

REPÚBLICA DE COLOMBIA



**TRIBUNAL SUPERIOR DEL DISTRITO JUDICIAL DE
BOGOTÁ, D.C.
SALA CIVIL**

MAGISTRADA SUSTANCIADORA: RUTH ELENA GALVIS VERGARA

Bogotá, D.C., once de diciembre de dos mil veinte

Sentencia escrita conforme al artículo 14 del Decreto Legislativo 806 de 2020

Proceso: Verbal.
Demandante: Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S.
Demandada: Ford Motor de Venezuela S.A. representada por Ford Motor de Colombia Sucursal en Liquidación.
Radicación: 110013103011201600862 01.
Procedencia: Juzgado 11 Civil del Circuito de Bogotá.
Asunto: Apelación de sentencia.

Se pronuncia la Sala sobre el recurso de apelación provocado por la parte demandante contra la providencia proferida el 15 de agosto de 2019 por el Juzgado 11 Civil del Circuito de Bogotá, en el asunto de la referencia.

ANTECEDENTES

1. Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S., promovió demanda en contra de Ford Motor de Venezuela S.A., en la que formuló las siguientes pretensiones declarativas:

1.1. DECLARAR que de conformidad con el artículo 1331 del Código de Comercio, entre Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, y Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) se configuró una agencia mercantil de hecho, desde noviembre de 2000 hasta el 15 de diciembre de 2011, regulada por las disposiciones de los artículos 1317 a 1331 del Código de Comercio y demás normas concordantes.

Pretensión subsidiaria de la primera pretensión principal:

DECLARAR que entre Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del representante de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, y Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S., se celebró y ejecutó una relación contractual innominada y/o atípica desde noviembre de 2000 hasta el 15 de diciembre de 2011, por razón de la cual la segunda se encargó de la promoción, comercialización y mantenimiento de vehículos y repuestos de la marca Ford y de los servicios de postventa a los clientes de la demandada, cumpliendo instrucciones impartidas por la primera.

1.2. DECLARAR que Ford Motor de Venezuela S.A., por medio del representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, ejerció una posición de dominio contractual frente a Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.), en el curso de la relación jurídico negocial que existió entre ellas.

1.3. DECLARAR que en ejercicio abusivo de su posición de dominio contractual frente a Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) e incumpliendo sus obligaciones legales y contractuales de obrar de buena fe, la demandada Ford Motor de Venezuela S.A. por intermedio del representante legal de su sucursal de dicha sociedad establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, dio por terminada la relación contractual de manera unilateral, mediante comunicación del 6 de julio de 2011, terminación que hizo efectiva a partir del 15 de diciembre de 2011.

CESANTÍA COMERCIAL (art.1324° inc. 1º C. de Cio.)

1.4. DECLARAR que a la terminación de la agencia mercantil de hecho se hizo exigible la obligación de Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, de pagarle a Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) la prestación mercantil establecida en el inciso 1º del artículo 1324° del Código de Comercio.

RETRIBUCIÓN DEL INCISO 2º del Art. 1324.

1.5. DECLARAR que con la terminación unilateral de la agencia mercantil de hecho se hizo exigible la obligación de Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del

representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, de pagarle a Distribuidora Mayorista de Automóviles Madiautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) a título de la retribución equitativa a que se refiere el inciso 2º del artículo 1324 del Código de Comercio, para compensar los esfuerzos que hizo la demandante con el objeto de acreditar la marca y servicios FORD.

Pretensiones de condena

1.6. CONDENAR a Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, a pagar a Distribuidora Mayorista de Automóviles Madiautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) la suma de CINCO MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y SIETE MILLONES CUATROCIENTOS CUARENTA Y CINCO MIL CIENTO NOVENTA Y OCHO PESOS CON CUARENTA Y SEIS CENTAVOS (\$5.557'445.198,46) o la que resulte probada en el proceso, equivalente a la doceava parte del promedio de las utilidades recibidas por la demandante en los tres últimos años anteriores a la terminación del contrato por cada año de la vigencia del contrato, de conformidad con el inciso 1º del artículo 1324 del Código de Comercio, suma que debe ser indexada con el Índice de Precios al Consumidor desde la fecha de la respectiva causación hasta la terminación del contrato.

1.7. CONDENAR a Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, a pagar a Distribuidora Mayorista De Automóviles Madiautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) a título de la retribución equitativa a que se refiere el inciso 2º del artículo 1324 del Código de Comercio, la suma de OCHENTA UN MIL TRES CIENTOS VEINTICINCO MILLONES CUATROCIENTOS TREINTA Y TRES MIL SETECIENTOS VEINTINUEVE PESOS CON NOVENTA Y NUEVE CENTAVOS (\$81.325.'433.729,99) o la que resulte probada en el proceso, para compensar los esfuerzos que hizo la demandante con el objeto de acreditar la marca y servicios de FORD MOTOR DE COLOMBIA SUCURSAL, suma que debe ser indexada con el Índice de Precios al Consumidor desde la fecha de la respectiva causación hasta la terminación del contrato.

INDEMNIZACIÓN DE PERJUICIOS

1.8. CONDENAR como consecuencia de la PRETENSIÓN PRIMERA PRINCIPAL o de la PRETENSIÓN PRIMERA

SUBSIDIARIA, según el caso, y de las pretensiones SEGUNDA Y TERCERA, a Ford Motor de Venezuela S.A., por intermedio del representante legal de su sucursal establecida en Colombia, denominada Ford Motor de Colombia Sucursal, a pagar a Distribuidora Mayorista de Automóviles Madiautos S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) como consecuencia de la terminación unilateral de la relación contractual con la demandante y el incumplimiento contractual y legal de los deberes que emanan del principio de la buena fe, la indemnización de los siguientes perjuicios:

a. A título de DAÑO EMERGENTE, la suma que resulte probada en el presente proceso como compensación por:

La suma MIL MILLONES DE PESOS (\$1.000'000.000) o la que resulte probada, compensatoria de la totalidad de los costos por las obras de remodelación y adecuación de la sede Morato de su establecimiento comercial, en que incurrió la demandante por exigencia de la demandada.

b. A título de LUCRO CESANTE, la suma de NOVENTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS CUARENTA Y SIETE MILLONES CINCUENTA Y NUEVE MIL OCHOCIENTOS OCHENTA PESOS CON CUARENTA Y OCHO CENTAVOS (\$97.847'059.880,48) o la que resulte probada en el presente proceso, por concepto de utilidades que MADIAUTOS S.A.S. (antes MADIAUTOS LTDA.) hubiera percibido de haber continuado la normal ejecución de la relación contractual con la demandada, suma que deberá calcularse anualmente a partir de la fecha de terminación de la relación jurídica entre las partes que corresponde a la utilidad operacional proyectada de 2011 a 2021.

Estas sumas deberán indexarse desde la presentación de la demanda con el Índice de Precios al Consumidor hasta la fecha del fallo.

1.9. CONDENAR a la demandada a pagar a la demandante las costas del proceso, fijando como agencias en derecho el 15% de la suma total de las condenas que le fueren impuestas.

2. Como soporte fáctico del *petitum* se expuso:

2.1. Ford Motor de Colombia es una sucursal de Ford Motor de Venezuela y, ésta a su vez es una filial de Ford Motor Company (EEUU).

2.2. Ford Motor de Colombia es un establecimiento de comercio debidamente inscrito en Colombia, y por su

condición de sucursal cuenta con la capacidad legal de representar a la filial.

2.3. Las decisiones tomadas por Ford Motor de Colombia aun cuando pueden ser objeto de control por la casa matriz, comprometen exclusivamente a dicho establecimiento de comercio y a la filial que representa; y crea relaciones jurídicas que al ser formalizadas en el territorio colombiano, se sujetan a la normatividad colombiana y al principio *res inter alios acta*.

2.4. Durante los años 2000 y 2011, la Ford Motor de Colombia y Madiautos, sostuvieron una relación comercial sin que mediara contrato escrito; que comenzó de manera simultánea pero independiente con Mazda con quien desde el inicio de la operación en Morato compartió la vitrina del local comercial, siendo este un hecho determinante para Madiautos a la hora de escoger contratar con esas compañías que se ofrecían dualmente, diferente a otros competidores que exigían exclusividad en sus salas de ventas.

2.5. Madiautos desarrolló la actividad comercial de las marcas Ford y Mazda en un local de propiedad de dos de los socios de dicha firma, y que se encontraba ubicado en la Avenida Carrera 70 No. 96-05, siendo uno de los pioneros en abrir un establecimiento de comercio dedicado a la comercialización de automóviles en dicho sector de Bogotá.

2.6. Desde el inicio de las relaciones Ford Motor de Colombia no presentó observaciones ni exigió requisitos arquitectónicos, por el contrario, participó activamente, conjunta y concertadamente con los representantes de Mazda en su diseño y distribución interna previo a su entrada en funcionamiento con las marcas Ford y Mazda, por lo que Madiautos ejecutó estrictos y rigurosos requisitos para cumplir con los colores de la compañía, ubicación de las exhibiciones, logotipos, puestos de trabajo en el taller de servicio, compra de herramienta, equipos especializados de uso y dotación exclusiva para la inauguración de Morato.

2.7. La relación contractual fue de agencia comercial de hecho, sin importar la denominación que se le haya dado, pues se cumplen con todos los requisitos para su configuración, como son la independencia, la estabilidad, la proposición de un producto específico, en una zona prefija en el territorio nacional, Bogotá, y obrando como representante de Ford Motor de Colombia.

2.8. La entidad controlaba y supervisaba en detalle la relación a pesar que el contrato no se encontraba plasmado por escrito. Sin embargo, la entidad ejercía una posición

dominante en dicha convención, la cual era utilizada para imponer unilateralmente y de manera caprichosa y por tanto abusiva, cada aspecto de la relación negocial.

2.9. La falta del contrato escrito, generaba gran incertidumbre en la relación contractual que favorecía desmesuradamente a Ford Motor de Colombia, quedando en riesgo las inversiones en que incurría Madiatos, imponiendo nuevas condiciones a esta última, a pesar que le desfavorecían o no estuviera de acuerdo, dejando sin ningún recurso a la entidad demandante para defenderse de las arbitrariedades en la relación contractual.

2.10. Por cerca de 8 años Madiautos mantuvo con gran éxito la vitrina compartida de Ford – Mazda y taller multimarca en el concesionario de Morato, sin que se hubiera realizado algún requerimiento por parte de Ford Motor de Colombia en torno a esta dualidad marcaria, situación que se consolidó a pesar del intenso escrutinio de las operaciones e instalaciones de la actora, lo que dio que en varias oportunidades fue felicitada por altos funcionarios de la Ford Motor de Colombia, debido a las excelentes instalaciones, trato al cliente y excelentes resultados comerciales.

2.11. Dentro del lapso anotado la actora se mantuvo como una de las mejores comercializadoras de vehículos Ford del país, logrando dar a conocer a un gran número de consumidores sus productos, llegando incluso a ser el número 1 en ventas de la marca en Colombia.

2.12. En el 2008 la demandada ejerciendo su posición dominante le exigió a la actora la separación de las vitrinas Ford-Mazda, rompiendo claramente la tradición comercial entre ellos y contraviniendo una conducta histórica ampliamente consolidada y ratificada por sus actos propios desde el inicio de la relación. Requerimientos que coinciden con el año en que Ford Motor Company (EEUU) vendió la mayoría de su participación accionaria en la compañía japonesa Mazda Motor Corporation de la cual era socio mayoritario y dominante, hecho que en principio no debía afectar contratos ni relaciones comerciales anteriores y menos a terceros de buena fe, menos de aquellos relacionados con filiales y sub-dependiente con personería jurídica independiente de las citadas compañías.

2.13. Madiautos para dar cumplimiento a las nuevas y complejas condiciones que le exigieron intentó llegar a un acuerdo con la Ford Motor de Colombia, pero ante la imposibilidad de realizar las intervenciones estructurales en el local, al ser rechazada la licencia de construcción que se

había tramitado para realizar las adecuaciones solicitadas por la demandada, se le impuso un supuesto incumplimiento contractual.

2.14. El requerimiento unilateral que hizo Ford Motor de Colombia no tenía compromiso previo, y se hacía imposible de cumplir; y ante la propuesta de Madiautos de dar a la demandada un nuevo local comercial de manera exclusiva, la segunda expuso que solamente estaba interesada en el de Morato.

2.15. La demandada calificó la situación como grave, sin ningún soporte contractual y en contravía de sus propios actos, toda vez, que por años aprobó las instalaciones mixtas sin reproche alguno. Circunstancia que fue utilizada para terminar el contrato sin justa causa, siendo una conducta claramente discriminatoria, de mala fe, y en ejercicio del abuso del derecho y de posición dominante, y bajo falsos argumentos.

2.16. Las razones para la terminación del contrato bajo el tinte de incumplimiento a la exclusividad de vitrina y de talleres de la sede de Morato, fue la aplicación amañada de cláusulas y condiciones de un contrato diferente y ajeno a la relación contractual e inexistente, todo ello en contravía de la realidad del contrato que era la denominada “*vitrina compartida*” Ford – Mazda.

2.17. El contrato que invoca Ford Motor de Colombia para dar por terminado la relación contractual es el documento denominado “Importador Global” o “GIDSA” nunca se perfeccionó, no se ejecutó, ni se ratificó, siendo inexistente, inaplicable, carente de validez, de identidad de partes, y de autenticidad; contiene una relación contractual completamente diferente e independiente a la que se surtió entre Madiautos y Ford Motor de Colombia; pues el contrato GIDSA nunca pasó de ser una oferta comercial, aunado que dicho documento jamás fue firmado por los funcionarios de Ford Motor Company (EEUU), al punto que nunca existió comunicación de la empresa norteamericana con Madiautos en todos los años de la relación, que si mantuvo con Ford Motor.

2.18. Luego de la terminación del contrato, fue abierto a pocos metros del local de Morato un nuevo establecimiento de la marca Ford, otorgando al principal competidor de Madiautos dicha explotación, generando una clara competencia desleal.

2.19. En la actualidad casi la totalidad de los denominados “*Concesionarios Ford*” continúan en condiciones similares a

aquellas que sirvieron para terminar el contrato con Madiautos, circunstancia que demuestra un trato abiertamente discriminatorio por los reclamos que hacia la demandante a la demandada por las diferentes prácticas comerciales censuradas a la pasiva, lo que generó fuertes diferencias entre las compañías.

2.20. Madiautos se constituyó en 1989 como una compañía dedicada a la comercialización de vehículos nuevos y usados y obtuvo gran éxito en el mercado automotriz convirtiéndose en líder y pieza clave en ventas, posicionamiento y crecimiento en el mercado como Ford, Mazda y Hyundai entre otras marcas.

2.21. En el año 2000 Madiautos acudió a Ford Motor de Colombia para comercializar las marcas Ford y Mazda, propuesta que le fue aprobada por ambas compañías, con el fin que se encargara sin exclusividad la promoción, venta y servicio de mantenimiento de vehículos y repuestos de las marcas Ford y Mazda mediante la modalidad de vitrina compartida.

2.22. La Ford Motor de Colombia encargó desde el año 2001 a Madiautos la promoción, venta y mantenimiento de vehículos y repuestos de las marcas Ford y Mazda, así como la expansión de los negocios de la demandada, mediante un acuerdo verbal que jamás se plasmó en un contrato escrito.

2.23. No obstante, lo anterior Madiautos venía desarrollando para otras marcas la labor de concesionario, y lo sigue haciendo, de tal forma que la relación sostenida con la demandada, en virtud del contrato realidad no fue de concesionario, pues con la demandada, a diferencia de las otras marcas, no existe convención escrita que se constituyere como tal, y además, el elemento principal de la relación contractual era la promoción y consolidación de la marca en el mercado bogotano, contando con distintas peculiaridades, que lo constituyen como un contrato de agencia comercial de hecho y no de concesión o distribución.

2.24. La demandante fue uno de los mejores comercializadores de Ford del país obteniendo cerca del 10% de la totalidad de las ventas, con un excelente índice de satisfacción de los clientes y ventas, tanto de Ford como de Mazda. No obstante, cuando iniciaron los conflictos entre las partes, la demandada comenzó a evaluar de manera negativa a la actora, con el pretexto de no cumplir con las instalaciones exclusivas.

2.25. La sede en Morato de Madiautos contó con la gran ventaja comparativa con respecto a su competencia, de tener las instalaciones de taller y sala de ventas en el mismo establecimiento para mayor facilidad, cercanía y comodidad del cliente, y el hecho de contar con una de las más robustas infraestructuras en el país en temas de automóviles usados, lo que facilitaba y potencializaba la fidelidad de los clientes de la demandada, al poder aportar su vehículo usado como parte de pago de un vehículo nuevo Ford, aspecto esencial en la tradición colombiana de compra de vehículos nuevos.

2.26. Respecto a la independencia de Madiautos dijo que en desarrollo del encargo y luego de un esfuerzo financiero y operativo, la demandante como persona jurídica independiente no adscrita a la demandada, instaló en el 2001, una sala de ventas para marcas Ford y Mazda en su establecimiento de comercio de Morato, ubicada en la Avenida Carrera 70 No. 96-05 de Bogotá, en donde empezó a prestar servicio de mantenimiento y venta de repuestos para las marcas referidas.

2.27. La relación contractual entre la demandante y demandada transcurrió desde el año 2000 hasta el 15 o 16 de diciembre de 2011, interregno durante el cual no consta que se haya hecho una liquidación del contrato bilateral y a término indefinido, por lo que no permitía terminaciones unilaterales sin justa causa, a pesar de la consolidación de los mercados conseguidos por Madiautos para la demandada.

2.28. La estabilidad y permanencia de la relación se prueba entre otros con la certificación expedida por la representante legal de la entidad demandada el 7 de marzo de 2011, refiriéndose a Enrique Guzmán Gálvez en su condición de accionista de Madiautos.

2.29. La relación contractual al ser a término indefinido se ejecutó ininterrumpidamente hasta que fue dada por terminada unilateralmente el 16 de diciembre 2011, seguido de una liquidación que no tuvo en cuenta la verdadera naturaleza de la relación contractual, pues se limitó al cruce de cuentas por inventario, en la que Madiautos conservó una importante cantidad de vehículos para la venta en el año 2012.

2.30. En lo atinente a la organización propia de Madiautos a lo largo de la relación contractual, se indica que esta realizó la promoción y comercialización de los vehículos, repuestos y servicios de marcas Ford y Mazda, de manera independiente en su establecimiento de comercio de Morato, es decir, utilizó su propia infraestructura, personal, organización

administrativa y la fuerza de venta asignada a la comercialización de las referidas marcas. Respecto a la marca Ford, las actividades fueron ejecutadas por Madiautos con sus propios recursos pero bajo las instrucciones de la demandada, con el objeto de generar, mantener e incrementar el volumen, extensión e importancia de los negocios de la demandada, bajo los emblemas, enseñanzas, avisos, vallas y logotipos de Ford, para la acreditación y mantenimiento del buen nombre (Good Will) de la demandada.

2.31. Sobre la naturaleza jurídica del contrato celebrado entre las partes fue verbal, mercantil y contiene todos los elementos de una agencia comercial de hecho, de acuerdo a los artículos 1317 y 1331 del ordenamiento mercantil. A pesar que la demandada obligó a la demandante a anunciarse al público como un “*Concesionario autorizado por Ford*”. Aplicando el principio de contrato realidad para establecer la naturaleza del convenido debe atenderse a los hechos y no al nombre que las partes le hayan dado.

2.32. El convenio celebrado entre las partes de manera verbal es un contrato innominado en el que confluían gran número de obligaciones de distintas naturalezas, pero manteniendo como esencia del contrato la promoción, acreditación de marca y conquista de mercado para la demandada. Convenio que ante la falta de regulación expresa y/o disposición de las partes, debe regirse bajo los términos de la agencia comercial de hecho.

2.33. La adquisición de los productos marca Ford que Madiautos hacía de manera estable y permanente a lo largo de toda la relación contractual, no concluía con la mera adquisición de los vehículos, pues la adquiriente no tenía la posibilidad de revenderlos libremente al mejor precio que lograra colocarlos ni en su exclusivo provecho, y además existían distintos elementos de riesgo compartido o incluso en cabeza exclusiva de la demandada, al cabo de meses y años después de la venta.

2.34. La demandada era quien establecía el cupo mínimo de vehículos que Madiautos quedaba obligada a adquirir, le establecía metas mínimas de ventas a los clientes finales, fijaba el precio único al cual la demandante quedaba obligada a vender y determinaba los estándares de cumplimiento del servicio que debía prestar Madiautos, es decir, que actuaba con sujeción al mandato e instrucciones de la demandada, configurándose así una agencia comercial.

2.35. La relación contractual no era de distribución, pues el objeto central era el posicionamiento de la marca Ford y la

obtención de clientela. Además, las compras realizadas por la demandante, eran una maniobra contable para que la demandada pudiera eludir la verdadera relación de agencia comercial.

2.36. Madiautos tuvo siempre el encargo de la demandada de prestar servicios postventa a los clientes finales, de reparación y mantenimiento de los bienes de la marca Ford en los talleres de la aquí actora, pero bajo las condiciones e instrucciones que le impartía la demandada, con el propósito de mantener acreditada la marca Ford y la clientela de la demandada. Entre otros requerimientos impuestos a la demandante estaban los de mínimos de personal, su capacitación, dotación, área y demás condiciones que debía tener el taller y el personal destinado a reparación y servicio de la marca Ford, así como también todo lo que concierne al manejo de los repuestos, tema último que fue origen de fuertes reclamos por parte de los consumidores.

2.37. En las labores adelantadas por las partes por efecto de la relación contractual distribuían los riesgos propios de cada gestión asociados a la operación que desarrollaban ambas, pues se daban descuentos, financiación, incentivos, garantías y demás, elementos y variables que determinan el beneficio para Madiautos a través de un sistema complejo de factores sobre los cuales la demandada tenía total y exclusivo control, con el cual se buscaba ocultar la verdadera naturaleza comercial del contrato, dando la mera apariencia de una compra definitiva para la reventa.

2.38. Madiautos asumió y ejecutó siempre el encargo de expandir el volumen de negocios de la demandada, obligado por esta última, al tener que cumplir un mínimo de ventas y a desarrollar las gestiones de publicidad y mercadeo para la consecución, mantenimiento, incremento y expansión de la clientela en beneficio de la demandada.

