismo con el fin de “encajarlo” en uno de los negocios ya regulados, por lo que no aporta nada al sistema jurídico.

*b. teoría de la combinación:* esta teoría indica que cuando un contrato atípico se comprende de múltiples prestaciones, que miradas de manera aislada pertenecen a diferentes negocios típicos, se debe combinar dichos regímenes con el fin de dar regulación al negocio atípico. Esta teoría, tal como lo señala el Dr. Arrubla, nos lleva a desmembrar el contrato, robándole su unidad y su razón de ser como negocio jurídico.

*c. teoría de la analogía:* mediante esta teoría se invita a aplicar las reglas del negocio típico más semejante al no regulado, pero esta teoría tampoco logra un fin adecuado, toda vez que es importante aclarar que el contrato atípico cumple un función específica en relación con los demás contratos, es decir, aunque sus elementos se asemejen a los de otro negocio, cada contrato tiene una razón de ser y un uso concreto y particular.

*d. teoría del interés o fin dominante:* contrario a la teoría anterior, surge como la posibilidad de acudir a la teoría general de las obligaciones y de los contratos para regular el negocio atípico, en lugar de acudir a las figuras reguladas en el ordenamiento. Según el Dr. Jaime Arrubla, “se critica esta teoría por ser una confesión de impotencia para encontrar un criterio general”.

Sin embargo, ninguna de las teorías anteriormente mencionadas es la adecuada, pues en ninguna de ellas se le da la prioridad que tiene el contrato atípico como un negocio único y por el contrario, siempre se busca encajarlo dentro de un contrato típico, robándole así un poco de su esencia. Por lo anterior, según el Dr. Arrubla (Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag. 17), la solución a los posibles conflictos que se deriven de un contrato o negocio jurídico atípico, será determinada por la legislación existente en cada país, diferenciando si estamos en presencia de un negocio civil o mercantil y nos expone las siguientes rutas para dar solución a los posibles conflictos.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

Según el profesor Ospina Fernández, y tomando el artículo 8° de la ley 153/87, que trae tres hipótesis: analogía, doctrina constitucional y reglas generales del Derecho, ideó un orden para regular los contratos atípicos de la siguiente manera (Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag. 20):

1. En primer lugar, Las normas imperativas de la teoría general, tales como la capacidad, el consentimiento libre de vicios, el objeto lícito y la causa lícita, entre otras.
2. Las normas de la teoría general supletiva, no imperativas.
3. La convención, el contrato y la autonomía general.
4. Analogía.
5. Doctrina constitucional.
6. Reglas generales.
7. Y por último el arbitrio judicial, pues en última instancia es el juez quien debe resolver el caso.

Sin embargo, el planteamiento realizado por el profesor Ospina resulta acertado cuando estamos en presencia de un negocio civil, pues si es mercantil la respuesta varía, porque el Código Comercio en su título preliminar trae otra ruta parecida pero diferente, pues si el vacío es en un contrato típico o atípico mercantil se debe acudir a:

1. La ley comercial.
2. Analogía de sus propias normas.
3. Ley civil.
4. Costumbre.
5. Convención.
6. Tratados internacionales no ratificados por Colombia, costumbre internacional y principios generales del Derecho Mercantil.

Entonces, no solo en los contratos de naturaleza atípica pueden existir vacíos, pues los contratos regulados por el legislador pueden encontrarse en esta situación también, la única

diferencia que existe entre ambos contratos es la regulación de segundo orden, pues sobre uno existen unas normas específicas en el ordenamiento y sobre otro no. Por este motivo existen unas “rutas” a seguir para la debida regulación de los contratos, atendiendo a la legislación Colombiana.

### Contratos de Concesión Mercantil

El inicio de la Concesión mercantil se da a finales del siglo pasado y se presenta través de las tradicionales concesiones públicas, donde el estado se encontraba limitado a participar en determinados mercados, llevándolo a otorgar en concesión sus bienes a los particulares con fines de explotación, es el caso de la minería en nuestro país.

