



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
T U N J A

LA COSTUMBRE MERCANTIL EN LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA



EIMMY LILIANA RODRIGUEZ MORENO
DIANA C. RODRIGUEZ MORENO

**LA COSTUMBRE
MERCANTIL EN
LA JURISDICCION
DE LA CÁMARA
DE COMERCIO DE
TUNJA**

Primera edición, 2018

ISBN: **978-958-5471-01-6**

Corrección de Estilo:

Fray Ángel María Beltrán N., O.P.

Todos los derechos reservados conforme a la ley.
Se permite la reproducción citando fuente.

El pensamiento que se expresa en esta obra, es exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete la ideología de la Universidad Santo Tomás.

Diagramación - Diseño: GRAFILASSER
Editores Impresores
Tel. 7431272 - Tunja

Ediciones Usta
Universidad Santo Tomás Seccional Tunja
2018

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro por cualquier proceso reprográfico o fónico, especialmente por fotocopia, microfilme, offset o mimeógrafo.
Ley 23 de 1982

Contenido

Biografía Autores	5
Prólogo	7
Introducción	9
Capítulo 1. La Costumbre Mercantil Como Fuente De Derecho	11
Capítulo 2. Contrato De Corretaje Y EL Contrato De Comisión	29
Análisis De La Información Y Resultados.....	39
1. Cobro De Comisión Por Arrendamiento De Inmueble En La Ciudad De Tunja	43
Generalidad y uniformidad	43
Vigencia y reiteración	44
Obligatoriedad.....	45
Publicidad	46
2 Cobro De Comisión Por Venta De Inmueble En La Ciudad De Tunja.....	47
Generalidad y uniformidad	47
Vigencia y reiteración	48
Obligatoriedad.....	49
Publicidad	49
3. Cobro de comisión por venta de inmueble en la ciudad de moniquirá.....	50
Epígrafe.....	102
Bibliografía	103

Biografía Autores

EIMMY LILIANA RODRIGUEZ MORENO

Abogada - Universidad Externado De Colombia

Magister En Derecho Programa Derecho Económico – Universidad Externado
De Colombia

Se ha Desempeñado Como Docente De Pregrado Y Posgrado De La

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja Y De La

Universidad Pedagógica Y Tecnológica De Colombia UPTC

Actualmente Se Encuentra Vinculada Como Docente De La Universidad Santo
Tomás Seccional Tunja

5

DIANA C. RODRÍGUEZ MORENO

Administradora De Empresas – Universidad Pedagógica Y Tecnológica De
Colombia Uptc Sede Tunja

Ingeniera De Sistemas -Universidad De Boyacá

Magister En Administración De Empresas – Universidad Nacional De
Colombia

Se Ha Desempeñado Como Docente De Pregrado Y Posgrado De La

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC

Actualmente Se Encuentra Vinculada Como Docente De La Universidad
Pedagógica Y Tecnológica De Colombia Uptc Sede Tunja



Prólogo

Es un gran honor presentar esta obra que acomete aclarar la aplicación de la costumbre en diferentes estadios como fuente del derecho. Este texto será esencial, no solo para los estudiantes universitarios sino para las personas que se desenvuelven dentro del ámbito comercial de las ciudades de Tunja, Villa de Leyva y Chiquinquirá, amparadas, por una institución creada para el apoyo de la labor comercial como lo es la Cámara de Comercio de Tunja; bastión fundamental para la realización de este texto; en donde se establece la costumbre que, desde tiempos memoriables, ha sido fuente del derecho y de la normatividad aplicable en las diferentes áreas del discurrir humano.

La costumbre, desde que se conoce la legislación escrita en los tiempos tan antiguos como el Código de Hamurabi, ha sido el baluarte y la base para crear la legislación aplicada, por cuanto los códigos y las leyes que ha desarrollado la humanidad a través de las diferentes etapas de la historia conocida, no son otra cosa que la aplicación taxativa de la costumbre y, que con este texto, se aspira explicar de una manera sencilla y práctica, aspectos fundamentales de la costumbre en materia mercantil, como pueden ser entre otros, los porcentajes de comisión en los diferentes negocios jurídicos que se desarrollan por parte de los comerciantes de la ciudad de Tunja y la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja.

La investigación conjunta, entre la Universidad Santo Tomás Seccional Tunja y la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC-, liderada por las docentes Eimmy Rodríguez y Diana Rodríguez, arroja como resultado este libro, que facilita la compilación de las costumbres propias de la regiones de Tunja, Villa de Leyva y Chiquinquirá en materia mercantil, así como también orienta a los interesados en estas actividades comerciales y a los estudiantes universitarios, principalmente, para la utilización de las herramientas propias que tiene la Cámara de Comercio para desarrollar la costumbre como fuente del Derecho y de las actuaciones en materia mercantil

Desde tiempos inveterados, las prácticas comerciales se han guiado por la costumbre, y como afirmaba Francisco de Vitoria, O.P., en la búsqueda del bien común, los empresarios y comerciantes llevan a cabo un servicio importante.

Es por esto que, a través de esta investigación, se ha querido darle una visión, no sólo desde el punto de vista teórico – práctico, sino también, mostrar su desarrollo histórico en lo relacionado con la costumbre mercantil.

Enseñaba San Raimundo de Peñafort, que “los caminos de la lealtad son siempre rectos” y precisamente, este texto nos recuerda el escenario social de las transacciones cotidianas, en el que la costumbre se constituye en la fuerza vinculante, reconociendo las prácticas repetitivas como fuente principal de derecho, y que, pese a su tradición, aún no se encuentran reguladas.

Analizar las diferentes prácticas comerciales que surgen en determinadas actividades económicas, permite constatar, si las mismas constituyen o no costumbre mercantil, y, por ende, esta obra servirá de base para el establecimiento de las normas necesarias en la jurisdicción, esclareciendo así los vacíos normativos y o contractuales en materia mercantil.

José Gregorio Hernández Tarazona, O.P.

Introducción

La costumbre es considerada como una de las fuentes principales del derecho en materia mercantil, esto se debe a que el mundo del comercio es dinámico, y en ocasiones las prácticas sociales comunes son las que regulan con mayor rapidez las relaciones entre comerciantes.

El comercio, o mejor las transacciones comerciales han existido desde el mismo momento en que el ser humano aparece y surge la necesidad de intercambio. En la medida en que dichas relaciones se hacen más comunes y uniformes a lo largo del tiempo, aparece el derecho como la institución llamada a regular dichas relaciones; sin embargo, existe una serie de prácticas comunes que se dan en el contexto mercantil que si bien no están positivizadas (al menos en el contexto continental y latinoamericano), si han adquirido el carácter de regla de conducta, norma o ley para los participantes en dicho medio.

Estas “normas” o hechos que permiten dinamizar las transacciones, deben contar con ciertas características para que sean invocados con la misma fuerza de la ley, es decir, para que puedan ser denominadas como una costumbre mercantil y así ser aplicadas sin contravenir la normatividad actual; estas características son: la reiteración, la vigencia, la obligatoriedad, la uniformidad, la generalidad y publicidad dentro del sector económico y jurisdicción en los que se pretenden hacer valer.

El Código de Comercio y el Código General del Proceso establecen diferentes medios a través de los cuales se puede probar la costumbre mercantil, y entre ellos está, el de la certificación hecha por la Cámara de Comercio de la jurisdicción donde se pretende hacer valer la costumbre. En este sentido, las Cámaras de Comercio son las responsables por disposición legal, de la identificación, verificación y certificación de la costumbre mercantil dentro de su jurisdicción. De tal manera, que una vez que la Cámara de Comercio recoge la costumbre y la certifica, nos encontramos frente a la creación de una norma que tiene fuerza de ley para las partes que realizan transacciones dentro de un determinado sector económico.

Poder verificar si las costumbres mercantiles que certifica la Cámara de Comercio de Tunja dentro de su jurisdicción aún se encuentran vigentes, es una pruridad de investigación, ello atendiendo a que son los comerciantes los que en sus transacciones día a día crean nuevas reglas de conducta o las derogan, así muchas prácticas que años atrás eran constitutivas de costumbre mercantil, hoy no lo son. Las costumbres mercantiles que se validaron fueron: el cobro de una comisión por concepto de arrendamiento de un inmueble, cobro de una comisión por concepto de la venta de un inmueble, cobro de una comisión por concepto de la venta de un vehículo, la realización de una prueba por parte del

comprador, al vehículo antes de ser comprado, la realización de un peritaje por parte del comprador en un sitio diferente al de la compraventa, al vehículo antes de ser comprado, cobro de una comisión por la venta de electrodomésticos y cobro de una comisión por concepto de la venta de lotería.

El presente texto es fruto del trabajo conjunto del Grupo de Investigaciones Socio-jurídicas perteneciente a la Facultad de Derecho de la Universidad Santo Tomás seccional Tunja y del Grupo de Investigaciones INNTEC de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UPTC. También se reconoce la colaboración de la Cámara de Comercio de Tunja, para la entrega de la información registrada de los comerciantes y establecimientos de comercio. Como insumo adicional se analiza la práctica consistente en el cobro de comisión por referir o llevar clientes a hoteles en las ciudades de Tunja, Villa de Leyva y Chiquinquirá, todas ciudades pertenecientes a la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Tunja.

Capítulo 1.

La Costumbre Mercantil

Como Fuente De Derecho

Desde los comienzos de la humanidad se ha producido un intercambio de bienes atendiendo a la naturaleza social del hombre y al hecho de suplir sus necesidades de alimentación, vestido, hogar, entre otros. Es con este intercambio de bienes que surge el comercio, así como el dinero, este último, como elemento representativo de valor que facilita las transacciones comerciales. En este escenario social, existen una serie de reglas que si bien no han sido establecidas por el Estado o por un ente determinado instituido para tal labor, tienen fuerza vinculante entre las personas que ejecutan ciertas prácticas mercantiles¹. Esta fuerza vinculante u obligatoriedad es dada por el uso repetitivo y uniforme de ciertas prácticas durante un periodo más o menos largo y en un espacio determinado, y es cuando uno de los individuos que hacen parte de ese territorio o un conglomerado de ellos, conoce la existencia de dicha práctica, su constancia en el tiempo y su aplicación como elemento regulatorio que dichas prácticas adquieren un carácter público y vinculante².

11

Esos usos o prácticas reiteradas son las que constituyen costumbres que a pesar de encontrarse por fuera de la ley, al no estar positivizadas, al menos en el contexto de derecho continental, hacen parte del ordenamiento jurídico.

1. Concepto De Costumbre

La influencia de la costumbre en nuestro derecho positivo es innegable, pues es el conjunto de usos repetidos y aceptados por la colectividad, los que, a través de la historia de las diferentes culturas, se van convirtiendo en normas de conducta de carácter obligatorio y que debido a ello son acogidas por los diferentes

1 “La forma originaria de la existencia humana es la social, esta vida en agrupaciones sociales supone, aunque sea de modo primario, una convivencia regulada por normas” (Monroy 1996, pág. 136).

2 “Si quienes actúan en el mercado convierten una conducta en una práctica, ella seguramente será el producto de una depuración de decisiones que se convierten luego en un modelo adecuado de la regulación de los negocios. Una costumbre es entonces el producto de actos deliberados y consientes que terminan por alcanzar la generalización” (León, 2016, Pág.18).

ordenamientos jurídicos. Por tal razón, la costumbre aparece como un elemento originario de la legislación escrita existente. Como fuente del derecho positivo ha sido estudiada desde sus orígenes por la doctrina jurídica y es gracias a ella de donde se pueden extraer algunos conceptos:

Según Marco Tulio Cicerón “Es el que el uso antiguo ha hecho obligatorio por la voluntad de todos sin la intervención de la ley escrita” (Sáenz, 1950. Pág. 18). Abelardo Torre la denomina como “Conjunto de normas jurídicas derivadas de la repetición más o menos constante de actos uniformes” (Torre, 1965. Pág. 312). Para Martínez Roldan “Las costumbres jurídicas son repeticiones uniformes y generalizadas de un determinado comportamiento, pero además dicho comportamiento se vive y acepta como algo obligatorio” (Martínez, 1994, Pág. 163). En Jesús Linares “La costumbre puede definirse como la repetición de hechos o actos, de manera constante y uniforme en un territorio determinado que termina aceptando tales actos o hechos con carácter de obligatoriedad” (Linares, 2001. Pág. 40) Para Narváez “El vocablo costumbre implica una regla de conducta configurada durante un lapso más o menos largo en que los hechos constitutivos de la misma fueron adquiriendo notoriedad, hasta ser demostrativos de aceptación general” (Narváez, 2008, Pág. 107).

Atendiendo a los conceptos anteriores, se puede definir la costumbre como aquellos hechos que son repetitivos, uniformes y públicos en un espacio geográfico determinado y que se han dado en un periodo de tiempo largo, y que, pese a no estar regulados por la ley positiva, adquieren la connotación de obligatorios.

Es en materia comercial (mercantil) donde la costumbre tiene una importancia trascendental, al punto de ser considerada la “fuente directa más antigua del derecho mercantil” (Narváez, 2008, Pág. 104). Existiendo la actividad mercantil desde comienzos de nuestra civilización, y siendo la misma, necesaria para cumplir con los fines económicos de toda sociedad, es natural que existan una serie de prácticas o actos que provienen del criterio de mercantilidad y que se han ejecutado en determinado territorio de manera uniforme, pública y reiterada, por un periodo más o menos largo, convirtiéndose así en costumbre mercantil.