2.39. Como resultado de la labor de promoción, divulgación y ventas desplegada por Madiautos se conquistó un volumen de clientela que se incrementó significativamente en el lapso de aproximadamente 11 años de la marca Ford, conquistando para la demandada un 10.15% del mercado de vehículos y repuestos de esa marca en todo el país.

2.40. Ford Motor de Colombia exigía a la actora entregar mensualmente los datos de clientes, volumen de ventas y servicios efectuados, facturados y existentes. Así como usar la papelería y emblemas de la marca Ford, y los formatos suministrados por la Ford para su diligenciamiento por los clientes finales, publicar información de la marca Ford en su

publicidad corporativa; conducta que demuestra el interés de la demandada de acreditarse a través de ella.

2.41. Madiautos actuaba con independencia administrativa y en su establecimiento de comercio gestionaba la comercialización de los negocios de la demandada, prestando los servicios de taller y mantenimiento, la promoción y publicidad de la marca, conforme a las directrices que le imponía la demandante, al punto que debía cumplir las exigencias de acreditación de la marca al igual que acatar y lograr las metas impuestas, y cumplir los estándares de publicidad mercadeo y ventas.

2.42. De manera periódica Madiautos obtenía las directrices de la entidad demandada mediante comunicaciones en las cuales se le ordenaban los precios de venta de los productos, los descuentos y contribuciones que debía realizar, así como los precios por flotilla que debía otorgar y, los vehículos y repuestos que debía adquirir.

2.43. Ford Motor de Colombia le imponía a Madiautos los precios a los que debía comprar los vehículos, como los precios y condiciones a los que debía venderlos y prestarle sus servicios al cliente final con lo cual establecía el margen de utilidad y la remuneración por la venta de los vehículos y por la totalidad de las gestiones que debía ejercer la demandante en provecho de la demandada.

2.44. Para la venta de repuestos y accesorios Ford Motor de Colombia enviaba periódicamente la lista general de precios de partes y accesorios, establecía los procedimientos de incorporación de precios que debía seguir Madiautos para lo cual ejercía una monitoria de las metas de ventas a través de los llamados indicadores de cumplimiento de venta de repuestos. Así mismo, imponía un número mínimo obligatorio de inventario de repuestos, partes y accesorios para el servicio de posventa y revisaba su cumplimiento. Aunque, en la mayoría de las comunicaciones se decía que los precios eran sugeridos lo cierto es que la demandada mantenía un control férreo mediante auditorías y clientes ocultos.

2.45. Ford Motor de Colombia capacitaba y entrenaba los empleados de Madiautos, se encargaba de hacer los cursos de inducción, y hacía su evaluación mediante criterios establecidos unilateralmente por esta.

2.46. En los servicios de posventa de Madiautos la demandada exigía seguir las políticas de garantía y servicios que establecía de manera unilateral para lo cual solicitaba periódicamente informes de posventa cubría los riesgos y

atendía los daños de los vehículos en garantía, determinando para Madiautos los roles y responsabilidades para área de garantías con base en informes de Ford Motor de Venezuela, dando instrucciones y recomendaciones sobre condiciones del servicio que debía prestar, aun cuando se denominaban como sugerido, igualmente determinaba la “*calificación notificaciones de servicio BNS*”, correspondiente a la calificación de los servicios de Madiautos y hacía la medición de los “*Índices de satisfacción del servicio Ford Colombia*” de los clientes de esta última, todo lo cual se realizaba de manera periódica, mensual, trimestral y anual; desarrollaba inspecciones de servicio y repuestos e intervenía en el contrato por servicios efectuados por Madiautos.

2.47. La demandada intervenía en la contabilidad de la demandante dándole instrucciones acerca de los formatos, conceptos y contabilización de los servicios celebrados por esta última, hacía cruces de cuentas mensuales y consolidadas trimestrales, tanto para las ventas como para la atención y pago de garantías.

2.48. Respecto a la publicidad y mercadeo de la marca Ford Motor de Colombia hacía cierres semanales para supervisar el cumplimiento de los objetivos; hacía la “*Medición IC cálculo de indicadores de usuarios IC*” para medir la posición de la marca en el mercado, realizaba comités previos para los servicios de venta y post venta establecía los parámetros de evaluación de la imagen Corporativa Ford de los clientes conseguidos por Madiautos; intervenía en la presentación y publicidad en el taller de servicios de Madiautos y realizaba periódicamente la “*EVALUACIÓN ABC*” sobre los “*Planes de acción conjuntos*”, instruía sobre el diseño de taller, forma, contenido, ubicación y publicación de los avisos y logo de la marca Ford.

2.49. En los sistemas de comunicación de Madiautos imponía el uso del programa “*Private Crypto*” para envío de información confidencial a través del correo electrónico asignado a las formas y talonarios para presentar informe de los productos para solicitudes de garantía, para reporte de problemas de los productos, daba instrucciones sobre la carga de datos de información voz del cliente, enviaba instrucciones con la “*Actualización de criterios para RPP reporte problema de producto*” y elaboraba los formatos de “*Reclamos por repuestos RPR*”, entre otros.

2.50. Ford Motor de Colombia enviaba anualmente a Madiautos el “*Modelo Presentación Business Plan*”, con el instructivo para su diligenciamiento donde quedaban fijadas las metas de venta a los clientes finales para el año respectivo, a los cuales quedaba sujeta la demandante, para lo cual hacía

reuniones para la presentación e implementación de dicho plan.

2.51. En las diligencias judiciales por demandas o reclamaciones de los clientes de Madiautos por indemnizaciones por daños o mal funcionamiento o Call Bank de los vehículos sus partes o repuestos, Ford Motor de Colombia las atendía a través de la oficina de abogados Cárdenas y Cárdenas.

2.52. Como prueba de lo narrado se encuentra la comunicación del 22 de diciembre del 2008, que dirige el señor Jorge Neira, gerente de representación de mercado, a Madiautos increpando que estaba incumpliendo la política de representación de mercado por comercializar vehículos de marca Ford supuestamente en sitios que la demandada no había autorizado y por haber hecho publicidad nivel III en prensa invitando a comprar los vehículos en esos lugares, agregando en esta comunicación que los avisos en prensa y en la revista carrusel colocados por Madiautos no cumplían las normas corporativas, y finalmente le solicita abstenerse de publicar avisos multimarca y sacarlos inmediatamente de circulación, requerimientos que la demandante acató.

2.53. La gestión de Madiautos en interés de Ford Motor de Colombia y la prueba de que no se trataba de un concesionario que compraba para revender los bienes en su exclusivo provecho se hace evidente también con la supervisión y auditoría que se ejercía a través de la firma externa GP SOLUCIONES INTEGRALES sobre la contabilidad y negocios realizados por Madiautos en interés de Ford Motor de Colombia.

2.54. Prueba de lo narrado es la comunicación del 5 de febrero del 2010 enviada a Madiautos por la referida entidad en la que le anunció que iba a desarrollar la auditoría sobre las operaciones comerciales, e indicándole que haría la revisión de cada uno de los soportes de las diferentes negociaciones y algunas cuentas de contabilidad para verificar y revisar la información concerniente a los negocios de octubre a diciembre del 2009, facturados por Madiautos.

2.55. La auditoría efectivamente fue realizada no sólo a Madiautos sino a la red de concesionarios distribuidores y agentes de vehículos de la marca Ford en Bogotá y se basó en las listas y modificaciones de ACOFORD (asociación de concesionarios Ford) y las prácticas comerciales establecidas por la demandada para la red de concesionarios Ford Bogotá, tales como venta de vehículos nuevos según listas suministradas, verificación regalos y cortesías, de trámite de

matrícula y otros. Como resultado de las auditorías realizadas Madiautos fue sancionada por la demandada, quien le impuso una multa por haber vendido por debajo del precio indicado, como consta en la comunicación electrónica del 3 de febrero del 2010, hecho que comprueba la posición dominante de la demandada.

2.56. Por la comercialización de los vehículos y repuestos de la marca Ford, Madiautos derivaba su remuneración en las condiciones prefijadas por Ford Motor de Colombia equivalente a la diferencia entre el precio en que debía comprarlos y aquel en que la demandada le indicaba que debía revenderlos, así las cosas la retribución de Madiautos por sus gestiones de comercialización quedaba establecida por la demandada quien controlaba enteramente a la demandante.

2.57. La remuneración final de Madiautos se establecía periódicamente por Ford Motor de Colombia mediante la ponderación de varios factores: (1) La diferencia entre el precio de venta al público señalado e impuesto por la demandada y el de compra de Madiautos, (2) Los beneficios e incentivos y bonificaciones que la demandada reconocía a la demandante por alcanzar las metas comerciales. (3) los aportes que debía hacer Madiautos obligatoriamente para contribuir al otorgamiento de financiación a los clientes. (4) Los gastos de promoción lanzamiento y publicidad en que debía incurrir Madiautos por instrucción de la demandada y (5) incentivos puntuales por producto.

2.58. Ford Motor de Colombia ejercía una posición dominante y abusiva frente a la demandante en la relación contractual que sostuvieron para la promoción y comercialización de los bienes y servicios de la primera entre tales conductas se encontraban, (i) ejercer vigilancia y control de los negocios de la actora. (ii) imponer a la demandante sanciones que no estaban convenidas entre las partes. (iii) imponía los precios de reventa al público con lo cual se limitaba o restringía la remuneración de Madiautos, (iv) imponía los precios de venta al público de los vehículos y repuestos de la marca Ford al igual que a otros concesionarios, con lo cual se restringía la libre competencia. (v) exigía a Madiautos un capital mínimo para realizar un volumen de compras a satisfacción de la demandada. (vi) exigía un flujo mínimo de caja para mantener un volumen de compras de vehículos nuevos usados y repuestos requeridos por Ford Motor de Colombia, lo cual implicaba para Madiautos una alta inversión de poco uso común en la operación Mercantil para periodos tan cortos. (vii) exigía información cada mes en las fechas determinadas sobre los pedidos que debía realizar para los meses subsiguientes,

sin que la demandada estuviera obligada, a su turno a dar cumplimiento a los despachos. (viii) asignaba los formatos para consignar los reclamos de los clientes. (ix) imponía la forma de presentación de la contabilidad para determinar la rentabilidad de los negocios y la situación financiera de la operación, para de esta manera aparentar que se habían desarrollado compras que aún no se habían consolidado. (x) exigía exclusividad en la comercialización, exposición y exhibición para la venta de los bienes de la marca Ford, exclusividad que no debía cumplirse por Madiautos pues nunca fue pactada por las partes sino que por el contrario se impuso unilateralmente en contra vía de la manera como se había desarrollado la relación durante 8 años. (xi) exigió a la demandante ejecutar una cuantiosa obra de remodelación de su establecimiento de comercio para adecuarla a la exhibición exclusiva de vehículos de la marca Ford, a pesar del hecho de que la vitrina compartida fue un elemento central de la relación conocida y aceptada durante muchos años por parte de Ford Motor de Colombia, todo lo cual tenía origen desde el año 2000, al aprobar las instalaciones de Madiautos, al inicio de la relación contractual y ratificado en las innumerables auditorías y supervisiones ejercidas por la demandada sin objeción alguna. (xii) exigía a la demandante que dejara de prestar en sus talleres los servicios de reparación y mantenimiento de bienes de la marca Hyundai lo cual Madiautos venía realizando desde antes del inicio de la relación contractual con la demandada y que continuó haciéndolo en el curso de esta misma con el pleno conocimiento y aceptación sin reproche por 8 años.

2.59. Ford Motor de Colombia además de imponer una exclusividad no pactada por las partes, dio por terminado unilateralmente el contrato supuestamente por no haber satisfecho las exigencias que ésta le hizo a la demandante, como fue la separación de las marcas, argumento exactamente inverso al que dio origen de la relación como fue la vitrina compartida, siendo el factor determinante para la celebración del convenio.

2.60. En el año 2000 la demandante tenía acreditados varios establecimientos de comercio para la comercialización de vehículos de diversas marcas situación que no varió, puesto que al celebrar el acuerdo para que Madiautos hiciera la promoción y venta de bienes y servicios de la demandada no solamente se pactó exclusividad alguna sino que el contrato se celebró precisamente por la exhibición compartida; que no interfería con las otras marcas que comercializaba Madiautos, al punto que la demandada impuso la comercialización simultánea de la marca Mazda desde el inicio de la relación.

2.61. En el curso de la relación contractual entre las partes en la sede Morato del establecimiento de Madiautos la vitrina de exhibición al público era compartida por bienes de las demás marcas Ford y Mazda, situación plenamente conocida y aceptada por la demandada hasta que en el año 2008, comenzó a exigir a la demandante que debía separar la exhibición al público de los vehículos de la marca Ford y adicionalmente le exigió no prestar servicios de taller a vehículos de la marca Hyundai, arbitrariedad que implicaba no sólo una condición no pactada sino también una intromisión en negocios con terceros.

2.62. El 6 de agosto del 2008, el gerente de flotillas y representante de mercadeo de la demandada requirió Madiautos para que cumpliera unos requerimientos mínimos para la separación de las marcas Ford – Mazda, y le informó que no aceptaba la propuesta y le fijó fecha límite para que entregue una nueva propuesta sobre la sala de ventas, así como sobre el área de servicios de posventa y el número de técnicos que debía tener exclusivamente para atender los negocios y servicios de la marca Ford entre otras exigencias.

2.63. El 20 de octubre del 2008, la representante legal de la demandada requirió a la demandante con el objeto de que la infraestructura y talleres fueran acordes a la imagen “*Brand@Retail*” y lo solicitado durante los “*Walk Arouds*” impuestos por la demandante, quien le indica al mismo tiempo que el cumplimiento de tales requerimientos es para Ford Motor de Colombia condición fundamental e inaplazable para seguir representándolo en el futuro, afirmación que era un preludio de la posterior terminación unilateral del contrato que haría la demandada rompiendo los parámetros históricos vigentes para entonces.

2.64. Madiautos se vio entonces obligada a acceder a las exigencias de la demandada y para ello debía incurrir en inversión que ascendía a los 6 mil millones de pesos, para las obras de remodelación y adecuación de la sede Morato, de los cuales se alcanzaron a ejecutar 1.000 millones de pesos, correspondientes a estudios arquitectónicos, planos, diseños, demolición parcial de las instalaciones las cuales iniciaron antes de tener aprobada la licencia de construcción, esto debido a la presión de Ford Motor de Colombia.

2.65. El 25 de noviembre del 2009, la representante legal de la demandada envió una comunicación indicando que a partir de esa fecha contaba con más de 8 meses para ponerse al día con los estándares mínimos de operación Ford y sugirió a Madiautos programar sin demora las inversiones para que de

manera gradual cumpliera los requerimientos a más tardar en el mes de julio del 2010.

2.66. El 26 de julio del 2010, Madiautos solicitó a la demandada autorización para abrir sede en el centro comercial Centro Mayor para la comercialización de la marca Ford y ésta lo aceptó en comunicación del 28 de julio de ese mismo año, siendo esto una clara demostración adicional de su intención de continuar la relación contractual. No obstante, mantuvo la firme intención de seguir también en Morato.

2.67. El 27 de julio del 2010, el señor Alberto Avilés Arteaga de Strategy Investment oficina de arquitectura contratada por Madiautos comunica a Ford Motor de Colombia que ya se contaba con un diseño final del proyecto sala de exhibición y ventas Morato y que realizando los estudios técnicos para radicarlo ante la curaduría. Además, se estimó que con la aprobación de la curaduría estarían empezando trabajos el 20 de septiembre del 2010.

2.68. La entidad demandante no pudo culminar las obras de remodelación y adecuación de la sede Morato pues como consta en el documento del 24 de enero del 2011, acta de observaciones y correcciones, dirigida al representante legal de Madiautos, en la cual el Curador Urbano 1 conceptuó que la licencia de construcción para el uso solicitado en la carrera 70 #96 05/61 ubicado en la sede Morato no se podría conceder.

2.69. El 11 de marzo del 2011 el señor Félix Darío Guevara Cadena gerente administrativo de Madiautos informó a Jorge Neira gerente de representación de mercado de Ford Motor de Colombia y a la representante legal que la licencia para el proyecto de ampliación no fue aprobada por la curaduría urbana y se les solicita estudiar de manera conjunta otras opciones para cumplir con el infundado requerimiento, entre estas la de entregar una nueva sede a Ford Motor de Colombia.

2.70. En carta del 6 de julio del 2011 la directora gerente de la demandada manifestó que no hay una verdadera voluntad de parte suya ni de su concesionario para cumplir con las reiteradas exigencias efectuadas por la marca. Por tanto anuncia la decisión unilateral de dar por terminada la relación con la demandante con el pretexto de haber incumplido las exigencias relativas a no haber retirado la operación Hyundai del taller de Morato, el número de puestos de trabajo del taller, (20 puestos de trabajo en *bussines plan*), y la separación física de la vitrina de ventas Ford de las de Mazda en el punto de

Morato, y notifica que el contrato dejará de tener vigencia al finalizar el plazo de 60 días, tiempo caprichoso pues lo deduce de una cláusula inserta en un contrato denominado GIDSA que no tiene poder vinculante alguno.

2.71. Se trató de una terminación unilateral ilícita abusiva e injusta del convenio que había unido a las partes desde el año 2000, prueba válida de su posición dominante frente a la actora y respecto de la cual Ford Motor de Colombia había impuesto intempestivamente la exigencia de comercializar y exhibir con exclusividad los vehículos de la marca Ford, sin que tal preferencia hubiera sido pactada desde un inicio entre las partes, siendo la causal para dar por terminado el contrato el supuesto incumplimiento de Madiautos de las reiteradas exigencias de la demandada, no así la de incumplimiento alguno de las obligaciones contractuales de aquella.

2.72. El 8 de julio del 2011, el señor Enrique Guzmán intentando mantener las relaciones comerciales ofreció renunciar a la venta de productos Mazda en Morato para continuar con la operación Ford en dicho local comercial en forma exclusiva tal como lo solicitaba la demandada, propuesta contestada en comunicación del 27 de julio del 2011, por Luz Elena del Castillo Trucco afirmando que no podían hacer comentario alguno.

2.73. El 2 de septiembre del 2011, la aquí demandante manifestó su inconformidad con la decisión de Ford Motor de Colombia de terminar unilateralmente la relación contractual haciendo notar que la verdadera razón para hacerlo no era el aludido incumplimiento sino motivos relacionados con la compra y venta de repuestos y la manera como solicitaba el reporte de las unidades vendidas aún cuando la venta no se haya perfeccionado. Además, que Madiautos había hecho ver las graves irregularidades de la demandada al suministrar repuestos no idóneos que enviaba para su comercialización a los clientes finales, lo cual en su momento no era de conocimiento de Madiautos, y a la exigencia de la demandada de reportar ventas aún no realizadas.

2.74. La demandante atendió múltiples reclamos de los clientes por el servicio de reparación y mantenimiento de los vehículos de la marca Ford sin conocer que la demandada suministraban repuestos inapropiados, y al haber puesto de presente dicha situación exigió el reporte de ventas con destino a Ford Motor de Venezuela, indicando unidades aún no vendidas, siendo estos los verdaderos motivos por los cuales se produjo el rompimiento unilateral de la relación contractual.

2.75. La referida práctica quedó en evidencia por la propia demandada en el mensaje electrónico que envió el Coordinador de Operaciones de Servicio de Ford Motor de Colombia el 1º de agosto del 2011 con copia a de Ford Motor de Colombia en la cual refiere el caso de un cliente con riesgo legal por reparación efectuada en Madiautos según instrucciones y procedimientos estándar de la demandada que involucró el cambio de repuestos de manera irregular.

2.76. El 6 de septiembre del 2011, se fijó para el 15 de diciembre de ese mismo año la fecha final de terminación del contrato, manteniendo Madiautos la reserva de sus derechos ante la terminación unilateral e injusta de la relación contractual para adelantar las acciones legales.

2.77 En alguna de las comunicaciones aludidas la representante legal se refiere a un contrato denominado GIDSA contrato al cual Madiautos se opuso pues nunca fue el que rigió la ejecución de la relación contractual pues basta observar que el contrato que se debate en este proceso fue ejecutado siempre entre Madiautos y los representantes legales de la sucursal en Colombia de Ford Motor de Venezuela, con la cual nunca suscribió el contrato GIDSA.

2.78. El 16 de diciembre del 2011, la representante de la sucursal Ford Motor de Colombia anuncia que a partir de esta fecha Ford no les facturará vehículos ni repuestos, como en efecto ocurrió, y que este debe abstenerse de anunciarse como concesionario autorizado de Ford.

2.79. A partir del 16 de diciembre del 2011, Madiautos debió entregar a Ford Motor de Colombia la base de datos de la clientela, puso a su disposición la papelería y demás elementos utilizados para ejecutar las actividades de promoción y comercialización y liquidó el personal que tenía contratado para esas mismas actividades.

2.80. En el curso de la relación contractual la demandada no sólo recibió grandes provechos económicos con la expansión de los negocios, el incremento de la clientela y la acreditación de la marca sino que adicionalmente a la terminación unilateral y sin justa causa del contrato siguió beneficiándose económicamente de las labores desarrolladas por la actora habiendo trasladado la clientela a otros agentes distribuidores y concesionarios para su explotación.

2.81. A pesar de haber finalizado la demandada de manera arbitraria la relación comercial continuó un gran interés en las instalaciones y el sector comercial de Morato, primero intentando establecer AUTONAL en el mismo local comercial

que ocupaba Madiautos y ante el fracaso de este intento estableció un nuevo local comercial a contados metros bajo la insignia Jorge Cortés y Cía.

2.82. Autonal buscó arrendar el local comercial de Madiautos tendiente a iniciar operación Ford en el mismo local comercial donde aún hoy opera Madiautos, contrato firmado el 26 de junio del 2012, pero que nunca se llegó a ejecutar. No obstante, el señor Enrique Guzmán ante la negativa de la licencia de construcción había ofrecido de manera exclusiva a la demandada bajo las mismas condiciones e instalaciones sin que este ofrecimiento hubiera suscitado respuesta alguna de parte la representante legal de la demandada.

2.83. Jorge Cortés y Cía. a los pocos meses de haberse dado por terminado el contrato entre las partes, abrió un concesionario de marca Ford autorizado por la aquí demandada a menos de 300 metros y sobre la misma avenida de la sede Morato para los mismos servicios anteriormente prestados por la actora.

