

Capítulo 3.

Análisis De La Información Y Resultados

Las unidades de análisis corresponden a las prácticas comerciales, que tienen la vocación de constituirse en costumbre mercantil. Prácticas comerciales estudiadas:

- El cobro de una comisión por concepto de arrendamiento de un inmueble en la ciudad de Tunja.
- El cobro de una comisión por concepto de la venta de un inmueble en las ciudades de Tunja y Moniquirá.
- El pago de una comisión por referir o llevar clientes a hoteles en las ciudades de Tunja, Villa de Leyva y Chiquinquirá.
- El cobro de una comisión por concepto de la venta de un vehículo en la ciudad de Tunja.
- La realización de una prueba por parte del comprador, al vehículo antes de ser comprado, en la ciudad de Tunja.
- La realización de un peritaje por parte del comprador en un sitio diferente al de la compraventa, al vehículo antes de ser comprado, en la ciudad de Tunja.
- El pago de una comisión por la venta de electrodomésticos en las ciudades de Tunja, Moniquirá y Chiquinquirá.
- El pago de una comisión por concepto de la venta de lotería en la ciudad de Tunja.
- El pago de una comisión por concepto de la venta de Chance en las ciudades de Tunja, Moniquirá, Chiquinquirá y Villa de Leyva.

Las prácticas comerciales para que puedan ser constitutivas de costumbre y ser aplicadas deben cumplir con criterios de uniformidad, publicidad, reiteración, generalidad, vigencia, obligatoriedad entre las partes y que no contrarie la ley, establecidos por el Código de Comercio y jurisprudencia. (CCB, 2011, Confecámaras, 2010)

- Uniformidad: Cualidad de uniforme (rae.es). Dicho de dos cosas o más que tienen la misma forma (rae.es). Es la manera como se lleva a cabo la práctica mercantil, debe realizarse de la misma forma, (CCB, 2001)
- Reiteración: “Acción o efecto de reiterar” (rae.es). “Volver a decir o hacer algo” (rae.es). Los actos que forman la costumbre deben haberse repetido durante cierto tiempo, no pueden ser ocasionales. (CCB, 2011)
- Publicidad: “cualidad o estado de público” (rae.es). la costumbre necesariamente debe reconocida, notoria por las personas que participan en el sector en el que rige. (CCB, 2011).
- Generalidad: De acuerdo con la Real Academia de la Lengua Española, significa “mayoría, muchedumbre o casi la totalidad de individuos u objetos que componen una clase o un todo...”. Se refiere, para este caso, al cumplimiento de la costumbre, por “todos o casi todos que tengan motivo o posibilidad de realizarla” (Rocco, AÑO citado en (Confecámaras, 2010)
- Vigencia: Cualidad de vigente (rae.es). Vigente significa lo “dicho de una ley, ordenanza, estilo o costumbre que está en vigor y observancia. (rae.es). Es la tendencia de una práctica comercial a perdurar en el tiempo por eso es una costumbre y no una conducta ocasional. (Confecámaras, 2010)
- Obligatoriedad entre las partes: “Se refiere a la conciencia de obligatoriedad que implica que la costumbre se entienda jurídicamente obligatoria por quienes la practican” (Confecámaras, 2010)
- Legalidad: Cualidad de legal. (rae.es) conforme a la ley. (rae.es). “Hay una subordinación total a la ley por parte de la costumbre, ésta no puede contrariarla.” (CCB, 2011. P. 5).

Para establecer la población objetivo, en este caso empresas centro de estudio, se tuvieron en cuenta las bases de datos suministradas por la Cámara de Comercio de Tunja, sin embargo, debido a la escasa actualización de la información por parte de los comerciantes, se decidió realizar verificación de la existencia de las empresas contempladas en las bases de datos, así como de la veracidad en las actividades comerciales registradas en las Cámaras de Comercio, pues los empresarios normalmente incluyen actividades que en la práctica no realizan.

Depuradas las bases de datos, se estableció la población para cada actividad comercial de algunos municipios que hacen parte de la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja: inmobiliarias, compraventa de vehículos, hoteles, casas de venta de lotería y almacenes de electrodomésticos.

Tabla No. 1. Población para cada actividad comercial

Actividad	Población Tunja	Población Villa de Leyva	Población Chiquinquirá	Población Moniquirá
Inmobiliarias	56			5
Compraventa de Vehículos	7			
Hoteles	52	91	32	
Casas de venta de lotería	9			
Chance	8	2	3	3
Almacenes de electrodomésticos	35		9	5

Atendiendo a la actividad y la clasificación de la costumbre mercantil geográficamente, se realizó muestreo estratificado donde para este caso se tienen en cuenta las costumbres locales para cada municipio. Posteriormente para cada estrato se aplica muestreo aleatorio simple para cada población, buscando la realización del mayor número de encuestas posibles para aumentar confiabilidad. Para efectos del tamaño de la muestra se utilizó la siguientes formula, esperando, por lo menos, un 95% de confianza.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_{\alpha}^2}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 Z_{\alpha}^2}$$

- n: Tamaño de la muestra
- N: Tamaño de la población
- Dev_s : desviación estándar de la población (0,5)
- Z_α: Nivel de confianza. Para 95% 1,96 para 99% 2,58
- e: Límite de error muestral. Entre el 1% (0,01) y 9% . (0,09) criterio del investigador

Actividad	Población No.	Muestra (n) calculada 95% confiabilidad	Encuestas realizadas
Inmobiliarias Tunja	56	38,3	53
Inmobiliarias Moniquirá	5	4,8	5
Compraventa de Vehículos Tunja	7	6,6	7
Hoteles Tunja	52	36,3	32
Hoteles Villa de Leyva	91	51,7	30
Hoteles Chiquinquirá	32	25,3	15
Casas de venta de Lotería Tunja	9	8,4	9
Chance Tunja	8	7,5	8
Chance Villa de Leyva	2	1,9	3
Chance Chiquinquirá	3	2,9	3
Chance Moniquirá	3	2,9	2
Almacenes de Electrodomésticos Tunja	35	27,2	30
Almacenes de Electrodomésticos Chiquinquirá	9	8,4	9
Almacenes de Electrodomésticos Moniquirá	5	4,8	5

Fuente: Autores

La información obtenida a través de las encuestas se analiza atendiendo a la práctica o hecho constitutivo de costumbre mercantil dentro de un sector económico específico. En primera medida se presenta la posible costumbre, posteriormente se identifica la población, la muestra y el número de encuestas realizadas, para continuar con las preguntas y respuestas que permiten determinar la generalidad, la vigencia, la uniformidad, la reiteración, la obligatoriedad y la publicidad, finalizando con un cuadro resumen que permite concluir si se trata de una costumbre mercantil o no.

1. Cobro De Comisión Por Arrendamiento De Inmueble En La Ciudad De Tunja

Tabla No. 2. Cobro De Comisión Por Arrendamiento De Inmueble En La Ciudad De Tunja

Población Inmobiliarias Tunja	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
56	38	53
100%	68%	95%

Fuente: Autores

Tabla No. 3. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla la actividad comercial?

Menos De 5 Años	De 5 A 10 Años	De 10 A 20 Años	Más De 20 Años
16	16	7	14
30%	30%	13%	27%

Fuente: Autores

Los datos presentan la antigüedad de las inmobiliarias de Tunja. El 30% lleva en esta actividad menos de cinco años, otro 30% desarrolla la actividad comercial desde hace cinco años, pero menos de diez. Un 13% tiene una antigüedad entre 10 y 20 años y el 27% lleva desarrollando la actividad hace más de 20 años. El 86% de los entrevistados desarrolla la actividad comercial desde hace más de cinco años.

Generalidad y uniformidad

Tabla No. 4. Actualmente, cada vez que se arrienda un inmueble en su establecimiento ¿Usted cobra una comisión por el arrendamiento?

SI	NO	NS/NR
53	0	0
100%	0%	0%

Fuente: autores

El 100% de los establecimientos inmobiliarios encuestados en Tunja cobran una comisión por el arrendamiento de inmuebles. Teniendo en cuenta que más del 70% realiza la práctica mercantil “cobro de una comisión por la renta de un inmueble en la ciudad de Tunja”, es general ya que todas las inmobiliarias la llevan a cabo, 95% de los encuestados. Adicionalmente, la práctica mercantil se lleva a cabo de la misma manera.

Tabla No. 5 ¿Cuál es el porcentaje de comisión, respecto al arrendamiento que usted cobra?

10%	NS/NR
52	1
98%	2%

Fuente: autores

La respuesta a esta pregunta muestra la uniformidad en la práctica mercantil, en pues casi la totalidad de los encuestados la realiza de la misma manera, entonces, se considera como costumbre mercantil en las inmobiliarias de Tunja, el cobro de un porcentaje del 10% por el arrendamiento de cualquier inmueble, la conducta es una conducta uniforme y general.

Vigencia y reiteración.

Tabla No. 6. ¿Hace cuánto tiempo tiene usted esta costumbre?

0 – 6 meses	6 – 12 meses	Más de 12 meses
1	7	
2%	13%	85%

Fuente: autores

En la gráfica anterior se puede observar que el cobro de una comisión por concepto del arrendamiento de un inmueble se viene aplicando en el 85% de las inmobiliarias desde hace más de un año. La conducta es vigente, pues ha perdurado en el tiempo, no es ocasional; es reiterada, pues se ha repetido durante más de un año, no es ocasional.

Tabla No. 7. ¿En todos los eventos a la pregunta inicial, Usted presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
53	0	0
100%	0%	0%

Fuente: autores

Los encuestados afirman y corroboran que el cobro de la comisión por arrendamiento, es reiterado y vigente. La conducta es repetida, no ocasional y es vigente.

Tabla No. 8. ¿Con qué frecuencia actúa en la forma descrita en la pregunta inicial?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
42	11	0
79%	21%	0

Fuente: autores

El 79% de los encuestados, siempre actúa de la misma manera, entonces la práctica comercial es reiterada.

Obligatoriedad

Tabla No. 9. ¿Usted considera que es obligatorio para las inmobiliarias, cobrar una comisión por arrendamiento?

SÍ	NO	N/R
48	5	0
91%	9%	0

Fuente: autores

La respuesta a esta pregunta establece la obligatoriedad de la práctica en el sector. El 91% de los encuestados indica que el cobro de comisión por arrendamiento es obligatorio.

Publicidad

Tabla No. 10. ¿Cree Usted que la manera de actuar descrita en la pregunta inicial es conocida y practicada al interior del sector al cual pertenece?

SI	NO	NS/NR
49	4	0
92%	6%	0

Fuente: autores

El 92% de los encuestados manifiesta que es conocida y puesta en práctica el cobro de comisiones por el arrendamiento de inmuebles. La costumbre es pública, general y conocida por los comerciantes del sector.

Tabla No. 11. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	98%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	98%	
Vigencia	Pregunta 4	85%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	79%	
Reiteración	Pregunta 4	85%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	79%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	91%	70%
Publicidad	Pregunta 8	92%	70%

Fuente: Autores

De acuerdo con la información presentada, la práctica comercial analizada cumple con los criterios de uniformidad, publicidad, reiteración, generalidad, vigencia y además no es contraria a la ley, por lo tanto, puede ser considerada como costumbre mercantil.

2. Cobro De Comisión Por Venta De Inmueble En La Ciudad De Tunja.

Tabla No. 12. Población Inmobiliarias.

Población Inmobiliarias Tunja	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
56	38	53
100%	68%	95%

Fuente: autores

Tabla No. 13. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla la actividad comercial?

MENOS DE 5 AÑOS	DE 5 A 10 AÑOS	DE 10 A 20 AÑOS	MÁS DE 20 AÑOS
16	16	7	14
30%	30%	13%	27%

Fuente: autores

El 30% de las inmobiliarias lleva en esta actividad menos de cinco años, otro 30% desarrolla la actividad comercial desde hace cinco años, pero menos de diez. Un 13% tiene una antigüedad entre 10 y 20 años y el 27% lleva desarrollando la actividad hace más de 20 años. El 86% de los entrevistados desarrolla la actividad comercial desde hace más de cinco años.

Generalidad y uniformidad

Tabla No. 14. ¿Siempre que se transfiere un inmueble a través de la gestión de la inmobiliaria, implica el cobro de alguna comisión?

