

2018



CÁMARA DE COMERCIO DEL PIEDEMONT E ARAUCANO

Saravena, Fortul, Arauquita, Tame y Cubará.

DANIEL ANTONIO CORONEL MEJIA
Presidente Ejecutivo

YEIZI KARINA VILLAMIZAR MEJIA
Directora Jurídica y de Registros

ELVIS GÓMEZ CASTAÑEDA
Competitividad Regional
Profesional Asesor

COSTUMBRE MERCANTIL

SECTOR: TRANSPORTE.

Devolución del Importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal, y

Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
1. INTRODUCCIÓN	2
2. CAMARA DE COMERCIO DEL PIEDEMONTE ARAUCANO	4
3. OBJETIVOS	6
4. MARCO CONCEPTUAL	7
5. METODOLOGÍA	11
CONCLUSIONES	28
ANEXOS	32

1. INTRODUCCIÓN

La Costumbre Mercantil es el conjunto de prácticas realizadas por los comerciantes de manera uniforme, reiterada y pública, que puede llegar a adquirir la misma autoridad que la ley comercial; respecto de cuya obligatoriedad existe plena conciencia al interior del grupo o sector económico que las aplica.

Por disposición legal, las Cámaras de Comercio tienen la responsabilidad de recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas (artículo 86 Código de Comercio).

Y para que ese conjunto de usos o prácticas sea considerada costumbre, debe existir el cumplimiento de unos requisitos. Por lo anterior, las cámaras de comercio, de conformidad al artículo 86, numeral 5, del Código de Comercio, son las llamadas a “recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas”; asumiendo un papel fundamental en el discurrir económico y comercial.

El Código de Comercio en su artículo 3° establece que la costumbre mercantil debe reunir los siguientes requisitos:

Uniformidad: Que frente a una determinada situación se presente un proceder idéntico, de tal manera que las prácticas que van a conformar una costumbre deben ser iguales ante el mismo hecho, siendo de común aceptación en el sector económico que la realiza.

Reiteración: Los actos que conforman la costumbre, deben haberse repetido y practicado durante cierto tiempo, no pueden ser transitorios u ocasionales, debe dejarse un término suficiente que permita prever la aceptación de la práctica como norma obligatoria.

Publicidad: La costumbre debe ser reconocida por el grupo o sector dentro del cual va a regir, es decir, tiene que ser notoria y conocida por quienes se encuentran regulados por ella para que pueda ser aceptada como norma jurídica.

Que no sea contraria a la Ley: La legislación comercial establece que la costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contrarie manifiesta o tácitamente.

La investigación de una Costumbre Mercantil puede producirse por iniciativa de la Cámara Comercio o por solicitud de cualquier interesado. El procedimiento

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

metodológico de estudio inicia con la determinación de la viabilidad jurídica. En una siguiente fase se identifican las necesidades de información y se recolectan las bases de datos de los grupos o sectores económicos que realizan la costumbre. La compilación de los datos se realiza mediante una encuesta que puede aplicarse a una muestra representativa de la población o a su totalidad; mediante este instrumento se busca verificar si la práctica analizada reúne los requisitos exigidos para su posterior certificación.



2. CÁMARA DE COMERCIO DEL PIEDEMONTA ARAUCANO

NATURALEZA.

La Cámara de Comercio del Piedemonte Araucano, es una entidad privada sin ánimo de lucro, creada mediante decreto 2393 del 30 de Noviembre de 1999, por iniciativa de comerciantes de la región del Sarare y el Piedemonte Araucano. En 1931 las Cámaras de Comercio fueron encargadas por el Gobierno a administrar el Registro Público del Comercio, pero sólo hasta 1971 se organizó el ahora denominado Registro Mercantil, que es regulado por la legislación comercial y las instrucciones impartidas por la Superintendencia de Industria y Comercio. Con la Ley 80 de 1993, el Gobierno delegó a las Cámaras el Registro Único de Proponentes, en 1995 se encomendó el Registro de entidades sin ánimo de lucro y en el año 2012 fueron incluidos cinco nuevos registros: Registro Nacional Público de vendedores de Juegos de Suerte y Azar, Registro Público de Veedurías Ciudadanas; Registro Nacional de Turismo; Registro de Entidades Extranjeras de Derecho Privado sin Ánimo de Lucro y Registro de la Economía Solidaria. Desde 1992 la entidad está legalmente autorizada para prestar servicios de Conciliación, Arbitraje y Resolución de Conflictos.