Cabe resaltar que es la costumbre mercantil la que permite evolucionar el derecho positivo en la materia, ya sea al ser sistematizada en códigos y leyes mercantiles, o sirviendo como fuente formal del derecho ante la ausencia de ley positiva, pues es ésta la que refleja el escenario comercial, el sin número de transacciones que se realizan a diario en el mundo comercial, el cual se encuentra en constante movimiento y evolución.

2. La costumbre en algunas legislaciones europeas

Los primeros referentes de la existencia y utilización de la costumbre como fuente del derecho aparecen en Roma³, siendo fuente principal del derecho privado. Durante la edad media y el renacimiento su utilización fue generalizada en Europa, prolongándose hasta finales del siglo XVIII, momento en el que inician las codificaciones propias del sistema continental europeo de corte romano germano, donde los más representativos son el español, el italiano y el colombiano⁴. Pese a que la ley es entendida como fuente principal de derecho en los mencionados ordenamientos jurídicos, la costumbre también cumple un papel importante en los mismos, como fuente de derecho.

2.1. La costumbre como fuente en el Derecho Español

En la legislación española, la costumbre constituye fuente de derecho, y será aplicable en el caso en el cual no haya ley aplicable, y siempre y cuando, no contraríen la moral o el orden público. De igual forma se le da valor de costumbre a aquellos usos jurídicos que no sean simplemente interpretativos de una declaración de voluntad. Al respecto el artículo primero del Código Civil español:

“1. Las fuentes del ordenamiento jurídico español son la ley, la costumbre y los principios generales del derecho. 2. Carecerán de validez las disposiciones que contradigan otra de rango superior. 3. La costumbre sólo regirá en defecto de ley aplicable, siempre que no sea contraria a la moral o al orden público y que resulte probada. Los usos jurídicos que no sean meramente interpretativos de una declaración de voluntad tendrán la consideración de costumbre. 4. Los principios generales del derecho se aplicarán en defecto de ley o costumbre, sin perjuicio de su carácter informador del ordenamiento jurídico 5. Las normas jurídicas contenidas en los tratados internacionales no serán de aplicación directa en España en tanto no hayan pasado a formar parte del ordenamiento interno mediante su publicación íntegra en el “Boletín Oficial del Estado”. 6. La jurisprudencia complementará el ordenamiento jurídico con la doctrina que, de modo reiterado, establezca el Tribunal Supremo al interpretar y aplicar la ley, la costumbre y los principios generales del derecho.”

3 La costumbre denominada *Ius non scriptum* *Ius non scriptum*, fue fuente principal del derecho romano desde los inicios del imperio (siglo VIII A.C.) hasta finales del siglo I A.C. (Fernández s, f)

4 Tomado del artículo denominado “La costumbre mercantil como fuente del Derecho” (Hernández 2010)

Como se puede observar la costumbre en el Código Civil español tiene la jerarquía de fuente complementaria, al igual que los principios generales del derecho, mientras que la jurisprudencia y la doctrina tienen el carácter de fuente aclaratoria, siendo la ley la fuente principal del ordenamiento jurídico.

Adicional al mencionado apartado, el artículo 1287 establece “*el uso o la costumbre del país se tendrá en cuenta para interpretar las ambigüedades de los contratos, supliendo en esto la omisión de las cláusulas que de ordinario suelen establecerse*”. Al tenor de dicho artículo el legislador español le está otorgando a la costumbre una función interpretativa y supletiva, al establecer que la misma servirá para interpretar aquellos aspectos contractuales que no sean claros u oscuros, mientras que la función supletiva aparece en caso en el cual haya vacíos en las cláusulas de los contratos o inexistiendo las mismas. Como se verá más adelante, éste será el direccionamiento que encontraremos en la legislación colombiana.

2.2. La costumbre como fuente en el Derecho Italiano

El código Civil Italiano establece en sus artículos primero y octavo, el uso y la costumbre como fuentes del Derecho de la siguiente manera:

Artículo 1⁵. Son fuentes del derecho: 1) La ley, 2) Los reglamentos, (...), 4) Los usos. Artículo 8⁶. En las materias reguladas por las leyes y por los reglamentos los usos tienen eficacia solo en cuanto a ellos e hace referencia”

Las fuentes del derecho civil italiano tienen el siguiente orden jerárquico:

1. La ley (como fuente primaria)
2. Los reglamentos (como fuente secundaria)
3. El uso y la costumbre
4. La equidad
5. Los principios generales del derecho
6. La jurisprudencia

La costumbre que es admitida en el ordenamiento jurídico italiano es la *secundum legem* y la *praeter legem*. La primera tiene una función integradora, es decir sirve para completar el contenido de la ley o los reglamentos; la siguiente,

5 Art. 1 Código Civil Italiano. “Indicazione delle fonti. Sono fonti del diritto: 1) le leggi (Cost. 70 e seguenti, 117, 138; prel. Cod. Civ. 2, 10 e seguenti); 2) i regolamenti (prel. Cod. Civ. 3 e seguenti); 3) (*) 4) gli usi (prel. Cod. Civ. 8 e seguenti)”.

6 Art. 8 Código Civil Italiano. “Usi Nelle materie regolate dalle leggi e dai regolamenti gli usi hanno efficacia solo in quanto sono da essi richiamati (Cod. Nav. 1)”.

va más allá colmando los vacíos legales o reglamentarios. “En este caso, la costumbre constituye una fuente paralela y, en cierto modo, equivalente a la ley, en el sentido de que las normas así producidas no pueden ser modificadas por otras fuentes secundarias sin fuerza de ley”⁷

3. La Costumbre En Colombia: Marco Constitucional Y Jurisprudencial

El primer antecedente normativo que se analiza es la Ley 153 de 1887, la cual en su artículo 13 establece “*La costumbre, siendo general y conforme con la moral cristiana, constituye derecho a falta de legislación positiva*”. Es este artículo se le está dando a la costumbre una función supletiva frente a la ausencia de norma escrita, siempre que cumpla con los requisitos dados en el mismo artículo, es decir que la costumbre sea general y este de acuerdo a la “moral cristiana”, que hoy debe entenderse como “moral general” o “moral social”, tal como lo estableció la Corte Constitucional en Sentencia C-224 de 1994. En esta sentencia la Corte también se pronuncia sobre el valor de la costumbre *praeter legem* y *secundum legeem*, de la siguiente manera:

*“Lo dicho hasta ahora permite afirmar que el artículo 13 de la ley 153 de 1887 en cuanto que reconoce fuerza de ley a la costumbre **praeter legem**, no es contraria a la Constitución. Y con mayor razón puede decirse que la costumbre **secundum legem** se ajusta a la Constitución, porque en este caso su fuerza proviene de la propia ley que se remite a ella. Es lo que sucede, por ejemplo, en los artículos tercero (3) y noveno (9) del Código de Comercio que ya la Corte Constitucional declaró exequibles en la sentencia C- 486, citada, en tratándose de la costumbre **secunum legem**, la propia ley se completa con la costumbre a la que se refiere, como si formara un todo con ella”.*

15

En cuanto a la Constitución Política de 1991, el artículo 230 no habla de la costumbre, más sí de otras fuentes del derecho, al respecto: “*Los jueces en sus providencias solo están sometidos al imperio de la Ley. La equidad, la jurisprudencia, los principios generales del derecho y la doctrina son criterios auxiliares de la actividad judicial*”. Atendiendo a la voluntad del constituyente se podría afirmar que la ley es entendida como la única fuente principal de derecho, mientras que las demás mencionadas en el artículo 230, es decir la equidad, la jurisprudencia, los principios generales del derecho y la doctrina, como las fuentes auxiliares, excluyendo así a la costumbre como fuente principal y auxiliar del derecho.

7 Tomado de la Red Judicial Europea en materia Civil y Mercantil. Disponible en http://ec.europa.eu/civiljustice/legal_order/legal_order_ita_es.htm#1.3.

Sin embargo, el problema de la ausencia de la costumbre como fuente del derecho en la Constitución Política de 1991, es solucionada por la jurisprudencia y la doctrina. La Corte Constitucional en Sentencia C- 486 de 1993, donde se resuelve la demanda de constitucionalidad de los artículos tercero (3) a noveno (9) del Código de Comercio, los cuales otorgan a la costumbre la misma autoridad de la ley, por la presunta vulneración del mencionado artículo 230 de la Constitución, se pronunció de la siguiente forma:

“La invocación que la ley hace de la costumbre reafirma su pertenencia al sistema jurídico y su naturaleza normativa. La costumbre se mantiene como fuente de derecho y aporta al sistema jurídico flexibilidad y efectividad. Entre la ley y la costumbre justamente se ha observado la existencia de una relación dialéctica que es indisociable del fenómeno jurídico”.

La Corte Constitucional en sentencia C-083 de 1995, también se pronuncia acerca de la costumbre, al resolver la demanda de inconstitucionalidad de los artículos octavo (8) y trece (13) de la ley 153 de 1887, por presunta violación del artículo 230 de la Constitución. En este caso la Corte se pronuncia sobre la constitucionalidad del artículo octavo (8) de la ley 153, pues respecto del artículo trece (13) afirma que no hay nada que discutir debido a que mediante sentencia C- 224 de 1994 se declaró la exequibilidad de la norma, haciendo dicha decisión tránsito a cosa juzgada. Sin embargo, la Corte reafirmó el criterio acerca de la función normativa de la costumbre al establecer:

“Esta pues vigente en nuestro derecho la costumbre preater legem como fuente formal subsidiaria y elemento integrador del ordenamiento. El juez que acude a ella, a falta de legislación, funda también su fallo en el derecho positivo, pero esta vez en una norma de carácter consuetudinario”.

Se puede afirmar entonces que aunque en la Constitución Política no se encuentre contemplada la costumbre como “criterio auxiliar de la actividad judicial” esta puede ser invocada⁸, pues la Corte Constitucional ha dejado claro que la misma es una fuente de derecho legítima y que los jueces deben acudir a ella ante la ausencia de ley, por hacer la misma parte del ordenamiento jurídico⁹.

8 “(...) el hecho de no haber contemplado en la norma constitucional de 1991 a la costumbre como una fuente del derecho, no implica que ésta haya dejado de serlo, en tanto que la misma continuará siendo la fuente formal del derecho en la medida que la Ley no disponga lo contrario”. Fonseca (1992).

9 “La costumbre, elemento imprescindible de la cultura de un pueblo – inclusive, tejido conjuntivo necesario para la Constitución de una Nación –, puede tener relevancia en el mundo del derecho y dar lugar a reglas de comportamiento que tengan la connotación de normas jurídicas y de conformar, por lo tanto, el ordenamiento jurídico”. Sentencia C- 486 de 1993.

Más adelante en sentencia C- 284 de 2015 la Corte Constitucional armoniza aún más el concepto de costumbre y resalta su importancia como fuente de derecho positivo, sin considerarla ley, pero sí como una fuente de regulación que integra el derecho colombiano positivo.

3.1. La costumbre en materia mercantil

El Código de Comercio establece que la ley es la fuente de derecho por excelencia. Sin embargo, es en sus mismas disposiciones donde se establece otras fuentes que pueden ser utilizadas para resolver las controversias entre los comerciantes o las diferencias frente a los asuntos de carácter mercantil. En el artículo primero, se establece la prevalencia de las disposiciones de la ley comercial y en aquellos asuntos que no se encuentren *regulados expresamente* por ella, se resolverán por *analogía de sus normas*.

En el artículo segundo se establece como fuente del derecho mercantil a aplicar las disposiciones contenidas en el Código Civil, siempre y cuando las *cuestiones comerciales* no puedan regular por la ley comercial y por analogía de sus normas. En el tercer artículo del Código de Comercio se invoca la costumbre mercantil como fuente del derecho, siempre y cuando los hechos constitutivos de la misma cumplan ciertos requisitos. Al respecto anota:

“La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contrarie manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella. (...)”

Antes de analizar dichos elementos cabe resaltar que la función que cumple la costumbre como fuente del derecho mercantil está subordinada a la ley ya sea de manera directa o indirecta a través de la analogía¹⁰. Esto significa que en los casos o situaciones que se encuentran regulados expresamente por la ley se les aplica dicha ley, sin que exista la posibilidad de aplicar la costumbre, igual circunstancia se dará en aquellos casos que no se encuentran regulados expresamente, pero que le son aplicadas las normas comerciales atendiendo a que las mismas han sido aplicada en casos similares, esto significa que prevalece la analogía sobre la costumbre.

10 “La analogía es la aplicación de la ley a situaciones no contempladas expresamente en ella, pero que sólo difieren de las que sí lo están en aspectos jurídicamente irrelevantes, es decir, ajenos a aquéllos que explican y fundamentan la ratio juris o razón de ser de la norma. La consagración positiva de la analogía halla su justificación en el principio de igualdad, base a la vez de la justicia, pues, en función de ésta, los seres y las situaciones iguales deben recibir un tratamiento igual”. (Sentencia No. C-083/95).

Adicional a ello, el mismo Código de Comercio (artículo 2) como se mencionó, establece como fuente a aplicar en ausencia de ley expresa o del uso de la analogía, la aplicación de la ley civil, siempre y cuando la primera invoque expresamente esta última¹¹, aún por encima de la costumbre. Pero no solo la ley civil se aplica con preferencia a la costumbre, sino que al tenor del artículo 4 del Código de Comercio, las estipulaciones pactadas por las partes en los *contratos válidamente celebrados se* también se prefieren frente a *las normas legales supletivas y a las costumbres mercantiles*.