Posteriormente surgen en nuestro entorno, y partiendo de las concesiones públicas, las concesiones privadas, las cuales consisten, en palabras del Dr. Jaime Arrubla en “en explotar la mina ajena, la marca ajena, la imagen ajena, etc., lo que sirve tanto al concedente como al concesionario” (2013)<sup>1</sup>, podríamos entonces, definir el contrato de concesión clásico en los siguientes términos:

*“Son los contratos de colaboración mercantiles y atípicos, por virtud de los cuales un empresario, persona física o jurídica, se obliga a comercializar, de manera permanente y en la forma cualitativa y cuantitativamente predeterminada, los productos de otro empresario, ya en nombre y/o por cuenta de este – agente-, ya en nombre y por cuenta propio – concesionario-“ (Lazaro Sánchez).*

Otros tratadistas del derecho mercantil, lo definen como:

---

<sup>1</sup> Curso Contratos Mercantiles, Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Derecho, 2013

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

*“aquel en virtud del cual, un empresario llamado concedente, se obliga a otorgar a otro llamado concesionario, la distribución de sus productos o servicios o la utilización de sus marcas y licencias o sus espacios físicos, a cambio de una retribución que podrá consistir en un precio o porcentaje fijo, o en una serie de ventajas indirectas que benefician sus rendimientos y su posición en el mercado” (Arrubla Paucar, Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag. 355).*

El jurista Juan Luis Iglesias Prada lo define así:

*“todo acuerdo de voluntades por el que un empresario – concesionario- pone el establecimiento del que es titular, al servicio de otro empresario- concedente- para comercializar por tiempo indefinido o limitado, en una zona geográfica determinada y bajo las directrices y supervisión del concedente aunque en nombre y por cuenta propios, los productos cuya exclusiva de reventa se le otorga en condiciones determinadas” (Iglesias Prada).*

Según los autores Eduardo Chuliá y Teresa Beltrán (Aspectos Jurídicos de los Contratos Atípicos Pag. 333), los contratos de concesión, también denominados de distribución exclusiva, de venta exclusiva, o concesión exclusiva, se ven en la necesidad de surgir y desarrollarse en nuestro medio debido al aumento de relaciones comerciales, facilitando la tarea de un productor y reduciendo sus costos, pues este como concedente tiene la facultad de “conceder” a otro la posibilidad de encargarse de las tareas de distribución y venta.

De estos conceptos, concluimos que el contrato de concesión se encuentra constituido por dos partes esenciales, un **concedente**, que puede ser persona natural o jurídica, que es el productor y un **concesionario**, que es quien se obliga a la venta y distribución de dicho producto a cambio de una contraprestación, con el fin de que ambas partes se vean beneficiadas en dicho negocio, el primero al reducir sus costos y expandir su mercado y el segundo, al sacar provecho del reconocimiento de una marca y adquirir un beneficio económico.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

Al ser el contrato de Concesión una figura mercantil, el mismo debe desempeñar una función económica, que a fin de cuentas es lo que nos ocupa este documento, analizar cómo esta figura contractual se convierte en un importante instrumento para la expansión comercial de las empresas.

### Contrato de concesión de espacio

#### A. Definición:

“el contrato de *concesión de espacio* es una modalidad del contrato de concesión mercantil, donde el concedente es propietario de uno o varios establecimientos de comercio, que generalmente operan en cadena, acreditados ante el público y que como una manera de mejorar sus rendimientos, racionalizando los costos, decide ceder espacios físicos de su establecimiento o establecimientos a personas que se denominan concesionarios, que son comerciantes o fabricantes de productos y que desean mercadearlos en los establecimientos acreditados del concedente”, según lo explica Jaime Arrubla Paucar (Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos Pag.371).

#### B. Características:

- a. *Es un contrato atípico*: es decir no se encuentra regulado en el ordenamiento jurídico colombiano pero que se viene usando en nuestro medio por la costumbre mercantil.
- b. *Es un contrato de colaboración*: las partes que intervienen en el contrato se colaboran mutuamente.
- c. *Es oneroso*: Es decir, cada una de las partes reciben una utilidad.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

- d. *Es bilateral*: Desde el momento de su perfeccionamiento surgen obligaciones a cargo de ambas partes.
- e. *Es consensual*: No requiere de ninguna formalidad para su perfeccionamiento, por lo tanto las partes son libres para expresar el negocio (puede ser verbal o escrito).
- f. *De libre discusión o de adhesión*: Las partes pueden discutir los términos del contrato o puede utilizarse formas preimpresas preparadas por una de las partes para que la otra la acepte o la deje.
- g. *Es de tracto sucesivo*: Supone la existencia de una relación de largo plazo que se va ejecutando en el tiempo.
- h. *Es intuitu personae*: Teniendo en cuenta que es un contrato de colaboración mutua, se basa en la confianza entre las partes y por ello es un contrato que se celebra en consideración a la persona atendiendo las condiciones particulares de este.

Además de las anteriores, el contrato atípico de concesión de espacios, cuenta con dos partes, un concedente que es el dueño de las instalaciones y un concesionario, quien deberá ajustarse a las normas y características en general del Concedente, respetando sus métodos de administración, características visuales del espacio, letreros, propaganda y avisos; Sumado a esto es común que el concesionario deba contar con la autorización del concedente para llevar a cabo estas actividades. Concedente y concesionario deben tener el ánimo de cuidar y conservar la imagen corporativa, pues como lo mencionamos anteriormente, una de las características principales de este negocio es el provecho que del reconocimiento de la marca saca el concesionario.