La Cámara de Comercio del Piedemonte Araucano, tiene como Proposición de Valor liderar el desarrollo empresarial y la competitividad de la región, generando credibilidad y capacidad de convocatoria a otros actores de la sociedad para lograr su transformación. Y como Propósito Superior pretende la evolución de la sociedad a través del conocimiento, para lograr una región sostenible, competitiva, unificada y con bienestar.

Respecto a las funciones de apoyo y promoción del sector empresarial trabajamos en programas de formación y actualización empresarial, a través de capacitaciones del orden tributario, comercial, ventas y servicio al cliente, relaciones humanas, teniendo como fin consolidar el talento humano empresarial aportando al crecimiento de la región. De la misma manera la organización y promoción de programas como es las semanas comerciales, y comercio despierto otorgando premiación a los consumidores que apoyan la reactivación de la economía de los municipios, ferias comerciales y ganaderas en Saravena, Tame, Arauquita, Cubara, Fortul y la Esmeralda, apoyando en organización y premiación a los mejores ejemplares expuestos.

JURISDICCIÓN.

El Gobierno Nacional determinó la jurisdicción de esta Cámara, teniendo en cuenta la continuidad geográfica y los vínculos comerciales de los municipios de Saravena, Tame, Fortul y Arauquita en el departamento de Arauca y el municipio de Cubará en el departamento de Boyacá. Las Cámaras de Comercio con el objeto de facilitar la prestación y acceso a sus servicios, podrán abrir oficinas seccionales y receptoras dentro de su circunscripción territorial.

FUNCIÓN CERTIFICADORA DE LA CÁMARA DE COMERCIO.

De conformidad al artículo 86, numeral 5 del Código de Comercio, las Cámaras de Comercio son las encargadas de recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las compiladas.

Para llevar a cabo ésta función, la Cámara de Comercio requiere ejecutar una investigación, que tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme y reiterada, siempre que no se opongan a las normas legales vigentes.

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Recopilar dos (2) costumbres mercantiles que se constituyan en una herramienta de fácil acceso para quienes ejercen actividades comerciales en el sector Transporte en el Piedemonte Araucano.

1.4.2 Específicos.

- Recopilar dos (2) costumbres mercantiles que se constituyan en una herramienta comercial.
- Dar cumplimiento a la función contenida en el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio.
- Determinar dos (2) prácticas comerciales que pueden ser calificadas como costumbre mercantil.
- Recomendar la aprobación de la vigencia de las prácticas mercantiles con el propósito de recopilarlas y certificar acerca de su existencia, de conformidad con la ley.

4. MARCO CONCEPTUAL

COSTUMBRE MERCANTIL

Se ha dicho siempre, que las costumbres expresan las maneras de ser, pensar y vivir de un conglomerado social determinado. Cada población, región o país tiene sus propios usos y costumbres, que pueden ser o no coincidentes con las de otras poblaciones, regiones o países más o menos cercanas o distantes geográficamente.

Se requiere entonces, la existencia del uso o práctica y luego el reconocimiento de esta, bajo determinadas circunstancias y con el objeto de que pueda hacer tránsito a costumbre jurídica, según el grado de respeto y de control social que le otorgue la comunidad.

De hecho, los usos relativos al oficio de comerciante son por el contrario racionales y, con frecuencia, consensuales y su aplicación en el grupo social son fruto del acuerdo tácito.

Por lo tanto Costumbre Mercantil es un conjunto de usos o prácticas que realizan los comerciantes y que cumplen con los requisitos exigidos por las leyes para ser consideradas Derecho consuetudinario y, por ende, fuente del Derecho.

La costumbre mercantil es la segunda fuente del derecho mercantil, con la cual se interpreta la voluntad de la costumbre o para suplir el silencio de la ley.