Es entonces frente a la existencia de un verdadero vacío normativo en materia comercial donde se acude a la costumbre mercantil, como fuente original que da vida al derecho mercantil. La ley comercial escrita como prevalece en nuestro sistema colombiano no refleja el dinamismo y la constante evolución de la vida comercial, es por ello que la costumbre aparece como el “derecho vivo” al que se debe recurrir como fuente del derecho, siempre y cuando la misma no sea contraria a la ley y que los hechos constitutivos de costumbre sean públicos, uniformes y reiterados.

3.1. Requisitos

Al tenor del artículo 3 del Código de Comercio, los hechos que constituyen la costumbre deben cumplir con los siguientes requisitos: **La publicidad:** exige que los hechos sean conocidos socialmente en determinado territorio, es decir, debe haber una convicción generalizada (al menos del grupo en el cual se realizan), de la existencia de los hechos o prácticas que constituirán la costumbre, y no que se trate de hechos o prácticas observados de manera individual. **La uniformidad:** se refiere a que haya similitud en cuanto a la ejecución de las prácticas o hechos que constituirán la costumbre, es decir, que haya homogeneidad en el actuar de los agentes económicos del sector que realicen determinada práctica. **La reiteración:** significa que los hechos o prácticas son realizadas de manera repetitiva por los agentes o comerciantes de determinado sector económico, en un determinado periodo de tiempo más o menos largo, el cual le permite consolidarse. Esto supone que no debe tratarse de prácticas aisladas, ocasionales o esporádicas.

Siguiendo el artículo 3 ya mencionado, los hechos o prácticas constitutivos de la costumbre mercantil deben cumplir con los tres requisitos anteriores en un lugar determinado, el cual corresponde al territorio o jurisdicción “*donde hayan*

11 Debe entenderse que, si la ley civil no es invocada de manera expresa por un precepto mercantil o en estipulaciones contractuales, la costumbre mercantil se aplicará con preferencia a la ley civil. Como lo afirma Narváez “Sí el legislador le confirió categoría a la costumbre mercantil) de regla supletoria, a falta de norma escrita, tiene la virtud de desplazar y estar por encima de la ley civil. Y en consonancia con la autonomía y especialidad de esta rama del derecho privado patrimonial, es deber del intérprete agotar la norma mercantil antes de acudir a la norma civil”. (Narváez, 2008 Pág. 109).

de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella". Es lógico que, si se va a alegar y a aplicar la costumbre mercantil, esta debe pertenecer al territorio en el cual los agentes económicos de determinado sector dieron origen a sus relaciones o donde deben cumplirse las prestaciones, pues no sería procedente alegar una costumbre mercantil de un territorio extraño.

3.1.1. Condiciones para aplicar la costumbre mercantil como fuente de derecho

Como lo expresa Narváez (2008), la costumbre mercantil requiere de ciertas condiciones para que pueda cumplir con las funciones que le corresponde ante la ausencia de la ley comercial o de las estipulaciones de las partes, estas son:

Que la costumbre mercantil sea **general**: es decir que sea conocida o que exista una conciencia colectiva de su obligatoriedad¹², en un espacio geográfico determinado o por un "conglomerado social donde se ha consolidado" (pág. 108).

Conforme a la moral cristiana: que como se explicó en apartes anteriores, dicha expresión contenida en el artículo 13 de la ley 1t53 de 1887, debe ser entendida como "moral social" o "moral general".¹³

Que no sea **contraria a las normas mercantiles**: de conformidad con el artículo 3 del Código del Comercio, la costumbre mercantil tendrá la misma fuerza de la ley comercial siempre que no la contraria de manera expresa o tácita. Esto supone que frente a la existencia de ley comercial a aplicar de manera directa o a través de la analogía, la costumbre no tiene cabida. De manera que es ante la ausencia de ley a aplicar a un caso determinado que la costumbre mercantil adquiere autoridad.

Que la costumbre mercantil **rige en donde han de cumplirse las prestaciones o donde surgen las relaciones que deban regularse por ella**: como se explicó anteriormente solo se podrá alegar y aplicar la costumbre mercantil en aquel lugar donde se tiene la convicción de su existencia y obligatoriedad.

Que los hechos constitutivos de la costumbre mercantil **sean públicos, uniformes y reiterados**: el cumplimiento de estos requisitos fue revisado en el aparte anterior, sólo hay que añadir que en el momento de aplicar la costumbre mercantil los hechos constitutivos de la misma deben estar vigentes, es decir que vengán siendo practicadas por un término más o menos largo sin interrupciones.

12 "Hablar de costumbre desde el punto de vista jurídico no basta con el simple uso, por expenso y antiguo que sea. Junto a él, es necesaria la conciencia de que ese uso entraña la expresión de una norma obligatoria que ha de imponerse a todos" (Latorre, 2012, Pág. 61).

13 Corte Constitucional en Sentencia C-224 de 1994.

3.2. Funciones

La costumbre mercantil tiene por vocación transformar el derecho mercantil escrito, pues *el reconocimiento de las prácticas mercantiles que cumplan con los requisitos antes mencionados*, permiten que el derecho evolucione en el sentido de que se vaya acomodando a las vicisitudes que se presentan día a día en el escenario de las transacciones. Sin embargo, la costumbre mercantil no puede contrariar la ley, y solo ante la usencia de ésta y de las estipulaciones de las partes adquiere autoridad, es por eso que se le han establecido básicamente tres funciones:

- a. Función interpretativa: consiste en darle sentido a las palabras o frases técnicas que se utilizan en el tráfico jurídico mercantil, de manera que el intérprete debe indagar sobre la intención de las partes al celebrar el negocio jurídico.

Como lo expresa el tratadista Pinzón Gabino, la función **interpretativa** que cumple consiste en:

“...fijar el alcance o el significado de todas esas expresiones que se van generalizando en el mundo de los negocios y que, a falta de definición legal utilizable, han de entenderse como suelen ser entendidas comúnmente en el tráfico mercantil; Y para ayudar a indagar la verdadera intención de las partes que no siempre suelen expresarse en forma adecuada al formular las convenciones o contratos y respecto de las cuales influye las costumbres y hasta las impulsan como una verdadera fuerza de inercia.” (PINZÓN, 1985, Pág. 107).

Esta función es la que el legislador plasmó en el artículo 5 del Código de Comercio y que reza: *“Las costumbres mercantiles servirán, además, para determinar el sentido de las palabras o frases técnicas del comercio y para interpretar los actos y convenios mercantiles”*.

- b. Función integradora: son los mismos preceptos de la ley mercantil los que remiten de manera expresamente a la costumbre, de tal manera que esta última viene a complementar la primera. Al respecto Narváez aclara:

“... cuando la misma ley invoca y eleva a la categoría de preceptos obligatorios las costumbres normativas¹⁴. Son casos determinados por la ley en los cuales la costumbre completa el contenido de la disposición

14 La denominación “Costumbres normativas” hace referencia a un tipo de clasificación según la función que la ley le adjudica a la costumbre, Narváez expresa respecto de las costumbres normativas *“Tienen validez y se acatan por un agregado humano con la convicción de que son normas obligatorias, independientemente de la voluntad de los individuos. 1) Existen y rigen, aunque los contratantes no los tengan en cuenta cuando celebran un negocio jurídico; 2) A falta de norma escrita, se convierten en reglas*

legal. Es lo que acontece, verbigracia, con los artículos 640, 827, 842, 871, 909, 921, 923, ordinal 4º, 933, 935, 977, 1002, 1016, 1050, 1170, 1172, 1217, 1249, 1259, 1264, 1267, 1291, 1297 inc. 2, 1341, 1377, 1661 – entre otros- del Código de Comercio.” (NARVÁEZ, 2008: p. 110).

- c. Función de colar vacíos de la ley: es la de mayor relevancia, pues la costumbre mercantil adquiere autoridad de ley comercial al permitir llenar los vacíos legales o los de las estipulaciones de las partes. En el caso en que no exista norma comercial expresa aplicable de manera directa o por analogía, o en ausencia de estipulaciones contractuales, la costumbre mercantil entra a operar con fuerza regulatoria, fuerza que se deriva del hecho mismo de provenir prácticas públicas, reiteradas y uniformes ejecutadas por los comerciantes de determinado sector económico, que le han dado origen, vida al derecho mercantil.

3.3. Clasificación

La clasificación de la costumbre mercantil atendiendo a criterios como el de: a) territorialidad, es decir el lugar donde ha de aplicarse la costumbre por existir la misma en el lugar donde surgen las obligaciones o deben cumplirse las prestaciones, b) según el contenido, esto es si va de acuerdo a la ley, más allá de la ley o contra la ley, c) según la función que le otorga la ley, que corresponde a la función normativa o interpretativa. Veamos de qué se tratan estas clasificaciones:

a. Según el territorio:

- Costumbre Nacional: es la costumbre que rige en la extensión de un territorio denominado País. Se divide a su vez en Costumbre Local y Costumbre General. La primera hace referencia a la costumbre que se practica y aplica en una región o jurisdicción determinada dentro de un país, mientras que la segunda es la que rige en todo el territorio nacional.

- Costumbre Extranjera: es la que se practica y acata en un país extranjero, ya sea en un territorio o jurisdicción determinada (costumbre local) o en todo el territorio en general (costumbre general).

La costumbre local ya sea nacional o extranjera tienen una eficacia regulatoria superior a la costumbre general, de manera que al momento de aplicar la costumbre mercantil se preferirá la local a la general, es decir, la costumbre

jurídicas que suplen la voluntad de los contratantes, aunque estos ignoren su existencia, y 3) Si el juez las conoce puede aplicarlas de oficio. Y la violación o desconocimiento por el juzgador de instancia de una costumbre normativa, da asidero al recurso extraordinario de casación, pues la primera causal prevista en el estatuto procesal civil consiste en que la sentencia sea violatoria de una norma de derecho sustancial, por falta de aplicación, aplicación indebida o interpretación incorrecta.” (Narváez, 2008).

local tiene una jerarquía superior a la costumbre general que no puede ser desconocida. En cuanto a esta última (costumbre general) debido a que su cobertura desde el punto de vista geográfico es mayor, al punto de corresponder a todo un país, su uso en el ámbito del derecho es en la práctica muy reducido.

- Costumbre internacional: es la practicada por los comerciantes pertenecientes a diferentes países, en las transacciones mercantiles que realizan. En este sentido la costumbre mercantil internacional se extiende a varios países, siendo así observada internacionalmente.

b. Según su contenido:

- Consuetudo Praeter legem – costumbres más allá de la ley: este tipo tiene una función supletoria, pues es aquella que llena los vacíos de la ley comercial escrita. Esto significa que, frente al silencio de la norma mercantil, la costumbre encuentra su asidero para completar la omisión del legislador, sin contradecir la ley.

- Consuetudo Secundum legem – costumbre según la ley: es aquella que está de acuerdo con la ley escrita. La función de ésta es interpretativa pues son los mismos preceptos legales los que la invocan para interpretar o aclarar la ley de manera armónica. Tienen fuerza obligatoria al ser la misma ley la que la invoca.

- Consuetudo Contra legem – costumbre contra la ley: como su nombre lo expresa es aquella que va en contra de la ley mercantil. Se aplica en sentido contrario a lo establecido en los preceptos mercantiles expuestos, ya sea que se limite a la inobservancia de los mismos y establezca una solución diferente a la que contiene la norma, es por tal razón que no es aplicada en Colombia (Sentencia C-224 de 1994).

c. Según la función que le otorga la ley

- Costumbre normativa: como mencionó en el anterior aparte, es de suma importancia, pues tiene fuerza de obligatoriedad al ser la misma practicada (de manera reiterada, uniforme, publica y sin contrariar a la ley) por los comerciantes de un determinado territorio y sector económico, y aplicada en ausencia de ley comercial escrita, convirtiéndose de esta forma en una regla de carácter jurídico que tiene autoridad de ley para las partes.

- Costumbre interpretativa: es aquella que mediante su uso y aplicación permite entender la voluntad de las partes en sus estipulaciones contractuales. De manera que asiente aclarar y comprender las cláusulas ambiguas, así como la intención de los contratantes respecto de la ejecución del contrato. Como lo explica Narváez, las peculiaridades de la costumbre interpretativa son: “1)

Existen si han sido tenidas en cuenta por los contratantes cuando celebraron el negocio jurídico; 2) No crean norma jurídica alguna, pues su alcance consiste en interpretar la voluntad de los contratantes en la respectiva relación, y 3) Es menester comprobarlas por quien las alegue o recurra a ellas” (Narváez, 2008 Pág. 111).

3.4. Prueba de la costumbre mercantil

Los artículos 6, 8 y 9 del Código de Comercio regulaba la forma en la cual la costumbre mercantil nacional, extranjera e internacional, sin embargo, estos artículos fueron derogados por el Código General del Proceso. Pues la ley 1564 de 2012 en el artículo 626 literal c, deroga entre otros los mencionado artículos, en los términos del artículo 627 numeral 6¹⁵. En este sentido las normas que regulan la forma en la cual se prueba la costumbre mercantil están contenidos en los artículos 178 y 179 del Código General del Proceso.