2.84. La conducta desplegada por la demandada ha causado una serie de perjuicios económicos a la actora por lo cual es la directamente responsable del daño emergente, lucro cesante, cesantía comercial e indemnización equitativa.

2.85. Convocada a la audiencia de conciliación prejudicial, la aquí demandada no compareció a las repetidas citaciones que se le hiciera.

2.86. Ford Motor de Colombia entró en estado de disolución y liquidación tal como consta en el certificado de la Cámara de Comercio.

2.87. La nueva sociedad constituida en Colombia denominada Ford Motor Colombia SAS se presenta e inscribe como una filial sueca de Ford Motor Company existiendo filiales a nivel latinoamericano y con un capital social suscrito y pagado ínfimo en comparación con su operación en Colombia, esto es, 134 millones de pesos valor inferior incluso a una sola de las camionetas de alta gama.

3. Mediante auto del 18 de enero de 2017, el Juzgado 11 Civil del Circuito de Bogotá admitió la demanda, y ordenó notificar dicho proveído.

3.1. Ford Motor de Colombia sucursal en Liquidación debidamente notificada, se pronunció sobre los hechos de la demanda, se opuso a las pretensiones, y propuso las

excepciones de mérito que denominó: “i).- Prescripción de la acción: a. prescripción de la acción respecto a FMDC. b. prescripción de la acción frente a FMDC respecto del GIDSA. ii).- Transacción. iii).- Validez y oponibilidad del GIDSA entre las partes. a. Prescripción de todas las acciones relacionadas con la existencia, validez y oponibilidad del GIDSA. b. Al intentar desconocer el GIDSA madiautos desconoce sus propios actos. c. Existencia de un indició grave en contra de las pretensiones de la demandante. iv).- Violación del principio Venire contra factum proprium non valet. v).- Inexistencia de un contrato de agencia mercantil: a. Los elementos esenciales del contrato de agencia mercantil. b. Tratamiento jurisprudencial a relaciones contractuales análogas a la presente. c. Ausencia de los elementos esenciales del contrato de agencia mercantil en el caso concreto. d. Las partes expresamente excluyeron la configuración de un contrato de agencia mercantil entre ellas. vi).- La relación mercantil objeto del proceso se caracteriza como un contrato de concesión mercantil y no como un contrato de agencia. vii).- Inexistencia de mala fe y de abuso de posición dominante contractual. viii).- Inexistencia de responsabilidad civil contractual imputable a FMDC: a. Inexistencia de obligación que pueda ser incumplida. b. Inexistencia de incumplimiento culposo del deudor. c. Inexistencia de daños indemnizables. d. Ausencia de nexo causal. ix).- Genérica e innominada;” y presentó objeción al juramento estimatorio.

4. El 14 de mayo de 2019, se llevó a cabo la audiencia del artículo 372 de la ley 1564 de 2012, en la cual se declaró fallida la etapa de conciliación; se recaudaron los interrogatorios de los representantes de las sociedades, se fijaron los hechos de la demanda, se realizó el control de legalidad, se decretaron las pruebas solicitadas, se tuvieron en cuenta los dictámenes periciales aportados por las partes, y se citó a los peritos para que comparecieran a la audiencia de instrucción y juzgamiento. Además, se decretó la exhibición de documentos solicitados por la parte demandada.

5. En la audiencia del artículo 373 *eiusdem*, se interrogó a los peritos y algunos testigos, se escucharon los alegatos de conclusión, y se indicó que el fallo se proferiría por escrito.

6. El 15 de agosto de 2019 se emitió sentencia en la cual se dispuso: Denegar las pretensiones primera, cuarta, quinta, sexta y séptima de la demanda, referidas a la declaración de existencia de una agencia mercantil de hecho y a las condenas derivadas de la misma.

De otro lado, declaró que entre Distribuidora Mayorista de Automóviles Madautos S.A.S., y Ford Motor de Venezuela S.A., a través de Ford Motor de Colombia Sucursal, existió un contrato o relación comercial de concesión desde noviembre de 2000 hasta el 15 de diciembre de 2011, pero no accedió a las pretensiones indemnizatorias derivadas de la anterior declaración, por no encontrarse injustificada la terminación unilateral del contrato de concesión que rigió entre las partes.

En consecuencia, declaró la terminación del proceso y el archivo del expediente. Condenó en costas a la demandante.

LA SENTENCIA DE PRIMERA INSTANCIA

Luego de hacer una síntesis del asunto, el *a quo* entró a resolver el problema jurídico recordando que la cuestión a verificar es sí o no entre las partes existió una agencia mercantil y de allí si hay lugar a las indemnizaciones reclamadas.

Se refirió a los conceptos de la agencia mercantil, apoyándose en lo dicho por la Corte Suprema de Justicia en las sentencias del 27 de marzo de 2012, expediente 00535, SC1121-2018 del 18 de abril de 2018 radicación 05001-31-03-016-2007-00128-01. Aludió al artículo 1317 del Código Civil, para lo cual anotó que dicha norma fija los elementos esenciales del contrato de agencia mercantil: (i) la calidad de comerciante del agente, (ii) independencia, (iii) estabilidad o permanencia, (iv) promoción o explotación en determinado ramo, (v) dentro de una zona prefijada [área geográfica], (vi) que el agente actúe por cuenta del empresario [encargo] y, (vii) la existencia de una remuneración a favor del agente.

Seguidamente se ocupó del contrato de concesión, puntualizando que esta figura tiene los siguientes fundamentos: (i) la puesta a disposición de la empresa del concesionario a favor del concedente, en forma exclusiva; (ii) la limitación geográfica, esto es, el territorio objeto de la concesión; (iii) la permanencia y el control [bajo vigilancia del concedente]; (iv) el otorgamiento de un privilegio [el monopolio de reventa].

Anotó que el vínculo jurídico, por oposición a lo que ocurre en la agencia, se establece directamente entre el concesionario y el cliente, pues el primero ha comprado el producto a su fabricante y después lo comercializa en nombre propio y por su cuenta y riesgo. Registrando que sobre el punto la Corte

ha indicado que la compra de productos para revenderlos, sin el encargo de promover y explotar negocios del productor, es un negocio por cuenta y para provecho de quien la ejecuta, sin que ello se desvirtúe por la publicidad que haga o la consecución de clientes, pues lo hace para promover y explotar un negocio suyo, y tal actividad *“no obedece ni tiene la intención de promover o explotar negocios por cuenta del empresario que le suministra los bienes, aunque, sin lugar a dudas, este último se beneficie de la llegada del producto al consumidor final (. . .)”*¹.

Para el estudio del caso en concreto, se refirió a las pruebas documentales, los interrogatorios de parte, y los testimonios recibidos. A continuación se ocupó de analizar: (i) el carácter de comerciante del agente, (ii) la independencia del agente, (iii) a existencia de un encargo para promover o explotar negocios y la estabilidad del mismo, (iv) el área de ejecución del contrato, (v) el agente actúa por cuenta ajena, (vi) existencia de una remuneración a favor del agente.

Concluyó que aunque este último elemento no se encuentra específicamente en el artículo 1317 del Código de Comercio, su existencia en el contrato de agencia comercial resulta incuestionable en virtud al carácter oneroso de los negocios mercantiles y por la expresa mención sobre el particular en el artículo 1324 del precitado estatuto, en el sentido de que la cesantía comercial se calcula sobre *“la comisión, regalía o utilidad”* recibida por el agente durante la relación.

Apuntó que con extensión se demostró en el plenario que el provecho o la ganancia que percibía u obtenía Madiautos con la actividad comercial que desarrolló, correspondía a la diferencia entre el valor de la compra y el precio de la reventa de los vehículos y repuestos; que no recibía ninguna remuneración o participación por parte de Ford, como tampoco lo hacía Ford en relación con los ingresos que percibía aquella por los servicios postventas; por lo que no podía accederse a la petición dirigida a la declaración que entre Ford Motor de Colombia Sucursal y la Distribuidora Mayorista de Automóviles Madiautos S.A.S., se configuraba un contrato de agencia mercantil de hecho, desde noviembre de 2000 y hasta el 15 de diciembre de 2011, pues, si no concurren todos los requisitos propios de ésta, ello implica *“necesaria y fatalmente que tal convención no existe o que degenera en otro acuerdo de naturaleza diferente”*.

Luego paso a estudiar el tema del contrato atípico o innominado, peticionado en forma subsidiaria. Para tal fin

¹ SC13208-2015 del 30 de septiembre de 2015

recordó que los contratos válidamente celebrados constituyen ley para las partes, y solo pueden ser invalidados por su consentimiento o causas legales y, de otro, que los mismos deben ejecutarse de buena fe y, obligan no sólo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan de la naturaleza de la obligación o que por ley le pertenecen a ella, artículos 1602 y 1603 del Código Civil. El contrato así celebrado está llamado a ser cumplido, por tanto las partes están compelidas a atender todas y cada una de las obligaciones que de él emanan, so pena que su incumplimiento, falta de ejecución o ejecución tardía o defectuosa, sea sancionada a título de responsabilidad subjetiva y por culpa.

Las partes pueden, en desarrollo de la autonomía de la voluntad, acordar las causas, formas o tiempos en que pondrán fin a su vínculo contractual, al no estar ello prohibido, pero al hacer uso de dicha prerrogativa deberán honrar los principios de la buena fe contractual y la lealtad, que se exige desde los acercamientos preliminares hasta su ejecución.

Con base en las pruebas documentales y las exposiciones de los representantes legales de las sociedades trenzadas, ultimó que Madiautos en su momento reconoció la existencia del contrato de concesión contenido en el llamado "*Global Dealer Sales And Service Agreement*" -contrato GIDSA-, el cual suscribió voluntariamente en el año 2004, como así lo confesó su gerente general, Enrique Guzmán, lo admitió el también representante de Madiautos Félix Darío Guevara Cadena y lo avalaron varios de los testigos; aunque, luego de culminada la relación comercial con Ford y para efectos de demandar a esta compañía cuestiona en su validez y eficacia, tema que resulta ajeno a la controversia, donde lo que se buscaba, era la declaración judicial de que lo que existió entre las partes fue una agencia mercantil de hecho, y no un contrato de concesión.

Apuntó que los representantes legales de las partes en conflicto admitieron en sus interrogatorios que la relación comercial siempre fue la misma desde un comienzo [cuando se suscribió la carta de intención en noviembre del año 2000], que nada varió con la suscripción del mencionado GIDSA, por lo que la conclusión a la que debía llegarse era que lo que siempre existió entre los extremos en conflicto, porque así lo acordaron, fue un contrato de concesión, en virtud de la cual Madiautos compraba los vehículos y repuestos a Ford Motor de Colombia para revenderlos, asumiendo los riesgos que la reventa de los mismos podía generar, dirigía su red comercial, el lucro obtenido con la operación comercial era la diferencia

entre el precio de compra de los bienes y productos a Ford y el precio de reventa a los clientes finales, sin percibir ningún tipo de pago o remuneración por parte de la aquí demandada.

De otro lado, dijo que las imposiciones o exigencias relacionadas no descalificaban la concesión, tal como lo esclareció la Corte Suprema de Justicia.

Remató diciendo que lo que realmente aconteció es, que Ford Motor de Colombia Sucursal, fijó unos parámetros que debía cumplir Madiautos, si era que quería pertenecer a su red de concesionarios en Colombia [y permanecer], entendible pues a dicha compañía, le interesaba preservar y mantener la buena imagen de su marca y óptima calidad en todo lo relacionado con sus productos, desde la publicidad, la presentación de las vitrinas donde exhibían los vehículos que fabricaba, la capacitación de los empleados que atendían al público y la idoneidad de los que trabajaban en el taller [aunque fueran contratados por Madiautos], en la medida en que, de esa manera las ventas serían más exitosas. Así, las exigencias o "imposiciones" de las que se duele Madiautos, antes que desvirtuar la existencia de una concesión, la confirman, ya que una nota característica de ésta la constituye la sujeción del concesionario a las reglas que el concedente establece. Concluyó entonces que la relación comercial que existió entre los aquí sujetos procesales, reunió todas las características propias de un contrato de concesión que se desarrolló entre noviembre de 2000 y diciembre de 2011 y no la de una agencia comercial de hecho.

Seguidamente paso al estudio de la petición que se declarara el abuso de la posición dominante que endilgó Madiautos S.A.S. a Ford Motor y con apoyo en la jurisprudencia que citó concluyó que no se estructuraba la alegada posición en la medida en que lo probado fue la existencia de un consenso entre las partes para materializar un acuerdo que a ambas favorecía, sin que se avizore un *"detrimento del equilibrio económico"*, máxime cuando en el contrato de concesión es perfectamente viable que el concedente imparta pautas o medidas consistentes en, por ejemplo, publicidad de la marca, incentivos, instalaciones locativas, capacitación, servicios postventa etc., lo que en últimas se traduce en un objetivo común a los intereses de ambas partes, la conservación y aumento de la clientela y, en esa misma proporción, de sus ingresos económicos.

Finalmente abordó el tema de la terminación unilateral e injustificada por parte de Ford de la relación contractual con Madiautos, para lo cual memoró que el plenario reposa la comunicación emitida del 06 de julio de 2011, a través de la

cual aquella dio por terminado dicho vínculo, sustentado en los diversos incumplimientos del concesionario frente a los compromisos adquiridos, a los cuales se refirieron Jorge Andrés Neira Fresneda y Luz Elena del Castillo Trueco, última ésta quien informó que la actora no retiró la operación Hyundai del taller de Morato, que era un compromiso desde la carta de intención, y para lo cual se tenía previsto como última fecha límite 30 de noviembre de 2009, el número de puestos de trabajo en el taller, para prestar un servicio adecuado a la marca Ford y, no haber separado la vitrina de ventas de Ford y Mazda en el punto de Morato. Todo lo cual es cierto.

Explicó que quedó documentado que los vehículos de marca Ford sólo podían ser ofertarlos en las vitrinas autorizadas, no en otras, como así se le dijo, en el documento del 22 de diciembre de 2008, en cuyo texto se requirió a Madiautos y se advirtió que, de reiterarse tal conducta, se cancelaría el contrato de concesión².

Apuntó, haber sido acreditado que en el taller del local comercial de Madiautos no sólo se atendían las marcas del concesionario dual [Ford-Mazda] sino también Hyundai, como los mismos dependientes de la demandante lo expusieron en sus testimonios, quienes indicaron que la actora no contaba con otro establecimiento que prestara el servicio de taller.

Precisó que de la revisión de las cajas que contienen documentos cuya exhibición solicitó la parte demandada de Madiautos, ésta prestaba servicios de repuestos y taller a Hyundai, como así se constató de las facturas (seleccionadas de manera aleatoria) y que el *a quo* relacionó.

Anotó que lo más contundente es que Madiautos se había comprometido a "*retirar la concesión de Hyundai con lo cual se dará solución definitiva a la exclusividad del taller Ford-Mazda*", según la minuta de reunión entre las partes de fecha 26 de marzo de 2009, firmada por el representante legal del extremo activo, lo cual nunca ocurrió, como así lo afirmó bajo la gravedad del juramento el Gerente General de Postventas de Ford Motor de Colombia: "*nunca se retiró la operación de Hyundai*"³.

Con relación a la separación de vitrinas, obran en el expediente comunicaciones que dan cuenta de la decisión de Ford y Mazda de separar la operación que realizaban conjuntamente mediante los concesionarios, para lo cual se celebraron varias reuniones a las que asistió el representante

¹³⁸ H. 01:05 audiencia de 26 de julio de 2019

de Madiautos, quien igualmente se comprometió a cumplir con lo concertado, sin que dentro de los tres años se hubiese de esa forma procedido, no obstante los plazos y varios requerimientos que en tal sentido se le concedieron y efectuaron por parte de Ford; si bien Madiautos efectuó algunas propuestas en relación con la mentada individualización de las marcas, ofreciendo otras alternativas, las mismas no fueron aceptadas por no cumplir con las exigencias de la compañía, las cuales eran conocidas por el concesionario [sala de exhibición y taller].

Respecto al tema de la licencia de construcción, indicó que la misiva del 21 de enero de 2011 suscrita por el Curador Urbano N° 1, no da cuenta de que la licencia no haya sido aprobada, como se constata en el "*acta de observaciones y correcciones*"⁴ en la cual se concedió un término a Madiautos para dar cumplimiento a las observaciones que el citado órgano solicitó. Sin embargo, al margen de que la misma no se hubiese autorizado, lo cierto es que los concesionarios tenían la libertad de materializar la separación de las vitrinas o, simplemente, de quedarse con una sola de las marcas, como así lo refirieron Luz Elena Del Castillo Trueco, Jorge Neira Fresneda y José Armando García Martínez.

Enfatizó que en su declaración García Martínez narró que la relación estuvo caracterizada por múltiples incumplimientos; aludió a un "*desgaste de más de tres años*" después de haberse iniciado las conversaciones y cumplido por los otros concesionarios, sin que Madiautos lo hiciera, "*fue uno más de los elementos de incumplimiento que llevó a Ford a la terminación del contrato*"⁵, al cual se le concedió el término establecido en éste [refiriéndose al GIDSA].

Apuntó que los testimonios recaudados dan cuenta que Ford entregó a los diferentes concesionarios un manual de imagen, para que se cumpliera con los estándares allí establecidos, más no tenía injerencia en las modificaciones y/o remodelaciones que se realizaran en el concesionario, y en el caso de Madiautos era la encargada de adelantar los trámites correspondientes para la separación de las vitrinas, cuya gestión incluía la consecución de los permisos y licencias correspondientes, siendo entonces carga suya cumplir con los requisitos legales establecidos para ello, previendo las contingencias que pudieran surgir durante esa labor, para lo cual contó con más de tres años.

Concluyó que Madiautos no cumplió con el compromiso de la separación de vitrinas del concesionario dual Ford-Mazda,

⁴ Cfr. fls 33 y 34 C.1

⁵ Min. 55:30 audiencia del 26 de julio de 2019

pese a que su representante en carta del 28 de julio de 2010 aludió al compromiso "*por parte nuestra en cuanto a la separación de vitrinas*", lo cual ratificó el 10 de agosto de ese año "*(...) el compromiso adquirido con ustedes y con la CCA será honrado en su totalidad. Sabemos la premura que tiene para Ford la separación de las salas (...)*", y había suscrito, además, el acta de compromiso del 28 de octubre de 2008. Tampoco honró su compromiso de retirar del taller la marca Hyundai, es más, de retirar la concesión en relación con dicha marca.

En ese orden de ideas, señaló que la terminación unilateral de la relación contractual por parte de Ford Motor de Colombia Sucursal no luce "*ilícita, abusiva e injusta*" como lo endilgó Madiautos en el libelo introductor, pues, conforme el acervo probatorio, la parte demandante incumplió con los compromisos que había adquirido con el concedente. En consecuencia, no accedería a las condenadas deprecadas derivadas de la declaración de la existencia del contrato atípico o innominado, relativas a utilidades, lucro cesante y daño emergente, razón por la cual innecesario era evaluar las experticias.

LA APELACIÓN

El apoderado de la parte demandante presentó como cimiento de su disenso los siguientes reparos:

Indebida valoración probatoria, falencias procesales delicadas e insubsanables, una falta de coherencia entre la argumentación jurídica y la evidencia utilizada para llegar a las conclusiones, omisión fundamental en el estudio y valoración del elemento más importante de la litis en cuanto a si hubo o no una justa causa para terminar unilateralmente la relación contractual.

El fallo carece de una armonía lógica interna que lo convierte en una paradoja en donde no es posible la coexistencia de algunos de los fundamentos de hecho sobre los que se basa, principalmente, tal como lo reconoció la señora juez y el apoderado de la parte demandada en el interrogatorio de parte, i) la relación comercial fue la misma desde el año 2000 al 2011 y ii) que la relación que rigió la relación contractual, según ellos, entre las partes era el GIDSA; cuando éste es un contrato inexistente, carente de requisitos *ad substantiam actus*, huérfano de identidad de partes, plagado de cláusulas abusivas y contra fácticas, que fue adulterado, que contiene espacios en blanco y contradicciones en lo que respecta a

anexos, sin firma, y a pesar de descartar el juzgador ese contrato como fuente le dio aplicación parcial para justificar la terminación unilateral.

El juzgado pasó por alto el abuso de la posición dominante de la parte demandada, la carencia de buena fe en la conducta del concedente.

Insistió en que el GIDSA no puede ser fuente en este proceso, no se perfeccionó y en él no fue parte Ford Motor de Colombia Suc., por tanto, el juzgado erró al considerar que traduce la verdadera voluntad de las partes para darle aplicación caprichosa en la sentencia.

De otro lado, se valoró indebidamente la declaración de la parte actora erradamente el interrogatorio del señor Enrique Guzmán en lo que respecta a la factibilidad de subsanar la licencia, pues los problemas que detecta la Curaduría son insalvables, toda vez, que tienen que ver con el uso del suelo de la franja donde se pretendía levantar la construcción de 6.000 M2, el cual resultó ser residencial, categoría que impide de manera infranqueable la obtención de la licencia toda vez que se necesitaría para ello que se modificara el Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad, lo cual se explicó por escrito a la demandada ofreciéndole alternativas que no fueron aceptadas.

Criticó la valoración de los testimonios de Luis Gabriel Mojica, Armando García y Luz Helena del Castillo, al darle mayor credibilidad a ésta respecto a los requerimientos técnicos que debía tener la obra de separación de la vitrina, los cuales al estar basados en las ventas del concesionario, no era simplemente poner una pared, sino se trataba de una ampliación de más de seis mil metros cuadrados que lejos de ser caprichosos, eran necesarios para cumplir los altos estándares y especificaciones requeridos a un concesionario con el volumen de ventas de Madiautos.

No quedó demostrada ninguna de las excepciones perentorias planteadas por la demandada, y aunque se desestimaron las pretensiones de la parte demandante se guardó silencio sobre aquellas.

Por último, a pesar de prosperar la pretensión del reconocimiento del contrato realidad de concesión según la juez, de no triunfar ninguna defensa se condenó en costas a la demandante.