SÍ	NO	N/R
53	0	0
100%	0	0

Fuente: autores

Cuando se realiza venta de inmueble mediante inmobiliaria siempre implica el cobro de la comisión, la conducta es general en el sector pues el 100% de encuestados afirmó que siempre que se realiza venta de inmueble se paga comisión. Más del 70% responde afirmativamente entonces se puede considerar que la conducta mercantil es general ya que todas las inmobiliarias la llevan a

cabo, 53 encuestados de una población total de 56 inmobiliarias en la ciudad (93%). La conducta también es uniforme, pues se lleva a cabo de la misma manera por los comerciantes.

Tabla No. 15. ¿Sobre la cuantía de la transacción, el valor de la comisión es?

3%	OTRO
53	0
100%	0

Fuente: Autores

El valor de la comisión para venta de inmuebles en las inmobiliarias de Tunja es de tres por ciento del valor del inmueble, así lo manifestaron el 100% de los encuestados. La práctica es general y uniforme porque se realiza de la misma manera por los comerciantes.

Vigencia y reiteración

Tabla No. 16. ¿Hace cuánto tiempo tiene Usted esta costumbre?

0 – 6 meses	6 – 12 meses	Más de 12 meses
0	0	53
0%	0	100%

Fuente: autores

El cobro de una comisión por intermediación en venta de inmueble se viene aplicando por el 100% las inmobiliarias de las inmobiliarias encuestadas en Tunja desde hace más de un año. La conducta es vigente, pues ha perdurado en el tiempo, no es ocasional, también es reiterada.

Tabla No. 17. ¿En todos los eventos a la pregunta inicial, Usted presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
53	0	0
100%	0%	0%

Fuente: autores

Los encuestados afirman y corroboran que el cobro de la comisión por la intermediación en la venta de inmuebles, es reiterado y vigente. La conducta es repetida, no ocasional y vigente.

Tabla No. 18. ¿Con qué frecuencia actúa de la forma descrita en la pregunta inicial?

Siempre	A veces	Nunca
53	0	0
100%	0	0

Fuente: autores

El total de los encuestados afirma que siempre se paga alguna comisión por la transferencia de bienes inmuebles. Es una acción reiterada y vigente, todas las inmobiliarias que la realizan, no es ocasional.

Obligatoriedad

Tabla No. 19. ¿Usted considera que es obligatorio para las inmobiliarias cobrar una comisión por venta?

SÍ	NO	NS/NR
50	3	0
94%	6%	0

Fuente: Autores

La respuesta a esta pregunta establece la obligatoriedad de la práctica en el sector. El 94% de los encuestados indica que el cobro de comisión por venta es obligatorio en este sector.

Publicidad

Tabla No. 20. ¿Cree Usted que la manera de actuar descrita en la pregunta inicial es conocida y practicada al interior del sector al cual Usted pertenece?

SI	NO	NS/NR
50	3	0
94%	6%	0

Fuente: Autores

Las inmobiliarias de Tunja (94%) afirman que la práctica es conocida por el sector inmobiliario de la ciudad. La práctica cobro de comisión por venta de inmueble en la ciudad de Tunja, es pública.

Tabla No. 21. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3		
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	94%	70%
Publicidad	Pregunta 8	94%	70%

Fuente: Autores.

La práctica comercial, cobro de comisión por venta de inmueble, cumple con los criterios de uniformidad, pues la se realiza de la misma manera en las inmobiliarias de Tunja; publicidad, dado el su reconocimiento por las personas que participan en el sector. La práctica es reiterada pues se realiza hace años, la práctica mercantil también es general, todas las inmobiliarias la realizan, también es vigente y no es contraria a la ley.

3. Cobro de comisión por venta de inmueble en la ciudad de moniquirá

Tabla No. 22. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 AÑOS	5-10 ANOS	5-10 AÑOS	MÁS DE 20 AÑOS
0	3	0	0
0	100%	0	0

Fuente: Autores.

El 100% de las inmobiliarias en Moniquirá, desarrolla la actividad mercantil desde hace más de 5 años, pero menos de 10.

- **Generalidad y uniformidad**

Tabla No. 23. ¿Siempre que se transfiere un inmueble a través de la gestión de la inmobiliaria, implica el pago de alguna comisión?

SÍ	NO	N/R
5	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores.

Todos los encuestados indican que se debe pagar una comisión por la transferencia de algún inmueble a través de inmobiliaria. La conducta es general y uniforme.

Tabla No. 24. ¿Sobre la cuantía de la transacción, el valor de la comisión es?

3%	OTRO
5	0
100%	0

Fuente: Autores.

El valor de la comisión para venta de inmuebles en las inmobiliarias es de 3%, de acuerdo con el 100% de los encuestados. La práctica es general y uniforme porque se realiza de la misma manera por los comerciantes.

- **Vigencia y reiteración**

Tabla No. 25. ¿Hace cuánto tiempo tiene usted esta costumbre?

0 – 6 meses	6 – 12 meses	Más de 12 meses
0	0	5
0%	0	100%

Fuente: Autores.

La conducta es vigente y se confirma la vigencia de la costumbre, el 100% de los encuestados afirma que se realiza hace más de 1 año, se verifica que no es ocasional, ha perdurado en el tiempo.

Tabla No. 26. ¿En todos los eventos a la pregunta inicial, Usted presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
5	0	0
100%	0%	0%

Fuente: Autores.

Los encuestados afirman y corroboran que el cobro de la comisión por la intermediación en la venta de inmuebles, es reiterado y vigente. La conducta es repetida, no ocasional y vigente.

Tabla No. 27. ¿Con qué frecuencia actúa de la forma descrita en la pregunta inicial?

Siempre	A veces	Nunca
5	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores.

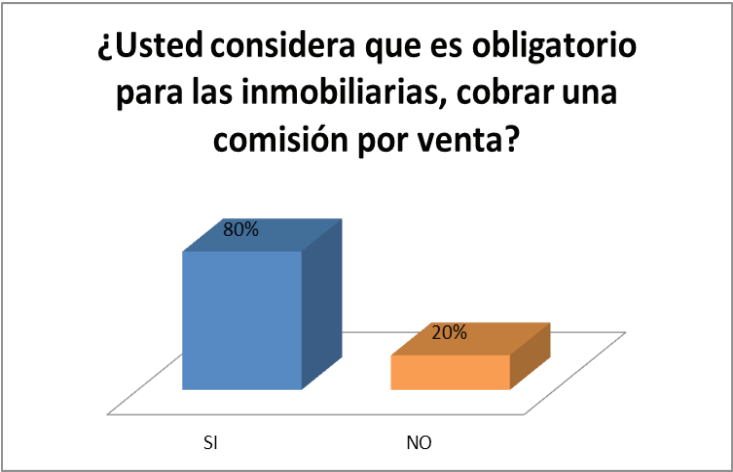
En Monquirá, el total de los encuestados afirma que siempre se paga alguna comisión por la transferencia de bienes inmuebles. Es una acción reiterada y vigente, todas las inmobiliarias que la realizan, no es ocasional.

- Obligatoriedad

Tabla No. 28. ¿Usted considera que es obligatorio para las inmobiliarias, cobrar una comisión por venta?

SÍ	NO	N/R
4	1	0
80%	20%	0

Fuente: Autores.



Gráfica 1.

Fuente: Autores

La respuesta a esta pregunta establece la obligatoriedad de la práctica en el sector. El 80% de los encuestados indica que el cobro de comisión por venta es obligatorio.

- **Publicidad**

Tabla No. 29. ¿Cree Usted que la manera de actuar descrita en la pregunta inicial es conocida y practicada al interior del sector al cual Usted pertenece?

SI	NO	N/R
5	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

Las inmobiliarias de Moniquirá (100%) afirman que la práctica es conocida por el sector inmobiliario de la ciudad. La práctica pública.

Tabla No. 30. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3		
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	80%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

La práctica comercial cobro de comisión por venta de inmueble en Moniquirá, cumple con los criterios de generalidad, uniformidad, vigencia, reiteración, obligatoriedad, y publicidad. La práctica puede ser considerada como costumbre mercantil.

4. Cobro de comisión por intermediación en venta de automóviles en tunja

Tabla No. 31. Población para cada actividad comercial

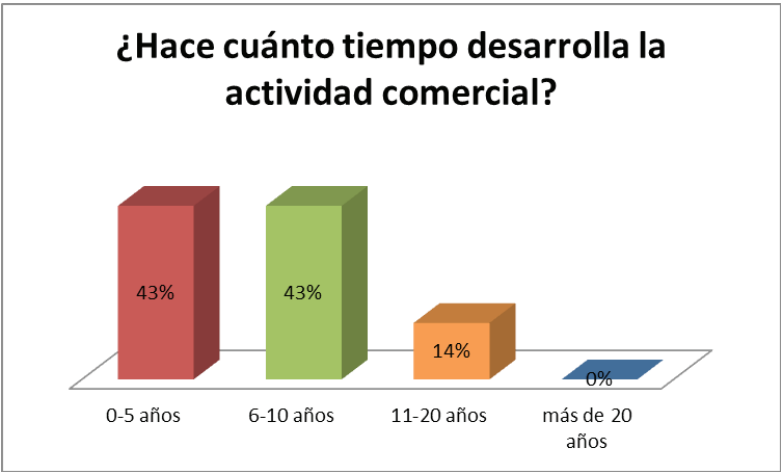
Población compraventa vehículos Tunja (Usados)	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
7	7	7
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No 32. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla la actividad comercial?

0-5 AÑOS	6-10 AÑOS	11-20 AÑOS	MÁS DE 20 AÑOS
3	3	1	0
43%	43%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 2.

Fuente: Autores

En Tunja, un 43% de las compraventas de vehículos llevan menos de cinco años, un 43% tiene entre seis y diez años y solo un 14% trabaja en este sector entre 11 y 20 años. Además, ninguno de dichos establecimientos tiene una antigüedad que exceda los 20 años.

- **Generalidad y uniformidad**

Tabla No. 33. Actualmente cada vez que se vende un vehículo en su establecimiento, usted ¿cobra alguna comisión por la venta?

SÍ	NO	N/R
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

Todos los establecimientos dedicados a compraventa de vehículos en Tunja reciben el pago de una comisión por la venta de algún vehículo. La práctica es general pues todos la realizan, también es uniforme pues tiene la misma forma en todos los casos

Tabla No. 34. ¿Cuál es el porcentaje respecto a la venta que Usted paga?

1-3%	OTRO	N/R
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los establecimientos encuestados, cobra entre 1% y 3% del valor de venta del vehículo, normalmente es el 3%, sin embargo, cuando el automotor tiene un valor alto es posible negociar hacia abajo el porcentaje de comisión.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 35. ¿Hace cuánto tiempo tiene Usted esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	7
0	0	100%

Fuente: Autores

Todos los establecimientos encuestados, realizan la práctica mercantil “cobro de comisión por venta de vehículos”. La práctica es reiterada, no es ocasional pues se ha repetido desde tiempo atrás, además está vigente.

Tabla No. 36. ¿En todos los eventos a la pregunta inicial, Usted presenta el mismo comportamiento?

SÍ	NO	N/R
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los entrevistados siempre presenta el mismo comportamiento con respecto al pago de alguna comisión por la venta de vehículos en Tunja, entonces la práctica mercantil es reiterada, pues se realiza de la misma manera todas las veces por el mismo establecimiento y por todos.

Tabla No. 37. ¿Con qué frecuencia actúa en la forma descrita en la pregunta inicial?

SIEMPRE	A VECES	NS/NR
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

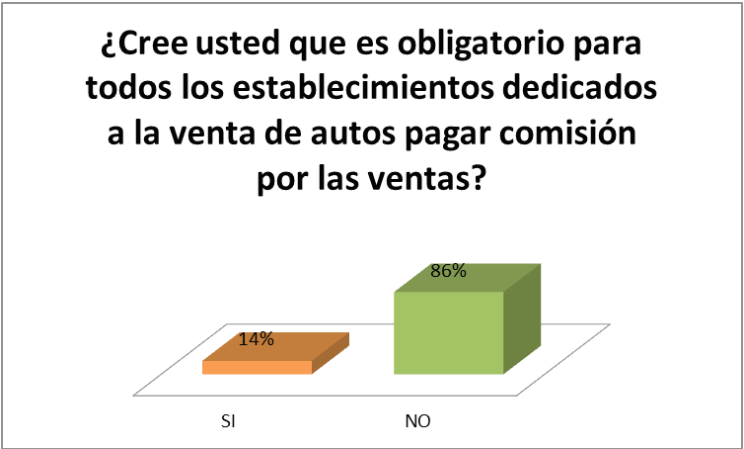
Todos los encuestados afirman que siempre cobran comisión por venta de vehículo. La costumbre es general, reiterada y vigente.