Como otra característica, el concesionario no se hace propietario de las instalaciones y tampoco se convierte en arrendatario comercial, pues él solo se torna en un canal de distribución, donde podrá distribuir sus mercancías y su marca propia a través de personal suyo o del concedente previa estipulación en el contrato.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

Al ser este un negocio comúnmente confundido con el del arrendamiento mercantil, es pertinente mencionar que la contraprestación pagada por el concesionario al concedente no se entiende como renta alguna, simplemente es el pago que se hace por el lugar que se está utilizando para la distribución de una actividad, la comisión que paga la parte denominada concesionario en el negocio es global, incluye el espacio que se otorga, el reconocimiento empresarial y los demás servicios con los que se beneficia el concesionario.

Es importante aclarar que la concesión de espacios no hace referencia solo al lugar que el concedente otorga en concesión al concesionario, es necesario para el cumplimiento de cualquier actividad comercial llevar a cabo un dinamismo complementario o adicional, como el bodegaje, el parqueo y demás, por lo que todos estos servicios harán parte de los beneficios que el concesionario deberá pagar al concedente.

### **Contrato de Concesión de espacios Vs. Arrendamiento Mercantil**

Ya definido el contrato de concesión de espacios, comencemos por definir el contrato de arrendamiento. Según el Artículo 1973 del Código Civil Colombiano:

“El arrendamiento es un contrato en que las dos partes se obligan recíprocamente, la una a conceder el goce de una cosa, o a ejecutar una obra o prestar un servicio, y la otra a pagar por este goce, obra o servicio un precio determinado”

Como ya lo mencionamos, es común confundir el contrato de concesión de espacios con el contrato de arrendamiento mercantil, pues ambos cuentan con elementos similares, como la entrega de un espacio para la explotación de un negocio. Según Gómez Pinzón –zuelta (Reflexiones sobre el Contrato de concesión de espacios Vs. el arrendamiento Pag. 12), “en ambos contratos se concede el disfrute de un bien, aunque podría argumentarse que en el arrendamiento «la cosa» que se entrega en tenencia es un bien inmueble, mientras que en la concesión es la facultad de explotar un negocio”.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

En ambos negocios se deben sostener actos de simple administración y ambas partes, tanto concesionario como arrendatario son meros tenedores de la cosa y ambos requieren previa autorización de la otra parte para la cesión del negocio.

Ahora, el documento “reflexiones sobre el contrato de concesión de espacios Vs. El arrendamiento” (Gómez-Pinzón Zuleta Pag. 13), nos trae las diferencias más notorias entre ambos negocios, tales como:

*a. la tipicidad del contrato:* pues como ya lo mencionamos el contrato de contrato de concesión es un contrato atípico, mientras el de arrendamiento se encuentra regulado por nuestra legislación.

*b. el objeto:* pues en el contrato de concesión el objeto es la entrega de un espacio para la comercialización de unos productos en alguna sede del concedente a cambio de una contraprestación; mientras que el objeto del arrendamiento consiste en la entrega del uso y el goce de un inmueble a cambio de un canon o renta.

*c. Espacio:* en la concesión es el concedente quien determina el espacio en el cual se ubica el concesionario, teniendo en cuenta la actividad que desarrollan cada uno. Por su parte, en el arrendamiento la actividad comercial que desarrolla el arrendatario es independiente, por lo que no puede ser modificado libremente por el arrendador.

*d. obligaciones:* el concedente tiene como obligación entregar el espacio físico, permitir que el concesionario se beneficie de su establecimiento de comercio y otorgar beneficios al concesionario por su actividad y experiencia. Por su parte, el arrendatario debe Entregar la cosa, asegurarse que se encuentre funcional y no perturbar al arrendatario; además, este contrato se agota en el uso y disfrute del bien, por lo que la relación entre ambas partes no busca un beneficio mutuo de reconocimiento en la actividad comercial que se lleva a cabo.

Por su parte, la jurisprudencia Argentina señala respecto de este contrato:

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

“el contrato de concesión privada es aquel por el cual una parte otorga autorización a otra para la explotación de un servicio que le compete o desea prestar a terceros, obligándose esta otra a realizar tal explotación bajo el control de aquella, entregándole la primera o no bienes para la explotación y comprometiéndose o no la última a abonar una compensación. Por tanto, no es la entrega de la tenencia del espacio físico ni el pago de una suma mensual — variable o no— lo que define el contrato de concesión, ni lo que permite descartarlo para encuadrar el pacto en la locación de cosa. El elemento esencial de la concesión es el control del concedente, traducido en la posibilidad de reglamentar el servicio a prestar por el concesionario. La circunstancia de consistir el contrato en una delegación de actividad, lleva a concluir que el control de esta por el concedente debe ser elemento esencial. El control se manifiesta en el dominio que siempre debe tener el concedente sobre la prestación de servicio, ya que este ha sido delegado. Se traduce en la posibilidad de reglamentación y vigilancia” (M.J. Y otro s/daños y perjuicios).