Ante esta Sede y en la oportunidad otorgada para sustentar el recurso de apelación dijo el apoderado de la demandante que prescindiría de algunos reparos y su alegación se circunscribiría *“exclusivamente sobre la denegación de las declaraciones derivadas de la declaración de existencia del contrato atípico de concesión vigente desde noviembre de 2000 hasta diciembre de 2011 entre MADIAUTOS y ford motor de venezuela y la condena por la terminación unilateral”*, encaminando la alzada a que se reconozco la ilicitud de la conducta desplegada por la sociedad demandada en la *“ejecución del declarado contrato atípico de concesión”* y su terminación unilateral y se condene a la reparación de los perjuicios causados.

Emprendió el desarrolló de sus planteamientos por referirse a la posición dominante de Ford Motor Venezuela en su relación contractual con Madiautos que, en su sentir resplandece probada teniendo en cuenta que una de las características del contrato de adhesión es que una de las partes predefine el clausulado y la otra simplemente decide aceptarlo o no, si opta por acogerse se adhiere a todo el contenido predefinido y se somete a él; de ahí que en esta clase de negocios suele llevar implícito un desequilibrio entre las partes, por lo que no deben abandonarse por completo a la autonomía de la voluntad, y dejar a la parte débil del contrato a merced de la parte que impone el contenido negocial que debe obrar de buena fe y abstenerse de introducir cláusulas abusivas, y si así no procede puede el juez aniquilar sus efectos. En el caso concreto es inocultable que Ford Motor Venezuela detentó una posición de dominio, impuso las condiciones sin la participación del concesionario, como se desprende de la Carta de Intención de 21 de noviembre de 2000.

Posición dominante que es patente en el contrato de concesión automotriz que conduce a una relación de subordinación del concesionario respecto del concedente, en el que aquel adquiere bienes que éste le provee con el fin de revenderlos, asumiendo los riesgos que la operación implica, y se somete a las eventuales decisiones caprichosas del concedente. En este asunto Ford Motor Venezuela se limitó a diseñar la Carta de Intención para someter a Madiautos y a controlar que ésta observara los condicionamientos impuestos originalmente y los que en el desarrollo del contrato fue agregando, sin siquiera otorgarle exclusividad territorial, fue la demandante quien realizó grandes inversiones para acondicionar su planta física a fin de atender las exigencias de la concesión.

Se refirió a la Carta de Intención génesis del contrato entre demandante y demandada, indicando que envuelve un contrato de adhesión redactado íntegramente por Ford Motor

Venezuela, condicionando la concesión al cumplimiento de los trámites y especificaciones allí detallados, en especial a los Principios Guía para Concesionarios Duales FORD-MAZDA, reservándose el derecho de revocar la autorización si no eran cumplidos en el plazo allí fijado; según sus estipulaciones todas las obligaciones quedaron a cargo de Madiautos, quien “no tuvo otra opción que ACEPTARLA y acatar de manera sumisa”, quedando en condición de subordinación.

Ford Motor Venezuela hizo gala de su actitud opresiva y de su posición de dominio a través de frecuentes llamados de atención y la continua amenaza de terminación del contrato de concesión que inexplicablemente no encontró estructurada el *a quo*.

Enseguida se ocupó de la “*FALLIDA CELEBRACIÓN DE UN CONTRATO DE CONCESIÓN ENTRE FORD MOTOR COMPANY Y MADIAUTOS Y LA INDEBIDA APLICACIÓN DE SU CLAUSULADO*”, pues si bien la primera promovió la suscripción de un contrato directo con la demandante, sujeto al clausulado diseñado por la fábrica para los concesionarios en cualquier parte del mundo, el contrato GIDSA, el que fue firmado por Madiautos y devuelto el 30 de marzo de 2004, Ford Motor Company no lo firmó, ni se volvió a referir al tema perdiendo interés en su perfeccionamiento, luego no existió ni hicieron nada para ejecutarlo. Solo hasta el año 2012 se remitió a Madiautos una fotocopia del documento GIDSA, suscrito en nombre de Ford Motor Company por persona distinta de su Secretario como específicamente allí mismo se exigía, fue firmado por Eduardo Cárdenas en nombre de Ford Motor Andina según su propio dicho “*en el año 2008 o después*”.

Recalcó la inejecución de las estipulaciones del contrato GIDSA, la ilicitud de objeto en ese negocio, su incompatibilidad con el contrato de concesión entre Ford Motor Venezuela y Madiautos, la ratificación de la firma del GIDSA después de presentada la demanda, la extraña mutilación del documento, las cláusulas abusivas contenidas en ese contrato, el carácter abusivo de la cláusula de terminación unilateral en el GIDSA, la impertinencia de ese contrato en la relación negocial entre demandante y demandada, la solapada alusión al mismo que se hizo por Ford Motor Venezuela en comunicaciones enviadas a Madiautos.

Destacó que al resolver sobre las excepciones previas se excluyó el imperio del contrato GIDSA en este pleito, por lo que no puede aplicarse su clausulado para justificar la terminación unilateral, como indebidamente se hizo en la sentencia cuestionada.

A continuación expuso las razones por las que afirma que Ford Motor Venezuela actuó de mala fe en la celebración y ejecución del contrato de concesión, insistiendo en que quien ostenta una posición dominante en la relación comercial debe abstenerse de abusar de su condición en perjuicio de la otra parte, sin embargo, la demandada se aprovechó de ella para arrear el desequilibrio, incluir cláusulas abusivas y someter a su capricho a Madiautos, como se refleja en la Carta de Intención, la conducta de Ford Motor Venezuela a partir de la celebración del contrato de concesión y su persistente mención del contrato GIDSA. Evidencias que el sentenciador de primer grado no advirtió.

Tampoco vio el juzgador la mala fe de Ford Motor Venezuela en la terminación del contrato que se desprende de la conducta previa a esa decisión unilateral, la autorización de apertura de un punto de venta adicional, la expectativa alimentada con la conducta previa a la terminación del contrato, la renuencia a considerar opciones distintas tras las dificultades para acondicionar la planta física, la sorpresiva y fulminante decisión de terminar el contrato sin explorar las opciones que Madiautos le propuso a Ford Motor Venezuela.

Se dedicó luego a analizar el abuso de la posición dominante de Ford Motor Venezuela, repasando la Carta de Intención y las exigencias impuestas a Madiautos y a las que éste se sometió para evitar que aquel terminara el contrato y causara la ruina de la empresa dadas las importantes inversiones realizadas para acondicionar el concesionario.

Concluyó que en el caso concreto la terminación unilateral del contrato por Ford Motor Venezuela fue ilegítima pues no estaba contemplada de manera inequívoca causal para ello en el contrato, ni en la ley, ni se concibió facultad a las partes para fulminar la relación. En ausencia de esa autorización normativa el contrato sólo podía terminar por decisión consensuada entre las partes o por decisión judicial; por tanto cuando Ford Motor Venezuela estimó que Madiautos incumplió sus obligaciones debía acudir a una de esas vías, pero como así no lo hizo de forma unilateral terminó en forma abrupta y repentina la relación contractual, su conducta fue ilegítima. Incomprensiblemente el juez no lo consideró así.

Alegó que no hubo razón valedera para romper el contrato de concesión, los motivos aducidos por Ford Motor Venezuela no estaban contemplados para terminar el contrato, invocó el GIDSA que tampoco tenía previsión al respecto, aludió al anexo de Disposiciones estándar, documento que conoció

Madiautos en el transcurso de este litigio, pero aún con base en él tampoco sería lícita dicha terminación.

Además, las razones expuestas por Ford Motor Venezuela no tenían relevancia suficiente para extinguir el vínculo contractual, pues para ello era preciso que el incumplimiento recayera en obligaciones relevantes en función del fin práctico perseguido por las partes, sea de gran intensidad, y la renuencia del incumplido refleje su desinterés en la ejecución del contrato; condiciones que no ocurrieron en este caso, pues los motivos aducidos por la demandada para terminar el contrato no eran relevantes desde la perspectiva del interés económico del contrato, de ellos el de mayor importancia fue la separación de las vitrinas Ford-Mazda; el relacionado con la atención de Hyundai en el taller de Morato fue mencionado solo el 11 de noviembre de 2009 y en lo relativo al número de puestos de trabajo jamás fue definido por las partes en una cantidad precisa. Se referían a incumplimientos leves y Madiautos evidenció su interés en complacer a Ford Motor Venezuela así: abrió un punto nuevo en el Centro Comercial Centro Mayor, impulsó la obra de ampliación del concesionario aún sin licencia de urbanismo; ofreció sucesivas opciones distintas para la separación de vitrinas de ventas.

De otro lado, no se observó el procedimiento para la terminación unilateral, contenido en la cláusula 13 c) del GIDSA, que contempla notificar por escrito el incumplimiento, ofrecer oportunidad para revisarlo y remediarlo en un plazo de 60 días, y otro plazo igual para culminar la relación.

Expuso que no eran ciertos los supuestos incumplimientos de Madiautos, pues en cuanto al volumen de ventas ésta fue en aumento hasta ser el mejor vendedor de Ford en el país. En cuanto a la permanencia de la operación Hyunday tema insistentemente tratado desde el principio de la relación contractual, pero jamás se descartó la atención de Hyunday en el taller de Madiautos, por el contrario se dejó a salvo la atención por “colisión” en el taller Morato; tema que dejó de ser relevante para Ford Motor Venezuela desde diciembre de 2009. Respecto de los números de puesto de trabajo jamás hubo un reclamo en ese sentido, ni se determinó su número.

La separación de vitrinas Ford-Mazda surgió en el año 2008 y ante la exigencia en ese sentido Madiautos presentó propuesta que rechazó Ford Motor Venezuela por no cumplir los estándares requeridos. Ante ello Madiautos propuso 3 opciones: i) separar las salas de ventas de Mazda y Ford; ii) adecuar una sala de ventas en la calle 102 con carrera 19 para una de las marcas; iii) adecuar una sala de ventas en la calle

130 con carreta 7 en un área de 700m², esta propuesta le interesa a Ford, y Mazda se quedaría en Morato; después de un año Ford Motor Venezuela, el 11 de noviembre de 2009, comunicó su preferencia por la opción 1 y le concedió 19 días para entregarle los planos y programa de implementación de la propuesta definitiva para una remodelación y ampliación de 6000 m² con un costo de \$6.000'000.000,00. Luego, el 6 de agosto de 2010 aplazó la facturación a Madiautos hasta que cumpliera con sus requerimientos; y el 13 de agosto confirmó haber constatado su cumplimiento, excepto el de la licencia de construcción. En marzo de 2011 Madiautos le informó a Ford Motor Venezuela que la Curaduría Urbana no concedió la licencia y le envió copia del acta de observaciones y correcciones, pues el uso del suelo estaba calificado como residencial y no para uso industrial; por tanto insistió en la conveniencia de explorar otras opciones, pero Ford Motor Venezuela guardó silencio y repentinamente el 6 de julio de 2011 le comunicó la terminación del contrato, ante lo cual Madiautos intentó disuadirla proponiendo renunciar a la distribución de Mazda para seguir solo con la de Ford, pero la respuesta fue negativa.

De los planteamientos concluyó que: Ford Motor Venezuela obró de mala fe en la celebración y ejecución del contrato de concesión con Madiautos, abusó de su posición dominante y en forma arbitraria decidió terminar unilateralmente el contrato, sin estar autorizado para ello, basado en circunstancias que nunca contemplaron las partes como causales de terminación y falsos incumplimientos, carentes de relevancia; por tanto, es responsable de los perjuicios que sufrió Madiautos con la terminación del contrato y debe ser condenada a repararlos. De allí que deba revocarse el numeral 3° de la sentencia impugnada y en su lugar imponer la condena suplicada, revocar el numeral 5° y condenar en costas a la demandada.

REPLICA A LA SUSTENTACIÓN

El apoderado de la demandada, se pronunció sobre la sustentación del recurrente reclamando se declare inadmisibles al no cumplirse con el requisito de precisión de los reparos que se hacen a la decisión. Además de ser extensos y repetitivos, con escaso sustento probatorio, y que recaen sobre novedosos argumentos que no fueron plateados en la apelación y por lo tanto no deben ser estudiados.

Adujo que la sentencia no tuvo como eje principal el contrato GIDSA, sino en la conducta de las partes, con apoyo de los documentos y testimonios aportados, evidencias que fueron

suficientes para establecer que la relación comercial entre Madiautos y Ford Motor Colombia no fue una relación comercial sino un contrato atípico y nominado, como es la concesión automotriz; si se hubiera tenido en cuenta el contrato GIDSA el fallador habría tenido que declarar probada la excepción previa de cláusula compromisoria, lo cual no ocurrió.

Señaló que, el apelante expuso argumentos novedosos en su sustentación que no fueron motivos de apelación ante la Juez Once Civil del Circuito, como por ejemplo la posición de dominio de Ford Motor Venezuela (concedente) y de Ford Motor Colombia, como tampoco las conductas abusivas y los poderes de vigilancia y control de los negocios de Madiautos realizadas por Ford Motor Colombia. Esas conductas abusivas que pregonaba Madiautos Ltda. en su recurso no pueden ser consideradas de esa manera, pues lo único que se buscó es la protección de su marca y la calidad de los productos y servicios frente a sus clientes.

Precisó que, nunca le fueron impuestas sanciones a Madiautos por parte de la demandada, simplemente fueron reiterados requerimientos, que en el desarrollo del contrato la recurrente asumió compromisos que al final no atendió; faltas que por ser tan recurrentes se materializaron en la terminación unilateral del contrato.

Finalmente dijo que, es inaceptable alegar que la terminación del contrato no fue por justa causa, pues se pudo verificar en el proceso que Madiautos Ltda. no justificó los reiterados incumplimientos a los compromisos adquiridos en las múltiples reuniones que se realizaron entre las partes, para poder mantener y garantizar el nivel de calidad que se debe a los clientes, compromisos tales como, el retiro de las marcas que no hacían parte de la relación contractual, espacio físico separado y suficiente para la prestación de servicio técnico de vehículos Ford.

CONSIDERACIONES

1. Con la presencia de los llamados presupuestos procesales de la acción y sin que se advierta la incursión en causal que pueda viciar de nulidad la actuación surtida, están dadas las condiciones para que esta Corporación decida de fondo sobre el recurso de apelación propiciado por la parte demandante contra la sentencia que en primera instancia se expidió.

2. Preliminarmente se advierte que la Sala de Decisión se pronunciará única y exclusivamente acerca de los reparos señalados por el apelante ante la primera instancia y sustentados en esta sede, atendiendo la pretensión impugnativa que rige el recurso de apelación de conformidad con lo regulado en los artículos 320, 327 y 328 de la Ley 1564 de 2012.

De allí que, como enfáticamente lo resaltó el recurrente al sustentar su recurso se dirige “*exclusivamente*” a cuestionar los numerales 3° y 5° de la parte resolutive de la sentencia de primer grado, en cuanto no se accedió a las pretensiones indemnizatorias con ocasión de la terminación unilateral del contrato de concesión y se condenó en costas a la actora. Por tanto a ello se circunscribe la competencia del Tribunal, descartándose el examen de la temática concerniente a la agencia comercial de hecho y las condenas derivadas de ésta, sin perjuicio, claro está, del análisis que incumbe para dilucidar las inconformidades del recurrente.

3. Ha señalado la jurisprudencia patria para distinguir la agencia comercial de otras formas negociales el que el agente obra a nombre y por cuenta de un tercero, por lo mismo, esta circunstancia separa a la agencia comercial sustancialmente de los vínculos en que el intermediario adquiere los productos para la reventa, en esta última, poniendo en funcionamiento todas sus capacidades se aprovecha de la diferencia de precios de compra y enajenación, corriendo los riesgos de cartera propios de quien ejerce actividades de comercio:

(...) Trátese en verdad de una característica relevante, habida cuenta que permite diferenciarlo de otros acuerdos negociales, como el suministro y la concesión, en los que el suministrado y el concesionario actúan en nombre y por cuenta propia, razón por la cual la clientela obtenida al cabo de su esfuerzo le pertenece, y son ellos quienes asumen los riesgos del negocio, de manera que no devengan remuneración alguna, entre otras cosas, porque las utilidades derivadas de la reventa les pertenece” (CSJ SC, 15 Dic 2006, Rad. 1992-09211-01).

Y refiriéndose al contrato de concesión puntualizó:

“La reventa es de la esencia de los contratos de distribución y de concesión, que hacen parte de los convenios denominados de «cooperación», y se caracterizan por la observancia por el comercializador de las pautas y orientaciones impartidas por el productor, que -explica Farina- pueden comprender la disminución de algunas potestades de aquél, como la de estipular precios y cantidades, la de diseñar una estrategia propia de mercadeo e, inclusive, en algunos eventos, la restricción de anunciarse con signos distintivos

propios. A su turno el distribuidor, cualquiera que sea el contrato que lo liga a la empresa productora y sea cual fuere el nombre que pueda asumir (distribuidor exclusivo, concesionario, franchisee u otro), obtiene una posición ventajosa en el mercado porque a veces tiene la exclusividad para la comercialización del producto, y cuando no, cuenta con la posibilidad de comprar a la empresa productora con preferencia de los que no gozan de esa relación'.⁶

La jurisprudencia ha visto en esos pactos de exclusividad o de trato preferencial, una característica que suele estar acompañada de otros acuerdos que «determinan la conducta del distribuidor, quien los soporta como una condición ineludible con miras a conseguir las utilidades derivadas de su labor de intermediación, pues es usual que por tratarse de bienes o servicios respecto de los cuales la marca, el lugar de procedencia, las condiciones de mercadeo, entre muchas otras condiciones, permiten vislumbrar aceptables márgenes de ganancia que hacen tolerables esas imposiciones» (CSJ SC, 15 Dic 2006, Rad. 1992-09211).

La intervención del fabricante o productor en las actividades de promoción, publicidad y mercadeo de las mercancías ejercidas por el distribuidor es, luego, un rasgo propio del género de los negocios de intermediación y cooperación, que puede llegar incluso a la fijación de precios base y descuentos a consumidores, el establecimiento de condiciones de venta; la autorización de uso de emblemas del empresario; la intervención en los mecanismos de promoción y en la contabilidad respecto de las operaciones comerciales ejecutadas; señalamiento de directrices en materia de visitas y entregas de pedidos a los clientes, y la conformación de stocks y aprovisionamientos suficientes para la clientela.

Una mayor injerencia del empresario se hace evidente cuando los intermediarios son integrados a la red de comercialización del productor, lo que, según doctrina española, tiene lugar a través de la aceptación de cláusulas que persiguen «una adecuada promoción de sus ventas o prestaciones», en las que los primeros «adaptan su actividad y estrategia empresarial individual al plan trazado por su principal (el empresario)» de modo que el comerciante que se inserta en ese entramado se caracteriza por «gozar de autonomía jurídica y, al tiempo, estar sometido a una fuerte subordinación económica».⁷

Los contratos de distribución integrada, a los que también se denomina de «distribución en sentido estricto», en los que están incluidas las modalidades de «concesión comercial o de distribución en exclusiva... distribución autorizada o selectiva y franquicia», han superado funcionalmente al convenio de agencia mercantil, porque -explica el autor citado- desplazan

⁶ FARINA, Juan M. op. cit., p. 408.

⁷ PALAU RAMÍREZ, Felipe y otros. Comentario a la ley sobre contrato de agencia. Madrid: Civitas, 2000, p. 49-50.

«hacia el distribuidor los riesgos y costos de la actividad de promoción, sin que ello suponga una pérdida de control del fabricante o mayorista sobre esta actividad». ⁸»

1.5. El de distribución, es un convenio que otorga al comercializador el derecho de vender los productos del empresario en una zona geográfica determinada bajo las condiciones impuestas por este, obteniendo como ganancia la diferencia entre el precio de compra al productor y el de venta al cliente final, denominada margen de reventa.

El beneficio del distribuidor resulta de su propia actividad, por cuanto adquiere las mercancías y debe pagar su valor al productor con independencia de la suerte que corra al revenderlas (actúa por su cuenta y en nombre propio), por lo que el incumplimiento del cliente solo lo perjudica a él, y debe soportar todos los riesgos de los productos desde que estos quedan a su disposición.

Cuando el empresario recurre a esta figura «se compromete a remitir... las unidades, en las cantidades que éste lo requiera, dentro de ciertos márgenes, pero tales unidades le son enviadas en propiedad al distribuidor, quien es deudor del precio ante la empresa fabricante. A su vez, el distribuidor es quien le vende al cliente y, en consecuencia, es quien factura y adquiere todos los derechos y asume todas las obligaciones de vendedor». ⁹

El comercializador se obliga a «efectuar las ventas del producto; pero, fundamentalmente, se obliga a pagar el precio de la mercadería que recibe en las condiciones y plazos pactados. Se obliga, más que a vender, a adquirir una cantidad mínima de mercadería dentro de los períodos previstos. Es natural que el distribuidor se esfuerce en vender esa cantidad mínima, pues de otro modo, acumulará un stock a pura pérdida. Claro está que el fabricante o proveedor pueden no conformarse con esa venta mínima y requerir al distribuidor una mejor política de ventas, para aumentar así la política de colocación del producto en el mercado»¹⁰ (subrayado no es del texto).

En resumen, como elementos diferenciadores de las figuras del agente y del distribuidor, se resaltan las siguientes:

a) Aunque ambos se encuentran integrados en la red de comercialización del empresario, desde el punto de vista económico, en tanto la inversión del agente, por lo general, está relacionada con la organización de su empresa, la del distribuidor se extiende a la compra de productos al fabricante para revenderlos.

⁸ Op. cit, p. 50.

⁹ FARINA, Juan M. op. cit., p. 439.

¹⁰ p. 416

b) El agente recibe una remuneración del empresario; en cambio, el distribuidor obtiene las ganancias del margen comercial de la reventa.

c) En su relación con los clientes, el distribuidor actúa en su nombre y por cuenta propia, por lo que debe correr con el riesgo y la suerte de las ventas que realice; el agente, no asume esas contingencias porque realiza su actividad profesional para el dominus negotii, de ahí que el vínculo jurídico se establece directamente entre el comitente y el cliente, pues el agente es solo un intermediario.

1.6. La concesión alude a un privilegio que el empresario otorga a una empresa para obtener por su conducto una participación más amplia y eficaz en la comercialización de sus productos o en la prestación de sus servicios, actividad que es controlada e impulsada directamente por el concedente, lo que supone que el concesionario está sujeto a la organización, coordinación y control impuestos por aquel, fenómeno al que se conoce como «concentración vertical de empresas».¹¹

Generalmente, se presenta una exclusividad recíproca, pues la empresa concesionaria contrae la obligación de no distribuir productos de competidores del concedente en el territorio asignado y este, por su parte, se compromete a no venderle a distribuidores ajenos a su red de comercialización, ni directamente a los consumidores de esa zona. Es usual que esa exclusividad tenga como contrapartida la compra por el concesionario de una cantidad mínima de mercancías.