El artículo 178 de la Ley 1564 de 2012 reza “*Los usos y costumbres aplicables conforme a la ley sustancial deberán acreditarse con documentos, copia de decisiones judiciales que demuestren su existencia y vigencia o con un conjunto de testimonios*”. Según este artículo la costumbre mercantil se puede probar a través de prueba documental y prueba testimonial, que en cada caso deberán cumplir unos requisitos especiales por mandato legal, dependiendo de si se trata de probar una costumbre nacional, extranjera o internacional. Sin embargo y gracias a lo establecido en el artículo 179 del Código General del Proceso, tratándose de la costumbre extranjera e internacional, esta también podrá ser acreditada mediante la prueba pericial.

- Prueba de la Costumbre Nacional y Local: esta costumbre al tenor del artículo 179 del Código General del Proceso, se prueba de la siguiente forma:

Prueba documental:

a. Con certificación de la Cámara de Comercio correspondiente al lugar donde rija. Cabe aclarar que de conformidad con el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio, es función de las Cámaras de Comercio recoger la costumbre mercantil de su respectiva jurisdicción y certificarla. Al respecto: **ARTÍCULO 86. FUNCIONES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO.** Las

15 “ Los demás artículos de la presente ley entrarán en vigencia a partir del primero (1o) de enero de dos mil catorce (2014), en forma gradual, en la medida en que se hayan ejecutado los programas de formación de funcionarios y empleados y se disponga de la infraestructura física y tecnológica, del número de despachos judiciales requeridos al día, y de los demás elementos necesarios para el funcionamiento del proceso oral y por audiencias, según lo determine el Consejo Superior de la Judicatura, y en un plazo máximo de tres (3) años, al final del cual esta ley entrará en vigencia en todos los distritos judiciales del país”. Numeral 6 del artículo 627 de la Ley 1564 de 2012

cámaras de comercio ejercerán las siguientes funciones: (...) 5) Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas.

Tratándose de la costumbre local es claro que la Cámara de Comercio a la cual corresponda dicha localidad, por encontrarse dentro de su jurisdicción, es la encargada de recoger y certificar la costumbre mercantil, siendo esta última la prueba de la costumbre local. Sin embargo, tratándose de la costumbre nacional, la entidad que tendrá la posibilidad y obligación de certificarla es Confecámaras, la cual está constituida por las Cámara de Comercio confederadas sirviéndoles de órgano consultivo para unificar el ejercicio de las mismas. En el artículo 96 del Código de Comercio se establece como una de las funciones de Confecámaras “(...) *recopilar las costumbres que tengan carácter nacional*” (...)

b. Con decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia, proferidas dentro de los cinco (5) años anteriores al diferido. Atendiendo a que la expresión “*decisiones*”, se encuentra en plural, debe entenderse que como mínimo son dos las decisiones judiciales que se requieren para probar la costumbre mercantil local y nacional, siempre que las mismas sean definitivas, que aseveren su existencia y que “*hayan sido proferidas dentro de los 5 años anteriores al diferido*”.

Prueba Testimonial:

La costumbre local y nacional podrán probarse con el testimonio de dos (2) comerciantes que se encuentren inscritos en el registro mercantil. Estos comerciantes en su testimonio deben dar cuenta razonada de los hechos y requisitos de los mismos, esto es su uniformidad, publicidad, reiteración, vigencia y no contradicción con la ley comercial. Cabe resaltar que el artículo 6 del Código de Comercio (derogado) establecía que cuando se tratase de probar la costumbre mercantil con testimonios estos deberían corresponder a por lo menos cinco (5) comerciantes inscritos.

- Prueba de la Costumbre Extranjera:

La costumbre extranjera deberá probarse en aquellos casos en los cuales no es posible aplicar la costumbre nacional o local, debido a que las partes en el ejercicio de sus transacciones invocan la costumbre extranjera.

Prueba documental

La existencia de la costumbre extranjera, su vigencia y su alcance se probará mediante certificación que emite el cónsul colombiano en la nación extranjera y en su defecto por la certificación que emite el cónsul de una nación amiga en

dicha nación extranjera, para poder emitir esta certificación deberán previamente obtener una constancia a la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción o de la entidad que cumpla las funciones de Cámara de Comercio, en el caso en que no sea posible obtener dicha constancia por no existir en la nación extranjera estas instituciones, la constancia será expedida por dos (2) abogados del lugar, que sean especialistas en derecho comercial y que tengan reconocida honorabilidad.

Prueba Pericial

Como aporte a los medios probatorios para acreditar la costumbre mercantil extranjera, el Código General del Proceso incluye la prueba pericial, en este sentido el artículo 179 establece en su inciso cuarto (4to) que la costumbre extranjera “(...) También podrá probarse mediante dictamen pericial rendido por persona o institución experta en razón de su conocimiento o experiencia en cuanto a la ley de un país o territorio, con independencia de si está habilitado para actuar como abogado allí”.

- Prueba de la Costumbre Internacional: La adición que realiza el Código General del Proceso respecto de los medios probatorios para acreditar la costumbre que ha sido invocada por las partes de diferentes nacionalidades en sus transacciones comerciales es el de la prueba pericial.

Prueba Documental

Mediante la copia de sentencia o laudo proferido por una autoridad jurisdiccional internacional donde se haya reconocido, interpretado o aplicado la costumbre se podrá acreditar la existencia, vigencia y alcance de la costumbre internacional.

Cabe aclarar, que los documentos expedidos en el en país diferente a Colombia, se deben presentar autenticados por el Cónsul o agente diplomático de Colombia en dicho país y en su defecto el de una nación amiga. Además, si se trata de documentos que se encuentran en idioma diferente al español, pueda ser aportado como prueba deben ser traducidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores, por un intérprete oficial o por un traductor que haya sido designado por el juez. (Canosa, 2012). Vale aclarar que estos trámites deben efectuarse en el caso en el cual se pretenda acreditar la costumbre tanto extranjera como internacional a través de documentos emitidos en el exterior y en otro idioma diferente al español.

Prueba Pericial

La costumbre mercantil internacional como lo establece el inciso final del artículo 179 del Código General del Proceso, se podrá acreditar “*mediante dictamen pericial emitido por persona o institución experta en razón de su conocimiento o experiencia*”.

3.5. La costumbre como fuente en otras ramas del derecho

La costumbre, en otras ramas del derecho, es fuente auxiliar de derecho y en otras ni siquiera es entendida como fuente a diferencia de lo que sucede en materia comercial, pues la costumbre mercantil, es fuente formal en dicha materia. A continuación, se muestra brevemente la función de la costumbre en las ramas tradicionales del derecho, como lo son el derecho civil, el derecho administrativo, el derecho laboral y el derecho penal.

a. La costumbre en el Derecho Civil:

La costumbre como fuente del Derecho Civil se encuentra en los siguientes artículos:

Artículo 8 del Código Civil “*La costumbre en ningún caso tiene fuerza contra la ley. No podrá alegarse el desuso para su inobservancia, ni práctica, por inveterada y general que sea*”.

Artículo 13 ley 153 de 1887 “*La costumbre siendo general y conforme con la moral cristiana, constituye derecho a falta de ley positiva*”.

Realizando una interpretación de las anteriores disposiciones, junto con el ya mencionado artículo 230 de la Constitución Política, la costumbre en materia civil cumple una función supletiva como fuente de derecho, lo que indica que es utilizada en el caso en el cual exista un vacío legal; adicional a ello, debe tratarse de costumbres generales y que estén de conformidad con la moral ya no cristiana sino pública, como se explicó en apartes anteriores.

b. La costumbre en el Derecho Administrativo:

Como lo explica Confecámaras (2010. Pág. 39) en esta rama del derecho la aplicación de la costumbre como fuente del derecho es objeto de discusión por la doctrina, ya que en esta disciplina prevalece la norma escrita por la seguridad jurídica que la misma genera, lo cual no sucedería con las prácticas y usos. La figura que en esta materia funcionaría de forma similar a la costumbre como fuente

de derecho, es el denominado *precedente administrativo*, el cual se encuentra regulado por el artículo 10 de la Ley 1437 de 2011 o Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo de la siguiente forma:

Artículo 10: Deber de aplicación de las normas y la jurisprudencia. Al resolver los asuntos de su competencia, las autoridades aplicarán las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias de manera uniforme a situaciones que tengan los mismos supuestos fácticos y jurídicos. Con este propósito, al adoptar las decisiones de su competencia, deberán tener en cuenta las sentencias de unificación jurisprudencial del Consejo de Estado en las que se interpreten y apliquen dichas normas.”

Sin embargo, para el tratadista Jaime Orlando Santofimio Gamboa, citado por Confecámaras (2010. Pág. 39), en relación con la discusión del proyecto de Ley 1437 de 2011, aclara:

“Definitivamente al indicar en el proyecto en el artículo citado, que para los efectos previstos las autoridades (...) aplicarán las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias de manera uniforme a casos similares (...), puede estar estableciendo un despropósito jurídico en cuanto está incorporando la costumbre, o si se quiere, la simple práctica administrativa como fuente del sistema de derecho positivo aplicable a la administración pública, con claro desconocimiento del principio de legalidad, en la medida en que la simple reiteración de una conducta, como lo ha sostenido la Corte Constitucional, por sí sola no puede ser fuente de nada en este ámbito del derecho positivo. Se trata de una afirmación regresiva y por lo demás, de una visión desconfigurada y confusa, en relación con los progresos de la jurisprudencia constitucional en torno a la figura del recedente, de la seguridad jurídica y del principio de igualdad que debe dominar en toda relación entre la administración y los asociados”.

No es extraño que en materia el derecho administrativo la costumbre entre en contradicción con el principio de legalidad, preponderante en dicha área del derecho, sin embargo en países cuyo sistema jurídico es de origen anglosajón, la costumbre cumple un papel determinante en la mayoría de las áreas del derecho, incluso el administrativo, pues son los usos, las prácticas sociales que se han consolidado a la largo de su historia, la que le ha permitido a los jueces fallar en diferentes caos, constituyéndose así en precedentes judiciales, los cuales se encuentran el primer lugar como fuente de derecho a aplicar en dichos sistemas.

c. La costumbre en el Derecho Laboral:

En materia laboral, la costumbre como fuente del derecho se encuentra en el artículo 19 y del Decreto Ley 2663 de 1950 o Código Sustantivo del Trabajo, de la siguiente forma:

ARTICULO 19. NORMAS DE APLICACION SUPLETORIA. Cuando no haya norma exactamente aplicable al caso controvertido, se aplican las que regulen casos o materias semejantes, los principios que se deriven de este Código, la jurisprudencia, la costumbre o el uso, la doctrina, los Convenios y Recomendaciones adoptados por la Organización y las Conferencias Internacionales del Trabajo, en cuanto no se opongan a las leyes sociales del país, los principios del derecho común que no sean contrarios a los del Derecho del Trabajo, todo dentro de un espíritu de equidad.

Como se puede apreciar en el artículo transcrito, la función que cumple la costumbre en materia laboral es la de fuente auxiliar, en el caso en el que no haya norma que sea aplicable de manera exacta al caso que se controvierte. De manera que, en materia laboral, la norma exactamente aplicable a un caso concreto es la que constituye la fuente principal de derecho, siendo las demás fuentes de aplicación supletoria.

d. La costumbre en el Derecho Penal

En materia penal la costumbre no es fuente de derecho, pues en dicha disciplina la única fuente que se aplica de manera directa, formal, principal e inmediata es la ley. En Colombia, el principio de legalidad implica la aplicación de la ley y en la mencionada disciplina, implica la aplicación de la ley penal, la cual de conformidad con el artículo 29 de la Constitución Política impide la aplicación de otras fuentes del derecho, esto a menos en el contexto del nuestro sistema jurídico de corte continental.

El artículo 29 de la Constitución Política reza: “(...) Nadie podrá ser juzgado sino conforme a las leyes preexistentes al acto que se le imputa, ante juez o tribunal competente y con observancia de la plenitud de las formas propias de cada juicio (...)”. En este sentido a norma a aplicar debe ser clara e inequívoca, de tal manera que el juez pueda aplicarla de manera inmediata al caso concreto según la voluntad del legislador y no a su arbitrio.

Capítulo 2.

Contrato De Corretaje Y El Contrato De Comisión

La importancia de describir los aspectos generales de los contratos de corretaje y de comisión, radica en que entre los sectores y actividades objeto de la presente investigación, las prácticas mercantiles se relacionan o se derivan de la celebración o no de dichos contratos, pues en todos los casos se busca determinar los aspectos relativos al pago o cobro de una “comisión”, que en algunos casos vale hablar de contrato de corretaje y en otros de contrato de comisión.

1.1. El Contrato De Corretaje

La actividad de corretaje se encuentra establecida en el artículo 20 ordinal 8 del Código de Comercio como una de las actividades típicas de carácter mercantil, al respecto:

ARTÍCULO 20. ACTOS, OPERACIONES Y EMPRESAS MERCANTILES-CONCEPTO. Son mercantiles para todos los efectos legales: (...) 8) El corretaje, las agencias de negocios y la representación de firmas nacionales o extranjeras (...).

Por su parte los artículos 1340 a 1346 del Código de Comercio regulan el contrato de corretaje en los siguientes términos:

1.1.1 Definición del contrato de corretaje y de la persona del corredor

Según el artículo 1340 del Código de Comercio, se llama corredor a la persona que, por su especial conocimiento de los mercados, se ocupa como agente intermediario en la tarea de poner en relación a dos o más personas, con el fin de que celebren un negocio comercial, sin estar vinculado a las partes por relaciones de colaboración, dependencia, mandato o representación.