Es importante conocer que el contrato de arrendamiento mercantil tiene una protección especial a favor de los arrendatarios, la cual consiste en el derecho de renovación del contrato de arrendamiento a su vencimiento (Arrubla Paucar, Contratos mercantiles, Contratos típicos Pag. 420). Si un empresario ocupa más de dos años un inmueble con un mismo establecimiento de comercio, tendrá derecho a que se le renueve el contrato al llegar su vencimiento y el arrendador sólo podrá pedir el bien objeto de arrendamiento cuando se cumpla una de las siguientes condiciones: (1) Cuando el arrendatario haya incumplido el contrato; (2) Cuando el propietario necesite los inmuebles para su propia habitación o un establecimiento suyo destinado a una empresa sustancialmente distinta de la que tuviere el arrendatario. (3) Cuando el inmueble deba ser reconstruido o reparado con obras necesarias que no puedan ejecutarse sin la entrega o desocupación, o demolido por su estado de ruina o para la construcción de una obra nueva.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

En razón de lo anterior, es muy común, como ya lo dijimos, que el contrato de concesión de espacio tienda a confundirse con el contrato de arrendamiento mercantil y se haga uso de la prerrogativa que la ley le concede al arrendatario.

A fin de evitar que se presenten este tipo de confusiones, se deben tener en cuenta algunas condiciones del contrato y recomendaciones para su administración (División Jurídica Comfama). Comúnmente es beneficioso plasmar en el contrato algunas consideraciones generales que son vinculantes para las partes en el sentido de que de entrada se define la naturaleza jurídica de las partes y su intención al celebrar el contrato. Un ejemplo de esto, sería mencionar el interés claro de las partes en colaborar mutuamente de modo tal que cada una se sirva de la estructura administrativa y experiencia de la otra y puedan llevar a cabo de esta manera el ejercicio simultáneo de diferentes actividades. Esto significa que la intención de las partes es celebrar un contrato de colaboración, característica que es ajena al contrato de arrendamiento de inmuebles en el cual solo se le permite al arrendatario el uso y goce de un espacio para darle la destinación permitida pero sin que el arrendador pueda interferir o hacer recomendaciones sobre el negocio.

En este orden de ideas, la intención del contrato de concesión es que haya una colaboración mutua entre las partes, el contrato se celebra en consideración a la actividad económica y experiencia de concedente y concesionario, la cual debe servir a unos propósitos de ofrecer un servicio completo y de calidad a una clientela. Esta característica del contrato de concesión es la que le permite a las partes poder concertar ciertos rasgos distintivos en aspectos como la prestación del servicio, la calidad de los productos que expende, las actividades desarrolladas, las condiciones de higiene y salud, entre otros; aspectos que en general no podrían pactarse en un contrato de arrendamiento debido a su naturaleza.

De igual manera, el contrato de concesión permite fijarle horarios al concesionario para la atención de la actividad permitida, permite la movilidad de los espacios de acuerdo con las necesidades del concedente, permite la reserva de aceptar o no el personal del

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

concesionario e imponer el cumplimiento de unas normas corporativas internas corporativas.

Como otra característica, podríamos mencionar que los concesionarios no tienen exclusividad alguna para ejercer la actividad económica permitida, lo que significa que el concedente puede asumir la prestación del servicio o desarrollo de la actividad económica directamente o contratarla con un tercero, bajo cualquier modalidad de contratación.

Teniendo en cuenta que en la concesión el concesionario se sirve de la infraestructura del concedente y de su posicionamiento en el medio, aquel debe cancelar por estos beneficios una contraprestación que puede consistir en una suma fija o variable y con la intención de evitar una posible confusión con el arrendamiento dicha contraprestación no puede ser denominada canon de arrendamiento.

A lo anterior, podemos agregar que como la actividad del concesionario es independiente y se desarrolla por su propia cuenta y bajo su exclusiva responsabilidad, el personal que este vincule para la atención de la concesión no tiene ningún vínculo laboral con el concedente, y la responsabilidad laboral solo estará a cargo del concesionario, es importante aclarar que estos aspectos deben constar en el contrato a celebrar para evitar la presencia de vacíos que generen conflictos y deban ser resueltos a través de las “rutas” anteriormente mencionadas.