El artículo 3º del código del comercio de Colombia establece que la costumbre mercantil detectada tiene la misma fuerza que la ley comercial, siempre y cuando ésta no resulte contraria de ninguna manera, y sea uniforme, reiterada y de conocimiento público. Se identifican como funciones La relatoría del pueblo de la Costumbre Mercantil la interpretativa, tal como está establecido en el artículo 5 del Código; la integradora o interpretadora, como complemento de las normas jurídicas dictadas por el legislador; y normativa, a falta de ley comercial existente, en los casos previstos por el artículo 3 del Código de Comercio colombiano.

Tal como se establece en ese mismo artículo, debe ser reconocida. Este reconocimiento puede ser tanto local, como nacional, según los requisitos que ésta disponga. Debe ser probada según lo dispuesto en el Código de Procedimiento Civil en su artículo 190, por medio de testimonios y pruebas auténticas, a través de dos decisiones judiciales idénticas que sean definitivas, o por medio de la certificación de la cámara de comercio correspondiente.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

En este sentido, las cámaras de comercio se encargan de recopilar y certificar estas costumbres que se dan a nivel local y de los municipios que comprendan la jurisdicción. En el caso, el proceso de reconocimiento está compuesto por etapas: la solicitud del interesado/a para la investigación de una costumbre, la determinación de la viabilidad jurídica, en el caso de ésta ser pertinente la recolección de las bases de datos en los cuales ésta es practicada (a través de muestras representativas, encuestas, etcétera). Realizados estos estudios, se procede a comprobar si la costumbre en cuestión recoge las condiciones para que sea confirmada como costumbre mercantil. Estos requisitos son la publicidad, la uniformidad, la reiteración, la vigencia y la obligatoriedad; tiene que ser conforme a que deben estar en un mínimo del 70% para declararse como “probados”. Por último la junta directiva de la Cámara pone a consideración la costumbre si esta parece estar acorde con el mínimo de requisitos, y si lo cree de esta manera, expide la certificación.

ELEMENTOS DE LA COSTUMBRE MERCANTIL

Los elementos a tener en cuenta son:

“PRÁCTICA PÚBLICA: Atiende a que las prácticas sean conocidas por el conglomerado social o por el grupo en el cual se realizan y que van a ser sometidos a los dictados de la costumbre. Esta condición es obvia, porque si con base en tales hechos se va a crear una especial regla de derecho, es esencial que pueda ser conocida por quienes van a ser dirigidos por ella, ya que sería absurdo imponer a alguien una disposición clandestina. Además, es de anotar que ese conocimiento real o presunto del hecho envuelve la posibilidad de oponerse a él, y si ello no fuere factible no se podría afirmar que dicha práctica sea pública.

UNIFORME: Atiende a que las prácticas que informan una determinada costumbre sean iguales, en razón de un proceder idéntico frente a determinada situación, sin que en su constante suceder se presenten omisiones o hechos contrarios, y lo que es más importante, que se haya creado y mantenido sin protesta formal de aquellos que hubiesen tenido interés en impugnarlo.

REITERADA: Atinente a que las prácticas constitutivas de las costumbres deben ser reiteradas por un espacio de tiempo, es decir, deben tener una tradición y no pueden ser transitorias u ocasionales, pues a lo sumo podrían tenerse como usos comunes para efectos de determinar la voluntad de quienes los ejercieron en un momento dado. Dicho lapso de tiempo se ha dejado como facultad al intérprete de reconocerlo de acuerdo con su experiencia y recto juicio”.

Existen otros elementos consolidados por la doctrina y la jurisprudencia y que han sido tomados en cuenta por otras Cámaras de Comercio en las investigaciones

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

para certificar costumbre mercantil, por ejemplo Cámara de Comercio de Villavicencio¹:

“CIERTA: Equivale a señalar que realmente existe como una situación de hecho, es decir, debe entenderse como sinónimo de verdadera y no como el artificio de un grupo determinado que pretenda favorecerse con su práctica. La certeza es muy importante porque supone no solo el reconocimiento de la práctica sino del propio derecho y desvirtúa la posibilidad de aplicar la ley fraudulentamente.