De la anterior definición se puede afirmar que cualquier persona que tenga un especial conocimiento en los mercados puede fungir como corredor, es decir, no se requiere que tenga una profesión especial. Debido al conocimiento que tiene sobre ciertos mercados le permite poner en contacto a dos más personas interesadas en celebrar un negocio jurídico de carácter comercial. La función de intermediación que cumple el corredor no supone un vínculo por relaciones de colaboración, dependencia, mandato o representación, lo que desde ya permite diferenciar al corretaje de otros negocios jurídicos como el mandato o la agencia mercantil¹⁶.

El artículo 1340 del Código de Comercio describe a la persona del corredor en general, como aquel que puede actuar en uno o varios mercados según su conocimiento especial del mismo, en ese sentido vale aclarar que existen varias especies de corretaje como el del mercado de seguros, el del mercado de transporte y el de compra venta en general, sin embargo, el que nos interesa es el corretaje que se presenta en el mercado inmobiliario.

El corredor inmobiliario es aquella persona que tiene un especial conocimiento en el mercado inmobiliario o de la finca raíz, quien funge como intermediario al colocar en contacto a dos o más personas, es decir colocar en contacto la oferta (vendedor– arrendador del inmueble) con la demanda (comprador–arrendatario), con la finalidad de que las mismas celebren la compraventa de inmueble o el arrendamiento de inmueble, según el caso.

Esto significa que el corredor puede estar presente en el momento en que las partes concreten el negocio, sin embargo no es requisito que intervenga en la negociación, de manera que le corresponderá a las partes perfeccionar o no el negocio jurídico de compraventa o de arrendamiento. La función del corredor llega hasta el punto de colocar a las partes en contacto con el objeto de que éstos celebren el contrato, de manera que sólo en el momento en el que este se perfeccione el corredor tendrá derecho a su remuneración. Al respecto la Corte Suprema Sala de Casación Civil:

16 “El corredor, dicen las actas de la Comisión Revisora del Proyecto de Código de Comercio (1958), «toma la iniciativa del negocio y busca a los interesados a quienes proponérselo o insinuárselo, e, igualmente, relaciona a estos con todas las personas que pueden servir a los fines del negocio en proyecto». La labor del corredor se encamina a facilitar a las personas el acercamiento entre sí, la búsqueda, hallazgo y conclusión de los negocios, agregan las mismas actas.

De manera que los corredores son aquellas personas que por virtud del conocimiento del mercado, y con él la idoneidad y el grado de calificación que éste otorga, tienen como rol profesional y funcional, amén de típico, la intermediación que se ha venido explicando, sin vinculación con ninguna de las partes del futuro contrato, ya por trabajo, ora por mandato o representación, puesto que son independientes” (Sentencia Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, 8 de agosto de 2000).

(...) Y aunque es posible que el intermediario, después de acercarse a las partes, realice otras actividades de acompañamiento tendientes a lograr el perfeccionamiento del negocio, ellas constituyen tareas aledañas que no son de su esencia, y en las que puede tener interés, precisamente, porque sólo cuando nace el negocio en el cual interviene, surge su derecho a percibir la remuneración; sin embargo, esas gestiones adicionales, si es que las hay, no miden el cumplimiento de su labor; en tanto que, se insiste, ésta se agota con el simple hecho de juntar la oferta y la demanda. (Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil, 2011,

Ello se explica, además, porque el corredor -también llamado por algún sector de la doctrina como mediador- en principio, es un elemento externo de la negociación, que facilita el escenario para que las partes concurren a fijar el alcance de sus declaraciones de voluntad, pero que, estricto sensu, no tiene poder para negociar en nombre de aquellas, ni puede compelerlas a hacerlo. (Corte Suprema Sala de Casación Civil, 2011, Pág. 16)

Como bien lo ha establecido la Corte la labor del corredor se encuentra cumplida cuando realiza las gestiones para colocar a las personas en contacto, de manera que la remuneración que recibe por su gestión no está supeditada a la realización de actividades diferentes a esta; sin embargo, el derecho a obtener una remuneración solo se adquiere en el caso en el que el negocio jurídico se realice. El fundamento legal de esa afirmación se encuentra en el artículo 1341 del Código de Comercio el cual establece “el corredor tendrá derecho a la remuneración estipulada; a falta de estipulación, a la usual y, en su defecto, a la que se fije por peritos. Salvo estipulación en contrario, la remuneración del corredor será pagada por las partes, por partes iguales, y la del corredor de seguros por el asegurador. El corredor tendrá derecho a su remuneración en todos los casos en que sea celebrado el negocio en que intervenga. Cuando en un mismo negocio intervengan varios corredores, la remuneración se distribuirá entre ellos por partes iguales, salvo pacto en contrario”. (*Subrayado fuera de texto*).

El hecho de que no se llegue a celebrar el negocio jurídico por las partes y por ello no haya remuneración para el corredor, no significa que al mismo no se le reconozcan las expensas que haya hecho en cumplimiento de la gestión que se le ha encomendado, pues las mismas constituyen un derecho del corredor al tenor del artículo 1342 del Código de Comercio.¹⁷ Una vez identificado el fundamento jurídico de la figura del corretaje y particularmente del corretaje inmobiliario se exponen las características de dicho negocio jurídico.

17 **ARTÍCULO 1342. DERECHOS DEL CORREDOR.** A menos que se estipule otra cosa, el corredor tendrá derecho a que se le abonen las expensas que haya hecho por causa de la gestión encomendada o aceptada, aunque el negocio no se haya celebrado. Cada parte abonará las expensas que le correspondan de conformidad con el artículo anterior. Este artículo no se aplicará a los corredores de seguros

1.1.2. Características del contrato de corretaje

a. Es un contrato principal.

El corretaje subsiste por sí mismo sin necesidad de otra convención. Aunque la remuneración del corredor este supeditada a la celebración del negocio jurídico, no por ello se puede afirmar que sea un contrato accesorio a la compraventa o al arrendamiento, pues el mismo subsiste así no se celebren dichos negocios jurídicos. Son las partes las que tienen la facultad de manifestar su voluntad para perfeccionar o no un contrato de compraventa o de arrendamiento, el cual como es lógico solo tiene efectos entre ellas mismas, mientras que la labor del corredor consistió en crear ese escenario para que las partes se encuentren y puedan manifestar su voluntad en celebrar la compraventa o el arrendamiento del inmueble.

b. Es un contrato de carácter mercantil.

Se encuentra regulado por la legislación comercial, pues está establecido como una de las operaciones mercantiles que contiene el artículo 20 del Código de Comercio, además de ello, su regulación específica corresponde a los artículos 1340 a 1346 del mismo Código, donde se establece su definición, la forma en que se realiza la remuneración, cuando el contrato se celebra bajo condición, los derechos y obligaciones del corredor, entre otros.

c. Condiciones de la persona del corredor.

- Puede fungir como corredor una persona natural o jurídica. En el último caso una persona natural será la encargada de realizar la gestión derivada del corretaje, por cuenta de la jurídica. En cualquier caso, el corredor debe ser una persona que tenga especial conocimiento del mercado en el cual ejerce, que para el caso que nos interesa es el sector inmobiliario.

- Se debe tratar de una persona que tenga capacidad para ejercer sus derechos y adquirir obligaciones según la ley comercial. De manera que, tratándose de una persona jurídica dentro del objeto social de la misma, estará el poder realizar actividades de corretaje, pues no sobra recordar que la capacidad de una persona jurídica lo determina su objeto social o razón social.

- Como se trata de una actividad típicamente mercantil, el corredor tiene la calidad de comerciante por ello debe cumplir con todos los deberes establecidos para todo comerciante y que se encuentran en el artículo 19 del Código de Comercio.

1.1.3. Derechos del corredor

- Derecho a percibir una remuneración en el caso en el cual haya un nexo de causalidad entre la labor que ha desempeñado como “mediador” y la celebración del negocio jurídico por las partes. Por el especial conocimiento que tiene el corredor del mercado inmobiliario, tiene la posibilidad de acercar a la oferta y a la demanda, es decir, poner a las partes en contacto para que celebren el negocio jurídico, momento en cual obtendrá su remuneración, lo cual no significa que sea obligación del corredor estar presente en el momento de la celebración del negocio, o que dependa de él la celebración del mismo, pues es la manifestación de la voluntad de las partes las que darán lugar a la celebración del negocio. La Corte Suprema Sala de Casación Civil (2011, pág. 17) ha manifestado lo siguiente al respecto:

(...) Sobre ese particular, la Corte sostuvo que “el corredor tiene derecho a percibir retribución, siempre que se cumplan estos requisitos: a) que el comitente haya solicitado o aceptado los servicios del intermediario para efectuar determinado negocio; b) que el corredor haya efectuado gestiones idóneas para el logro del encargo; c) que como consecuencia de las gestiones efectuadas por el corredor, se haya concluido el negocio con el comitente con el tercero, salvo revocación abusiva del encargo

(...) En suma, si se acredita que el corredor propició el acercamiento de las partes, si éstas finalmente llegan a un acuerdo y si existe un nexo de causalidad entre tales circunstancias, se configura el derecho a percibir la remuneración estipulada, la usual o la fijada por peritos, así sea que las partes introduzcan modificaciones a las condiciones del contrato inicialmente ofrecidas, o prolonguen en el tiempo su perfeccionamiento. De no ser así, el corredor podría ver burlados sus derechos (...).

-Derecho a que le cancelen las expensas de su gestión en que haya incurrido como consecuencia de la gestión encomendada o aceptada, aunque no se haya celebrado el negocio. Este derecho lo tendrá el corredor a menos que se haya estipulado otra cosa por las partes, de conformidad con lo establecido en el artículo 1342 del Código de Comercio.

2.1.4. Deberes del corredor

- Informar a las partes interesada en celebrar el negocio jurídico de compraventa o arrendamiento de inmueble, de todas las circunstancias que puedan influir en la celebración del negocio de las cuales tenga conocimiento, esto de conformidad a lo establecido en el artículo 1344 del Código de Comercio.

- Cumplir con los deberes del comerciante establecidos en el artículo 19 del Código de Comercio, junto con los establecidos en el artículo 1345 del mismo, los cuales consisten en *“2) A llevar en sus libros una relación de todos y cada uno de los negocios en que intervenga con indicación del nombre y domicilio de las partes que los celebren, de la fecha y cuantía de los mismos o del precio de los bienes sobre que versen, de la descripción de éstos y de la remuneración obtenida”*.

- El artículo 1346 del Código de Comercio establece una sanción en contra del corredor cuando éste falte a sus deberes o atente contra la buena fe o lealtad debida. La sanción establecida corresponde a la suspensión del ejercicio de su profesión, y en caso de reincidencia la inhabilitación definitiva, asunto que será conocido por el Juez Civil del Circuito del domicilio del corredor.

1.1. El Contrato De Comisión

EL contrato de comisión se encuentra regulado en el Código de Comercio a partir del artículo 1287, en el cual lo define como: *“... una especie de mandato por el cual se encomienda a una persona que se dedica profesionalmente a ello, la ejecución de uno o varios negocios, en nombre propio, pero por cuenta ajena”*.

34

Del concepto dado por nuestro estatuto mercantil se pueden extraer los siguientes elementos:

- a. Se trata de un mandato.
- b. El objeto del contrato consiste en la ejecución de uno o varios negocios, actos, operaciones de carácter mercantil, por parte una persona que ha sido encomendada para tales efectos.
- c. La persona encomendada para realizar la operación, negocio o acto mercantil debe poseer una característica especial y es el profesionalismo, se trata de una persona que se ha especializado en la ejecución de dichos negocios de tal suerte que se dedica profesionalmente a la realización de los mismos.
- d. La persona encomendada realiza los negocios mercantiles en nombre propio pero por cuenta ajena, lo cual significa que los ejecuta como si fueran propios, de manera que utiliza su nombre para ello; sin embargo, el resultado de éstos se reportan al que los encomendó, es decir se trata de una representación indirecta.
- e. Las partes se denominan comitente y comisionista, el primero es el que realiza el encargo y el segundo es el encargado de ejecutarlo, porque así le ha sido encomendado.
- f. Se trata de un contrato cuya duración la determina la realización o perfeccionamiento del negocio encomendado.

1.1.1. Características del contrato de comisión

a. Se trata de un contrato bilateral y consensual

El contrato de comisión se perfecciona con la manifestación de la voluntad de las partes libre de vicios, la cual es generadora de obligaciones para ambas partes. La ley comercial no exige que dicha aceptación deba constar por escrito, de manera que la voluntad se puede manifestar de manera verbal, e incluso ciertos actos como el silencio del comisionista tiene, bajo ciertas condiciones el efecto de aceptación de la comisión. Al respecto el artículo 1288 del Código de Comercio¹⁸, establece la presunción de la aceptación por parte del comisionista por el hecho de que no se rehúse a la misma dentro de los tres días siguientes contados desde el momento en que recibió a respuesta, esto sucederá siempre y cuando el comisionista ostente públicamente tal carácter.