Como última recomendación podríamos indicar, que para evitar cualquier tipo de confusión entre ambos negocios, es necesario que conste por escrito en la celebración del contrato el mayor número de características posibles que hagan alusión al contrato de concesión de espacio, indicando la naturaleza del negocio, la responsabilidad y los rasgos que determinaran la relación laboral, la no exclusividad, la fijación de horarios, la posibilidad de cambiar el lugar determinado, entre otros.

**Contrato de Concesión de Espacios como instrumento moderno para la expansión Empresarial**

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

Como ya lo mencionamos anteriormente, vivimos en un mundo cambiante, donde día a día surgen nuevas metas sociales y un mayor dinamismo económico, factores como la globalización llevan a grandes y pequeños empresarios a pensar en nuevas modalidades que tengan como objetivo mayores nexos empresariales, terrenos más ágiles que provean sus negocios de efectividad y agilidad, en general lograr mayores conexiones a nivel nacional e internacional para su crecimiento y expansión comercial.

Sin duda alguna, la realidad jurídica de los diferentes ordenamientos jurídicos a nivel internación debe ir de la mano con dicha visualización empresarial, permitiendo que las figuras legales existentes en el ordenamiento otorguen mayor libertad a los empresarios sin necesidad de incurrir en la ilegalidad.

Es así, como hoy en día el uso del contrato de concesión de espacios, aun cuando este es atípico, se convierte en un mecanismo altamente utilizado en nuestro país por empresas de alto reconocimiento como Grupo Éxito, diferentes cajas de compensación, entre ellas COMFAMA y en general es una modalidad creciente en el mundo de los centros comerciales.

“La concesión mercantil o concesión de espacios es una figura atípica en el derecho Colombiano, que surge para dar mayor flexibilidad a los contratos de tenencia de inmuebles que tradicionalmente se limitaban al arrendamiento previsto en el Código Civil, y las normas especiales para establecimientos de comercio del Código de Comercio”. (Reflexiones sobre el Contrato de concesión de espacios Vs. el arrendamiento Pag. 4)

Según Gómez-Pinzón Zuleta (2015), La tendencia actual ya no se concentra en la construcción de establecimientos o centros comerciales para obtener utilidades a partir de la venta, sino que el modelo de una contraprestación constante se ha tornado más atractivo para los empresarios. En este punto la selección entre Arrendamiento y Concesión juega un papel importante para el desarrollo de las relaciones contractuales.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

Así mismo lo reconoce el Tribunal Superior de Antioquia que hablando de la Concesión señala: “Esta convención o acuerdo de voluntades es de inusitada frecuencia hoy día en los almacenes de cadena que existen en las grandes ciudades y aun en poblaciones intermedias, como es el caso que ocupa la atención de la Sala”. (Tribunal Superior de Antioquia).

## Conclusiones

Según el autor chileno Álvaro Puerma Accorsi (Contratación comercial moderna Pag. 68), el contrato de concesión es utilizado como mecanismo cuando los volúmenes de negocios aumentan, motivo por el cual un empresario debe buscar la colaboración de otro – concedente y concesionario- con el fin de otorgarse mutuamente mayores ventajas comerciales.

Basándonos en los informes de almacenes de cadena de alto reconocimiento en nuestro país “Instrumentos modernos para la empresa y la inversión” (Almacenes Exito), La pregunta es ahora, ¿Por qué celebrar un contrato de concesión de espacio tiene mayor impacto actual en la expansión empresarial, que el común contrato de arrendamiento? Y la respuesta es simple y debe ser analizada desde dos perspectivas. La primera de ella y analizándola desde el punto de vista del concesionario, debemos decir que, aun cuando un comerciante puede estar interesado y capacitado económicamente para arrendar un local ubicado en el sitio de la ciudad que el desee, adquirir una concesión en un lugar reconocido como lo es Almacenes éxito o COMFAMA, le asegurara de entrada un flujo de clientela, un reconocimiento y una publicidad en medio de unos estudios previos de administración realizados por el concedente, evitándose así la carga administrativa y económica de tener que desplegar múltiples actividades para lograr este fin.

En segundo lugar y desde el punto de vista del concedente, debemos decir que aunque el contrato de concesión se aplica comúnmente en el ámbito comercial y de negocios de cadena, es un instrumento igualmente aplicable a unidades de servicio y parques recreativos, con el fin de realizar actividades complementarias a la prestación de servicios principales del concedente, Es por ello que para complementar servicios como el de alimentación, compras, tiendas naturistas y otros negocios que son complementarios para la atención de los usuarios o simplemente generan un valor agregado al servicio ofrecido, la concesión de espacio es el contrato idóneo para respaldar esas negociaciones ya que así se tiene la posibilidad de

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

brindar a la clientela un servicio integral sin que el concedente tenga que asumir actividades que no son propias de su objeto.