- Obligatoriedad

Tabla No. 38. ¿Cree Usted que es obligatorio para todos los establecimientos dedicados a la venta de autos, pagar comisión por las ventas?

SÍ	NO	NS/NR
6	1	0
86%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 3.
Fuente: Autores

El 86% de los entrevistados del sector de compraventa de vehículos, creen que es obligatorio el pago de comisiones por las ventas de automóviles para todos los establecimientos, la práctica comercial se considera obligatoria en el sector y entre las partes que por lo general firman un contrato.

- **Publicidad**

Tabla No. 39. ¿Cree Usted que la manera de actuar descrita en la pregunta inicial es conocida y practicada al interior del sector al cual Usted pertenece?

SÍ	NO	NS/NR
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los encuestados consideran que el pago de comisiones por concepto de la venta de automóviles en el sector de compraventa de vehículos es una práctica comercial bien conocida y al mismo tiempo puesta en práctica en ese sector.

Tabla No. 40. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3		
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	86%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

Todos los requisitos tenidos en cuenta para la verificación de la costumbre mercantil se cumplen, luego “el cobro de una comisión por concepto de la venta de un vehículo en la ciudad de Tunja” puede ser considerado como costumbre mercantil, presenta uniformidad, publicidad, reiteración, generalidad, vigencia y no es contraria a la ley.

5. Realización de prueba al vehículo antes de ser comprado en compraventas de vehículos usados en tunja

Tabla No. 41. Población para cada actividad comercial

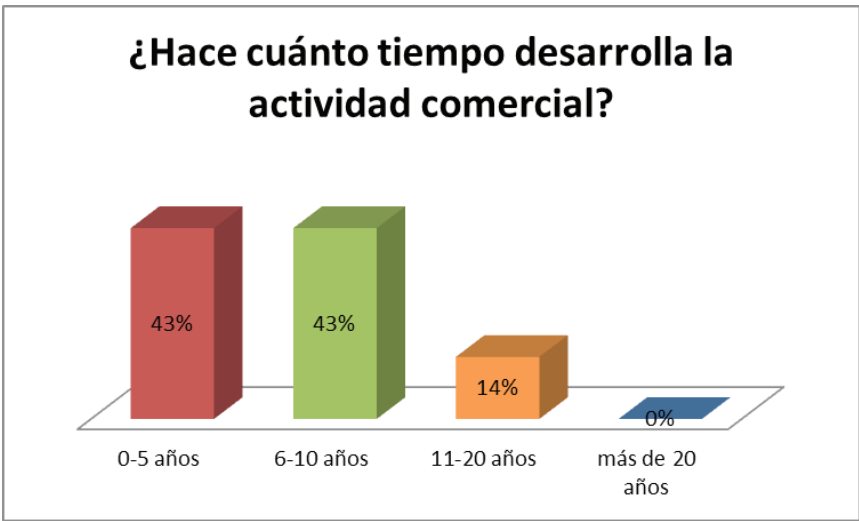
Población compraventa vehículos Tunja (Usados)	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
7	7	7
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 42. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla la actividad comercial?

0-5 AÑOS	6-10 AÑOS	11-20 AÑOS	MÁS DE 20 AÑOS
3	3	1	0
43%	43%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 4.

Fuente: Autores

El 43% de las compraventas de vehículos en Tunja, llevan menos de cinco años en la actividad, el 43% tiene entre seis y diez años y 14% trabaja en el sector desde hace más de 11 años. Ningún establecimiento tiene una antigüedad mayor a 20 años.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 43. ¿Actualmente se permite en su establecimiento que el comprador del vehículo lo pruebe antes de decidir su compra?

SÍ	NO	NS/NR
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de la población está de acuerdo con que se le haga una prueba al vehículo antes de concretar la compra del mismo. La práctica es general, todos la realizan de la misma manera y además uniforme.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 44. ¿Hace cuánto tiempo tiene Usted esta costumbre?

0 - 6 meses	6 - 12 meses	M á s de 12 meses
0	0	7
0	0	100%

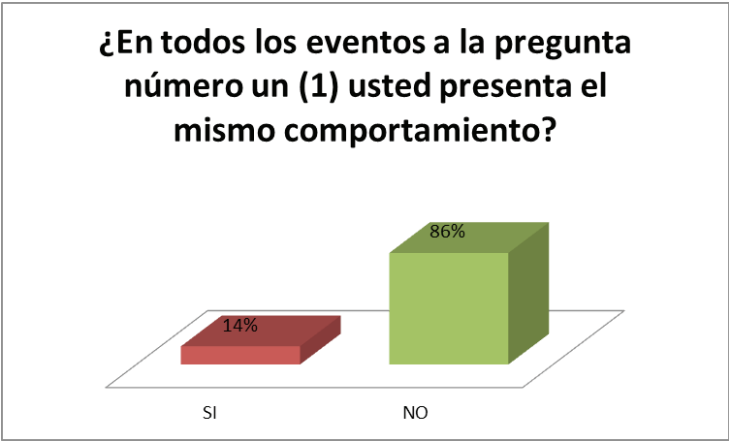
Fuente: Autores

Todos los establecimientos encuestados, realizan la práctica mercantil, hace más de 12 meses. La práctica es reiterada, no es ocasional pues se ha repetido desde tiempo atrás, además está vigente.

Tabla No. 45. ¿En todos los eventos a la pregunta número uno, Usted presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
6	1	0
86%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 5.

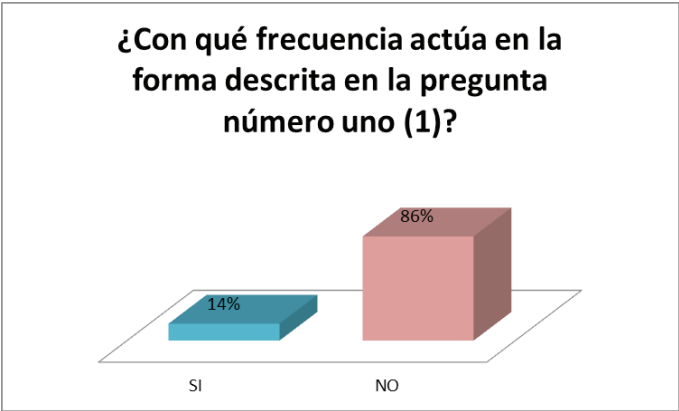
Fuente: Autores

El 86% de las compraventas de vehículos en Tunja manifiestan que tienen el mismo comportamiento al permitir que sea probado un automóvil antes de ser comprado. La práctica es reiterada y vigente.

Tabla No. 46. ¿Con qué frecuencia actúa en la forma descrita en la pregunta número uno?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
6	1	0
86%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 6.

Fuente: Autores

El 86% de las compraventas de vehículos en Tunja manifiestan que actúan de la misma manera con respecto a permitir que sea probado un automóvil antes de ser comprado. La práctica es reiterada y vigente.

- **Obligatoriedad**

Tabla No. 47. ¿Cree Usted que es obligatorio para todos los establecimientos dedicados a la venta de autos dejar que el comprador del auto lo pruebe antes de decidir su compra?

SI	NO	NS/NR
7	0	0
100%	0	0

En la ciudad de Tunja, todos los propietarios de las compraventas consideran que es obligatorio que se le permita a un cliente hacer una prueba al vehículo antes de concretar la venta del mismo. La práctica mercantil es obligatoria entre las partes.

- **Publicidad**

Tabla No. 48. ¿Cree Usted que la manera de actuar descrita en la pregunta número uno es conocida y practicada al interior del sector al cual Usted pertenece?

SI	NO	NS/NR
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

La práctica comercial es conocida en el sector, por lo tanto, cumple con el criterio de publicidad.

Tabla No. 49. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%

Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	86%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	100%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

La práctica “realización de prueba al vehículo antes de ser comprado”, en compraventas de vehículos en Tunja, cumple con los criterios de uniformidad, reiteración, publicidad, generalidad, vigencia, obligatoriedad y legalidad.

6. Realización de peritaje al vehículo antes de ser comprado en compraventas de tunja

Tabla No. 50. Población para cada actividad comercial

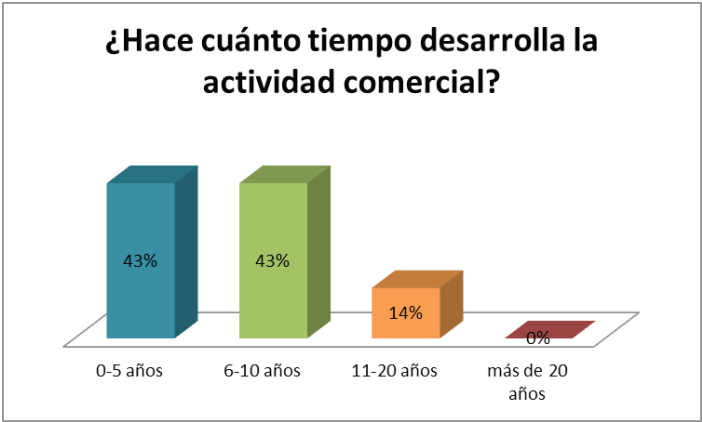
Población compraventa vehículos Tunja (Usados)	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
7	7	7
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 51. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla la actividad comercial?

0-5 AÑOS	6-10 AÑOS	11-20 AÑOS	MÁS DE 20 AÑOS
3	3	1	0
43%	43%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 7.
Fuente: Autores

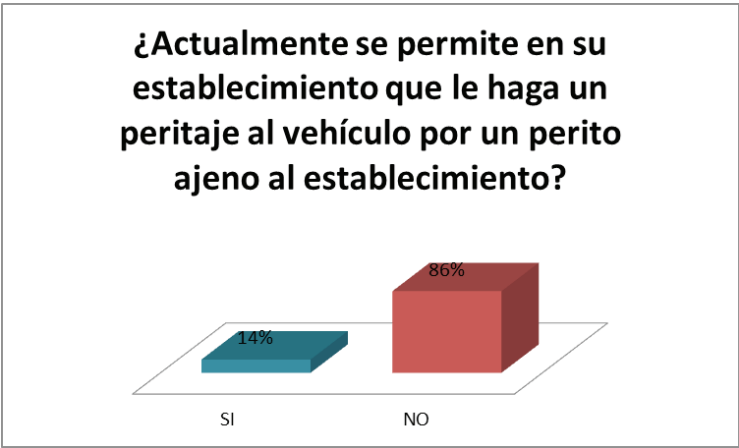
La gráfica muestra la antigüedad en cuanto al desarrollo de la actividad mercantil compraventa de vehículos en la ciudad de Tunja.

- **Generalidad y uniformidad**

Tabla No. 51. ¿Actualmente se permite en su establecimiento que le haga un peritaje al vehículo por un perito ajeno al establecimiento?

SI	NO	NS/NR
6	1	0
86%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 8.
Fuente: Autores

El 86% de las compraventas coinciden en que un comprador de vehículo puede hacer un peritaje al automóvil con un perito diferente al del establecimiento en el que está comprando. Solo un 14% considera que no está de acuerdo con que esto suceda. La práctica es general y uniforme, es realizada por la mayoría y se realiza de la misma manera.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 52. ¿Hace cuánto tiene Usted esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	7
0	0	100%

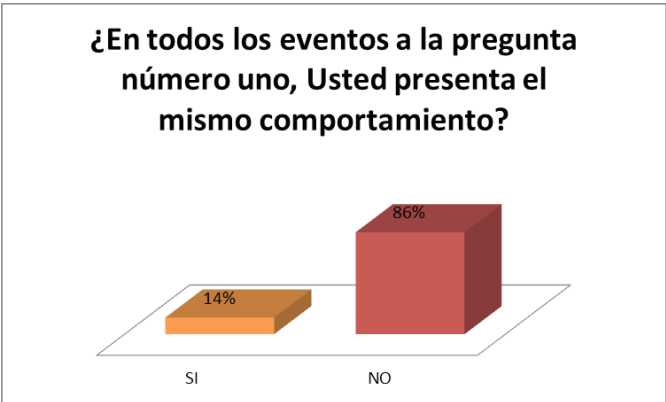
Fuente: Autores

Los encuestados afirman que hace más de un año se tiene la costumbre de permitir que cualquier cliente comprador haga un peritaje al vehículo por un perito diferente al de la compraventa, antes de compararlo. La práctica mercantil se realiza para todos los casos hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

65

Tabla No. 52. ¿En todos los eventos a la pregunta número uno, Usted presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
6	1	0
86%	14%	0



Gráfica 9.