El vínculo jurídico, por oposición a lo que ocurre en la agencia, se establece directamente entre el concesionario y el cliente, pues el primero ha comprado el producto a su fabricante y después lo comercializa en nombre propio, y por su cuenta y riesgo.¹² (subrayado fuera del texto)

Más recientemente, también a propósito de distinguir la agencia mercantil señaló la Corte¹³:

“3.2.3.4.3. Con la concesión, se diferencia, desde el punto de vista jurídico y práctico: (i) corrientemente el agente no cumple la función de vender sino solo la de promover, de manera tal que la vinculación jurídica del comprador se establece por regla general con el proponente, quien soporta el riesgo económico de la explotación, mientras que el concesionario compra, a nombre propio, la mercadería para revenderla, quedando vinculado”

¹¹ FARINA, p. 459.

¹² Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia SC13208-2015 de 30 de septiembre de 2015. MP. Ariel Salazar Ramírez. Radicación n° 11001-31-03-014-2004-00027-01

¹³ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil. Sentencia SC1121-2018 de 18 de abril de 2018. MP. Luis Armando Tolosa Villabona. Radicación: 05001-31-03-016-2007-00128-01

jurídicamente con el comprador¹⁴; (ii) Comúnmente, la agencia requiere de la aplicación de los recursos del proveedor a la fase de la comercialización, y la concesión, por el contrario, permite alcanzar un cierto poder directivo y de control de recursos ajenos, mediante el cual el fabricante llega a organizar y dirigir una red comercial, sin el menester de concentrar, en la misma, parte de su capacidad de inversión¹⁵; (iii) el agente actúa en una zona de exclusividad, vale decir, sin la concurrencia, en ella, del fabricante o distribuidor, mientras que el concesionario no siempre es exclusivo¹⁶; (iv) el lucro del concesionario se encuentra en la diferencia entre el precio de compra al fabricante o distribuidor y el precio de reventa al consumidor, en tanto, en la agencia la retribución generalmente se hace con un porcentaje de comisión sobre el valor de venta del artículo¹⁷; y, (v) si bien el agente y el concesionario desarrollan su actividad con independencia y autonomía, lo cierto es que la concesión suele instrumentarse en un contrato de adhesión, o en un contrato reglamento en el que se le fijan al concesionario normas muy detalladas y condiciones muy estrictas sobre el desarrollo y cese de su relación contractual, a tal punto que en la práctica el concesionario se halla sometido a la voluntad del concedente, no por dependencia jurídica pero sí por subordinación económica y técnica¹⁸. En punto a sus semejanzas, suelen destacarse: (i) se desarrollan por comerciantes independientes, sin subordinación jurídica a un tercero en virtud del contrato¹⁹; (ii) en ambos se dispone de una organización empresarial permanente que, por cuenta y riesgo propios, está al servicio de un tercero para dar salida a sus productos²⁰; (iii) con el tercero se crea una relación que no se extingue con la realización de uno o más negocios determinadas, sino que continúa por un tiempo, generalmente prolongado²¹; (iv) ambos desarrollan actividades dentro de una zona y ramo de comercio determinados²²; (v) los contratos se desenvuelven bajo la égida de la confianza, son intuitu

¹⁴ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

¹⁵ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

¹⁶ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180; GHERSI, Carlos Alberto. *Contratos Civiles y Comerciales. Parte General y Especial. Tomo II*. Ed. Buenos Aires. 1994. Pág. 69.

¹⁷ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180; GHERSI, Carlos Alberto. *Contratos Civiles y Comerciales. Parte General y Especial. Tomo II*. Ed. Buenos Aires. 1994. Pág. 69.

¹⁸ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

¹⁹ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

²⁰ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

²¹ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

²² MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

*personae, en razón de la propia especialidad profesional y experiencia mercantil*²³.” (subrayado fuera de texto)

Según lo anterior en la concesión, el concesionario compra, a nombre propio, la mercadería para revenderla, quedando vinculado jurídicamente con el comprador y no siempre es exclusivo, su lucro está en la diferencia entre el precio de compra y el de reventa, aunque no exista subordinación jurídica sí tiene dependencia económica y técnica con el concedente.

Pero, para el caso de particular importancia es el contrato de distribución, en el que el distribuidor adquiere la propiedad de las mercaderías en cuya colocación interviene y las vende a nombre propio y por su cuenta y riesgo, le factura al cliente y su utilidad surge de la diferencia entre el precio al que compra el producto y aquel por el que lo vende; negocio cuyo objeto es “*que la producción llegue con mayor facilidad a distintos lugares, ampliando su clientela*”²⁴.

4. Puesto de presente el marco legal y jurisprudencial que antecede, en verdad no puede pregonarse que entre las partes se desarrolló una agencia mercantil, pues el negocio entre ellas ajustado y ejecutado consistió en que Madiautos compraba a Ford Motor vehículos para la reventa, adquiriendo para sí la propiedad de los mismos, procedía a su comercialización por cuenta propia, asumía los riesgos del negocio, asesoraba y atendía a sus clientes en la posventa y, su margen de ganancia estaba en la diferencia entre el valor por el cual adquiría los automotores y el precio por el cual los revendía, sin que representara a la demandada, ni gestionara sus negocios, tampoco recibía como contraprestación una remuneración; no tenía exclusividad ni la ofrecía, pues véase que comercializaba vehículos nuevos de la marca Mazda; y usados de otras marcas; e indistintamente brindaba asistencia técnica y servicio de taller.

En criterio de la Sala, la relación comercial que se desarrolló entre las partes fue un contrato de distribución que responde a las características que acaban de consignarse; siendo precisó adentrarse en los reproches planteados por el apelante, quien no cuestionó la inexistencia de la agencia comercial de hecho pretensión cuyo fracaso declaró la juez de primera instancia; dirigiendo su disenso a plantear que el contrato que unió a las partes fue finiquitado unilateral e

²³ MARZORATI, Osvaldo J. *Sistemas de Distribución Comercial. Agencia. Distribución. Concesión. Franchising*. Ed. Astrea. Buenos Aires. 2011. Págs. 177-180.

²⁴ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, Sentencia SC1121 de 18 de abril de 2018. MP. Luis Armando Tolosa Villabona. Radicación 05001-31-03-016-2007-00128-01

injustificadamente por la demandada, razón que soporta la reparación de los daños irrogados a la demandante.

5. En cuanto a la indebida valoración probatoria y la evidencia utilizada para llegar a las conclusiones objeto de apelación y una omisión fundamental en el estudio y valoración del elemento más importante de la litis que es si hubo o no una justa causa para terminar unilateralmente la relación contractual; se impone evaluar la relación comercial ajustada y desarrollada entre las partes con base en las probanzas recaudadas:

5.1. Organizadas cronológicamente todas las comunicaciones cruzadas entre las partes, arrojadas al plenario, tenemos:

* El 8 de septiembre de 2000, Enrique Guzmán, gerente de Madiautos se dirige a Ford Motor Colombia, acusando recibo de misiva del 6 de septiembre y manifiesta que *“MADIAUTOS da por hecho su ingreso a la red de concesionarios MAZDA/FORD”* (folio 425 cuaderno 1).

*Ignacio Ortiz, Director-Gerente General de Ford Motor de Colombia, se dirige a Madiautos Ltda, en carta de 21 de noviembre de 2000, señala:

“De acuerdo a su solicitud de ser concesionario dual Ford/Mazda, por la presente formalizamos nuestra intención de otorgarle a MADIAUTOS LTDA. un convenio de Ventas que le atribuirá la condición de concesionario autorizado para la venta de los productos que comercializa Ford Motor de Colombia Suc., que no excluya la condición de concesionario autorizado para la venta de productos marca MAZDA, siempre que sean cumplidos los trámites y condiciones que más adelante se detallan, en especial los relativos a los Principio Guía para Concesionarios Duales FORD MAZDA que se anexan a la presente, reservándonos el derecho de revocar y reasignar la presente autorización si tales condiciones no son cumplidas en el lapso de treinta (30) días continuos contados a partir de la fecha de esta carta de intención.

CONDICIONES PARA EL OTORGAMIENTO DEL CONVENIO DE VENTAS CUYA INTENCION SE DECLARA:

CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD

La sociedad presentada por ustedes, “MADIAUTOS LTDA” deberá manejar única y exclusivamente las marcas Ford y Mazda y no podrá ser cambiada sin la aprobación de Ford Motor de Colombia Suc.

De igual forma el nombre “MADIAUTOS” deberá ser usado única y exclusivamente para el concesionario autorizado como dual Ford-Mazda la cual comercializa también vehículos usados de diversas marcas.

(...) LOCALIDAD DEL CONCESIONARIO:

Ford Motor de Colombia Suc. manifiesta la presente intención de nombrarlos concesionarios autorizados entre otras razones por su actual ubicación: **Vitrina de Ventas y Taller en la Trnasversal 49 No. 96-95 en Bogota** (sic) deberán continuar siendo las mismas y no podrán comercializar ni establecer puntos adicionales para la venta o servicio de nuestros productos, fuera de dicha localidad, sin la autorización expresa de Ford Motor de Colombia Suc., dada por escrito, reservándonos el derecho de asignar o modificar el área geográfica de responsabilidad que deberá cubrir el concesionario en materia de Ventas y Servicio.

(...) Las instalaciones deberán ser acondicionadas, organizadas e identificadas de acuerdo con nuestras guías corporativas de diseño de instalaciones de concesionarios; con las variantes resultantes de aplicar los Principios Guía para concesionarios Duales que se anexan, a fin de mantener una excelente apariencia tanto interior como exterior.

Cuando las ventas se incrementen por encima del volumen planificado, deberán disponer de las áreas adicionales que Ford Motor de Colombia Suc. les requiera para absorber el crecimiento de las operaciones de vehículos nuevos, repuestos, servicio técnico y vehículos usados.

VOLUMEN DE VENTAS PLANIFICADO:

Según lo acordado, la capacidad mínima instalada del concesionario deberá corresponder a un volumen de ventas de 20 unidades de Ford para el año 2000 y 240 unidades nuevas de Ford para el años 2001, sin perjuicio de que deberá ser incrementada cuando a juicio de Ford Motor de Colombia Suc., se estime necesario para absorber el crecimiento de las operaciones de venta del concesionario.

VITRINA DE VENTAS

La vitrina de ventas deberá ser modificada y adecuada de acuerdo a los planos y especificaciones determinados por la empresa EXPACIA DISEÑO, según la cotización anexa a la presente carta de intención. Los valores indicados en esta cotización son aproximados y pueden surgir cambios que alterarían el valor final.

Independientemente de la contratación y ejecución de estas obras, deberán respetarse los parámetros de materiales y diseño que se presentaron a ustedes por parte de Expacia Diseño, empresa que será la encargada de dar la aprobación final de las obras, garantizando que cumplirán con los parámetros corporativos diseñados para las operaciones duales Ford – Mazda en Colombia.” (folios 426-428 cuaderno 1).

Igualmente se fijaron las condiciones de instalación de servicio y repuestos, herramienta especializada y manuales técnicos Ford, repuestos Ford, capital suscrito y pagado, capital de trabajo, líneas de crédito, advirtiéndose que “El concesionario deberá cumplir, en todo momento, con los planes de acción operativos que Ford Motor de Colombia Suc, le requiera, a través de nuestro personal autorizado en cada una de las distintas áreas del negocio, dentro del proceso de inicio, desarrollo y

estandarización de sus operaciones.”, constituye dicho documento la llamada carta de intención génesis del vínculo entre demandante y demandada.

**Ese mismo día, Enrique Guzmán respondió: “confirmó a ustedes que la sociedad “MADIAUTOS LTDA.” dejara de comercializar vehículos nuevos marca FIAT y HYUNDAI a partir de Diciembre 1 de 2000. Adicionalmente estos cambios se harán en la identificación de las vitrinas de estos concesionarios al igual que en todos los aspectos comerciales financieros y legales”, y ratificó que solo comercializaría vehículos nuevos Mazda y Ford y usados de diversas marcas (folio 429 cuaderno 1).*

**El 14 de enero de 2002, Enrique Guzmán escribe a Ignacio Ortiz para referirse a una comunicación de 21 de diciembre de 2001, y en ese sentido expresó estar de acuerdo con elaborar un plan comercial en conjunto para incrementar las ventas de la marca Ford; se respetarán las zonas de exhibición de cada marca, la publicidad se hará de acuerdo a las normas corporativas establecidas; elaborar un cronograma para aumentar la herramienta especializada, capacitar al personal en el producto Ford, iniciar la implementación del programa Q 101 S&R, y de programa que promocióne el área de servicio y repuestos Ford (folios 430-431 cuaderno 1).*

**El 25 de febrero de 2002, Hernando Baquero Gerente de servicio al cliente de Ford, en respuesta a la anterior se refirió al área de posventa en cuanto a herramientas, capacitación de personal, programa Q-101 y servicio total, programa para promoción de las áreas de servicio y repuestos, solicitando que Madiautos presentara propuesta de calendarización de la adquisición de la herramienta y del programa de promoción del área de posventa (folios 432-433 cuaderno 1).*

**En comunicación del 13 de marzo de 2002, Ignacio Ortiz relacionó los puntos a ser cumplidos por Madiautos, en cuanto al manejo independiente de las marcas Ford y Mazda, la gestión comercial resaltando que no se había cumplido con el compromiso de nombrar un Gerente de ventas para la línea Ford; requirió el envío de la calendarización para adquisición de herramienta, la relación de personal técnico y administrativo del área de posventa, destacando la poca participación en las capacitaciones de carácter obligatorio, la implementación inmediata del programa Q-101 S&R y la propuesta para cada área de servicio; de tal manera hizo notar que los acuerdos establecidos se habían cumplido parcialmene siendo prioritario para Ford se terminen de cumplir cabalmente (folios 1-2 cuaderno 1A).*

*En distintas misivas desde el año 2002 se requirió el cumplimiento de los objetivos de compra y la desatención de las obligaciones en materia de publicidad (folios 4, 7,99,100, 102, 111, 119,122, 126, 129, 131,134, 175 cuaderno 1A); particularmente en carta de 10 de marzo de 2005 además de reiterar el incumplimiento en las compras, se señaló que *“Respecto al área de Servicio y Repuestos no han seguido con el proceso de enviar los indicadores de gestión, ni los RPP y aun no están certificados con el Q-101, ni servicio total”* (folios 132 cuaderno 1A).

*El 16 de marzo de 2005 respondió Enrique Guzmán que se estaba contratando una auditoría para corregir los procesos administrativos y a un ingeniero con experiencia en Q-101 y servicio total Ford, *“Adicionalmente y en cumplimiento de lo acordado en la reunión sostenida en Enero de 2005 con los señores HECTOR PEREZ e IGNACIO ORTIZ se han independizado las fuerzas de ventas de las marcas MAZDA-FORD y se independizarán las salas de exhibición a más tardar a fines de 2005”* (folio 133 cuaderno 1A).

*En julio 22 de 2005, el gerente administrativo de Madiautos Felix Guevara, pidió copia firmada del contrato de concesión suscrito entre Madiautos Ltda. y Ford Motor Colombia; el siguiente día 26 fue remitida la copia y recibida por Karol Díaz (folios 135-136 cuaderno 1A).

*El 29 de julio de 2005, Ignacio Ortiz dirige comunicación al Gerente General de Madiautos, (folios 137-138 cuaderno 1A), en la que resalta y reitera que:

“el cumplimiento por parte de MADIAUTOS como concesionario autorizado FORD en el envío de reportes de ventas, compromiso con los pedidos y cumplimiento en las cuotas de ventas ha sido deficiente desde hace varios meses.

(...) No obstante todos estos esfuerzos or parte de Ford, nos encontramos que MADIAUTOS, en el cumplimiento de sus obligaciones bajo el Contrato de Distribución, ha sido preocupantemente deficiente hasta el punto que, muy a nuestro pesar, MADIAUTOS es el concesionario de menor cumplimiento y rendimiento en sus obligaciones en la ciudad de Bogotá y, tristemente, por debajo también de la gran mayoría de todos los concesionarios autorizados FORD en Colombia.

En la última reunión con ustedes en la cual se repasaron todos estos puntos, se le anticipó que FORD ha llegado a considerar seriamene la contiunuación o nó del Contrato de concesión con MADIAUTOS. Ante esta situación y su deseo de continuar con la distribución Ford, usted quedó de enviar un plan de trabajo y de negocios con la propuesta de cuota de los vehículos Ford de las distintas gamas que está autorizado a comercializar. Seguimos a la espera de este plan por usted anunciado.

Por otro lado, dado que aún no hemos recibido confirmación de pedidos ni compromiso de compra en los tiempos exigidos, la disponibilidad de poder facturar y entregar vehículos a MADIAUTOS se torna difícil y estamos ea la disponibilidad o

excesos de producción de la fábrica. En todo caso, como una muestra adicional del esfuerzo que hace FORD COLOMBIA y mas particularmente el suscrito para apoyar a MADIAUTOS se han asignado para entrega los vehículos relacionados en el Anexo adjunto.

Por toda esta situación, nuestra casa matriz nos ha exigido fijar una meta de aquí a finales de octubre para acordar con MADIAUTOS un plan de recuperación de los niveles de ventas de los productos FORD en las distintas gamas acordes con el nivel de compromiso que un concesionario FORD en Bogotá debe tener. Si no se llega a un cumplimiento en las cuotas de ventas mutuamente acordadas y al plan que se implemente en el periodo indicado, Ford se verá abocada a tomar la decisión de dar por terminado el Contrato de Distribución suscrito con MADIAUTOS.”

*Meta que no se honró, como se desprende de la misiva de 18 de agosto de 2005, en el que se indicó que el plan de trabajo y negocios no había sido recibido y se insistió en que “*está en sus manos tomar los correctivos para seguir con la concesión de distribución de vehículos FORD y esperamos que sean tomados. De lo contrario, le rogamos que nos haga saber cual es su decisión*” (folios 143 cuaderno 1A).

*Ignacio Ortiz y Fabio Sánchez Forero, a la sazón Director Gerente General de Ford Colombia y Presidente Ejecutivo de la Compañía Colombiana Automotriz respectivamente, en carta de 1º de abril de 2008 de manera conjunta expresaron a Enrique Guzmán, Gerente General de Madiautos, sobre el asunto “*Individualización de las marcas Ford-Mazda*”, manifestaron:

“Dando alcance a las comunicaciones anteriores sobre el asunto en referencia, queremos reiterar que las condiciones del mercado automotor y de la amplitud del portafolio de producto de las marcas Ford y Mazda que justificaron en su momento el desarrollo de los concesionarios duales en la ciudad en que su concesionario está localizado, han cambiado sustancialmente, el crecimiento del mercado total y de los segmentos relevantes, así como la ampliación de la oferta de producto de ambas marcas en su ciudad, han llevado tanto a Ford como a Mazda a buscar la diferenciación y separación de su imagen en las instalaciones de sus concesionarios.

Esta diferenciación en las instalaciones requiere que su propuesta formal de separación de las dos marcas cumpla con los estándares de cada una, tal como se detalla en el anexo, Durante el mes de Abril de 2008, un equipo de cada marca visitará el concesionario con el propósito de establecer las brechas frente a los estándares requeridos.

(...) Una vez realizada la evaluación mencionada, le contactaremos para concertar una reunión personal con el objetivo de que la sociedad que usted representa pueda presentar simultáneamente a representantes de ambas marcas

su propuesta de separación y el plan de acción correspondiente.”

En el cuaderno 1A, folios 173-174, obra el chequeo de los requerimientos mínimos del concesionario Ford-Madiautos.

*El 30 de julio de 2008, Juan Carlos González Director de Desarrollo de Concesionarios de la Compañía Colombiana Automotriz S.A. -Mazda-, escribió a Enrique Guzmán que en reunión de 8 de mayo se había informado que la *“propuesta no cumple integralmente con los estándares requeridos para la separación”*, y relacionó las principales observaciones (folios 176-179 cuaderno 1A).

*En misiva fechada 6 de agosto de 2008 el Gerente de Ford Motor Colombia, Jorge Neira, informa al Gerente General de Madiautos, Enrique Guzmán, agradece el *“envío de la propuesta para la separación de las marcas Ford-Mazda, solicitada en comunicaciones anteriores”*, anotando que como ya se había advertido desde el 9 de mayo de ese año la propuesta no cumple con los estándares requeridos siendo las principales observaciones: i) la sala de ventas no cumple *“con el área mínima exigida por Brand@Retail, el pórtico no está ubicado sobre la fachada principal de la vitrina y la entrada peatonal queda bloqueada por el área de entrega de vehículos nuevos Mazda”*; ii) el área de posventa *“no cumple con los requerimientos de la marca”* pues según el proyecto Hyundai y Fiat seguirían operando en el mismo taller que atendía vehículos Ford-Mazda *“lo que contraviene lo convenido con Ford Motor de Colombia”*; iii) *“se requiere confirmación de número de técnicos, asesores de servicios, vendedores de repuestos y supervisores, exclusivos para la marca”*. Por lo que esperaban propuesta formal a más tardar el 29 de agosto de 2008, advirtiendo que los *“requerimientos son exigencias inamovibles de la fábrica para potenciar nuestra presencia e imagen en el mercado y avanzar hacia la culminación exitosa del proceso de separación”* (folios 22-23 cuaderno 1).

*En oficio del 20 de octubre de 2008, Luz Elena del Castillo Directora Gerente de Ford Motor Colombia, destacó el incumplimiento de Madiautos en el envío de la propuesta definitiva para la individualización de las marcas, recordando que *“El cumplimiento a estos requerimientos es condición fundamental e inaplazable para seguir representándonos en el futuro”* e invitó al señor Guzmán a una reunión para 4 días después (folio 180 cuaderno 1A).