Podemos afirmar entonces, que el contrato de concesión a diferencia de una venta o un arrendamiento, otorga a las partes que lo celebran unos beneficios que además de ser mutuos – por cuanto ambas partes se benefician de la experiencia, reconocimiento y administración de la otra – son constantes, sucesivos y no finalizan con el mero pago por una venta o una renta, los beneficios son múltiples, llevando tanto a concedente como a concesionario a tener mayores números en la prestación de su servicio y al mismo tiempo economizar en acciones operacionales que no se encuentran directamente relacionados con sus actividades principales.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

### REFERENCIAS

- Almacenes Exito. *Instrumentos modernos para la empresa y la inversión*. Medellín, s.f.
- Arrubla Paucar, J. *Contratos Contemporáneos*. Legis Editores, 2013.
- . *Contratos Mercantiles, Contratos Atípicos*. Bogotá: Legis Editorial, 2012.
- . *Contratos mercantiles, Contratos típicos*. Bogotá: Legis Editores, 2012.
- Chuliá Vicent, Beltran Alandete. *Aspectos Jurídicos de los Contratos Átipicos*. Barcelona: J.M Bosh, 1995.
- División Jurídica Comfama. *Contrato de Concesión de Espacio*. Medellín, 2010.
- Gómez-Pinzón Zuleta. *Reflexiones sobre el Contrato de concesión de espacios Vs. el arrendamiento*. Bogotá, 2015.
- Iglesias Prada, J. «El Contrato de Concesión Mercantil.» Madrid, 1978.
- Lazaro Sánchez, E. *El desestimiento unilateral en los contratos de distribución; análisis de la jurisprudencia al respecto*. España, 1989.
- M.J. Y otro s/daños y perjuicios. Nº 2-VI-2002. Cámara de apelaciones, Sala A, Trelew. 2002.
- Puerma Accorsi, A. «Contratacion comercial moderna.» Santiago de Chile: Alfabtea, 1992. 68.
- Tribunal Superior de Antioquia. Nº MP. Juan Diego Ocampo. Tribunal Superior de Antioquia. 6 de abril de 1994.

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

### Anexo: modelo contrato de concesión de espacios

El siguiente es un modelo de contrato de Concesión de espacio desarrollado y utilizado por una empresa Antioqueña en el desarrollo de sus múltiples actividades comerciales, en él se evidencia la naturaleza del contrato, las obligaciones tanto de concedente como de concesionario, el pacto de una contraprestación y el respeto por la imagen corporativa de la parte denominada concedente:

EL CONCEDENTE, y EL CONCESIONARIO, hemos acordado celebrar el presente contrato de concesión de espacio, previas estas consideraciones:

1. Que EL CONCEDENTE es propietario de instalaciones adecuadas para el desarrollo de actividades de reconocido prestigio en el medio y de amplia aceptación por parte de la comunidad.
2. Que las mencionadas instalaciones se encuentran ubicadas en jurisdicción del Departamento De Antioquia.
3. Queda claramente establecido que en virtud del presente contrato, cada una de las partes conserva su autonomía e identidad, la cual estará limitada únicamente por las políticas y lineamientos que aquí se señalan.
4. Las partes se comprometen a colaborar mutuamente de modo tal que cada una se sirva de la estructura administrativa y experiencia de la otra y puedan plasmar de esta manera el ejercicio simultáneo de actividades educativas, culturales y recreativas, entre otras, con el ejercicio de las actividades autorizadas, en los términos que se consignan en las cláusulas siguientes:

PRIMERA: objeto- Por este acto y en virtud de la colaboración mutua de que trata el numeral 4 de las consideraciones preliminares, EL CONCEDENTE otorga a EL CONCESIONARIO la CONCESIÓN DE UN ESPACIO dentro de las dependencias de aquél, que se señalarán más adelante, para que EL CONCESIONARIO realice una actividad. A fin de que esta actividad pueda cumplirse cabalmente EL CONCESIONARIO queda facultado también para realizar actividades complementarias.

PARÁGRAFO PRIMERO: EL CONCESIONARIO sólo podrá realizar la actividad o actividades que se especifican en la presente cláusula.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Las partes declaran expresamente que el contrato que celebran es de colaboración mutua en los términos antes indicados, por lo que se excluye de su voluntad la celebración de otra clase de contratos, entre ellos el de arrendamiento.