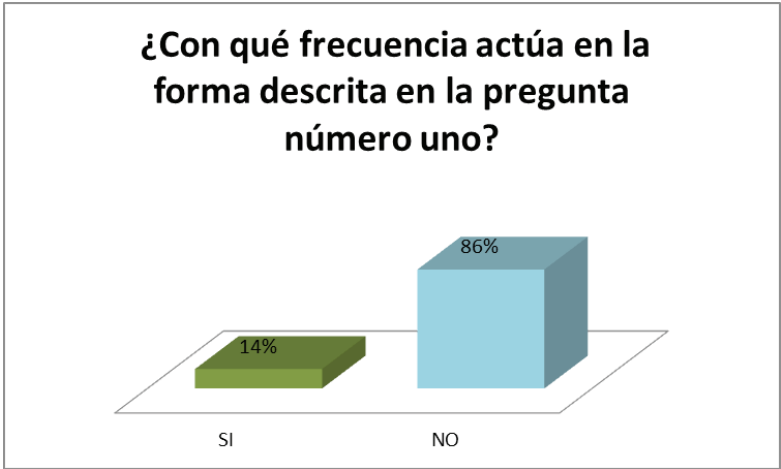
Fuente: Autores

Un 86% de las compraventas manifiestan que siempre están dispuestos a permitir que a los vehículos se les haga un peritaje donde el comprador considere conveniente antes de cerrar el negocio. La práctica es reiterada y vigente.

Tabla No. 53. ¿Con qué frecuencia actúa en la forma descrita en la pregunta número uno?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
6	1	0
86%	14%	0

Fuente: Autores



Gráfica 10.
Fuente: Autores

El 86% afirma que siempre están dispuestos a permitirle a un cliente que le haga un peritaje al vehículo que pretende comprar, con un perito distinto al de la compraventa, el 14% se mantiene en que a veces de permite. La práctica está vigente y es reiterada.

- **Obligatoriedad**

Tabla No. 54. ¿Cree Usted que es obligatorio para todos los establecimientos dedicados a la venta de autos dejar que se realice peritaje de automóvil antes de decidir su compra?

SI	NO	NS/NR
7	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

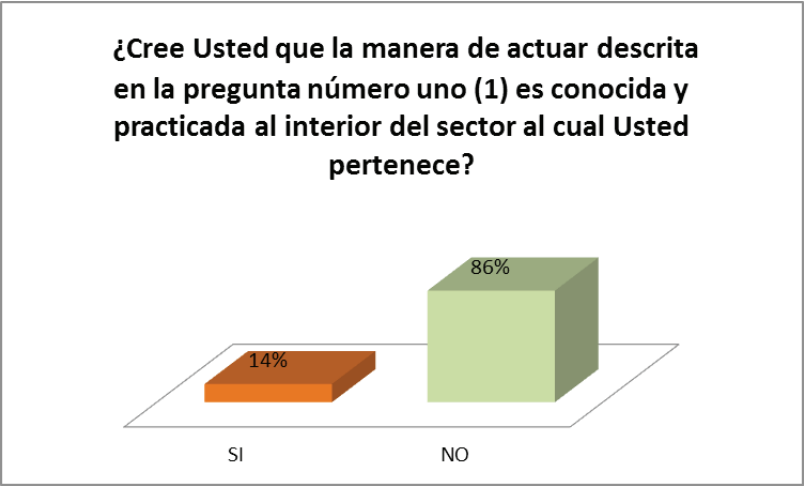
Los que trabajan en el sector de compraventa de vehículos, manifiestan que es de carácter obligatorio que se permita a un comprador el peritaje del automóvil por un perito de confianza de traído por él. La práctica es obligatoria.

- **Publicidad**

Tabla No. 55. ¿Cree Usted que la manera de actuar descrita en la pregunta número uno (1) es conocida y practicada al interior del sector al cual Usted pertenece?

SI	NO	NS/NR
6	0	1
86%	0	14%

Fuente: Autores



Gráfica 11.
Fuente: Autores

El 86% considera que la práctica mercantil analizada, es conocida y practicada, mientras que un 14% afirma no saber. La práctica es pública.

Tabla No. 56. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	86%	70%
Uniformidad	Pregunta 2	86 %	70%
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	86%	
	Pregunta 6	86%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	86%	
	Pregunta 6	86%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	100%	70%
Publicidad	Pregunta 8	86%	70%

Fuente: Autores

La práctica “permitir la realización de peritaje a vehículo antes de ser comprado”, en compraventas de vehículos, cumple con los criterios de uniformidad, reiteración, publicidad, generalidad, vigencia, obligatoriedad y legalidad, por lo tanto, puede ser considerada es una costumbre mercantil en la ciudad de Tunja.

7. Pago de comisión por venta de lotería en la ciudad de tunja

Tabla No. 57. Población para cada actividad comercial

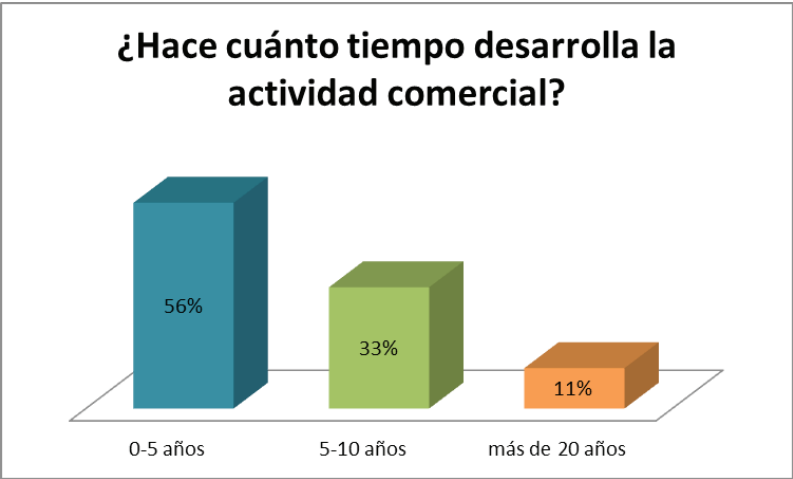
Población establecimientos venta de lotería en Tunja.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
9	8	9
100%	90%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 58. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 años	5-10 años	Más de 20 años
1	3		5
11%	33%		56%

Fuente: Autores



Gráfica 12.

Fuente: Autores

El 56% de los establecimientos que se dedican a la venta de lotería llevan más de veinte años en esta actividad, 33% tienen una antigüedad entre cinco y diez años y un 11% tiene menos de cinco años vendiendo lotería. Por lo anterior, más de la mitad de los establecimientos en Tunja que venden lotería tienen una antigüedad superior a los 20 años.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 59. Actualmente, cada vez que vende lotería ¿Usted paga algún porcentaje sobre el valor de las ventas?

SI	NO	NS/NR
9	0	0
100%	0	0

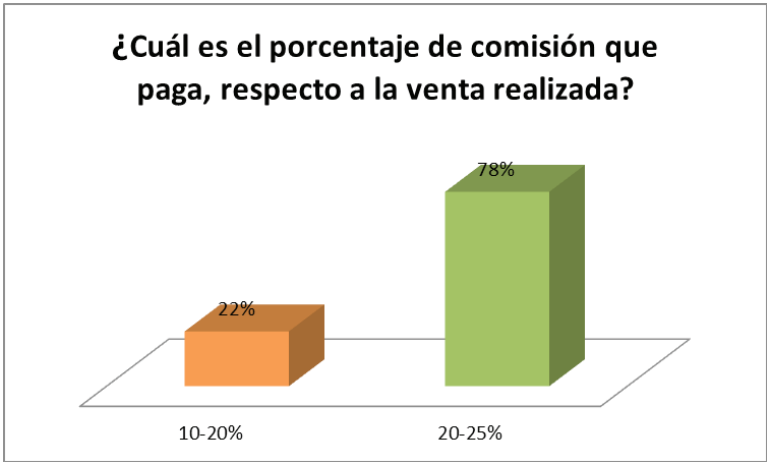
Fuente: Autores

Todos los establecimientos en Tunja donde se vende lotería reciben pagan un porcentaje sobre el valor de las ventas, como comisión. La práctica es general y uniforme.

Tabla No. 60. ¿Cuál es el porcentaje de comisión que paga, respecto a la venta realizada?

10-20%	20-25%	OTRO
3	6	0
22%	78%	0

Fuente: Autores



Gráfica 13.

Fuente: Autores

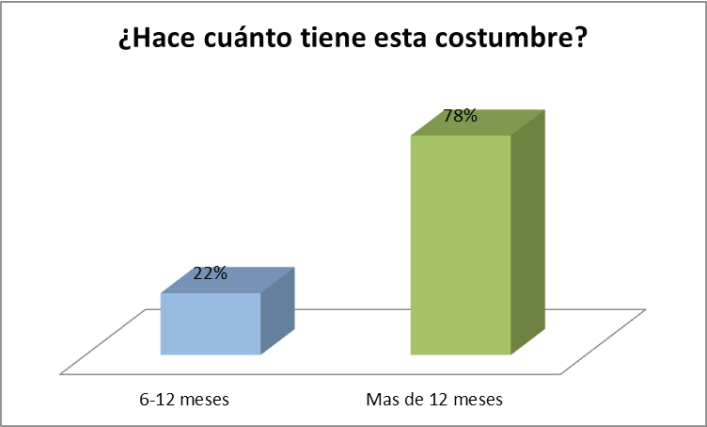
La comisión que se paga por venta de lotería es del 20% al 25% en el 78% de los casos, el restante 22% afirma que le pagan entre 10% y 20%. Con esta pregunta se responde a una característica de la práctica comercial. La práctica es general y uniforme.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 61. ¿Hace cuánto tiene esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	2	7
0	22%	78%

Fuente: Autores



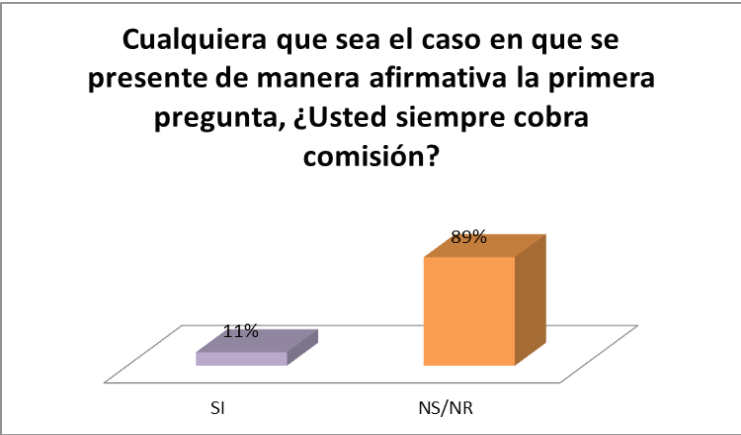
Gráfica 14.
Fuente: Autores

Los encuestados afirman que hace más de un año tienen la costumbre de cobrar una comisión por venta de lotería. La práctica mercantil se realiza para el 78% hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

Tabla No. 62. Cualquiera que sea el caso en que se presente de manera afirmativa la primera pregunta, ¿Usted siempre cobra comisión?

SI	NO	NS/NR
8	0	1
89%	0	11%

Fuente: Autores



Gráfica 15.
Fuente: Autores

¿El pago de comisión a vendedores de lotería sobre el valor total de las ventas es de obligatorio cumplimiento?

Un 89% de quienes venden lotería en establecimientos ratifica que paga una comisión por la venta de lotería, en cambio el otro 11% no responde. La práctica es reiterada y vigente.

Tabla No. 63. ¿Con qué frecuencia comisión sobre el valor facturado?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
9	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

Siempre hay pago de comisión por venta de lotería. La práctica es vigente y reiterada

- Obligatoriedad

Tabla No. 64. ¿El pago de comisión a vendedores de lotería sobre el valor total de las ventas es de obligatorio cumplimiento?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
9	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El total de las casas de lotería consideran que el pago por la venta es obligatorio. La práctica mercantil es obligatoria para las partes.

- Publicidad

Tabla No. 65. ¿Cree Usted que la manera de actuar en la pregunta inicial, es conocida y practicada en el interior del sector de las agencias de venta de lotería en la ciudad de Tunja?

SI	NO	NS/NR
9	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En la ciudad de Tunja es conocida y practicada la costumbre de pagar un porcentaje sobre el valor de la venta de loterías por todas las agencias de lotería, pues así lo confirman las casas dedicadas a su venta. La práctica mercantil es pública.