*Se celebró reunión el 28 de octubre de 2008 a la que concurrieron representantes de Ford, de la Compañía Colombiana Automotriz SA y por el concesionario Madiautos el señor Enrique Guzmán; del acta de compromiso suscrito se extrae que el concesionario, en cuanto a la separación de la

operación de ventas, servicio y repuestos de las marcas Mazda y Ford, se comprometió a proceder con la separación “*a más tardar el treinta (30) de Junio de 2008*” (sic), proponiendo 3 opciones: i) separar las salas de ventas en las instalaciones de Madiautos en Morato, propuesta aceptada por Mazda siempre que se retirara del taller a Hyundai, en tanto que Ford dijo que estudiaría los planos en noviembre de 2008, quedando las dos marcas a la espera de un nuevo plano “*en donde se evidencie el proyecto de expansión del taller que deberá cumplir los estándares de Mazda y de Ford*”; ii) adecuar una sala de ventas en la calle 102 con carrera 19 para alguna de las marcas y la otra quedaría en Morato; y, iii) adecuar una sala de ventas en la calle 130 con carrera 7ª en un área de 700m2. “*Esta propuesta le interesa a Ford. Mazda se quedaría en Morato*”.

Finalmente acordaron que en abril de 2009 se revisaría conjuntamente el cumplimiento del cronograma fijado y se establecerían las acciones a seguir para culminar con el proceso de separación de las marcas.

*En carta del 22 de diciembre de 2008 el mismo señor Jorge Neira, informa a Enrique Guzmán, como gerente de Madiautos haber “*detectado varios incumplimientos a la Política de Representación de Mercado y al contrato de concesión*” con aquella: i) la exhibición y comercialización de vehículos nuevos Ford en un lote situado 200m adelante del peaje de la Autopista Norte, punto no autorizado; ii) realización de publicidad nivel III en prensa, invitando a adquirir vehículos Ford en las vitrinas Madiautos 127 y Madiautos Autopista y/o Chía, vitrinas no autorizadas, además que la publicidad no cumple “*con las normas corporativas y lo estipulado en el contrato GIDSA de acuerdo a la cláusula 11 numeral c) del manual de estándares y que adjuntamos a continuación: ...*”, por lo que se requirió no publicar avisos multimarca y ofrecer en vitrinas no autorizadas productos Ford (folios 20-21 cuaderno 1).

*El 18 de marzo de 2009, Jorge Neira remite a Madiautos requerimiento por el incumplimiento en el envío de reportes de operaciones, por lo cual se procedería “*a congelar de inmediato el pago de los incentivos de vehículos a aquellos concesionarios que a la fecha no hayan enviado los reportes de los meses de Diciembre /08 y/o Enero/09*”.

*El 24 de marzo de 2009, Ford reiteró el requerimiento de diciembre de 2008 en cuanto al incumplimiento de la política de representación de mercado insistiendo en que “*De continuar violando la política en el futuro podría dar lugar a la cancelación de la concesión por parte de nuestra compañía*”. Allí mismo anotó que “*revisando los compromisos adquiridos mediante acta de compromiso el pasado 28 de Octubre/08, solicitamos confirmar el*

retiro de la operación posventa Hyundai de las instalaciones de la Av Cra 70 No. 96-05 antes de culminar el mes de Marzo/09; esto por que a la fecha sigue operando normalmente sin ver ningún tipo de avances para que al final solo queden Ford y Mazda en dicho punto.” (folios 215-216 cuaderno 1A).

*Según “*Minuta Reunión Ford-Mazda-Madiautos*” el 26 de marzo de 2009 en la que participaron Enrique Guzmán y Hernando Rodríguez, por Madiautos, con Luz Elena del Castillo, Jorge Vivas, Armando García, Giovanni Robles y Jorge Neira, por Ford; y trataron dos temas: i) el cumplimiento de la política de representación de mercado, respecto de lo cual el demandante se comprometió a no volver a exhibir ni comercializar vehículos Ford en el punto de almacenaje de Chía y se indicó que se había terminado el contrato con Julio Castiblanco asesor de la vitrina de Chía; ii) separación de vitrinas, en ese tópico Madiautos manifestó que “*se retirará la concesión Hyundai con lo cual se dará solución definitiva a la exclusividad del taller Ford-Mazda*”, y “*se revisarán las propuestas de separación de vitrinas en conjunto Ford-Madiautos la próxima semana*”, documento suscrito por la señora del Castillo y el señor Guzmán (folio 27 cuaderno 1).

*El 16 de junio de 2009, Jorge Neira convocó a reunión a Madiautos evocando que los compromisos adquiridos por éste en reunión del 8 de mayo de 2009 no habían sido atendidos (folio 217 cuaderno 1A).

*Ileana Aguilar, Gerente de operaciones de venta de Ford Motor de Colombia, comunicó a Madiautos que “*habiendo revisado las alternativas que en su momento Madiautos propuso para la separación, les confirmamos que la ubicación elegida debe ser la sala de Morato*” y por ello recordó “*que el cumplimiento de los compromisos adquiridos conjuntamente con Uds. es indispensable para que Madiautos siga representando a la marca Ford en Bogotá*”, e instó a que antes del 30 de noviembre enviaran “*planos y cronograma de implementación de la propuesta definitiva, incluyendo el retiro de la operación Hyundai y Fiat del taller de servicio*”, advirtiéndole que el cumplimiento de los lineamientos B@R sería requisito indispensable para la comercialización del Ford Fiesta (folio 222 cuaderno 1A).

*En carta adiada 25 de noviembre de 2009, la señora Luz Elena del Castillo, como Directora General de Ford Motor de Colombia, Suc. se dirigió al señor Guzmán, allí se indicó que el comité de producto Ford para Suramérica aprobó la introducción del Nuevo Ford Fiesta en el segundo semestre de 2010 y en ese sentido se decidió su comercialización “*sólo a través de aquellos concesionarios Ford que cumplan con los Requerimientos Mínimos de Operación Ford de Brand@Retail (ventas y servicios) definidos por la marca los cuales anexamos a esta carta y que están siendo revisados por sus gerentes de zona en cada una*

de sus visitas”, por lo que tenía 8 meses para “ponerse al día con estos estándares mínimos de operación Ford, por lo que le sugerimos programar sin demora las inversiones para que de manera gradual pueda cumplir los Requerimientos a más tardar en el mes de Julio de 2010”, y se programarían visitas para verificar su cumplimiento (folios 28-29 cuaderno 1).

*El 28 de julio de 2010, el señor Felix Guevara, como representante legal de Madiautos, envió a Ford Motor de Colombia carta en la que manifestó que respecto al compromiso de separación de vitrinas en Morato, los planos definitivos tanto de vitrina como de taller debían estar listos para presentar en la curaduría el 6 de agosto, al día siguiente de aprobación se iniciarían obras, aproximadamente el 20 de septiembre; informó que ya se tenía contratado para el proyecto en cuanto a lo hidráulico, eléctrico y estructural, y que según lo estimado por la arquitecta la obra se desarrollaría en un tiempo estimado de 7 meses; por último preguntó en que apoyaría Ford Motor de Colombia para el montaje del stand en el punto de venta de Centro Mayor para el que se pidió autorización esa semana (folios 30-32 cuaderno 1, 233-234 cuaderno 1A).

*El 28 de julio de 2010, el señor Neira le responde a Enrique Guzmán la petición de aprobación de un nuevo punto de venta en el Centro Comercial Centro Mayor, pero previamente requirió que a más tardar el 6 de agosto de ese año se entregaran “los planos definitivos de la obra y radicación ante curaduría, con el fin de confirmar el inicio de la remodelación de la vitrina Ford a más tardar el 20 de septiembre/10”, así como los contratos firmados de las acometidas hidráulicas, eléctricas y estructurales antes del 30 de julio de ese año. Enseguida manifestó “queremos dar por aprobado el nuevo punto de ventas en el Centro Comercial Centro Mayor, como una vitrina adicional de Madiatos, la cual será incluida dentro del contrato GIDSA, ampliando de esta manera su cobertura geográfica dentro de Bogotá” (folios 24-26 cuaderno 1).

*El 6 de agosto de 2010, Jorge Neira comunicó que dado que no se recibieron los planos definitivos y la radicación de los mismos ante la curaduría, como se había convenido, la facturación del nuevo Ford Fiesta se aplazaría hasta que se cumplieran los requerimientos de la fábrica que allí detalló (folio 236 cuaderno 1A).

*Enrique Guzmán dirigió comunicación a la señora del Castillo el 10 de agosto indicando que “El compromiso adquirido con ustedes y con la C.C.A. será honrado en su totalidad. Sabemos de la premura que tiene para FORD la separación de las salas y del compromiso que ustedes adquirieron ventas con Gabriel López”, señaló que el proyecto inicial era sencillo pero se convirtió en

uno de gran magnitud, le pidió reconsiderar la no facturación a Madiautos del Ford Fiesta pues sería un duro golpe a sus finanzas y obligaría a descartar el punto de ventas Ford en Centro Mayor (folio 244 cuaderno 1A).

*El 13 de agosto de 2010, Jorge Neira refirió que habían asistido a las instalaciones de Madiautos y observado el cumplimiento de los compromisos y como sólo quedaba pendiente la aprobación de la licencia de construcción por la curaduría, pedían remitir el cronograma de la obra, avance significativo en la obra, evidencia de anticipo de dinero a AVI para el inicio de la obra; y por ello les facturarían 1 Fiesta Demo, y de cumplirse los últimos requerimientos al 20 de agosto facturarían el Fiesta (folios 252-253 cuaderno 1A).

*El 9 de diciembre de 2010, Enrique Guzmán manifiesta a Jorge Neira el interés de abrir un punto de venta Ford en la carrera 19 con calle 102, donde se podría montar vitrina de ventas, taller de servicio rápido y zona para alistamiento y bodegaje; en cuanto a la obra en Morato indicó que estaba paralizada en espera de la licencia de construcción (folio 269 cuaderno 1A).

*El 21 de enero de 2011, el Curador Urbano #1 expide el Acta de observaciones y correcciones en el expediente 10-1-1105, dirigido a Guzmán Galvez e Hijos S en C y/o Enrique Guzmán Galvez, en la que la primera observación fue que “*Al revisar el proyecto, el lote 6 de la urbanización Capitalinas 1, 2 y 3 no cumple con ninguna de estas condiciones, por tal razón el uso no se podría conceder*”, se pidió se adosaran diversos documentos, se ajustaran planos, se hicieran correcciones, complementaciones, precisiones y aclaraciones, se verificara el cumplimiento de las normas indicadas, completar el estudio de suelos, revisar las memorias de cálculo y planos estructurales según las observaciones (folios 33-34 cuaderno 1).

*El 11 de marzo de 2011 Felix Guevara, gerente administrativo de Madiautos remite comunicación al señor Jorge Neira, informando que “*el proyecto de aplicación (sic) para Madiautos, la licencia no fue aprobada por la curaduría urbana número uno a pesar de los esfuerzos e inversión que se hizo para lograrlo*”, por lo que pedía la programación de una reunión “*con ustedes y la CCA para explorar otras posibilidades*” (folio 35 cuaderno 1).

*El 6 de julio de 2011, la Directora Gerente General de Ford Motor de Colombia, Luz Elena del Castillo, dirigió carta al Gerente General de Madiautos, Enrique Guzmán, en la que señaló que :

“Después de revisar detenidamente el proceso para que el concesionario satisfaga las necesidades y requerimientos de la marca en varios temas relacionados con la distribución de Ford en Bogotá, encontramos que no hay una verdadera voluntad de parte suya ni de su concesionario para cumplir con las reiteradas exigencias efectuadas por la marca.

Dede el 6 de Agosto de 2.008 venimos solicitando mediante comunicaciones escritas que se dé cumplimiento a diversos requerimientos sin que se haya obtenido una solución satisfactoria, solicitudes que sobrepasan la docena de cartas y hasta un acta de compromiso firmada en Octubre 28 de 2008 entre CCA, Ford y el Concesionario,

Son varios y diversos los incumplimientos en que ha incurrido ese concesionario de manera reiterada sin atender los compromisos acordados bajo los planes de negocio anuales (“Business Plan”) y otros, respecto de los cuales, a manera de ejemplo, podemos destacar: (i) no haber retirado la operación Hyunda del Taller de Morato, para el cual se tenía previsto como última fecha de compromiso 30 Noviembre de 2009 sin que a la fecha se haya hecho efectivo, (ii) el número de puestos de trabajo en el taller y (iii) la separación física de vitrina de ventas Ford de las de Mazda en el punto Morato, requerimiento este que todos los demás concesionarios han cumplido debidamente.

En todos estos incumplimientos se les ha dado amplio plazo (inclusive mayor al plazo de 6 días que establece el contrato GIDSA) para que fueran debida y completamente atendidos sin haber sido solucionados hasta la fecha. Por consiguiente, con base en la facultad conferida bajo la Cláusula 13 (c) del contrato GIDSA, nos permitidos notificarle que el Contrto suscrito con ustedes dejará de tener vigencia a finalizar el plazo de los sesenta (60) días contados a partir de la fecha de la presente comunicación.

En consecuencia, al término del plazo establecido en el párrafo anterior, aplican las obligaciones indicadas bajo la Cláusula 15 del contrato GIDSA” (folios 36-37 cuaderno 1).

*En misiva del 27 de julio de 2011 la señora del Castillo escribe al señor Enrique Guzmán, que en cuanto a la propuesta verbal (telefónica) de renunciar a la distribución de vehículos Mazda a cambio de seguir sólo con Ford en las instalaciones de Morato, *“respecto de lo cual no podemos hacer comentario alguno”*; reiteró que la decisión fue *“producto de un análisis exhaustivo, cuidadoso y sopesado de las reiteradas faltas en cumplir con las exigencias de la marca por parte de MADIAUTOS, no obstante los diversos plazos otorgados a lo largo de varios años, exigencias que todos los demás concesionarios si han cumplido a cabalidad. Por consiguiente, ya no cabe considerar nuevas propuestas sino que debemos encaminarnos al desmonte de la distribución”* y en ese propósito planteó estar dispuesto a adquirir el inventario de vehículos y repuestos Ford y los avisos; y debía indicarse las órdenes recibidas de clientes que

no hayan sido cumplidas, y las sumas recibidas de ellos para hacerles seguimiento (folios 38-39 cuaderno 1).

*El 2 de septiembre de 2011, los representantes de Madiautos acusaron recibo de la comunicación de 6 de julio de ese año, manifestaron su desacuerdo con la sorpresiva decisión unilateral y advirtieron que acudirían a las instancias legales pues los verdaderos motivos eran otros (folio 41 cuaderno 1).

*El 6 de septiembre de 2011, la señora del Castillo le informa a Madiautos que *“Ford acepta que la fecha de terminación del Contrato GIDSA no sea el 6 de septiembre de 2011 sino el 15 de diciembre de 2011”*, reitera el ofrecimiento de adquirir vehículos, repuestos Ford así como maquinarias y herramientas destinados a la prestación del servicio a vehículos de la marca (folios 42-43 cuaderno 1, 280-281 cuaderno 1A).

*Fechado 8 de septiembre de 2011 aparece el *“ACUERDO EN RELACION CON EL CONTRATO DENOMINADO GIDSA CELEBRADO ENTRE FORD MOTOR COMPANY (US) Y DISTRIBUIDORA MAYORISTA DE AUTOMOVILES MADIAUTOS S.A.S. DE FECHA MARZO 30 de 2004”*, en el que intervinieron Enrique Guzmán Galvez y Felix Darío Guevara Cadena en nombre de Madiautos y, Luz Elena del Castillo *“en nombre de FORD MOTOR COMPANY en su calidad de representante legal de Ford Motor de Colombia”*, en el que acordaron: i) que el término de vigencia del *“Contrato GIDSA entre FORD y MADIAUTOS se extiende hasta el 15 de diciembre de 2011”*; ii) durante ese periodo ésta continuaría facultada para comprar a Ford sus productos y revender vehículos y repuestos, pudiendo Madiautos renunciar al *“término de vigencia del Contrato GIDSA de manera anticipada mediante simple aviso a FORD con cinco días de anticipación sin que haya lugar a penalidad alguna y simplemente se de aplicación a las cláusulas del Contrato GIDSA relacionadas con la terminación”*; iii) Madiautos aceptó el ofrecimiento de FORD *“de conformidad con lo establecido bajo la Cláusula 17 del Contrato GIDSA, de adquirir el inventario de repuestos FORD, así como las herramientas y equipos destinados específicamente para la prestación de servicio a los vehículos Ford”* y, iv) *“En lo no modificado bajo el presente acuerdo, continúan vigentes las demás cláusulas del Contrato GIDSA hasta la fecha indicada bajo la Cláusula PRIMERA o antes en caso que MADIAUTOS opté por la terminación anticipada de que trata la Cláusula SEGUNDA”* (folios 282-283 cuaderno 1 A).

*El 16 de septiembre de 2011, la señora del Castillo recordó a Madiautos que *“el acuerdo excepcional de prórroga del Contrato GIDSA suscrito con ustedes bajo fecha 8 de septiembre del presente año, venció en el día de ayer”*, por lo que Ford no les facturaría vehículos ni repuestos, y solicitó se abstuviera de anunciarse como concesionario autorizado Ford. Planteó la disposición de colaborar con la terminación del contrato, acordar un

cronograma para definir actividades administrativas pendientes; revisar el inventario de repuestos si estaban interesados en que Ford los adquiriera, así como de avisos, herramientas, por último, pidió los datos de clientes que adquirieron vehículos Ford para informarles de los concesionarios autorizados (folios 44-45 cuaderno 1).

*El 6 de febrero de 2012 el señor Guevara Cadena dirige carta a Armando García de Ford Motor Colombia indicándole que le enviaría el listado de repuestos y le señalara el procedimiento a seguir en cuanto a herramientas; temas sobre los que la señora Del Castillo y el señor Guzmán habían acordado un plazo de 90 días para finiquitarlos (folio 299 cuaderno 1 A).

*El 13 de febrero de 2012 la señora del Castillo informó al señor Guzmán que el plazo inicialmente fijado se extendía a 90 días, hasta el 15 de mayo de ese año, con el fin de culminar los aspectos reseñados en la carta de 16 de diciembre de 2011 (folio 300 cuaderno 1 A). Y en carta del 15 de mayo de 2012 se amplió el plazo hasta el 15 de junio siguiente para liquidar las cuentas y verificar inventarios (folios 303-304 cuaderno 1 A).

*El señor Guevara Cadena en nombre de Madiautos y la señora del Castillo “*en nombre de FORD MOTOR COMPANY en su calidad de representante legal de Ford Motor de Colombia*”, suscribieron el acta de liquidación el 10 de agosto de 2012 en el que se consignaron como consideraciones previas:

“A. Que entre FORD y MADIAUTOS se suscribió inicialmente una carta de intención relacionada con la distribución y venta de vehículos FORD bajo fecha 21 de noviembre de 2000, acuerdo que fue formalizado y reemplazado en su integridad con la firma del GLOBAL DEALER SALES AND SERVICE AGREEMENT, comúnmente conocido por la sigla GIDSA que rige la relación entre MADIAUTOS y FORD para la distribución y venta de vehículos y repuestos pertenecientes a FORD (en adelante el “Contrato GIDSA” suscrito el 30 de marzo de 2004. B. Que FORD bajo carta de fecha 6 de julio de 2011 notificó a MADIAUTOS la decisión de dar por terminado el contrato GIDSA”

Por lo que documentaron la liquidación bajo las siguientes cláusulas: i) del 15 de diciembre de 2011 y durante el año 2012 Ford pagó a Madiautos \$193'135.554 por incentivos de vehículos nuevos y daños en transportes de vehículos; ii) por reembolsos de garantías Ford giró y cruzó contra cartera de repuestos a Madiautos \$56'126.943 en el mismo periodo, quedando éste liberado de atender vehículos Ford y éste de efectuar reintegros a aquella por concepto de garantías; iii) Ford recibió inventario según anexos por \$749'356.460,26, dejando constancia de la entrega de cheque por

\$730'011.827,51 de Ford a Madiautos que éste dio por recibido (folios 305-311 cuaderno 1 A).

5.2. En su interrogatorio de parte, Enrique Guzmán representante de la demandante, fue reiterativo en señalar que su relación comercial siempre fue con Ford Motor Sucursal Colombia, nunca importó vehículos ni repuestos, su gestión se realizó en el territorio nacional, y las operaciones fueron en moneda de curso legal en Colombia. Aceptó haber firmado el Gidsa en 2004, y haberlo devuelto en dos ejemplares, y sólo después de terminado el contrato obtuvieron uno de ellos pero firmado con la enmendadura en la antefirma de quien debía suscribirlo por Ford Motor Company.

Memoró que la relación comercial inició con Ford y Mazda en noviembre de 2000; y la solicitud de separación de vitrinas surgió en el 2008 cuando Ignacio Ortiz Quijano y Fabio Sánchez, representantes de una y otra marca, lo exigieron. A partir de allí se realizaron decenas de reuniones en las que participaron empleados de las tres entidades *“hasta que se acordó que era lo que se quería”*; y de esa tarea se ocupó Madiautos para satisfacer las exigencias de aquellos.

Indicó que en Morato se contaba con un área de 7000 metros, y adquirieron una franja adicional de 400 metros, predios que englobaron en uno; lo que ocurrió es que el primero estaba habilitado para uso industrial y comercial, pero el segundo tenía destinación residencial y él no sabía que el englobe de áreas no comprendía el englobe de uso, siendo precisamente ese el obstáculo mayor y la primera observación que hizo el Curador Urbano, y aunque existían mecanismos para lograr la licencia, el tema era complejo y podía tardar dos o tres años.

Resaltó que siempre se ajustó a lo que le pedía Ford, y consideraba intempestiva la decisión de terminar el contrato pues hacía pocos meses que por empleados de aquella se había verificado el cumplimiento de lo requerido, estando pendiente sólo la licencia de construcción que, finalmente no se logró por razones ajenas.

Señaló, que primero Ford le autorizó la vitrina compartida con Mazda, después ya exigieron separación total, que fuera en Morato y aunque se adelantaron los trabajos a ese fin, con una inversión de dos mil millones, simplemente finiquitaron el contrato, ante tal decisión telefónicamente habló con Luz Elena del Castillo planteándole que entonces dejaban sólo a Ford en ese sitio, y él negociaría con Mazda, propuesta sobre la cual días después en una carta se respondió que no harían

pronunciamiento. No obstante, meses después y pocos metros se instaló un concesionario Ford por Jorge Cortés.