SEGUNDA: Lugar de la concesión.- el(los) espacio(s) que se otorga(n) en concesión en virtud del presente contrato se encuentra(n) ubicado(s) en la(s) siguiente(s) sedes de EL CONCEDENTE:

TERCERA: Exclusión de la relación laboral. Es responsabilidad de EL CONCESIONARIO la vinculación del personal necesario y debidamente entrenado para la correcta atención de la

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

concesión y despacho al público y suministrarle la dotación de uniformes de acuerdo con las exigencias del Administrador de la sede. Queda claro que entre EL CONCEDENTE y esta persona no existe vínculo laboral alguno. EL CONCESIONARIO, deberá responderle, en su condición de patrono, por el pago de salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones que se causen a su favor, así como cualquier otra obligación legal que le competa en su condición de empleador como la afiliación al Sistema de Seguridad Social (Salud, Riesgos Profesionales y Pensiones) y la afiliación y pago de aportes parafiscales para el subsidio familiar a través de una Caja de Compensación Familiar, SENA e ICBF.

CUARTA: Obligaciones especiales de EL CONCESIONARIO. Se compromete expresamente EL CONCESIONARIO a:

1. Cumplir y respetar las normas y/o reglamentos que adopte EL CONCEDENTE en relación con la higiene, aseo y seguridad.
2. Dar mantenimiento al espacio entregado en concesión.
3. Cumplir con las normas ambientales que implemente EL CONCEDENTE como aquellas que se deriven de las normas legales y que tengan aplicación en la actividad o actividades que realice EL CONCESIONARIO en el espacio entregado en concesión.
4. Tramitar y obtener los permisos, requisitos y certificados necesarios para llevar a cabo su actividad comercial.
5. Cumplir con las disposiciones legales, fiscales, cambiarias y aduaneras del orden nacional, departamental y/o municipal.
6. Cumplir con todas las obligaciones tributarias.
7. Acatar y cumplir con las directrices impartidas por EL CONCEDENTE en relación con las mejoras y adecuaciones de los negocios frente al manejo de la imagen de los espacios entregados en concesión y sobre las políticas que para el expendio de productos EL CONCEDENTE implemente.
8. Acatar y dar cumplimiento a los reglamentos o instrucciones que imparta EL CONCEDENTE para la correcta atención de los usuarios.
9. Realizar sus actividades dentro del horario establecido por EL CONCEDENTE para las sedes donde se ubican los espacios entregados en concesión.
10. Asumir por su propia cuenta la dotación, decoración, letreros, listado de precios, publicidad y signos alusivos que identifica el establecimiento de comercio que desarrolla en el espacio dado en concesión y de los productos que expenda.
11. Asumir por su cuenta el mantenimiento preventivo de los equipos con los que se encuentra dotado el espacio.
12. Devolver los espacios objeto de concesión, una vez termine el contrato por cualquier motivo.
13. Todas las demás obligaciones que se derivan del clausulado del presente contrato y de las normas legales aplicables a la actividad que realiza EL CONCESIONARIO.

QUINTA: Mejoras en los Espacios. Para introducir mejoras o hacer inversiones en el área que se entrega en virtud de este contrato, EL CONCESIONARIO debe obtener autorización previa y expresa de EL CONCEDENTE. Las mejoras quedarán de propiedad de la entidad

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

CONCEDENTE, sin que ésta tenga que pagar su valor, si al finalizar el contrato no pudieren ser retiradas sin detrimento del edificio.

SEXTA: Acepta EL CONCESIONARIO que EL CONCEDENTE no será responsable por robos, daños y en general, por los hechos que puedan sobrevenir en los espacios que ocupa EL CONCESIONARIO en virtud de la autorización que se concede por medio de este contrato y de aquellos otros que por razón de la actividad tenga que utilizar EL CONCESIONARIO, tales como: parqueaderos, pasillos, andenes, bodegas, etc., y que causen perjuicio. En consecuencia, corresponde a EL CONCESIONARIO tomar las precauciones necesarias y contratar los seguros que considere conveniente para el amparo de estos riesgos. EL CONCEDENTE queda autorizado para exigir la comprobación de cumplimiento de esta obligación por parte de EL CONCESIONARIO.

SEPTIMA: Contraprestación.- Por los derechos que se otorgan a EL CONCESIONARIO, este pagará a EL CONCEDENTE, una suma equivalente al CINCUENTA POR CIENTO (50%) de las ventas netas mensuales más IVA del 16%. PARÁGRAFO PRIMERO: Si las condiciones económicas en que se desarrolla el objeto de este contrato lo ameritan, EL CONCESIONARIO acepta desde ya que EL CONCEDENTE revise el porcentaje de contraprestación y/o el valor mínimo aquí estipulados, para que estos sean acordes con la realidad del negocio, previo acuerdo con EL CONCESIONARIO.