Tabla No. 66. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	78%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	78%	
Vigencia	Pregunta 4	78%	70%
	Pregunta 5	89%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	78%	70%
	Pregunta 5	89%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	100%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

La práctica “cobro de comisión por venta de lotería” en la ciudad de Tunja, en casas de venta de lotería, cumple con los criterios de uniformidad, reiteración, publicidad, generalidad, vigencia, obligatoriedad y legalidad, entonces es una costumbre mercantil.

8. Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de Tunja

Tabla No. 67. Población para cada actividad comercial

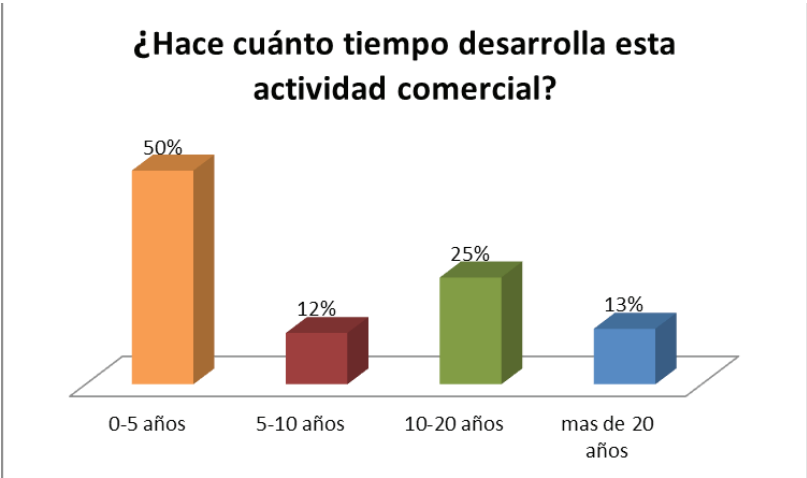
Población establecimientos venta de chance en Tunja.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
8	8	8
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 68. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 anos	10-20 años	Más de 20 años
4	1	1	2
50%	12,5%	12,5%	25%

Fuente: Autores



Gráfica 16.

Fuente: Autores

En Tunja, la mitad de los establecimientos tienen menos de cinco años de estar vendiendo chance, un 12,5% tiene una antigüedad entre cinco y diez años. Otro 12,5% de establecimientos dedicados a la venta de chance llevan entre 10 y 20 años y un 25% asegura tener más de 20 años en esta actividad comercial.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 69. ¿En el desarrollo de su actividad, usted reconoce a los vendedores alguna comisión sobre el valor total de las ventas de chance realizadas?

SI	NO	NS/NR
8	0	0
100%	0	0

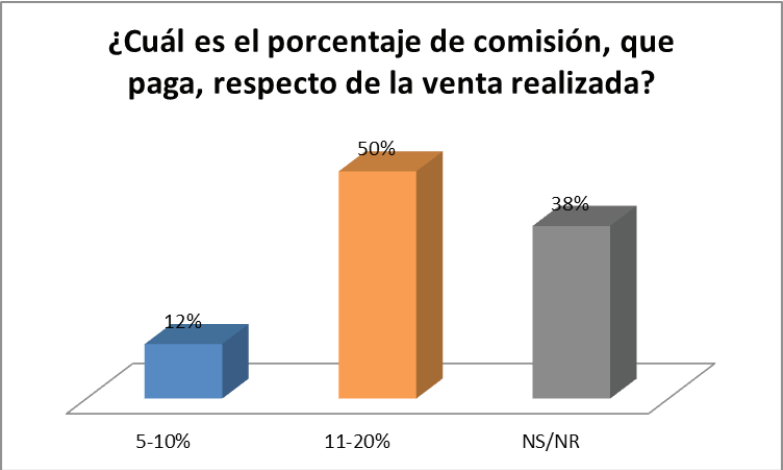
Fuente: Autores

En Tunja, el 100% de los establecimientos que venden chance, pagan comisión por la venta, luego la práctica comercial es general y uniforme, pues la práctica se cumple por todos y se realiza de la misma manera.

Tabla No. 70. ¿Cuál es el porcentaje de comisión, que paga, respecto de la venta realizada?

11-20%	5-10%	NS/NR
4	1	3
50%	12%	38%

Fuente: Autores



Gráfica 17.

Fuente: Autores

En Tunja, un 12% aseguró que solo paga ente un cinco y un diez por ciento de las ventas, un 50% paga una comisión por la venta de chance que está entre el once y veinte por ciento de las apuestas realizadas, y un 38% no respondió a la pregunta. Esta pregunta responde a una característica de la práctica y no es homogéneo el porcentaje de pago de comisión por venta de chance, sin embargo, siempre se paga un porcentaje, pero no hay claridad sobre si éste es igual en todos o en la mayoría de los casos.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 71. ¿Hace cuánto tiene esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	8
0	0%	100%

Fuente: Autores

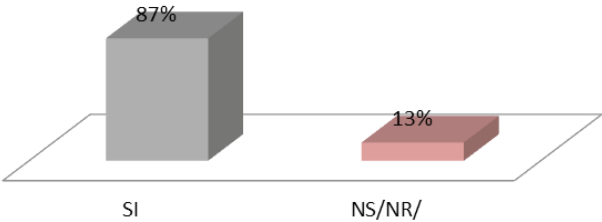
Los encuestados afirman que hace más de un año tienen la costumbre de pagar una comisión por venta de chance a los vendedores. La práctica mercantil se realiza para el 100% hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

Tabla No. 72. ¿Cualquiera que sea el caso en que se presente de manera afirmativa la primera pregunta, usted siempre presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
7	0	1
87,5%	0	12,5%

Fuente: Autores

¿Cualquiera que sea el caso en que se presente de manera afirmativa la primera pregunta, usted siempre presenta el mismo comportamiento?



Gráfica 18.

Fuente: Autores

El 87.5 % de quienes venden chance en establecimientos ratifica que paga una comisión por la venta, el restante 12.5 % no responde. La práctica es reiterada y vigente, no es ocasional.

Tabla No. 73. ¿Con qué frecuencia paga un porcentaje como comisión sobre el valor facturado?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
8	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

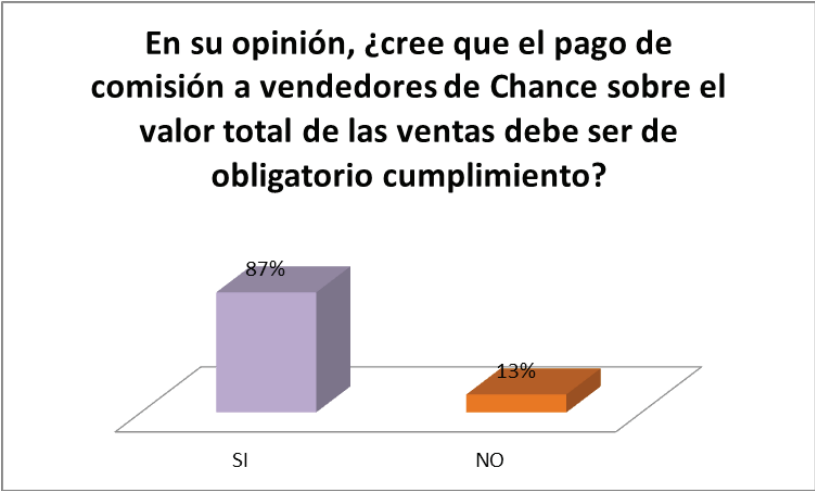
El 100% siempre paga comisión por venta de chance, entonces la práctica es reiterada y vigente.

- Obligatoriedad

Tabla No. 74. En su opinión, ¿cree que el pago de comisión a vendedores de Chance sobre el valor total de las ventas debe ser de obligatorio cumplimiento?

SÍ	NO	NS/NR
7	1	0
87%	13%	0

Fuente: Autores



Gráfica 19.
Fuente: Autores

El 87% de los encuestados indica que el pago de comisión a vendedores sobre las ventas de chance es de obligatorio cumplimiento.

- Publicidad

Tabla No. 76. ¿Cree usted que la manera de actuar en la pregunta inicial, es conocida y practicada en el interior del sector de las agencias de lotería en la ciudad donde funciona su establecimiento?

SÍ	NO	N/R
8	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

Los vendedores de chance están convencidos que el pago de la comisión por concepto de la venta del mismo, es bien conocida y practicada al interior del sector de las agencias de lotería de cada ciudad donde funciona cada establecimiento. La práctica es pública.

Tabla No. 75. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2 Pregunta 3	100%	70%
Uniformidad	Pregunta 2 Pregunta 3	100%	70%
Vigencia	Pregunta 4 Pregunta 5 Pregunta 6	100% 87.5% 100%	70%
Reiteración	Pregunta 4 Pregunta 5 Pregunta 6	100% 87.5% 100%	70%
Obligatoriedad	Pregunta 7	87%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

Los requisitos tenidos en cuenta cumplen con el porcentaje mínimo requerido para considerar como costumbre mercantil: “el cobro de una comisión por concepto de la venta de Chance en la ciudad de Tunja”.

9. Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de moniquirá.

Tabla No. 76. Población para cada actividad comercial

Población establecimientos venta de chance en Moniquirá.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
3	3	3
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 77. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 años	5-10 años	Más de 20 años
0	3	0	0
0	100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los establecimientos, realiza la actividad comercial desde hace más de cinco años, pero menos de 10.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 78. ¿En el desarrollo de su actividad, usted reconoce a los vendedores alguna comisión sobre el valor total de las ventas de chance realizadas?

SI	NO	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los establecimientos que venden chance, pagan comisión por la venta, entonces la práctica comercial es general y uniforme.

Tabla No. 79. ¿Cuál es el porcentaje de la comisión, que le pagan, respecto de la venta realizada?

11-20%	5-10%	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El porcentaje que se paga con respecto a la venta realizada por la venta de chance está entre el 11% y 20%, así lo afirmaron el total de entrevistados. La práctica es general y uniforme.

- Vigencia y reiteración.

Tabla No. 80. ¿Hace cuánto tiene esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	3
0	0%	100%

Fuente: Autores

Los encuestados afirman que hace más de un año tienen la costumbre de pagar una comisión por venta de chance a los vendedores. La práctica mercantil se realiza para el 100% hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

Tabla No. 81. ¿Cualquiera que sea el caso en que se presente de manera afirmativa la primera pregunta, usted siempre presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% afirma que siempre paga una comisión a vendedores pro la venta de chance. La práctica es vigente y reiterada.

Tabla No. 82. ¿Con qué frecuencia a usted paga un porcentaje sobre el valor facturado?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Monquirá siempre pagan un porcentaje sobre el valor facturado en las ventas de chance. La práctica comercial es vigente y reiterada pues siempre la realizan.

- Obligatoriedad

Tabla No. 83. En su opinión, ¿cree que el pago de comisión a vendedores de Chance sobre el valor total de las ventas debe ser de obligatorio cumplimiento?

SÍ	NO	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

La práctica es de obligatorio cumplimiento entre las partes.

- Publicidad

Tabla No. 84. ¿Cree usted que la manera de actuar en la pregunta inicial, es conocida y practicada en el interior del sector de las agencias de lotería en la ciudad donde funciona su establecimiento?

SÍ	NO	N/R
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Monquirá, quienes venden chance están convencidos que el pago de la comisión por venta es conocida y practicada en el sector. La práctica comercial es pública.

Tabla No. 85. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	100%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

Todos los requisitos tenidos en cuenta (generalidad, uniformidad, reiteración, publicidad, vigencia, obligatoriedad entre las partes y legalidad) cumplen con el porcentaje mínimo requerido para considerar como costumbre mercantil: “el pago de una comisión por concepto de la venta de chance en la ciudad de Monquirá”.

10. Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de villa de leyva

Tabla No. 86. Población para cada actividad comercial

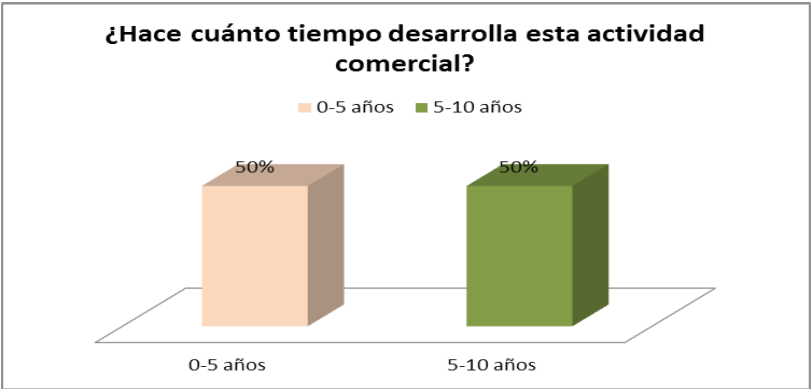
Población establecimientos venta de chance en Villa de Leyva.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
2	2	2
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 87. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 años	5-10 años	Más de 20 años
1	1	0	0
50%	50%	0	0

Fuente: Autores



Gráfica 20.