5.3. Por su parte, Eduardo Cárdenas Caballero, representante de Ford Motor de Colombia, al absolver el cuestionario formulado señaló que cuando inició la relación con Madiautos éste ya operaba con Mazda y dadas las circunstancias del mercado automotriz se permitieron los concesionarios duales, pero cuando el mercado repuntó se fueron dando cumplimiento a las condiciones de separación de vitrinas y operaciones como se había establecido desde un comienzo para seguir adelante con la relación.

Explicó que el pluricitado contrato Gidsa es el que rige la relación de Ford con todos sus concesionarios y allí se establece que compromete a Ford Motor Company compañía de Estados Unidos y a todas sus afiliadas entre las cuales se incluye Ford Motor Colombia Sucursal, quien como afiliada fue quien efectivamente ejecutó el contrato a lo largo de toda la relación entre las partes.

Se le exigió a Madiautos cumplir con la separación de vitrinas, áreas de servicios y de operaciones, medida adoptada respecto de todos los concesionarios Ford en el país, por la especialización requerida por cada marca para atender sus productos, herramientas y la especialización de los funcionarios de mantenimiento; los concesionarios fueron cumpliendo pero con Madiautos desde el comienzo hubo dificultad que cumpliera con los compromisos, se hicieron múltiples reuniones y conforme al acta de 2008 se fijaron unos plazos que no se atendieron y hubo constantes incumplimientos.

El proyecto autorizado para la separación de vitrinas en Morato, pero finalmente no fue aprobado por la Curaduría, de lo cual Madiautos enteró a Ford dos meses después de tener la decisión, no presentó ningún plan alternativo y la oferta que fuera allí sólo vitrina Ford la hizo después de que se le comunicara la terminación el contrato.

En lo que concierne al pluricitado contrato Gidsa, indicó que todas las partes lo dieron por vigente, como Ignacio Ortiz se fue de la compañía en el 2008 y entonces *“debidamente autorizado por la fábrica procedí a firmarlo y a remover el nombre de la antefirma de Ignacio Ortiz por que él ya no estaba en la compañía”*, pero el *“assistant secretary”* de Ford Motor Company certificó la autorización y ratificó toda la gestión realizada por la sucursal.

Indicó que “este contrato GIDSA aplica a todo el que quiera ser concesionario Ford, estas son las condiciones y pues tiene la facultad de decir si o no, y en cualquier momento si considerare que una imposición no es aceptable, pues tiene la facultad de decir, y el contrato así lo establece, que no quiere seguir, ahí no hay imposición está la libertad de las partes de ver si lo quieren continuar o no”

Resaltó que todas las marcas quieren conservar su imagen, toda la experiencia de la marca debe ser uniforme en toda la red.

Y en cuanto a la relación contractual con Madiautos dijo que siempre había sido la misma, bajo los mismos parámetros durante todo el tiempo que se desarrolló.

5.4. En su declaración Jorge Neira informó que fungió como gerente de desarrollo de concesionarios Ford, y por ese motivo participó en las reuniones con Madiautos y la Compañía Colombiana Automotriz con el fin de separar las vitrinas y espacios de las marcas así como de los equipos de trabajo de una y otra, en las instalaciones de uno u otros con representantes de las 3 entidades, y las decisiones se tomaban en forma conjunta, en armonía, concertadas. Resaltó que esa política de independizar todos los concesionarios fue una decisión a nivel nacional.

5.5. Felix Guevara en su declaración manifestó, que la relación comercial entre Madiautos y Ford Motor de Colombia se manejó de la misma manera siempre desde 2001 hasta 2011. Señaló que en el 2008 se les pidió la separación de las vitrinas y para ello se hicieron muchas reuniones, a las que él no asistió, en las que participaron representantes de Ford, Mazda y Madiautos, hasta que llegaron a un acuerdo más de 2 años después; refirió que la independización implicaba una ampliación para separar entradas, salas de ventas y talleres, trabajo que requería licencia de construcción que finalmente no fue aprobada por la Curaduría por un tema de uso del suelo, lo que se comunicó a Ford para explorar otras alternativas y la respuesta fue la terminación del contrato. Dijo que después de terminado el contrato, pidieron les remitiera el documento Gidsa que había firmado Enrique Guzmán en 2004, y del que tuvo conocimiento en 2012 cuando les enviaron unas copias.

En cuanto a los documentos visibles a folios 282 y 305 del cuaderno 1 A, aceptó haberlos firmado, pero no consideró necesario hacer aclaración sobre el contenido referente al contrato Gidsa.

5.6. Luis Gabriel Mojica, ingeniero mecánico que labora con Madiautos desde 2006, manejaba la posventa informó sobre la relación con Ford al respecto, dijo que tenían un nivel de garantías muy alto, muchas quejas, reclamos de los clientes por fallas reiterativas de los vehículos. Participó en las reuniones de Madiautos, Ford y Mazda tendiente a la separación de las vitrinas *“donde Mazda y Ford nos hacían unas exigencias sobre digamos los puestos requeridos, los puestos de trabajo requeridos, las dimensiones que estos debían de tener, la cantidad de puestos, digamos la parte de la imagen corporativa como debía ser”*; las reuniones eran duales porque habían de tener la aprobación de las dos marcas y el proyecto fue aprobado por las dos: Ford y Mazda, según dijo recordar el acuerdo final se dio *“en abril de 2011”*.

Indicó que la ampliación exigió en el momento de la demolición se afectó parte de su área, trabajos que empezaron dijo recordar en el año 2010; uno de los requerimientos de Ford era que en el mismo lugar quedara la vitrina y el taller.

Contestó que todos los servicios posventa se realizaban en un solo taller compartido en el que se atendían a todas las marcas. Respecto al personal señaló que *“la mayor diferencia estaba en los técnicos especialistas de la marca, (...) más o menos teníamos cinco técnicos exclusivos de la marca Ford más unos auxiliares técnicos SENA que hacían prácticas con nosotros, en la marca Ford podían haber tres dependiendo del número que tuvieramos, teníamos el analista de garantías que era exclusivo de Ford, por la cantidad de garantías que manejaba, teníamos los asesores de repuestos exclusivos Ford, los asesores de servicio exclusivos Ford, ... y había personal que si lo compartíamos entre todas las marcas, el jefe de repuestos, el jefe de taller, yo, si, digamos lo compartíamos entre todas las marcas, ... nosotros no podíamos mezclar la operación propia no la podíamos mezclar”*; y en cuanto al número respecto de empleados de cada marca dijo que eso variaba, a veces Mazda podía tener cuatro, otras igual, Hyundai tres, Fiat, y otro para los usados.

5.7. Luz Elena del Castillo Trucco, vinculada laboralmente con Ford Motor Colombia desde agosto de 2008, entidad que tiene contrato de concesión con concesionarios en Colombia dijo que *“es un contrato universal, el Gidsa”*, que no sólo se aplica en Colombia sino en toda la región alrededor 25 países, cuando asumió el cargo una de las tareas que le encomendaron fue acelerar el proceso de separación de las marcas Mazda y Ford, era algo que venía de años anteriores, separar las fuerzas de ventas, un plan de separación ante el consumidor, una imagen de marca diferente para cada una y lo mismo en el taller, y dentro del taller unos puestos exclusivos para Ford con los cursos de entrenamiento y preparación de la marca; el proceso se hizo en todo el país, la

mayoría de concesionarios cumplieron en el 2010. En equipos paralelos y conjunto con Mazda y los concesionarios se trabajaron las propuestas, en lo que fueron bastante flexibles.

Explicó que Ford no tiene un modelo de negocio sólo con vitrina, sino era condición prestar servicio posventa con unos estándares de marca: taller y repuestos, por lo que las propuestas de Madiautos de sólo vitrina no eran opción. Y el punto de Morato era uno de los más importantes en el mercado automotriz de la ciudad, por lo que eligieron quedarse en ese sitio y cabían allí ambas marcas; además, desde el principio en el año 2000 un compromiso era retirar Hyundai del taller conjunto, lo que nunca se cumplió.

Informó que normalmente se firma carta de intención y al par de años los contratos Gidsa, *“ese es un proceso normal, siempre hay una carta de intención, se miran todos los cumplimientos de las cosas y ya después se firma el contrato Gidsa como en una segunda etapa”*.

Destacó que fueron varios incumplimientos de Madiautos que, sumados, llevaron a la terminación del contrato: el retiro de Hyundai del taller; tener los puestos suficientes de taller asignados para Ford para prestar un servicio adecuado y diferenciado para la marca; y uno de los más importantes *“el no haber separado las vitrinas, ni haber tenido un plan claro de separación de vitrinas, lo teníamos aprobado pero no vimos evolución”*, que fueron las más preocupantes, porque ya habían sido requeridos por otros motivos: la exhibición en sitio no autorizado en la autopista norte, publicidad no aprobada.

Dijo que le dieron un manual de imagen general, sobre el que el concesionario hacía el render y presentaba la propuesta; el render debía incluir la vitrina, la entrada, la distribución de los puestos de trabajo, la distribución de los puestos de taller asignados, básicamente eso era lo que se examinaba para autorizarlo con el fin de cuidar la imagen de la marca de cara al cliente; planos arquitectónicos específicos detallados de construcción no.

Resaltó que Madiautos no hizo ningún tipo de reparo sobre las inversiones que tendría que hacer para la separación, y en su criterio no tendrían que ser muy altas.

5.8. José Armando García, trabajador de Ford Motor Colombia desde el 8 de enero de 2008, se desempeñó como gerente nacional posventa. Indicó que a mediados de 2008 se inició un proceso conjunto con Mazda para restituir la individualidad y la dedicación exclusiva de recursos para cada una de las marcas; por ello se remitió comunicación a todos

los concesionarios que tenían operación dual, la presentación de propuestas con ese objetivo. En lo que a Madiautos concierne señaló que fue tortuoso y dilatado el trámite, se realizaron múltiples reuniones, suscribieron actas y cruzaron comunicaciones; y funcionarios de las tres entidades evaluaban las propuestas que presentaba el concesionario, luego de diversos incumplimientos Madiautos informó que la licencia de construcción no le había sido autorizada.

Señaló que en ningún momento se exigió la ampliación del local, de cara a su propia realidad cada concesionario dimensionaba sus necesidades en cuanto a su operación de servicio, de taller, los puestos de trabajo para que su atención fuera adecuada y presentaba la propuesta; se les requería una clara diferenciación para cada una de las marcas. No en todos los casos se requirió ampliación, sino simplemente remodelaciones, lo que cada concesionario determinaba para elaborar y presentar su propuesta. En el caso de Madiautos, en su taller atendía vehículos de marca Hyundai, y se le pidió retirar esa operación y la de usados, cosa que nunca se dio.

Resaltó que Ford no interviene en el diseño ni en las estructuras, lo que incluye el manual de imagen es garantizar la apariencia de los puntos de venta, uso de colores, uniformes del personal, color de pisos y paredes, materiales de fachadas sobre las cuales se instala el logo de la marca; en taller, igual en temas de color de paredes y señales.

En el caso de Madiautos había en taller una mezcla de mecánicos de las diferentes marcas.

Aclaró que compartir las bases de datos de venta de vehículos y los adquirentes se funda en el dar cabal cumplimiento a la responsabilidad solidaria frente al estatuto del consumidor.

Destacó que en la relación con Madiautos frente a las conversaciones con sus funcionarios les recordaba el cumplimiento de las estipulaciones del Gidsa, sin que ellos manifestaran desconocerlas, *“era absolutamente claro que existía un documento que regía la relación y en ningún momento se anotó desconocerlo”*.

6. Hasta aquí evaluado el material probatorio reseñado aparece claro que la relación comercial ajustada entre la aquí demandante Madiautos, y Ford Motor Colombia sucursal, fue un contrato de distribución integrada: así se indicó en la carta de intención de 21 de noviembre de 2000, lo revelan las diversas comunicaciones cruzadas entre aquellas, de manera coincidente lo refirieron los representantes legales de las

entidades enfrentadas y en ese sentido concordaron los declarantes.

Además, de la forma como se desarrolló el vínculo comercial emergen los elementos que la jurisprudencia ha identificado como propias del mismo, pues la demandada Ford Motor atendiendo la solicitud que le hiciera el representante de la demandante, le concedió la prerrogativa de unirse a su red de comercialización de sus productos (vehículos y repuestos), manteniendo un importante grado de control de la actividad, si bien es cierto aquella le vendía a Madiautos los automotores, repuestos, herramientas, para que éste los revendiera, y la utilidad de éste consistía en la diferencia entre el precio de adquisición y el de colocación o venta.

Sin duda la relación tuvo origen el 21 de noviembre de 2000 cuando Enrique Guzmán, representante de Madiautos manifestó a Ford Motor Colombia que aceptaba las condiciones plasmadas en la carta de intención de esa misma calenda.

7. En punto de las reglas contractuales surgió uno de los temas de controversia en el litigio, pues mientras la demandada dijo que la mencionada carta de intención fue reemplazada en el año 2004 cuando el mismo Enrique Guzmán en nombre de Madiautos suscribió el llamado contrato Gidsa que es el contrato universal que rige la relación con todos los concesionarios Ford en el mundo; la parte actora si bien admitió haber firmado dos ejemplares y devolverlos para ser suscrito por el funcionario de Ford Motor Company que el mismo documento establecía, después no volvió a saber de él, ni le remitieron una copia suscrita, sólo luego de finiquitado el contrato y ante su requerimiento obtuvo que se la entregaran, aunque con una enmendadura en la antefirma de quien lo suscribía por Ford, y quien lo rubricó fue quien en 2008 era el representante de Ford Motor Colombia Sucursal.

Sobre la eficacia del mentado contrato Gidsa, como lo señala el recurrente, al resolver las excepciones previas el 2 de agosto de 2018, la *a quo* consideró que de las pretensiones no se desprendía la necesidad de vincular a terceros (Ford Motor Company), y el contrato suscrito por la demandante y una tercera sociedad en el 2004 no modificaba la forma como estaban integrados los extremos de la *litis* ni las pretensiones, pues no se infería de la demanda “una pretensión encaminada a declarar la nulidad de un contrato de concesión que ha sido denominado “GIDSA”, pues es incontrovertible que estamos ante dos relaciones contractuales diferentes, donde no coinciden el objeto, las partes o las fechas como ha sido descrito en el libelo”, y siendo ello así tampoco podía invocarse una cláusula compromisoria que

no aparece pactada en el contrato objeto de discusión; descartando que fuera el pluricitado contrato Gidsa el que vinculaba a las partes y, por tanto, no era la fuente de la disputa litigiosa.

Tampoco puede pasarse inadvertido que la tacha de falsedad propuesta respecto de dicho documento fue rechazada en auto de 2 de agosto de 2018, tras considerarse que no se desconocía la firma impuesta, sino la antefirma, enmendadura aceptada por la demandada y apreciable a simple vista, de allí que lo pertinente era apreciarlo conforme lo advierte el artículo 252 del estatuto procesal, proveído que al resolverse el recurso de reposición propiciado por la demandante fue mantenido incólume, y la apelación subsidiariamente concedida, fue recurso desistido por su promotor.

Ahora evaluadas las pruebas surge evidente que Madiautos conocía el contenido y alcance del aludido documento Gidsa, no sólo porque en el 2004 su representante lo suscribió, sino porque en manera alguna hicieron patente manifestación de sorpresa cuando al comunicársele la terminación de la relación, Ford Motor Colombia Sucursal invocara cláusulas del Gidsa; nada dijeron al respecto en la respuesta que los representantes legales dirigieron el 2 de septiembre de 2011; como tampoco expresaron extrañeza cuando fue citado en otras comunicaciones.

Además, lo respaldaron en el documento “*ACUERDO EN RELACION CON EL CONTRATO DENOMINADO GIDSA CELEBRADO ENTRE FORD MOTOR COMPANY (US) Y DISTRIBUIDORA MAYORISTA DE AUTOMOVILES MADIAUTOS S.A.S. DE FECHA MARZO 30 de 2004*”, suscrito el 8 de septiembre de 2011 por Enrique Guzmán Galvez y Felix Darío Guevara Cadena en nombre de Madiautos (folios 282-283 cuaderno 1 A), en el que reiterativamente se citaron estipulaciones del Gidsa; de la misma forma procedió el señor Guevara Cadena, al firmar el documento fechado 10 de agosto de 2012 con el que se liquidó el contrato (folios 305-311 cuaderno 1 A).

7.1. Postulado consagrado desde la Carta Política es el de la buena fe, artículo 83: “*Las actuaciones de los particulares y de las autoridades públicas deberán ceñirse a los postulados de la buena fe, la cual se presumirá en todas las gestiones que aquéllos adelanten ante éstas*”, de allí que cuando se impute mala fe en la conducta de alguna persona deba probarse. El mencionado principio desde antes se encuentra concebido legalmente en los artículos 1603 del Código Civil y 871 del Código de Comercio, en materia contractual, de allí que, según el primero: “*Los contratos deben ejecutarse de buena fe, y por*

consiguiente obligan no solo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por ley pertenecen a ella”; y, en el segundo, “Los contratos deberán celebrarse y ejecutarse de buena fe y, en consecuencia, obligarán no sólo a lo pactado expresamente en ellos, sino a todo lo que corresponda a la naturaleza de los mismos, según la ley, la costumbre o la equidad natural”. Acerca del mismo ha dicho la jurisprudencia:

“Sobre la aplicación y desarrollo de tal principio, la Corporación, en tiempo cercano, sostuvo:

En cuanto a esa regla de oro como es la buena fe, no solo se erige en pilar de toda negociación sino que, además, de su percepción dimanan otros derechos o deberes, precisamente, por descollar como un referente inamovible de un debido comportamiento contractual. La buena fe contribuye a que en la proyección, celebración, desarrollo y terminación de uno cualquiera de los negocios que los interesados puedan llegar a celebrar, concurren valores que lleven a uno u otro a comportarse a tono con lo previsto y ajustado.

La Corte Suprema, en multitud de eventos, ha expuesto lo que sigue:

En efecto, principio vertebral de la convivencia social, como de cualquier sistema jurídico, en general, lo constituye la buena fe, con sujeción a la cual deben actuar las personas -sin distingo alguno- en el ámbito de las relaciones jurídicas e interpersonales en las que participan, bien a través del cumplimiento de deberes de índole positiva que se traducen en una determinada actuación, bien mediante la observancia de una conducta de carácter negativo (típica abstención), entre otras formas de manifestación.

Este adamantino axioma, insuflado al ordenamiento jurídico -constitucional y legal- y, en concreto, engastado en un apreciable número de instituciones, grosso modo, presupone que se actúe con honradez, probidad, honorabilidad, transparencia, diligencia, responsabilidad y sin dobleces. Identifícase entonces, en sentido muy lato, la bona fides con la confianza, la legítima creencia, la honestidad, la lealtad, la corrección y, especialmente, en las esferas prenegocial y negocial, con el vocablo ‘fe’, puesto que ‘fidelidad, quiere decir que una de las partes se entrega confiadamente a la conducta leal de la otra en el cumplimiento de sus obligaciones, fiando que esta no lo engañará’ (25).

La buena fe, someramente esbozada en lo que a su alcance concierne, se torna bifronte, en atención a que se desdobla,

²⁵ E. Danz. “La interpretación de los negocios jurídicos”. Madrid, Librería General de Victoriano Suárez, pág. 191. En sentido similar, Luigi Mosco. “Principi Sulla Interpretazione Dei Negozi Giuridici”. Nápoles, Dott, 1952, págs. 67 y ss.

preponderantemente para efectos metodológicos, en la apellidada 'buena fe subjetiva' (creencia o confianza), al igual que en la 'objetiva' (probidad, corrección o lealtad), sin que por ello se lesione su concepción unitaria que, con un carácter más panorámico, luce unívoca de cara al ordenamiento jurídico. Al fin y al cabo, se anticipó, es un principio general -e informador- del derecho, amén que un estándar o patrón jurídicos, sobre todo en el campo de la hermenéutica negocial y de la responsabilidad civil.

La subjetiva, in genere, propende por el respeto -o tutela- de una determinada apariencia que ha sido forjada con antelación, o por una creencia o confianza específicas que se han originado en un sujeto, en el sentido de estar actuando con arreglo a derecho, sin perjuicio de que se funden, en realidad, en un equívoco, todas con evidentes repercusiones legales, no obstante su claro y característico tinte subjetivo ('actitud de conciencia' o 'estado psicológico'), connatural a la situación en que se encuentra en el marco de una relación jurídica, por vía de ejemplo la posesoria. La objetiva, en cambio, trascendiendo el referido estado psicológico, se traduce en una regla -o norma- orientadora del comportamiento (directiva o modelo tipo conductual) que atañe al dictado de precisos deberes de conducta que, por excelencia, se proyectan en la esfera pre-negocial y negocial, en procura de la satisfacción y salvaguarda de intereses ajenos (deberes de información; de claridad o precisión; de guarda material de la cosa; de reserva o secreto, etc.).

Y al mismo tiempo es bipolar, en razón de que ambas partes deben observarla, sin que sea predicable, a modo de unicum, respecto de una sola de ellas (...) -Hace notar la Sala- (CSJ SC 2 de agosto de 2001, Exp. No. 6146, revalidado el tema, entre otras, en decisiones de 19 de diciembre de 2006, Exp., n° 10363 y 29 de junio de 2007, Exp., n° 1998 04690 01)²⁶

7.2. Debe resaltarse que en la decisión censurada el *a quo* expresó categóricamente que con base en las documentales aportadas y las declaraciones recibidas, la entidad demandada por intermedio de su gerente general y el representante de Madiautos habían reconocido la existencia del contrato GIDSA, documento del que se cuestionó su validez y eficacia luego de culminada la relación comercial, tema que dijo no abordaba por resultar ajeno al objeto del proceso; precisando sí, que los representantes legales de las partes admitieron que la relación comercial siempre fue la misma desde un comienzo, sin tener ninguna variación con la suscripción del mencionado GIDSA, concluyendo que lo que siempre existió entre las partes desde noviembre de 2000

²⁶ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, sentencia SC18476-2017 de 15 de noviembre de 2017. MP. Alvaro Fernando García Restrepo. Radicación n.° 68001-31-03-001-1998-00181-02

hasta diciembre de 2011, fue una concesión y no una agencia comercial.

Ciertamente la decisión adoptada por la juez de primer grado no se basó exclusivamente en el documento GIDSA, sino en los documentos y declaraciones recaudadas en el curso del proceso que dieron cuenta que las condiciones recogidas en el referido instrumento las partes las aceptaron, y al no tratarse de un pliego *ad substantiam actus* como lo propone el apelante, su existencia podía probarse por otros medios como efectivamente lo determinó.