PARÁGRAFO: El no pago de la contraprestación dentro del término pactado en la presente cláusula, generará un interés de mora a favor de EL CONCEDENTE por un valor equivalente a xxx mensual sobre el total de la contraprestación vencida.

OCTAVA: Plazo.- El presente contrato tendrá vigencia de un (1) año, contado a partir del primero (1°) de Junio de dos mil catorce (2014).

NOVENA: Terminación Anticipada.- Las partes acuerdan que el presente contrato se podrá dar por terminado anticipadamente en cualquier momento durante su vigencia, por uno o algunos de los siguientes motivos:

1. Mutuo acuerdo.
2. Unilateralmente,

DÉCIMA: Entrega de espacios.- Finalizado el convenio por cualquier causa, EL CONCESIONARIO entregará a EL CONCEDENTE dentro X días hábiles siguientes a la fecha de terminación, el área o espacio cedido en virtud de este contrato y el inventario de propiedad de EL CONCEDENTE, en el mismo estado en que fueron recibidos, salvo el deterioro causado por el uso legítimo, el transcurso del tiempo o los cambios generados en mejoras autorizadas de conformidad con el presente convenio.

DÉCIMA PRIMERA: Derecho de Retención y compensación. EL CONCEDENTE queda facultado por EL CONCESIONARIO, para retener parte o la totalidad de las mercancías, dineros y demás bienes de su propiedad que estuvieren dentro de las instalaciones o en poder de EL CONCEDENTE, si una vez finalizado el presente contrato, por cualquier causa, EL CONCESIONARIO le adeudare sumas de dinero por cualquier concepto. Si pasados treinta

## CONTRATO DE CONCESION DE ESPACIOS COMO INSTRUMENTO MODERNO PARA LA EXPANSION COMERCIAL DE LAS EMPRESAS

(30) días calendario, EL CONCESIONARIO no concurre a pagar lo adeudado, EL CONCEDENTE se hará dueño de las mercancías, bienes y dinero de EL CONCESIONARIO, para que con el producto de la venta de los primeros, previo avalúo de ellos por parte de un perito y con los dineros retenidos, se realice la compensación a que haya lugar, a fin de liquidar el contrato.

DÉCIMA SEGUNDA: Cesión.- Por ninguna causa este contrato podrá ser cedido. Tampoco podrá dar a otro, bajo ningún título, total o parcialmente, el espacio que se le asignado en razón de este contrato. Por lo anterior, estipulan expresamente los contratantes que este contrato no formará parte integral de ningún establecimiento de comercio, por lo tanto, la enajenación del establecimiento de comercio de EL CONCESIONARIO no solo no transfiere ningún derecho al adquirente sino que constituye causal de terminación del contrato, toda vez que EL CONCESIONARIO se obliga expresamente a no ceder el contrato.

DÉCIMA TERCERA: Independencia.- Se deja expresa constancia de que la actividad de EL CONCESIONARIO en los términos de este contrato constituye una unidad independiente de su propiedad exclusiva, por lo tanto todas las operaciones de expendio de bienes y/o servicios, civiles, laborales, administrativas, cambiarias, etc. que efectúe EL CONCESIONARIO y las lleve a cabo con terceros, serán por cuenta de éste y bajo su propia responsabilidad. Por tanto, en su actividad no involucrará a EL CONCEDENTE de ninguna manera y se obliga a informar en la calidad en que actúa.

DÉCIMA CUARTA: Nombre e identificación corporativa.- Sin el consentimiento previo y escrito de EL CONCEDENTE, queda expresamente prohibido a EL CONCESIONARIO utilizar en anuncios, publicidad, escritos de cualquier naturaleza, etc., el nombre, símbolo, marca, o cualquier otro distintivo que identifique a EL CONCEDENTE o su imagen corporativa. Todo tipo de publicidad que pretenda efectuar EL CONCESIONARIO con ocasión del presente contrato, o que tenga relación directa o indirecta con la EL CONCEDENTE, deberá contar previamente con la aceptación escrita de ésta.

DÉCIMA QUINTA: Garantías.- EL CONCESIONARIO se compromete a constituir por su cuenta, a favor de EL CONCEDENTE y en una Compañía de Seguros de primer orden y legalmente establecida en el País, cuyas pólizas matrices hayan sido aprobadas por la Superintendencia Financiera, las siguientes garantías:

La firma de EL CONCESIONARIO y el contenido del convenio se autenticarán y reconocerán ante Notario. Se elaboró el presente documento, en dos (2) ejemplares del mismo contenido y valor, destinados para cada una de las partes.