Sin embargo, en los casos en los cuales el comisionista no informa al comitente el rechazo de la comisión, o cuando aun aceptándola de manera expresa o tácita no la cumple, la responsabilidad por los daños que se generen recae sobre el comitente y no sobre el comisionista. La ley mercantil también establece unos deberes que debe cumplir el comisionista, aún en el caso en que este rehúse la comisión que se le confiere, y es el de “practicar las diligencias que sean necesarias para la conservación de los efectos que el comitente le haya remitido”, lo cual no significa en algún modo que se entienda aceptada la comisión de manera tácita. Este deber del comisionista perdurará hasta que el comitente comisione a un nuevo encargado.

b. Es un contrato principal.

Se trata de un contrato principal por que subsiste por sí mismo, es decir, no requiere de otro contrato, negocio jurídico o convención.

c. Es un contrato de carácter mercantil.

Se encuentra regulado por la legislación comercial, pues lo está a partir del artículo 1287 y del Código de Comercio. El estatuto mercantil establece entre otros aspectos, el concepto del contrato de comisión, los derechos y obligaciones de las partes, el término del contrato, etc. También regula de manera específica

18 ARTÍCULO 1288. PRESUNCIÓN DE ACEPTACIÓN. Se presumirá aceptada una comisión cuando se confiera a personas que públicamente ostenten el carácter de comisionistas, por el sólo hecho de que no la rehúsen dentro de los tres días siguientes a aquel en que recibieron la propuesta respectiva. Cuando sin causa legal dejare el comisionista de avisar que rehúsa la comisión, o de cumplir la expresa o tácitamente aceptada, será responsable el comitente de todos los daños que por ello le sobrevengan.

Aunque el comisionista rehúse la comisión que se le confiera, no estará dispensado de practicar las diligencias que sean necesarias para la conservación de los efectos que el comitente le haya remitido, hasta que éste provea nuevo encargado, sin que por practicar tales diligencias se entienda tácitamente aceptada la comisión.

la comisión en la actividad bursátil y transportadora¹⁹. Se trata de un contrato oneroso, propio de las actividades de carácter mercantil, cuya característica principal es el ánimo de lucro, pues siempre implica una remuneración para el comisionista, que si no es convenido por las partes debe ser convenido por peritos.

d. Es un contrato *intuitu personae*.

Al tenor del artículo 1291 del Código de Comercio, la comisión debe ser desempeñada de manera personal por el comisionista, de manera que para que el encargo pueda ser delegado en otra persona se requiere la autorización expresa del comitente.

e. Es un contrato de ejecución instantánea o sucesiva

El objeto del contrato se puede ejecutar en un solo momento, es decir en un solo acto o en varios momentos, lo cual indica que se puede prologar en el tiempo.

2.2.2. Obligaciones de las partes

Las partes en el contrato de comisión se denominan comitente y comisionista.

1.1.3.1. Obligaciones del comitente.

- Pagar una remuneración al comisionista como contraprestación por la celebración del contrato o la gestión realizada para la celebración del mismo cuando esta no se realiza. La remuneración consistirá en un porcentaje sobre el precio del negocio o el equivalente a la gestión.
- Poner a disposición del comisionista los elementos necesarios para la correcta ejecución de la celebración del negocio, lo cual implica la provisión de dineros con dichos fines.
- Asumir los gastos en que haya incurrido el comisionista con ocasión de la celebración del negocio o las gestiones hechas por el mismo, cuando no se haya ejecutado el negocio. Se trata de una presunción que opera en el caso en el cual las partes no han pactado quien asume los gastos del encargo, de manera que si no se pacta expresamente que los gastos serán asumidos por el comitente el comisionista debe proveerlos.

19 Estos aspectos no serán tratados en el presente libro debido a que no hacen parte de la investigación.

1.1.3.2. Obligaciones del comisionista.

- Informar dentro de los tres días siguientes al recibo de la propuesta del encargo, el rehúso la mismo, so pena de presumirse su aceptación.
- Ejecutar el encargo personalmente, salvo que medie autorización expresa por parte del comitente para su delegación en un tercero.
- Seguir las instrucciones impartidas por el comitente para el desarrollo y ejecución del negocio.
- Mientras las cosas que ha recibido para la ejecución del encargo se encuentren en su poder deberá responder por la conservación de las mismas. Frente a la pérdida o menoscabo de las cosas entregadas deberá responder el comisionista salvo las mismas se hayan dado por fuerza mayor, caso fortuito, vicios propios de la cosa o por el transcurso del tiempo. Al tenor del artículo 1294 del Código de Comercio, en el caso en el cual se presente pérdida o deterioro de las mercancías que se encuentran en poder del comisionista, este deberá informar de tal situación al comitente.
- Informar al comitente sobre el desarrollo o ejecución del negocio encargado y rendir cuentas de su gestión de manera oportuna. Respecto a este último aspecto, el artículo 1301 del Código de Comercio establece que el comisionista perderá los intereses que se encuentren en mora, cuando este no rinda cuentas de manera oportuna.
- Si bien el contrato de comisión implica que los efectos del negocio jurídico recaen en el comisionista debido a que este actúa en nombre propio, tiene como obligación trasladar al comitente los efectos del negocio una vez finalice su gestión.

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
- Devσ : desviación estándar de la población (0,5)
- Zα: 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.

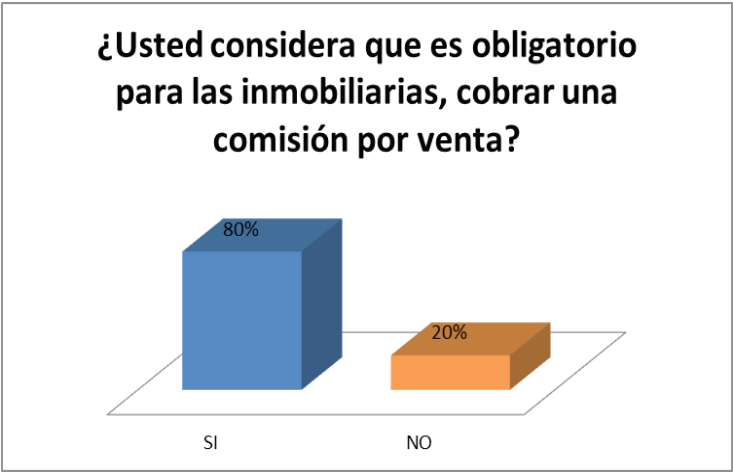
En Monquirá, el total de los encuestados afirma que siempre se paga alguna comisión por la transferencia de bienes inmuebles. Es una acción reiterada y vigente, todas las inmobiliarias que la realizan, no es ocasional.

- 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 Monquirá (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 Monquirá, 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

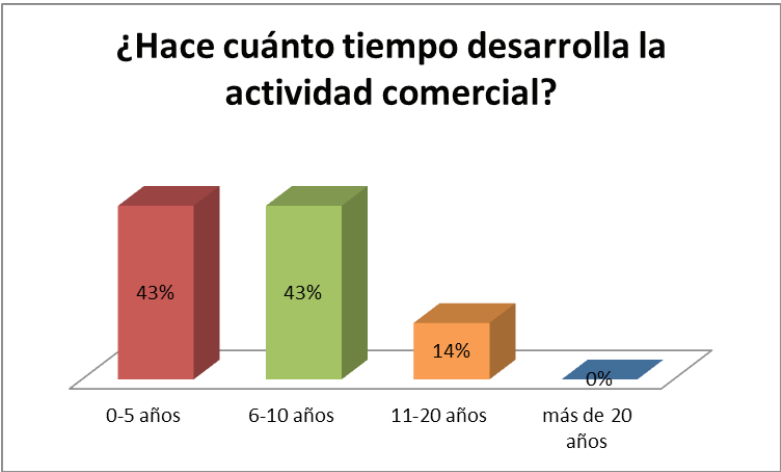
Población compraventa vehículos Tunja (Usados)	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
7	7	7
100%	100%	100%

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

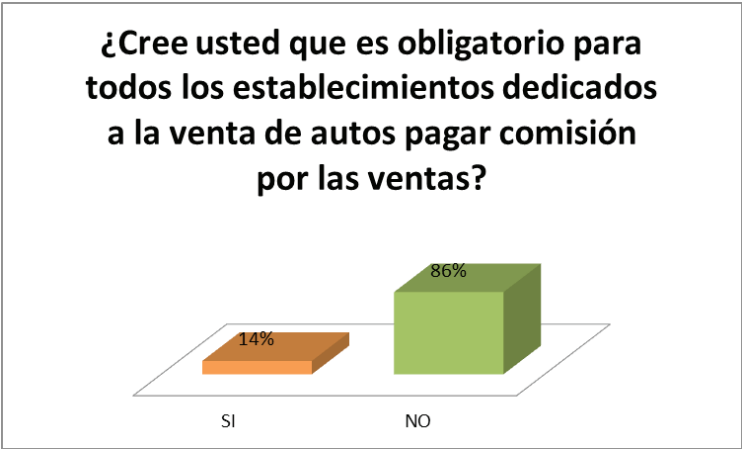
Todos los encuestados afirman que siempre cobran comisión por venta de vehículo. La costumbre es general, reiterada y vigente.

- 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

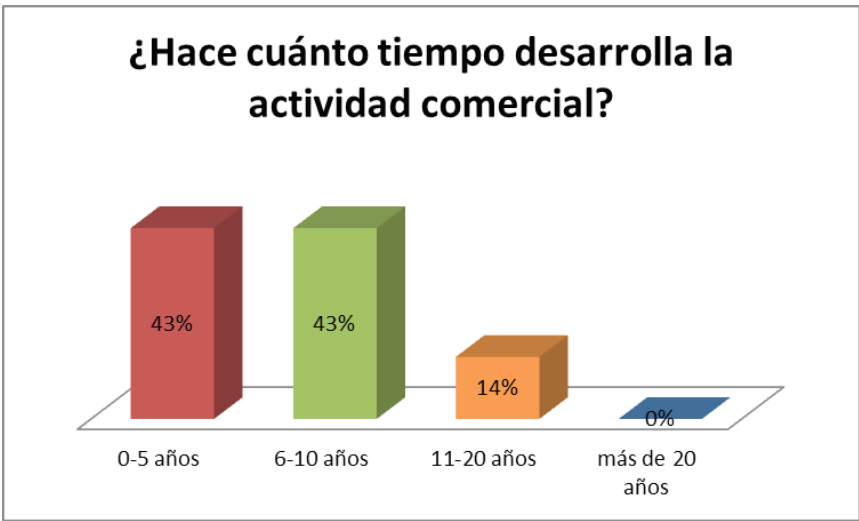
Población compraventa vehículos Tunja (Usados)	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
7	7	7
100%	100%	100%

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%

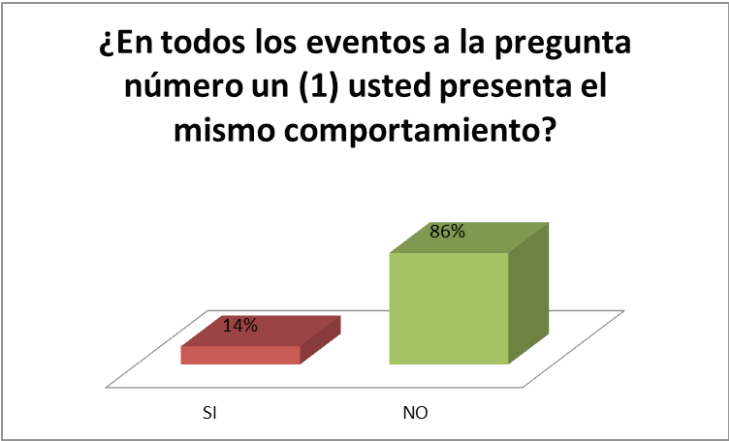
Fuente: Autores

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.

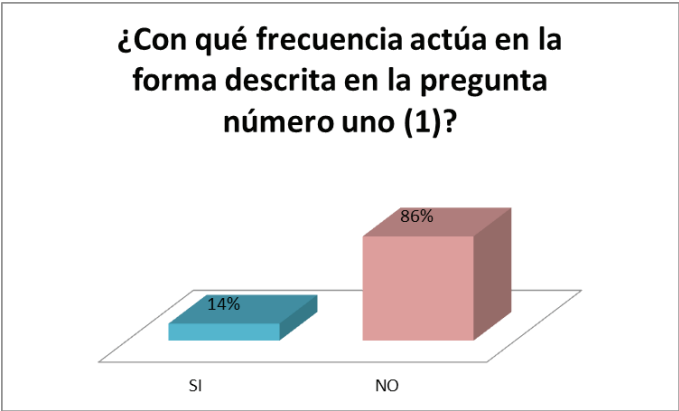
Fuente: Autores

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

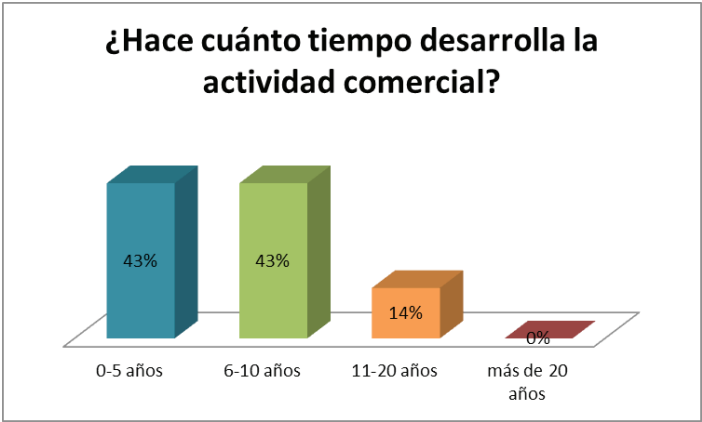
Población compraventa vehículos Tunja (Usados)	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
7	7	7
100%	100%	100%

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

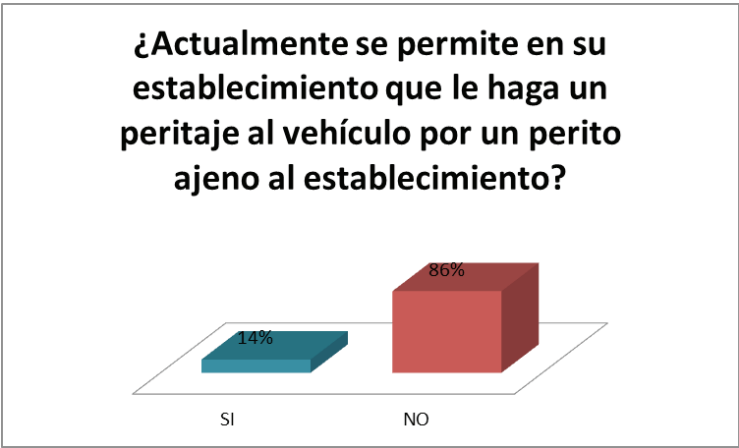
La gráfica muestra la antigüedad en cuanto al desarrollo de la actividad mercantil compraventa de vehículos en la ciudad de Tunja.