Fuente: Autores

En Villa de Leyva, la mitad de los establecimientos lleva menos de cinco años desarrollando la actividad comercial de venta de chance y la otra mitad entre 5 y 10 años.

- Generalidad y uniformidad
-

Tabla No. 88. ¿En el desarrollo de su actividad, usted reconoce a los vendedores alguna comisión sobre el valor total de las ventas de chance realizadas?

SI	NO	NS/NR
2	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los establecimientos que venden chance, pagan comisión por la venta, luego la práctica comercial es general.

Tabla No. 89. ¿Cuál es el porcentaje de la comisión, que le pagan, respecto de la venta realizada?

11-20%	5-10%	NS/NR
2	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Villa de Leyva el porcentaje que se paga con respecto a la venta realizada por la venta de chance está entre el 11% y 20%, así lo afirmaron el total de entrevistados. La práctica mercantil es generalizada y uniforme.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 90. ¿Hace cuánto tiene esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	2
0	0%	100%

Fuente: Autores

La práctica mercantil se realiza para el 100% hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

Tabla No. 90. ¿Cualquiera que sea el caso en que se presente de manera afirmativa la primera pregunta, usted siempre presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
2	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El 100% de los encuestados manifestaron que siempre presentan el mismo comportamiento frente al pago de alguna comisión por el total de las apuestas realizadas. La práctica es reiterada y vigente.

Tabla No. 91. ¿Con qué frecuencia a usted paga un porcentaje sobre el valor facturado?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
2	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Villa de Leyva, el total de establecimientos aseguró que siempre paga dicho porcentaje por la venta de chance. La práctica es vigente y reiterada.

- Obligatoriedad

Tabla No. 92. En su opinión, ¿cree que el pago de comisión a vendedores de Chance sobre el valor total de las ventas debe ser de obligatorio cumplimiento?

SÍ	NO	NS/NR
2	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

El ciento por ciento de establecimientos respondió que es de obligatorio cumplimiento el pago de comisión a vendedores de Chance sobre el valor total de las ventas.

- Publicidad

Tabla No. 93. ¿Cree usted que la manera de actuar en la pregunta inicial, es conocida y practicada en el interior del sector de las agencias de lotería en la ciudad donde funciona su establecimiento?

SÍ	NO	N/R
2	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Villa de Leyva quienes venden chance (2) están convencidos que el pago de la comisión por concepto de la venta del chance conocido y aplicado en el sector.

Tabla No. 94. Criterios de evaluación.

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	100%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

Todos los requisitos tenidos en cuenta (generalidad, uniformidad, reiteración, publicidad, vigencia, obligatoriedad entre las partes y legalidad) cumplen con el porcentaje mínimo requerido para considerar como costumbre mercantil: “el pago de una comisión por concepto de la venta de chance en la ciudad de Villa de Leyva”.

11. Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de chiquinquirá.

Tabla No. 95. Población para cada actividad comercial

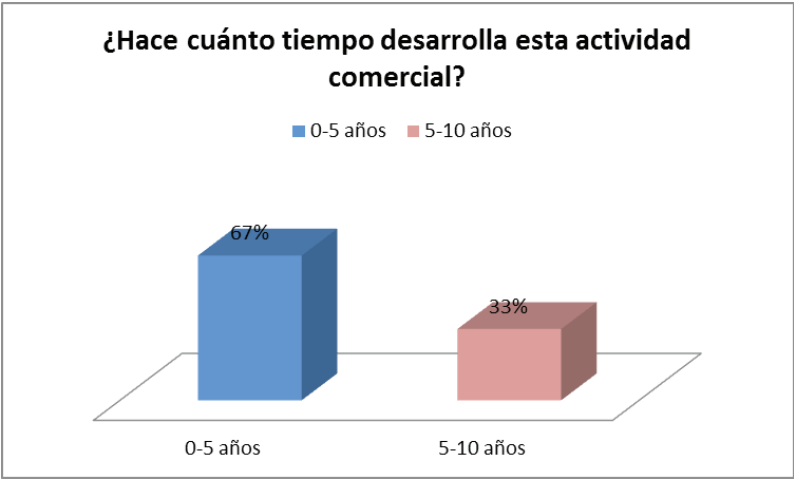
Población establecimientos venta de chance en Chiquinquirá.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
3	3	3
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 96. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 años	5-10 años	Más de 20 años
2	1	0	0
67%	33%	0	0

Fuente: Autores



Gráfica 21.
Fuente: Autores

En Chiquinquirá el 67% de los establecimientos realiza la actividad comercial desde hace cinco años o menos y el 33% afirma que la realiza hace más de 5 años, pero menos de 10.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 97. ¿En el desarrollo de su actividad, usted reconoce a los vendedores alguna comisión sobre el valor total de las ventas de chance realizadas?

SI	NO	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, el 100% de los establecimientos que venden chance, pagan comisión por la venta, entonces la práctica comercial es general.

Tabla No. 98. ¿Cuál es el porcentaje de la comisión, que le pagan, respecto de la venta realizada?

11-20%	5-10%	NS/NR
0	3	0
0	100%	0

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, se paga entre un cinco y un diez por ciento sobre el total de las apuestas realizadas en todos los establecimientos que lo venden. La práctica es general y uniforme.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 99. ¿Hace cuánto tiene esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	3
0	0%	100%

Fuente: Autores

Los encuestados afirman que hace más de un año tienen la costumbre de pagar una comisión por venta de chance a los vendedores. La práctica mercantil se realiza para el 100% hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

Tabla No. 100. ¿Cualquiera que sea el caso en que se presente de manera afirmativa la primera pregunta, usted siempre presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, el 100% de los establecimientos, asegura que siempre mantienen el mismo comportamiento con respecto al pago de comisiones por la venta de chance.

Tabla No. 101. ¿Con qué frecuencia a usted paga un porcentaje sobre el valor facturado?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

Chiquinquirá siempre pagan un porcentaje sobre el valor facturado en las ventas de chance. La práctica es vigente y reiterada.

- Obligatoriedad

Tabla No. 102. En su opinión, ¿cree que el pago de comisión a vendedores de Chance sobre el valor total de las ventas debe ser de obligatorio cumplimiento?

SÍ	NO	NS/NR
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, un 100% de los establecimientos encuestados consideran que el pago de la comisión a los vendedores de chance sobre el total de las ventas debe ser obligatorio.

- Publicidad

Tabla No. 103. ¿Cree usted que la manera de actuar en la pregunta inicial, es conocida y practicada en el interior del sector, en la ciudad donde funciona su establecimiento?

SÍ	NO	N/R
3	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, un 100% de los establecimientos encuestados consideran que el pago de la comisión a los vendedores de chance sobre el total de las ventas es conocida y practicada en el sector al que pertenece.

Tabla No. 104. Criterios de evaluación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE DE REFERENCIA
Generalidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Uniformidad	Pregunta 2	100%	70%
	Pregunta 3	100%	
Vigencia	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Reiteración	Pregunta 4	100%	70%
	Pregunta 5	100%	
	Pregunta 6	100%	
Obligatoriedad	Pregunta 7	100%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

Todos los requisitos tenidos en cuenta (generalidad, uniformidad, reiteración, publicidad, vigencia, obligatoriedad entre las partes y legalidad) cumplen con el porcentaje mínimo requerido para considerar como costumbre mercantil: “el pago de una comisión por concepto de la venta de chance en la ciudad de Chiquinquirá”.

12. Pago de comisión por referir cliente a hotel en la ciudad de tunja

Tabla No. 105. Población para cada actividad comercial

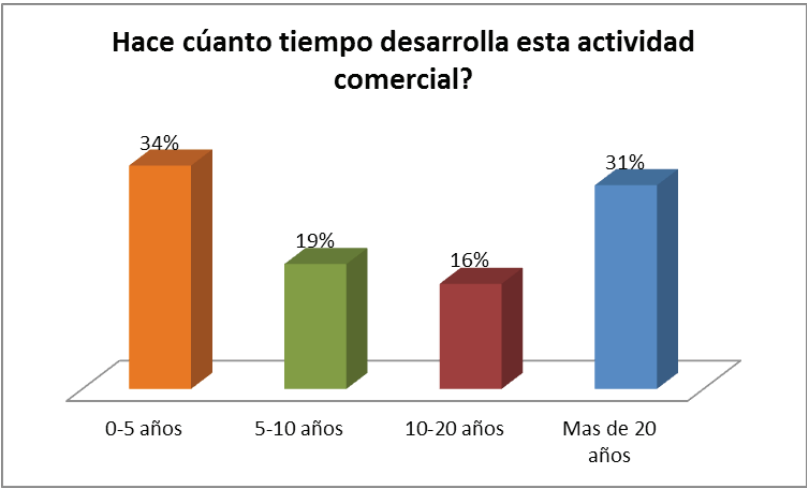
Población hoteles Tunja	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
52	36	32
100%	69%	62%

Fuente: Autores

Tabla No. 106. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 anos	10-20 años	Más de 20 años
11	6	5	10
34%	19%	16%	31%

Fuente: Autores



Gráfica 22.

Fuente: Autores

En Tunja lleva, el 34% de los hoteles desarrolla actividades hace 5 años o menos, el 19% entre 5 y 10 años, el 16% entre 10 y 20 años y el 31% más de 20 años.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 107. Actualmente si un operador profesional lleva huéspedes a su hotel ¿Usted paga comisión al operador por ello?

SÍ	NO	NS/NR
7	24	1
22%	75%	3%

Fuente: Autores

En Tunja, el 75% de los encuestados, no paga comisión cuando algún operador lleva huéspedes al hotel, por lo tanto, la práctica no es general ni uniforme, luego la práctica del pago de comisión por referir clientes a hoteles en la ciudad de Tunja no puede considerarse como costumbre mercantil.

Para la realización de las encuestas en el sector hotelero en la ciudad de Tunja, se presentaron graves inconvenientes, ya que en la información suministrada por la Cámara de Comercio de Tunja y contenida en las bases de datos, aparecen inscritas una gran cantidad de establecimientos en actividades de hotelería, que al momento de verificar la actividad que realizan se puede establecer que no son aptas para la realización de la encuesta, por ser las mismas moteles y residencias. Adicional a lo anterior muchos de los establecimientos de comercio inscritos han cambiado de lugar, han cerrado o no se encuentra la dirección.

Este tipo de problema se presenta debido a que los comerciantes inscriben en la Cámara de Comercio actividades muy amplias ya que así lo permite el código CIU, de modo que al verificar las bases de datos la misma arroja un sin número de establecimientos donde no todos son hoteles. Igualmente, al cambiar de domicilio, de dirección del establecimiento de comercio, o en el caso del cierre, el comerciante no informa dicha situación a la Cámara de Comercio.

13. Pago de comisión referir clientes a hoteles en villa de leyva

Tabla No. 108. Población para cada actividad comercial

Población hoteles Villa de Leyva	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
91	52	30
100%	47%	33%

Fuente: Autores

No se logró recoger la información necesaria, se acuerdo con la muestra para realizar análisis de la práctica mercantil.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 109. Actualmente si un operador profesional lleva huéspedes a su hotel ¿Usted paga comisión al operador por ello?

SÍ	NO	NS/NR
22	8	0
73%	27%	0

Fuente: Autores

En Villa de Leyva en el 73% de los hoteles encuestados, se reconoce el pago a operadores profesionales por llevar clientes a los hoteles. Pese a que el 73% de los encuestados (30) da respuesta positiva, no es posible establecer la práctica como costumbre mercantil por generalidad, pues no se realizaron las encuestas suficientes dadas por la muestra representativa (52).