Respecto a este tema la Corte Suprema de Justicia ha señalado: “(...) cuando se está frente a una forma probatoria, la ausencia de ésta no lesiona la validez del acto o contrato, pues éste cobra vida con independencia de ella y es eficaz en sí mismo. Otra es la suerte del contrato en el evento de tener que probarse, pues es allí donde surge la dificultad por la ausencia de las formas predispuestas con dicha finalidad, pero sin que tal cosa signifique que el respectivo acto o contrato no pueda probarse, porque ese tipo de formalidades puede ser suplido, eventualmente, por otros medios de pruebas, como lo ha aceptado la práctica jurisprudencial, al contrario de lo que acontece con las formalidades *ad solemnitatem* que no pueden ser suplidas por ningún otro medio de prueba (...)”²⁷.

Los casos más comunes que conforme a la norma sustancial se requiere instrumento público son los estipulados en los artículos 313, 730, 1070, 1078, 1457, 1460, 1843, 1846, 1857, 2292, 2434, 2457, es decir, menester es documento *ad substantiam actus*, dentro de los cuales no se encuentra el contrato de distribución, concesión o agencia comercial.

Conforme a lo hasta aquí dicho, queda desvirtuado el primer argumento en torno a la utilización o valoración del documento denominado GIDSA, que como se explicó no fue tenido en cuenta en sí, pero si los otros documentos y las declaraciones recaudadas que prueban que las partes dieron por sentadas las cláusulas del referido contrato, entiéndase que no se le esta dando valor al manuscrito sino a lo aceptado por las partes con sus manifestaciones y a los documentos que muestran su voluntad de aceptar los elementos característicos del contrato y las obligaciones que de allí emergen.

8. Ocupada la Sala sobre tema del abuso de la posición dominante, ha de memorarse que sobre ello ha indicado la Corte Suprema de Justicia:

²⁷ CSJ. Civil. Sentencia 062 de 24 de mayo de 2000, expediente 5267.

“Específicamente aludiendo a las cláusulas aludidas, la Sala anotó:

Cumple anotar que tratándose de negocios jurídicos concluidos y desarrollados a través de la adhesión a condiciones generales de contratación, como -por regla- sucede con el de seguro, la legislación comparada y la doctrina universal, de tiempo atrás, han situado en primer plano la necesidad de delimitar su contenido, particularmente para “excluir aquellas cláusulas que sirven para proporcionar ventajas egoístas a costa del contratante individual” (...)

(...)

De esta manera, en caso de preterirse el equilibrio contractual, no solo se utiliza impropiamente un esquema válido -y hoy muy socorrido- de configuración del negocio jurídico, en el que no obstante que ‘el adherente no manifieste una exquisita y plena voluntad sobre el clausulado, porque se ve sometido al dilema de aceptar todo el contrato o renunciar al bien o al servicio’, en cualquier caso, ‘no puede discutirse que existe voluntad contractual’, o que ese acto no revista ‘el carácter de contrato’, sino que también abusa de su derecho y de su específica posición, de ordinario dominante o prevalente, en franca contravía de los derechos de los consumidores (arts. 78, 95 nral. 1º y 333 inc. 4º C. Pol. y demás disposiciones concordantes), eclipsando al mismo tiempo el potísimo axioma de la buena fe, dada la confianza que el tomador -consumidor, lato sensu- deposita en un profesional de la actividad comercial, al que acude para trasladarle -figuradamente- un riesgo por el que ha de pagarle una prima (art. 1037 C. de Co.), en la seguridad de que si el suceso incierto configurativo del riesgo asegurado se materializa, esto es, cuando éste muda su condición ontológica (in potencia a in actus), el asegurador asumirá las consecuencias económicas o patrimoniales desfavorables que de él deriven, pues esta es su ‘expectativa objetivamente razonable’, como lo enseñan determinados autores, la que precisamente sirvió de báculo para contratar el seguro. (CSJ SC de 2 feb. 2001, rad. n.º. 5670).

Tal deber interpretativo en el juzgamiento de las referidas cláusulas es de orden constitucional, comoquiera que la Carta Política, como también lo expuso esta Corte en la providencia citada, previó que es deber del Estado evitar o controlar cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional (art. 333, inc. 4º).

Esta tendencia asimismo ha sido expuesta por la doctrina especializada, al señalar, refiriéndose al control de las condiciones generales abusivas de los contratos, que «(l)os límites al ejercicio de la actividad empresarial están entonces ordenados también a perseguir aquella situación de aprovechamiento económico. Las formas en que se manifiesta este desequilibrio son innumerables: (...) En breve reseña, dichos instrumentos consisten particularmente, y en primer término, en la predisposición unilateral de condiciones negociales uniformes y abusivas. (...) El derecho del

consumidor a la seguridad económica y su correlato, el deber legal de garantía de la empresa, abrazan, como sustento de jerarquía constitucional y dentro de un plexo defensivo de derechos humanos fundamentales, el imperativo del control de las cláusulas abusivas predispuestas en los contratos por adhesión. El objetivo de la protección postulada en estos términos es tema central de los modernos sistemas de control de los contratos, y –cuadre destacarlo una vez más– no consiste en hacer triunfar los derechos de una categoría social sobre los de otra, sino, en un marco de convivencia de intereses, restablecer la igualdad real en las relaciones negociales, amenazada en detrimento del consumidor.»²⁸²⁹.

8.1. Insiste la parte demandante en que la entidad demandada ejerció abusivamente su posición contractual dominante durante su ejecución y al darlo por terminado; pero ciertamente no aterrizó de manera concreta cual fue esa estipulación abusiva impuesta por la demandada de la que hizo uso en detrimento de los intereses de la actora.

El hecho de que la relación provenga de un contrato de adhesión, en sí mismo no es reprobable, ni ilegal; como tampoco lo es que en una relación comercial alguna de las partes tenga una posición de superioridad o dominante; lo reprochable es que se abuse de esa condición en menoscabo del otro contratante.

Tal como *ut supra* se relacionó en la carta de intención, de 21 de noviembre de 2000³⁰, que sin demoras aceptó Madiautos, se establecieron las condiciones para el otorgamiento del convenio de ventas, en el que Ford Motor de Colombia enfatizó que uno de los motivos que los impulsaba a “nombrarles concesionarios autorizados” era precisamente la ubicación de Madiautos en la “**Vitrina de Ventas y Taller en la Transversal 49 No. 96-95**” de esta ciudad, recalcando que no podía comercializar ni abrir otros puntos de venta o servicios sin previa autorización escrita. Luego, no puede calificarse de abusivo el que con posterioridad no hubiese aceptado que la distribución de sus mercancías por Madiautos se trasladara a otro sitio, ni a seccionar la operación para tener sólo vitrina; pues claramente Ford expresó que esa fue una razón que lo indujo a contratar, además de todas las explicaciones sobre la ubicación estratégica que representa en el mercado automotriz capitalino que expusieron varios declarantes.

²⁸ Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor. Rubén S. Stiglitz, Gabriel A. Stiglitz, Ediciones Depalma, Buenos aires, 1985, págs. 11 a 12.

²⁹ Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, sentencia SC129-2018 de 12 de febrero de 2018. MP Aroldo Wilson Quiroz Monsalvo. Radicación n° 11001-31-03-036-2010-00364-01

³⁰ Folios 426-428 cuaderno 1

Otra condición explícita plasmada en esa carta, y aceptada sin reparos por Madiautos, fue que *“Las instalaciones deberán ser acondicionadas, organizadas e identificadas de acuerdo con nuestras guías corporativas de diseño de instalaciones de concesionarios”* e incluso disponer áreas adicionales para atender *“el crecimiento de las operaciones de vehículos nuevos, repuestos, servicio técnico y vehículos usados”*, adecuaciones extensivas al área de servicio y repuestos *“Con el objeto de prestar una eficiente atención en servicio técnico y repuestos a los usuarios de productos Ford”* y *“adquirir “las herramientas y manuales técnicos necesarias para la operación Ford”*

Igualmente se convino que Madiautos debería *“manejar única y exclusivamente las marcas Ford y Mazda”*, pudiendo comercializar vehículos *“usados de diversas marcas”*.

Así mismo, se acordó un volúmen de ventas planificado, por ende, ninguna extrañeza podía causarle que se le requiriera para hacer oportunamente los pedidos, o se atendieran los resultados de ventas establecidos.

Comprometiéndose Madiautos, a *“cumplir, en todo momento, con los planes de acción operativos que Ford Motor de Colombia Suc. le requiera, a través de nuestro personal autorizado en cada una de las distintas áreas del negocio, dentro del proceso de inicio, desarrollo y estandarización de sus operaciones”*.

Todo lo cual, se itera, fue aceptado inmediatamente y sin reservas por Enrique Guzmán, representante de Madiautos, quien recalcó que dejarían de vender vehículos nuevos Fiat y Hyundai a partir de diciembre de ese año.

Como lo dijeron las partes, la relación contractual mientras duró siempre fue la misma; aunque es indiscutible que sí llegaron a un acuerdo para modificar lo originalmente convenido: en efecto, inicialmente se autorizó la operación dual Mazda-Ford, pero no es menos cierto que al menos desde enero de 2005 empezaron a hablar de acuerdos tendientes a la independización de las marcas, así lo expresó el mismo Enrique Guzmán en la carta de 16 de marzo de 2005, refiriéndose a lo concertado en reunión de enero de ese año en donde anotó *“se han independizado las fuerzas de ventas de las marcas MAZDA-FORD y se independizarán las salas de exhibición a más tardar a fines de 2005”* (folio 133 cuaderno 1A).

Sobre el tema, concretamente aparece que el 1° de abril de 2008 el Director Gerente General de Ford Colombia y el Presidente Ejecutivo de la Compañía Colombiana Automotriz, aludiendo a comunicaciones precedentes, conjuntamente expresaron a Enrique Guzmán, Gerente General de Madiautos, que como las condiciones del mercado habían

variado sustancialmente y “han llevado tanto a Ford como a Mazda a buscar la diferenciación y separación de su imagen en las instalaciones de sus concesionarios”, era necesario que Madiautos presentara “su propuesta formal de separación de las dos marcas cumpla con los estándares de cada una, tal como se detalla en el anexo”.

Tácitamente Madiautos aceptó lo requerido, pues presentó propuestas de separación, sobre las que se hicieron observaciones por parte de Ford.

Después de varios meses, finalmente el 28 de octubre de 2008 se reunieron los representantes de Ford, de la Compañía Colombiana Automotriz SA y de Madiautos; suscribiéndose acta de compromiso en la que éste, en cuanto a la separación de la operación de ventas, servicio y repuestos de las marcas Mazda y Ford, expresamente se comprometió a proceder con la separación “a más tardar el treinta (30) de Junio de 2008” (sic), proponiendo 3 opciones y señalando que en abril de 2009 se verificaría el cumplimiento del cronograma fijado.

Sin duda, hubo un acuerdo de voluntades dirigido a modificar el inicial convenio de distribución dual Ford-Mazda, para independizar las operaciones de ambas marcas y, atendiendo lo pedido por ellas, Madiautos se obligó a individualizar los productos y servicios de una y otra marca respetando los estándares diferenciadores según las exigencias tanto de Mazda como de Ford.

Desde entonces, se surtieron una serie de requerimientos por parte de Ford hacia Madiautos por el incumplimiento de las actividades señaladas en los plazos concertados y de observaciones.

Hasta aquí, tampoco se observa una conducta abusiva por parte de Ford, de un lado porque desde la misma aceptación de la carta de intención, Madiautos asumió el deber de hacer las adecuaciones a sus instalaciones atendiendo los estándares organizacionales de aquella, e incluso hacer ampliaciones en la medida que evolucionara y crecieran las ventas; por otra parte, la solicitud de independización de operaciones (vitrina, sala de exhibición, taller, repuestos) no fue decisión exclusiva de Ford Motor Colombia, sino de manera conjunta con la Compañía Colombiana Automotriz, que también tenía el interés en el mismo propósito para sus productos y servicios Mazda; siendo importante señalar que tal determinación de separación de operaciones no se tomó sólo respecto de Madiautos, sino a nivel nacional en todos los distribuidores del país.

8.2. Ahora bien, las exigencias de Ford no lucen extraordinarias, de hecho se invitó a todos los distribuidores duales en el país a presentar sus propuestas que, evaluadas y aprobadas, en su gran mayoría se materializaron en el año 2010. No se trató de especificaciones impuestas por Ford o por Mazda, sino de propuestas desarrolladas y presentadas por Madiautos, discutidas, examinadas y concertadas en múltiples reuniones en las que participaron equipos de funcionarios de las tres compañías, como así al unísono lo dijeron los representantes de las partes en sus interrogatorios, y los testigos; también de ello dan cuenta las misivas cruzadas.

El 25 de noviembre de 2009, Luz Elena del Castillo instó al señor Guzmán a *“ponerse al día con estos estándares mínimos de operación Ford”*, advirtiéndole que contaba con 8 meses para que de manera gradual los reuniera y fuesen satisfechos a más tardar en julio de 2010; pero, llegada esta fecha ello no había ocurrido, aún así Ford amplió plazos para entregas de planos, para el inicio de obras y sí, en efecto, el 13 de agosto de 2010 verificó en la sede de Morato que sólo estaba pendiente la licencia de construcción; sin embargo, no puede desconocerse que 4 meses después el mismo señor Guzmán Galvez solicitó autorización de un punto de venta e informó que la obra de Morato estaba *“paralizada”* a la espera del otorgamiento de la licencia.

El 21 de enero de 2011 la Curaduría Urbana 1, enteró a la demandante del acta de observaciones a la solicitud de licencia de construcción, en la que se consignó, entre otros motivos, que no se cumplían las condiciones para concederla por razón del uso del suelo; circunstancia que se comunicó a Ford Motor casi dos meses después, el 11 de marzo. Desde esa calenda, transcurrieron cuatro meses sin que haya constancia de que se hubiese propuesto por Madiautos otra solución, fue entonces cuando Ford Motor de Colombia Sucursal comunicó la determinación de terminación unilateral del contrato.

De este recuento emerge ausente una conducta caprichosa, arbitraria, inflexible por parte de la demandada Ford en el tema de separación de vitrina de los productos Mazda, si en consideración se tiene que quien ideó, diseño y presentó la propuesta fue Madiautos; discutida, evaluada y concertada se elaboró un cronograma para su realización; se concedieron plazos que fueron ampliados; también se evidencia el reiterado incumplimiento de su compromiso por la demandante, y que, si bien se presentó un obstáculo al no concederse la licencia de construcción, no es menos cierto que después de presentado el escollo Madiautos no hizo patente

su disposición de atender el requerimiento de independización de operaciones de Ford y Mazda mediante el ofrecimiento de otras alternativas o propuestas, sólo después de que se le comunicó de la terminación del contrato, afanosamente propuso dejarle a Ford toda la sede de Morato y sacar de allí a Mazda.

8.3. Además, la determinación de Ford Motor de Colombia Sucursal no surgió de manera “intempestiva”, pues transcurrieron cerca de tres años sin que se satisficiera el compromiso adquirido por Madiautos de independizar las operaciones de Ford y Mazda; y tampoco, se trató de una decisión inesperada, pues ya en varias comunicaciones se le había advertido que si persistía en la desatención de las cargas contractuales se daría por terminado el contrato; particularmente, en la carta de 25 de noviembre de 2009 se destacó *“que el cumplimiento de los compromisos adquiridos conjuntamente con Uds. es indispensable para que Madiautos siga representando a la marca Ford en Bogotá”*, ya en el mismo sentido funcionarios de Ford habían reconvenido en ese sentido a Madiautos (folios 22 cuaderno 1; 137, 180, 215, 222 del cuaderno 1 A).

8.4. En cuanto al retiro de la operación Hyundai fue un compromiso de Madiautos desde noviembre de 2000; y en el que en diversas comunicaciones Ford puso de presente su incumplimiento, así se registró en la carta de 26 de marzo de 2009, y posteriormente se dio plazo hasta el 30 de noviembre de ese año; sin embargo, tal compromiso no aparece demostrado que hubiese sido cabal y oportunamente honrado.

8.5. Del precedente análisis se concluye que las conductas arbitrarias que se le endilgaron a la parte demandada son infundadas, como quiera que la decisión de terminación del contrato que lo ligaba a la demandante se fundó en el reiterado incumplimiento de ésta a las cargas contractuales que asumió. Se sigue de ello que, las pretensiones indemnizatorias no podían obtener decisión favorable.

8.6. La crítica a la valoración de los elementos probatorios que, según el artículo 176 de la ley 1564 de 2012, deben *“... ser apreciadas en conjunto, de acuerdo con las reglas de la sana crítica, sin perjuicio de las solemnidades prescritas en la ley sustancial para la existencia o validez de ciertos actos”*, resulta infundada, pues además de haberse consignado en la providencia, la juzgadora hizo el justiprecio del conjunto de pruebas recaudadas, de manera ponderada y conforme a las reglas de la sana crítica.

9. En lo que sí asiste razón al apelante es en que de sus pretensiones tuvo acogida la pretensión primera subsidiaria, y así declaró la *a quo* la existencia de un negocio jurídico entre las partes, luego no había lugar a condenarla en costas, al menos totalmente. En ese sentido se modificará el numeral 5° de la parte resolutive de la sentencia de primer grado, para condenar en costas a la actora en proporción al triunfo de sus aspiraciones procesales.

10. De otro lado, en lo que concierne a un pronunciamiento expreso sobre las excepciones formuladas por la defensa, ha de decirse que la mayoría de ellas se encaminaron a enervar la pretensión primera principal que reclamaba se declarara la existencia de una agencia comercial de hecho entre las partes y de las que no se ocupó la juez de primer grado, al considerar innecesario cuando concluyó que no fue esa la relación entre las partes; así mismo, a través de ellas como defensa blandió el pluricitado GIDSA que, como ya se dijo, fue sopesado como un elemento probatorio más.

Además, se opuso como excepción “*La relación mercantil objeto del proceso se caracteriza como un contrato de concesión mercantil y no como un contrato de agencia.*”, que fue precisamente la conclusión a la que se arribó en primera instancia, agregándose que esa relación terminó con justa causa y no por una determinación abusiva o de mala fe de la demandada. Y es que antes de abordar el estudio de la defensa, la juzgadora escudriñó la concurrencia de los presupuestos necesarios para la prosperidad de las pretensiones y al no hallarlos cabalmente demostrados suficiente resultaba para denegarlas, sin que fuese necesario emprender un análisis expreso de las excepciones; hermenéutica que por sí misma no entraña un atentado a los derechos de las partes, ni resta solidez a la decisión adoptada.

Corolario de lo *in extenso* explicado, los argumentos del recurrente carecen de la contundencia para enervar la decisión judicial que reprocha.

8. En este orden de ideas, se confirmará la sentencia cuestionada y se impondrá condena en costas de esta instancia a la parte demandante, al tenor del artículo 365 de la Ley 1564 de 2012.

DECISIÓN

Con cimiento en lo explicado, el Tribunal Superior del Distrito Judicial de Bogotá, D.C., en Sala de Decisión Civil,

administrando justicia en nombre de la República de Colombia y por autoridad de la Ley,

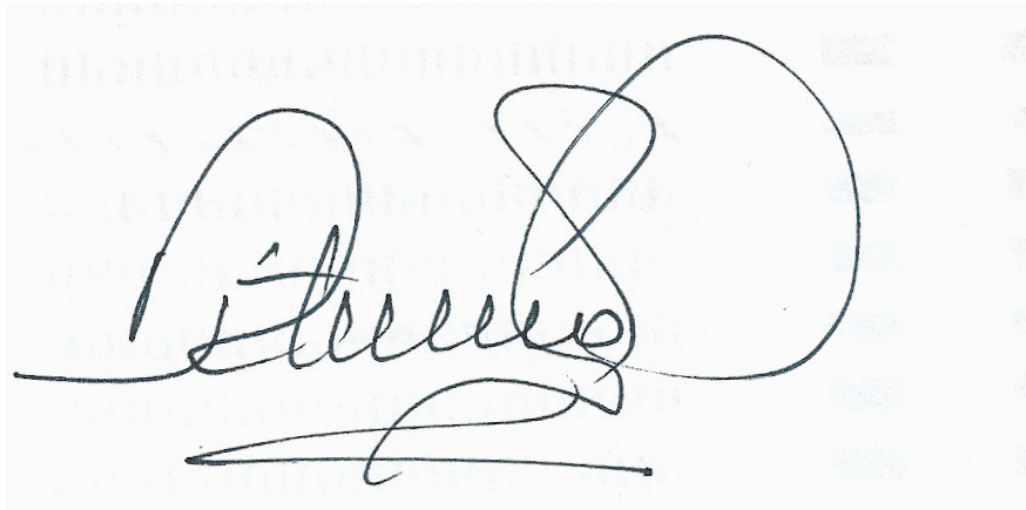
RESUELVE:

PRIMERO: MODIFICAR EL NUMERAL QUINTO de la parte resolutive de la sentencia emitida el 15 de agosto de 2019, por el Juzgado 11 Civil del Circuito de Bogotá, que quedará así: “CONDENAR a la parte demandante al pago del 90% de las costas del proceso”

SEGUNDO: CONFIRMAR las restantes determinaciones proferidas en la providencia de fecha y procedencia indicadas.

TERCERO: Sin condena en costas en esta instancia dada la prosperidad parcial del recurso.

Notifíquese y cúmplase,



RUTH ELENA GALVIS VERGARA
Magistrada



MARIA PATRICIA CRUZ MIRANDA
Magistrada



JORGE EDUARDO FERREIRA VARGAS
MAGISTRADO

SALVO EL VOTO

Firmado Por:

**RUTH ELENA GALVIS VERGARA
MAGISTRADO TRIBUNAL O CONSEJO SECCIONAL
TRIBUNAL SUPERIOR SALA 011 CIVIL DE BOGOTÁ D.C.**

Este documento fue generado con firma electrónica y cuenta con plena validez jurídica, conforme a lo dispuesto en la Ley 527/99 y el decreto reglamentario 2364/12

Código de verificación: **051ade45769693f9e4a79cd8ed7a677a330a29ad06fd6cef187287ef6b110d58**

Documento generado en 11/12/2020 04:36:23 p.m.