- **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?

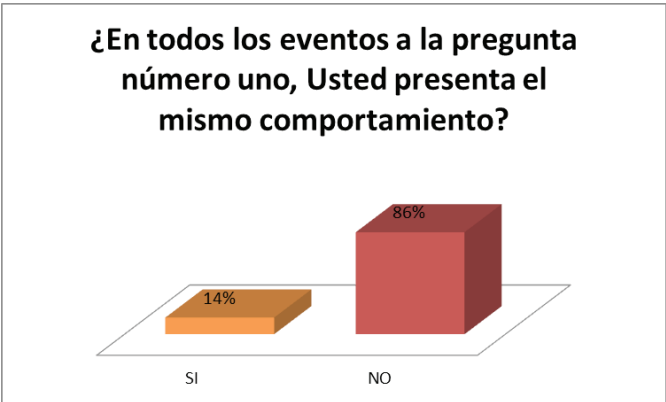
0-6 meses	6-12 meses	Más de 12 meses
0	0	7
0	0	100%

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.

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.

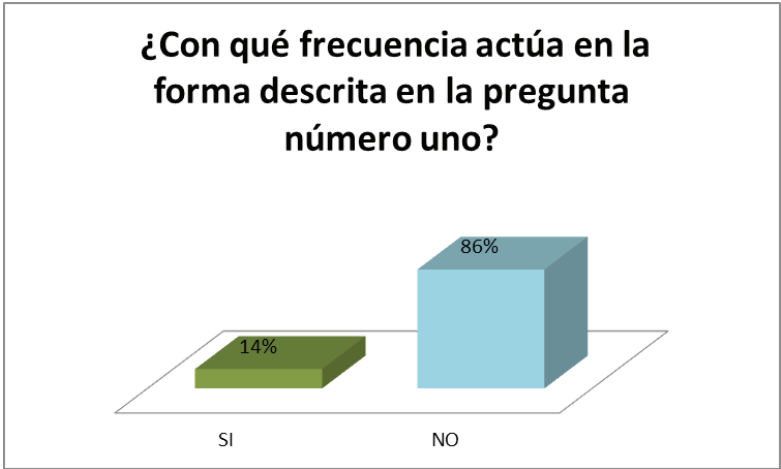
Fuente: Autores

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

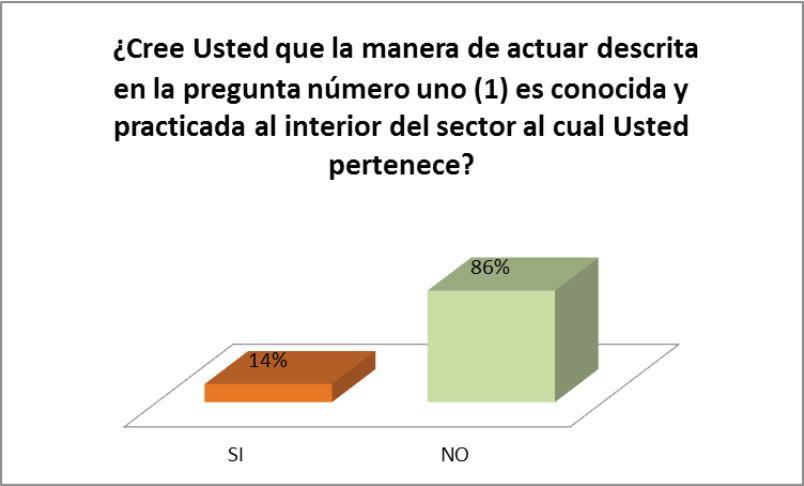
Los que trabajan en el sector de compraventa de vehículos, manifiestan que es de carácter obligatorio que se permita a un comprador el peritaje del automóvil por un perito de confianza de traído por él. La práctica es obligatoria.

- **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

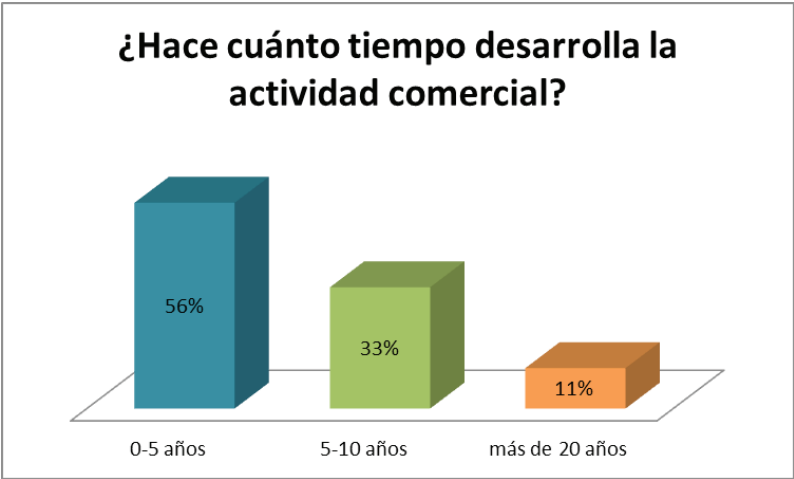
Población establecimientos venta de lotería en Tunja.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
9	8	9
100%	90%	100%

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

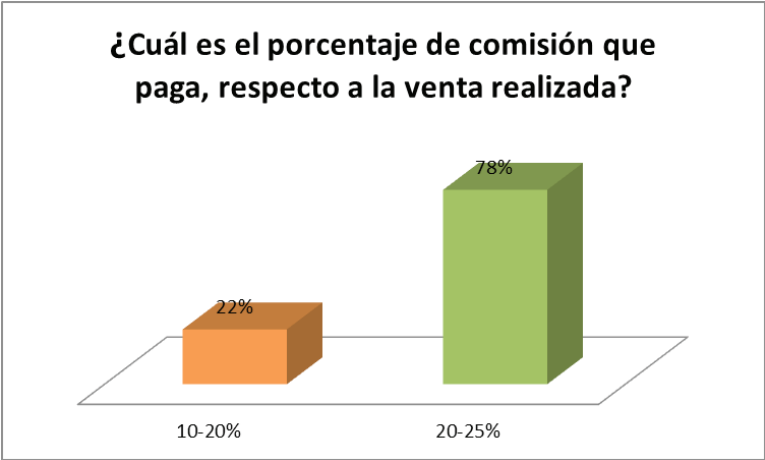
Fuente: Autores

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

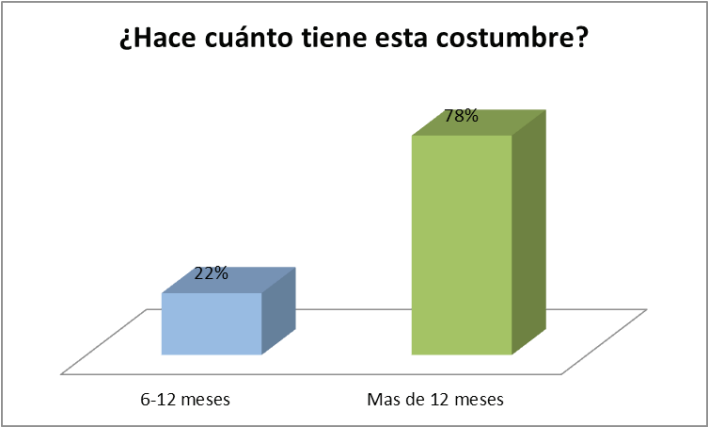
La comisión que se paga por venta de lotería es del 20% al 25% en el 78% de los casos, el restante 22% afirma que le pagan entre 10% y 20%. Con esta pregunta se responde a una característica de la práctica comercial. La práctica es general y uniforme.

- 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



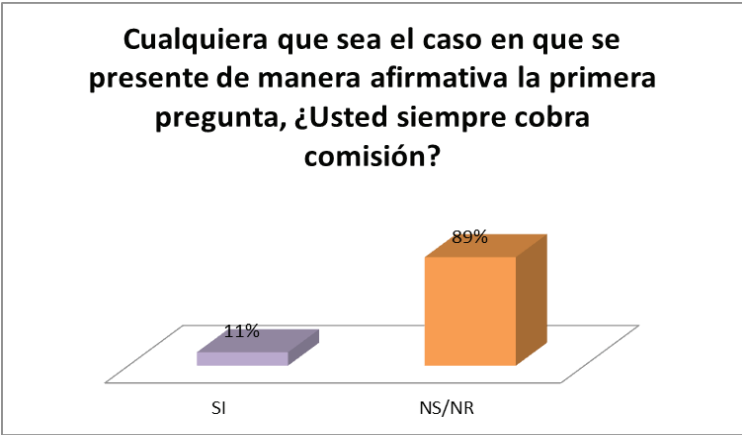
Gráfica 14.
Fuente: Autores

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

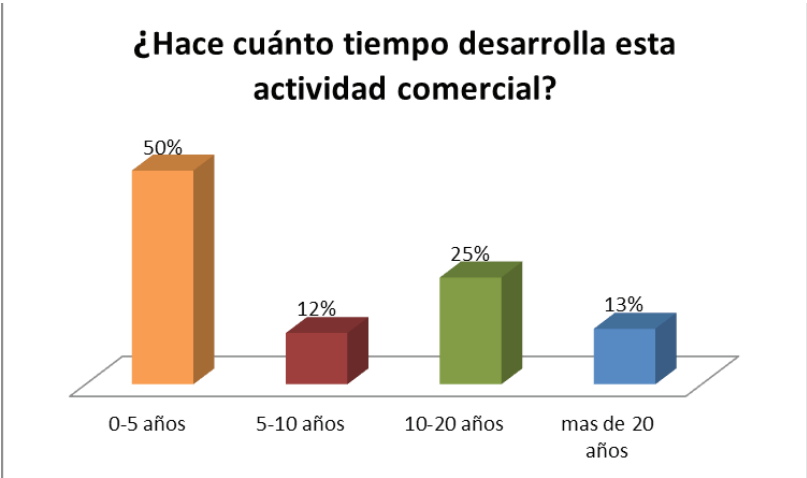
Población establecimientos venta de chance en Tunja.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
8	8	8
100%	100%	100%

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

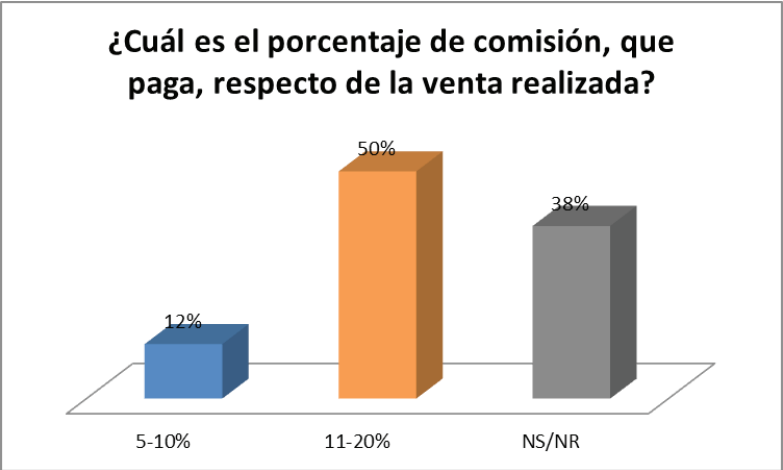
Fuente: Autores

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

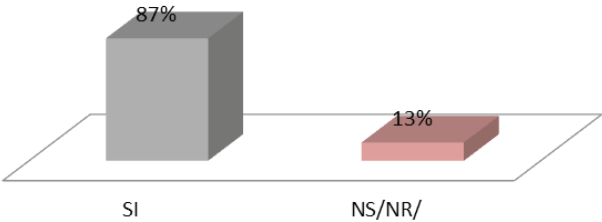
Los encuestados afirman que hace más de un año tienen la costumbre de pagar una comisión por venta de chance a los vendedores. La práctica mercantil se realiza para el 100% hace más de un año, entonces es reiterada y vigente.