14. Pago de comisión referir clientes a hoteles en chiquinquirá

Tabla No. 110. Población para cada actividad comercial

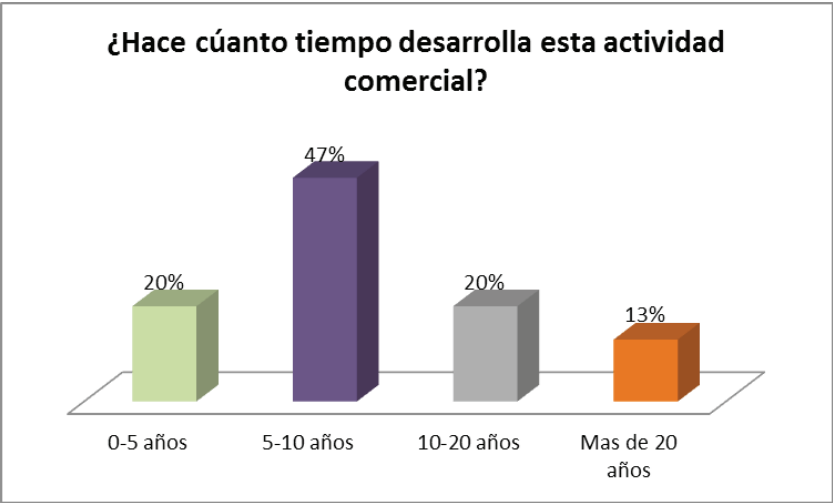
Población hoteles Chiquinquirá	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
53	25	31
100%	47%	58%

Fuente: Autores

Tabla No. 111. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 anos	10-20 años	Más de 20 años
6	15	6	4
20%	47%	20%	13%

Fuente: Autores



Gráfica 23.
Fuente: Autores

En Chiquinquirá el 80% de los hoteles lleva más de cinco años de antigüedad en la actividad comercial.

Tabla No. 112. Actualmente si un operador profesional lleva huéspedes a su hotel ¿Usted paga comisión al operador por ello?

SÍ	NO	NS/NR
8	21	2
26%	68%	6%

Fuente: Autores

En la Chiquinquirá, únicamente 26% de los encuestados, dice pagar comisión cuando algún operador lleva huéspedes al hotel, el 68% afirma que no paga comisión, entonces la práctica no es general ni uniforme, luego ésta práctica no puede ser considerada como costumbre mercantil en la ciudad de Chiquinquirá.

15. Pago de comisión por venta de un electrodoméstico en la ciudad de tunja

Tabla No. 113. Población para cada actividad comercial

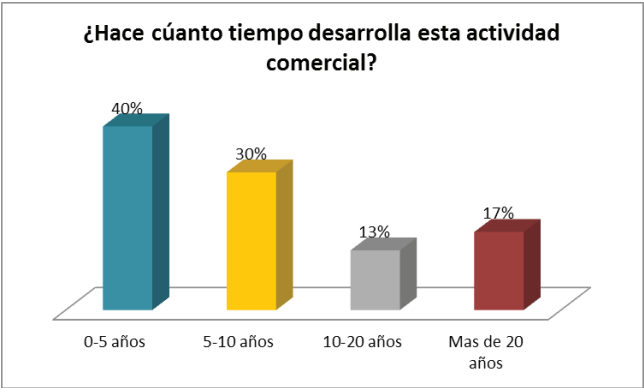
Población almacenes de venta de electrodomésticos Tunja	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
35	27	30
100%	77%	86%

Fuente: Autores

Tabla No. 114. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 anos	10-20 años	Más de 20 años
12	9	4	5
40%	30%	13%	17%

Fuente: Autores



Gráfica 24.
Fuente: Autores

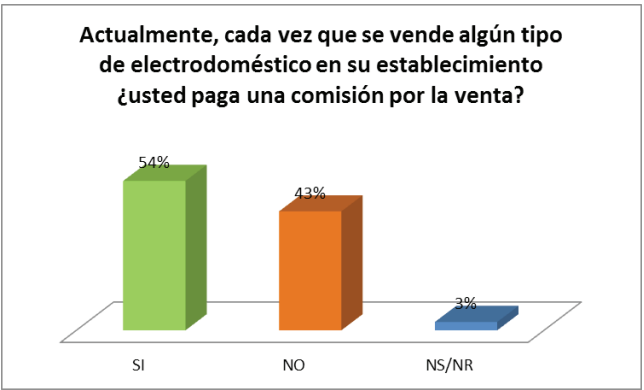
En Tunja, un 40% de los establecimientos lleva menos de 5 años vendiendo electrodomésticos, el 30% está vendiendo el producto entre cinco y diez años, otro 13,3% de los almacenes tiene entre 10 y 20 años de antigüedad y el otro 17% de éstos hace más de veinte años comercializa electrodomésticos.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 115. Actualmente, cada vez que se vende algún tipo de electrodoméstico en su establecimiento ¿usted paga una comisión por la venta?

SÍ	NO	NS/NR
16	13	1
53%	43%	3%

Fuente: Autores



Gráfica 25.
Fuente: Autores

En Tunja, un 54% de los establecimientos que venden electrodomésticos dijeron que sí se paga una comisión por la venta por cada electrodoméstico vendido, un 43% dijo que no se paga la comisión y el porcentaje restante (3%) no respondió. La práctica del pago de comisión por venta de electrodomésticos en la ciudad de Tunja no debería considerarse costumbre mercantil, pues no es general, el 54% de encuestados la realiza y aunque es la mayoría, no cumple el criterio de por lo nos el 70%.

16. Pago de comisión por venta de un electrodoméstico en la ciudad de moniquirá

Tabla No. 116. Población para cada actividad comercial

Población almacenes de venta de electrodomésticos Moniquirá	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
5	5	5
100%	100%	100%

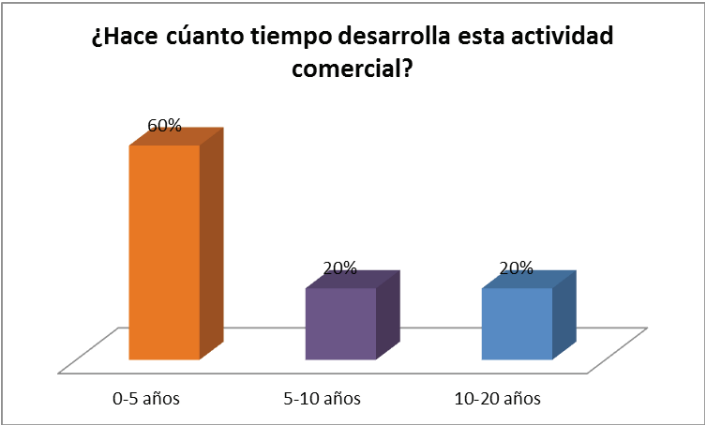
Fuente: Autores

96

Tabla No. 117. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla esta actividad comercial?

0-5 años	5-10 años	10-20 años	Más de 20 años
3	1	1	0
60%	20%	20%	0

Fuente: Autores



Gráfica 25.
Fuente: Autores

En Moniquirá, un 60% de los almacenes donde se comercializan electrodomésticos tiene menos de cinco años de antigüedad, un 20% de éstos lleva entre cinco y diez años vendiendo estos productos y otro 20% lleva entre 10 y 20 años comercializando electrodomésticos.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 118. Actualmente, cada vez que se vende algún tipo de electrodoméstico en su establecimiento ¿usted paga una comisión por la venta?

SÍ	NO	NS/NR
3	2	1
60%	40%	0

Fuente: Autores

El 60% de los establecimientos que venden electrodomésticos dijeron que sí se pagan una comisión por la venta y 40% dijo que no se paga la comisión. La práctica del pago de comisión por venta de electrodomésticos en la ciudad de Moniquirá entonces la práctica no puede ser considerada como costumbre mercantil, pues no es general, sólo el 60% de la población la realiza.

97

17. Pago de comisión por venta de un electrodoméstico en la ciudad de chiquinquirá

Tabla No. 119. Población para cada actividad comercial

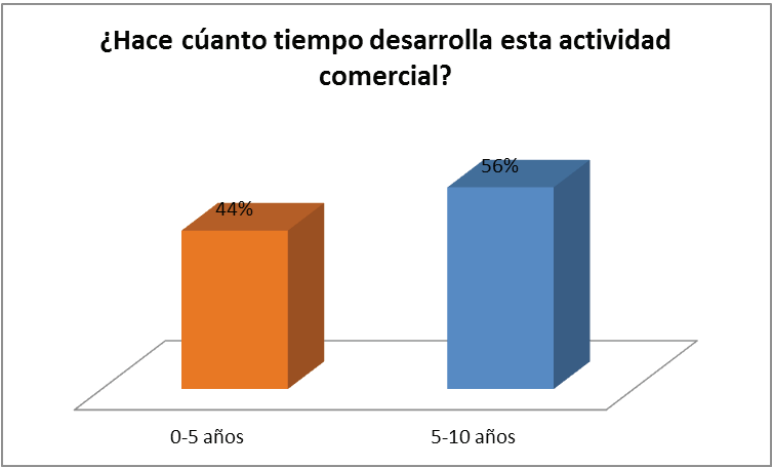
Población almacenes de venta de electrodomésticos Chiquinquirá	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
9	8,4	9
100%	100%	100%

Fuente: Autores

Tabla No. 120. ¿Hace cuánto tiempo desarrolla la actividad comercial?

MENOS DE 5 AÑOS	DE 5 A 10 AÑOS	DE 10 A 20 AÑOS	MÁS DE 20 AÑOS
4	5	0	0
44%	56%	0	0

Fuente: Autores



Gráfica 26.
Fuente: Autores

En Chiquinquirá, el 44,4% de los establecimientos que venden electrodomésticos llevan menos de cinco años en el mercado y el 55,6% lleva entre cinco y diez años. Es decir, que ninguno de los almacenes que se dedican a esta actividad tiene más 10 años vendiendo.

- Generalidad y uniformidad

Tabla No. 121. Actualmente, cada vez que se vende algún tipo de electrodoméstico en su establecimiento ¿usted paga una comisión por la venta?

SÍ	NO	NS/NR
9	0	0
100%	0	0

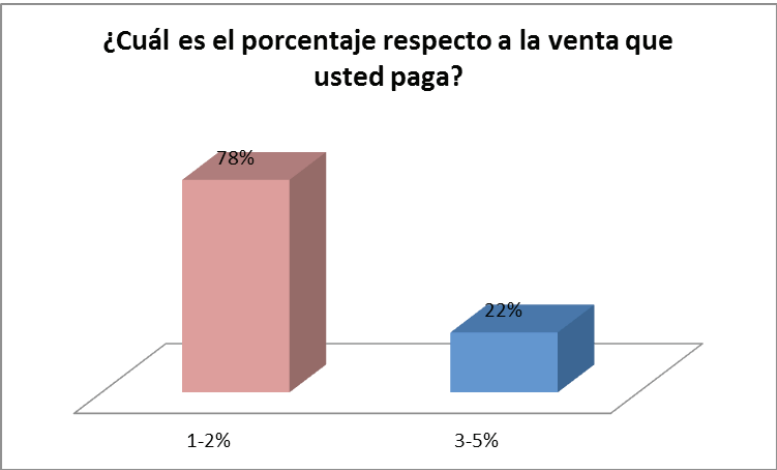
Fuente: Autores

En Chiquinquirá quienes venden electrodomésticos, todos consideran que cada vez que se vende un electrodoméstico en el establecimiento se paga una comisión por la venta del mismo. La práctica comercial es general y uniforme.

Tabla No. 122. ¿Cuál es el porcentaje respecto a la venta que usted paga?

1-2%%	3-5%
7	2
78%	22%

Fuente: Autores



Gráfica 26.

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, un 78% de los comerciantes con electrodomésticos pagan una comisión que está entre el uno y dos por ciento respecto a la venta de cada electrodoméstico vendido y otro 22% paga entre tres y cinco por ciento. La práctica es uniforme, más del 70% para comisión por venta de electrodoméstico.

- Vigencia y reiteración

Tabla No. 123. ¿Hace cuánto tiene esta costumbre?

0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	9
0	0%	100%

Fuente: Autores

El ciento por ciento de los establecimientos respondió que hace más de un año se tiene la costumbre de pagar una comisión por cada electrodoméstico que se vende en el establecimiento. La práctica mercantil es general, la realizan todos los establecimientos y además vigente.

Tabla No. 124. ¿En todos los eventos a la pregunta inicial, Usted presenta el mismo comportamiento?

SI	NO	NS/NR
6	0	3
67%	0%	33%

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, en un 66,7% de los establecimientos manifiestan que presentan el mismo comportamiento con respecto al pago de comisiones por la venta de electrodomésticos dentro del establecimiento, mientras que un 33,3% no supo o no respondió. La práctica es vigente, no ocasional y general.

Tabla No. 125. ¿Con qué frecuencia actúa en la forma descrita en la pregunta inicial?