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

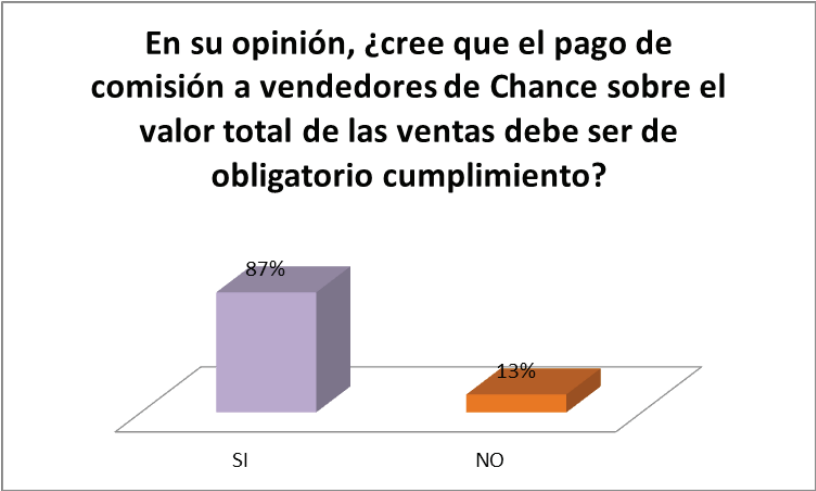
El 100% siempre paga comisión por venta de chance, entonces la práctica es reiterada y vigente.

- 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

81

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

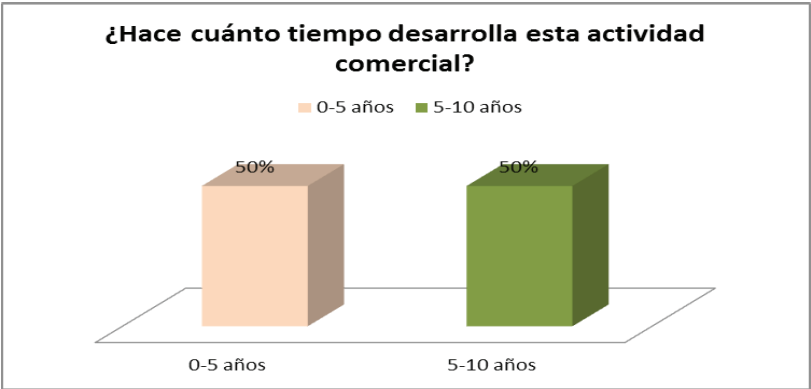
Población establecimientos venta de chance en Villa de Leyva.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
2	2	2
100%	100%	100%

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

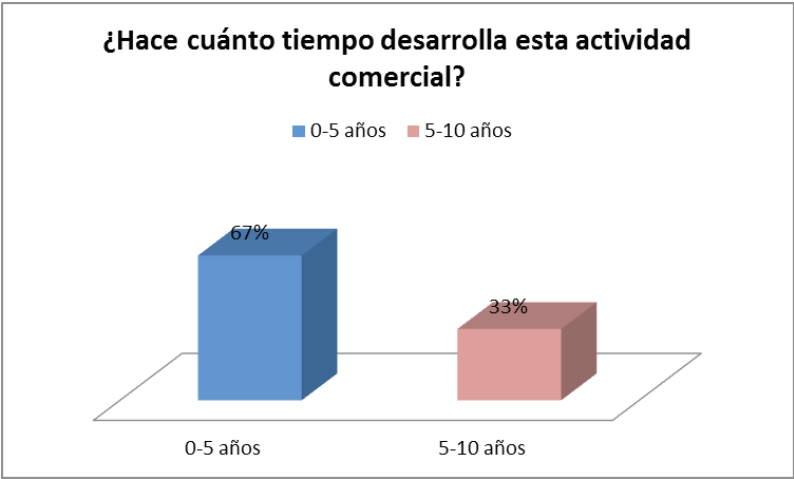
Población establecimientos venta de chance en Chiquinquirá.	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
3	3	3
100%	100%	100%

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

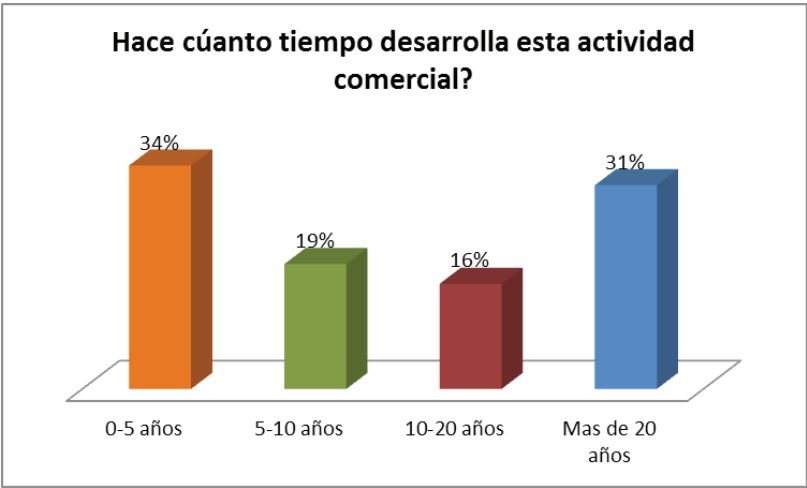
Población hoteles Tunja	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
52	36	32
100%	69%	62%

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

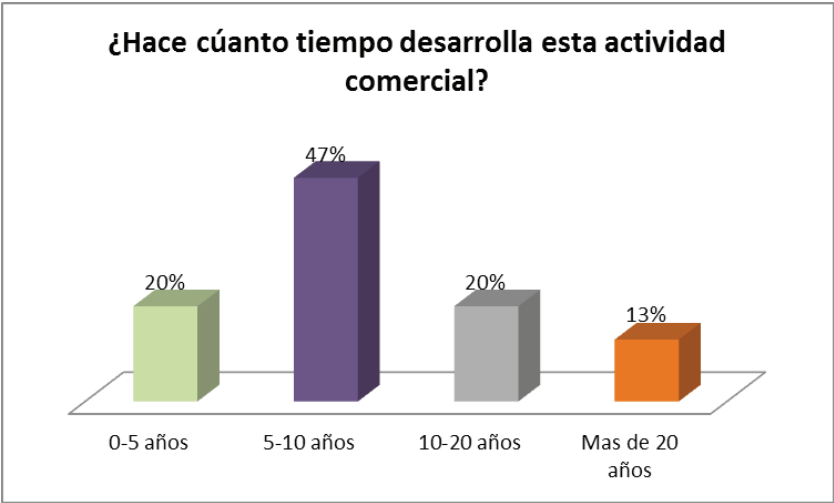
Población hoteles Chiquinquirá	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
53	25	31
100%	47%	58%

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

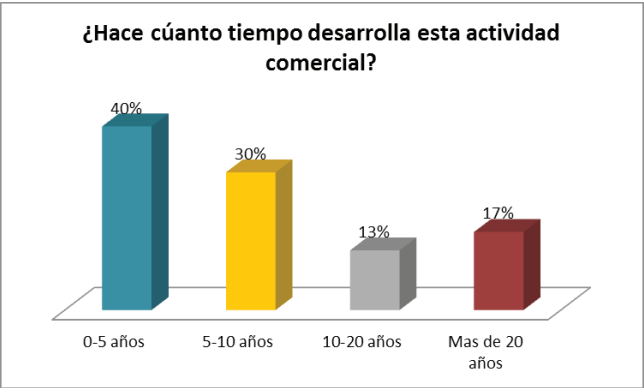
Población almacenes de venta de electrodomésticos Tunja	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
35	27	30
100%	77%	86%

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

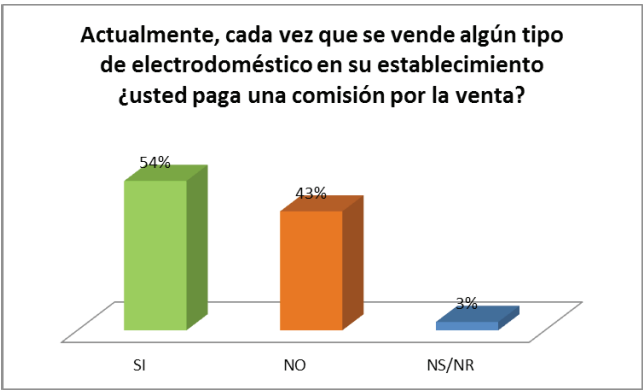
En Tunja, un 40% de los establecimientos lleva menos de 5 años vendiendo electrodomésticos, el 30% está vendiendo el producto entre cinco y diez años, otro 13,3% de los almacenes tiene entre 10 y 20 años de antigüedad y el otro 17% de éstos hace más de veinte años comercializa electrodomésticos.

- 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%

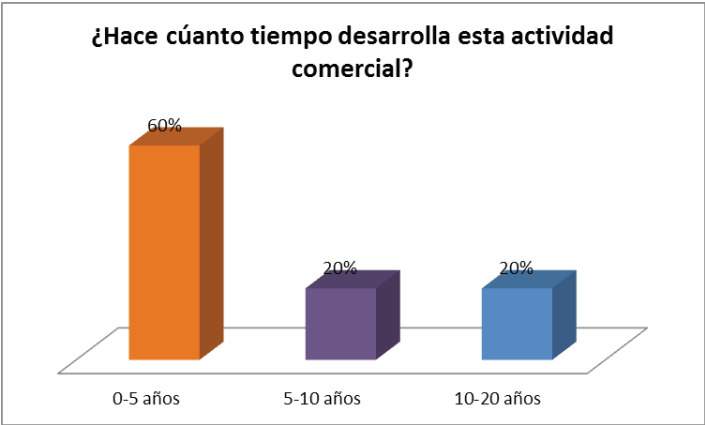
Fuente: Autores

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 Monquirá, 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 Monquirá 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

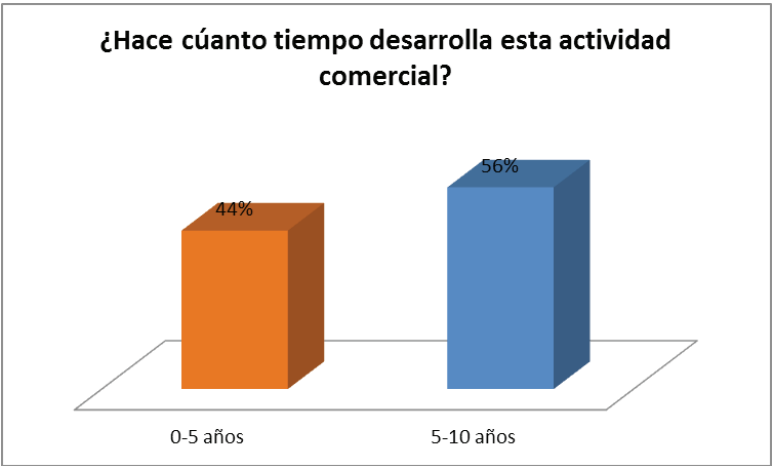
Población almacenes de venta de electrodomésticos Chiquinquirá	Muestra calculada 95% confiabilidad	Total, encuestados
9	8,4	9
100%	100%	100%

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

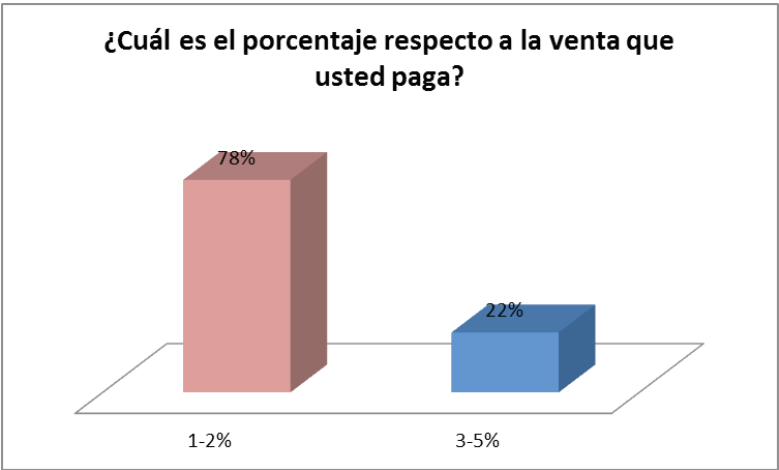
Fuente: Autores

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%	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 en 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 entre comerciantes se dan 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 unos los sectores económicos y en las actividades donde 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 el determinada jurisdicción y sector económico. De alguna u otra forma se trata de positivizar las prácticas mercantiles que sean pública uniformes, reiteradas, vigentes y que no están en contra de la ley.

La necesidad de realizar un análisis de las prácticas que se dan entre comerciante en determinados sectores económicos para verificar si las mismas constituyen o no costumbre mercantil, es imperante, pues además de ser una obligación establecida 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 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 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
Capítulo 2. Contrato De Corretaje Y EL Contrato De Comisión	29
Análisis De La Información Y Resultados	39
1. Cobro De Comisión Por Arrendamiento De Inmueble En La Ciudad De Tunja.....	43
Generalidad y uniformidad	43
Vigencia y reiteración	44
Obligatoriedad.....	45
Publicidad	46
2 Cobro De Comisión Por Venta De Inmueble En La Ciudad De Tunja.	47
Generalidad y uniformidad	47
Vigencia y reiteración	48
Obligatoriedad.....	49
Publicidad	49
3. Cobro de comisión por venta de inmueble en la ciudad de moniquirá.	50
Epígrafe	102
Bibliografía	103