SIEMPRE	A VECES	NUNCA
9	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

En Chiquinquirá, en el 100% de los almacenes donde se comercializan electrodomésticos siempre pagan una comisión por la venta de éstos. La práctica mercantil es reiterada y vigente.

- Obligatoriedad

Tabla No. 126. ¿Cree usted que es obligatorio para todos los establecimientos dedicados a la venta de electrodomésticos pagar la comisión por ventas?

SÍ	NO	N/R
6	3	0
67%	33%	0

Fuente: Autores

El 67% cree que es obligatorio para todos los establecimientos que comercializan electrodomésticos el pago de una comisión por las ventas, mientras que el 33,3% asegura que no es obligatorio.

- Publicidad

Tabla No. 127. ¿Cree usted que la manera de actuar descrita en la pregunta inicial es conocida y practicada al interior del sector al cual usted pertenece?

SI	NO	NS/NR
9	0	0
100%	0	0

Fuente: Autores

Todos los encuestados coinciden en que el pago de comisiones por concepto de la venta de electrodomésticos en los almacenes que los comercializan es conocido y practicado al interior del sector que pertenece. La práctica es pública.

Tabla No. 128. Criterios de evauación

CRITERIO	PREGUNTAS	PORCENTAJE AFIRMATIVO	PORCENTAJE D E
Generalidad	Pregunta 2	100%	REFERENCIA 70%
Uniformidad	Pregunta 3 Pregunta 2	78% 100%	70%
Vigencia	Pregunta 3 Pregunta 4	78% 100%	70%
	Pregunta 5	67%	
Reiteración	Pregunta 6 Pregunta 4	100% 100%	70%
	Pregunta 5	67%	
Obligatoriedad	Pregunta 6 Pregunta 7	100% 67%	70%
Publicidad	Pregunta 8	100%	70%

Fuente: Autores

Se puede verificar que cumple con los requisitos de generalidad, uniformidad, y publicidad, sin embargo, no cumple con los requisitos de vigencia, reiteración y obligatoriedad, ya que estos no alcanzan el porcentaje mínimo del 70% para considerar como costumbre mercantil el pago de una comisión por la venta de electrodomésticos en la ciudad de Chiquinquirá.

Epígrafe

La costumbre es la expresión de las prácticas reiteradas y uniformes que se dan durante un periodo más o menos largo. Dichas prácticas con el pasar del tiempo van adquiriendo tal fuerza que constituye ley para las partes, ley que a pesar de no encontrarse positivizada, tiene la facultad de regular las relaciones entre las personas. En materia mercantil, la costumbre adquiere tal importancia que la misma es fuente principal de derecho, debido a que en el mundo de los comerciantes se ejecutan muchas prácticas que el derecho, (entendido este como leyes, códigos o reglamentaciones escritas y emitidas por un órgano competente) no ha recogido y regulado, pero que pese a ello tienen fuerza vinculante en los sectores económicos donde ellas se dan.

Todas aquellas prácticas y hechos constitutivos de la costumbre mercantil deben ser recogidas, analizadas y certificada por el órgano competente, pues una vez se cumple con dicho trámite, se obtiene como resultado una norma, que será vinculante en determinada jurisdicción y sector económico. De alguna u otra forma se trata de positivizar las prácticas mercantiles que sean públicas uniformes, reiteradas, vigentes y que no sean contrarias a la ley.

La necesidad de realizar un análisis de las prácticas que se dan entre comerciantes en determinados sectores económicos para verificar si las mismas constituyen o no costumbre mercantil, es imperante, pues además de ser una obligación impuesta por ley a las Cámaras de Comercio, la costumbre mercantil puede ser invocada para cumplir con las funciones de interpretar, integrar y colmar vacíos normativos y contractuales.

El estudio que se realizó permitió validar las costumbres que la Cámara de Comercio de Tunja se encuentra certificando, y determinar si otras prácticas constituyen o no costumbre mercantil. Como resultados del estudio realizado se pudo establecer que son costumbres mercantiles las siguientes prácticas: el cobro de una comisión por concepto de arrendamiento de un inmueble en la ciudad de Tunja, el cobro de una comisión por concepto de la venta de un inmueble en las ciudades de Tunja y Moniquirá, el cobro de una comisión por concepto de la venta de un vehículo en Tunja, la realización de una prueba por parte del futuro comprador, al vehículo antes de ser comprado, en la ciudad de Tunja, la realización de un peritaje al vehículo antes de ser comprado, por parte del comprador y en un sitio diferente al de la compraventa, en la ciudad de Tunja, el pago de una comisión por concepto de la venta de lotería en la ciudad de Tunja, el pago de una comisión por concepto de la venta de Chance en las ciudades de Tunja, Moniquirá, Chiquinquirá y Villa de Leyva.

El estudio también mostró que no constituyen costumbre mercantil las siguientes prácticas: el pago de una comisión por referir o llevar clientes a hoteles en las ciudades de Tunja, Villa de Leyva y Chiquinquirá y el pago de una comisión por la venta de electrodomésticos en las ciudades antes mencionadas.

Dentro del estudio realizado se pudo verificar que ciertas prácticas mercantiles siguen siendo costumbre mercantil, sin embargo, algunas como el pago de comisión por la venta de electrodomésticos no es costumbre mercantil, de manera que no puede ser certificada ni invocada como tal.

Como tarea necesaria, se requiere la elaboración de estudios del tipo realizado, ya que a través de ellos se permite verificar que prácticas comerciales son constitutivas de costumbre y cuales no lo son. Atendiendo a que las prácticas son cambiantes en el tiempo, se requiere que dichos estudios sean permanentes, y que se indague acerca de otras prácticas realizadas en el mundo de los comerciantes que pueden llegar a tener el carácter de costumbre mercantil; se trata de un terreno fértil que debe ser explorado de manera continua y permanente. Siendo función de las Cámaras de Comercio la recolección de la costumbre mercantil de su respectiva jurisdicción y su certificación, se recomienda que las mismas incentiven investigaciones donde se vincule a la empresa y a la academia.

Bibliografía

Abelardo, Torre. Introducción al Derecho, 5ta. Edición. Ed. A-Perrot, 1965. Buenos Aires,

Confecámaras Y Agredo Sarria, Virginia. La costumbre mercantil recopilada por la red de Cámaras de Comercio. Red de Cámaras de Comercio, 2010.

Fonseca, Marco. Ensayo. Las fuentes formales del Derecho Colombiano a partir de la nueva constitución. Revista de Derecho, Universidad del Norte. 1992.

Latorre, Ángel. Introducción al Derecho. España: Editorial Ariel Derecho, 2002

Linares, Vesga Jesús. Curso de Derecho Comercial, parte general., Ed. Ibáñez. Bogotá D.C. Colombia. 2002

Leon, Robayo Edgar Ivan y LÓPEZ, Castro Yira, Derecho Mercantil Consuetudinario. El poder de las prácticas de los agentes económicos, Ed. Legis. Universidad del Rosario- primera edición 2016.

Monroy, Cabra Marco. *Introducción al Derecho*. Santa Fe de Bogotá: Editorial Temis. 1996, p. 136.

Narvaéz, José Ignacio. Introducción al Derecho Mercantil, Ed. Legis, Bogotá, Colombia. Décima Edición 2008.

Pinzón, Gabino. Introducción al *Derecho Comercial*. Bogotá, Editorial Temis, 1985

Roldán, Luis. Curso de Teoría General del Derecho. Editorial Ariel Derecho, 4ta edición, 1994, pág. 163.

Saénz, Arango Germán. La costumbre jurídica y la función que desempeña en el Derecho Comercial, Ed. Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia, 1950

Vasquez, Arminio, Fernando. Derecho mercantil, fundamento e historia. Editorial Porrúa. México, 1977.

JUSRISPRUDENCIA

Sentencia Corte Constitucional, No. C- 284, /2015, trece de mayo de dos mil quince (2015). Expediente D-10455, Magistrado Ponente: Mauricio González Cuervo

Sentencia Corte Constitucional C-083 de 1995. Primero de marzo de mil novecientos noventa y cinco (1995). Expediente D – 665, Magistrado Ponente: Carlos Gaviria Díaz

Sentencia Corte Constitucional, No. C-224 de 1994, cinco de mayo de mil novecientos noventa y cuatro (1994). Expediente D-439, Magistrado Ponente: Jorge Arango Mejía.

Sentencia Corte Constitucional, C- 486 de 1993, veintiocho de octubre de mil novecientos noventa y tres (1993). Expediente D- 244, Magistrado Ponente: Eduardo Cifuentes Muñoz.

Sentencia Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, nueve de febrero de dos mil once (2011). Exp. No. 11001-3103-013-2001-00900-01. Magistrado Ponente: Edgardo Villamil Portilla.

Sentencia Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, 8 de agosto de 2000), Exp. No. 5383). Magistrado Ponente: José Fernando Ramírez Gómez.

LEGISLACIÓN

Código del Comercio, Decreto Ley 410 de 1971

Ley 1564 de 2012. Código General del Proceso.

Decreto 622 de 2000. Por el cual se fija la jurisdicción de las Cámaras de Comercio en todo el territorio nacional

Decreto 1075 de 2005. Decreto Único Reglamentario del sector comercio industria y turismo.

Código Civil español

Código Civil Italiano.

INFOGRAFIA

Código General del Proceso, Aspectos Probatorios. Ulises Canosa Suárez. Jurisuniandes 31 de julio de 2012. Disponible en <http://jurisuniandes2012.blogspot.com/2012/07/11-articulo-pruebas-codigo-general-del.html>

Hernandez, Carlos Arturo. “La costumbre mercantil como fuente del Derecho”. Revista Criterio Jurídico garantista, Universidad Autónoma de Colombia. Año 2 No. 2 enero junio de 2010, Pág. 147. Disponible en http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/derecho/revista_criterio/articulosgarantista2/9carloshernandez.pdf

Fernández, Baquero María - Eva. S.f. La costumbre mercantil como fuente del derecho romano. Disponible en <http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/24816/1/articulo%20cost.pdf>



CONTENIDO

Biografía Autores.....	5
Prólogo	7
Introducción.....	9
Capítulo 1. La Costumbre Mercantil Como Fuente De Derecho	11
1.Concepto De Costumbre.....	11
2. La costumbre en algunas legislaciones europeas	13
2.1. La costumbre como fuente en el Derecho Español	13
2.2. La costumbre como fuente en el Derecho Italiano.	14
3. La Costumbre En Colombia: Marco Constitucional Y Jurisprudencial	15
3.1. La costumbre en materia mercantil	17
3.2. Requisitos	18
3.3. Funciones.....	20
3.4. Clasificación	21
3.5. Prueba de la costumbre mercantil	23
3.6.La costumbre como fuente en otras ramas del derecho.....	26
Capítulo 2. Contrato De Corretaje Y El Contrato De Comisión.....	29
1. El Contrato De Corretaje	29
1.1. Definición del contrato de corretaje y de la persona del corredor	29
1.2. Características del contrato de corretaje	32
1.3.Derechos del corredor.....	33
1.4. Deberes del corredor.....	33
2. El Contrato De Comisión.....	34
2.1. Características del contrato de comisión	35
2.2. Obligaciones de las partes.....	36
Capítulo 3. Análisis De La Información Y Resultados	39
1.Cobro De Comisión Por Arrendamiento De Inmueble En La Ciudad De Tunja	43
2.Cobro De Comisión Por Venta De Inmueble En La Ciudad De Tunja.....	47
3.Cobro de comisión por venta de inmueble en la ciudad de moniquirá.....	50
4.Cobro de comisión por intermediación en venta de automóviles en Tunja.....	54
5.Realización de prueba al vehículo antes de ser comprado en compraventas de vehículos usados en Tunja	59
6.Realización de peritaje al vehículo antes de ser comprado en compraventas de Tunja.....	63
7. Pago de comisión por venta de lotería en la ciudad de Tunja.....	68
8.Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de Tunja.....	73
9. Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de Moniquirá	79
10.Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de villa de leyva	82
11.Pago de comisión por venta de chance en la ciudad de chiquinquirá	86
12.Pago de comisión por referir cliente a hotel en la ciudad de tunja.....	90
13.Pago de comisión referir clientes a hoteles en villa de leyva	92
14.Pago de comisión referir clientes a hoteles en chiquinquirá	93
15.Pago de comisión por venta de un electrodoméstico en la ciudad de tunja.....	94
16.Pago de comisión por venta de un electrodoméstico en la ciudad de moniquirá.....	96
17.Pago de comisión por venta de un electrodoméstico en la ciudad de chiquinquirá.....	97
Epígrafe	102
BIBLIOGRAFÍA.....	103