VIGENTE: Por cuanto para que sea viable jurídicamente certificar una costumbre, ésta debe estarse produciendo en el momento.

OPINIO JURIS: Es el elemento subjetivo, psicológico o formal, que se manifiesta en el sentimiento de ajustar una determinada conducta a la regla implícita en las prácticas, porque se entiende que procediendo de acuerdo con ella se procede conforme a derecho.

QUE NO CONTRARÍE LA LEY: Es la letra del mismo texto legal del Código de Comercio actual el que califica cómo debe ser la costumbre para ser aceptada en el mismo nivel que la ley; puede ser una costumbre mercantil “secundum legem” o “praeter legem”, pero jamás “contra legem”.

Las costumbres mercantiles atienden a una **clasificación de criterio territorial** y en ese sentido, el Código de Comercio recoge aspectos de la doctrina universal. Es así que las Cámaras de Comercio, en una doctrina unificada, expresan lo siguiente:

a. Locales: Son aquellas que se fundan en una práctica social observada en una determinada plaza comercial del país.

b. Generales: Son las que se fundan en una práctica social observada en forma pública, uniforme y reiterada en todo el territorio nacional.

c. Nacionales: Reciben éste calificativo genérico tanto las costumbres locales como las generales, para distinguirlas de las que se fundan en prácticas observadas fuera del país.

d. Internacionales: Tienen por fundamento la conducta cumplida por comerciantes de diversos países en los negocios que celebran entre sí. (Artículo 9 Código de Comercio).

¹ CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO Resolución No. 29 de 25 de Noviembre 2008, Pág. 3- 7.
http://www.ccv.org.co/ccvnueva/images/descargas/costumbremercantil/orp328_practica_constitutiva_de_costumbre_mercantil_iv.pdf

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

e. Extranjeras: Son las que tienen carácter local o general en países distintos de Colombia. Están fundadas en la actividad Mercantil interna de cada país, se prueba tal y como se dispone en el artículo 8 del Código de Comercio.

FUNCIONES DE LA COSTUMBRE MERCANTIL

Los tratadistas y la doctrina Cameral, señalan tres **funciones** de la costumbre mercantil:

Función Interpretativa: Es la señalada en el artículo 5 del Código de Comercio, según el cual las costumbres sirven para determinar el sentido de las palabras o frases técnicas del comercio y para interpretar los actos de los convenios mercantiles.

Función Integradora: Cuando una norma mercantil remite expresamente a la costumbre, de manera que ésta viene a completar la norma, convirtiéndose en parte integrante de ella. Por ejemplo, en los arts. 827, 909, 912,933, 1050, 1070, 1217, 1927, inciso 2 y 1661 del Código de Comercio.

Función Normativa: Cuando la costumbre reúne los requisitos del artículo 3º del Código de Comercio se aplica como regla de derecho a falta de norma mercantil expresa o aplicable por analogía. En éste caso la costumbre colma los vacíos de la ley y cumple así su función más importante.

5. METODOLOGIA

El contexto sobre el cual se desarrolló el estudio fue el sector Transporte (Empresas de transporte público), estableciéndose como espacio geográfico la jurisdicción de la cámara de comercio del Piedemonte Araucano. Identificándose como tema a investigar lo siguiente:

¿Es costumbre mercantil; la Devolución del Importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal y Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público?

Buscando determinar los requisitos de la costumbre: uniformidad, reiteración, obligatoriedad y publicidad, hechos constitutivo de una costumbre mercantil que permita ser certificada por esta cámara de comercio.

De acuerdo con estudios anteriores y otros estudios realizados por otras cámaras de comercio, se certifica cuando se encuentra una confirmación de la práctica en un porcentaje no inferior al 70%.

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

5.1.1 Investigación descriptiva

Se utilizó para la caracterización de la población objetiva, propietarios y administradores de los establecimientos de comercio objeto de esta investigación quienes son los que deciden Si *¿Es costumbre mercantil, la Devolución del Importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal y Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público?*

5.2 Formato Herramienta para la Recolección de Información

Para el cabal cumplimiento del presente ítem, se diseñó y se formuló dos (2) formatos así:

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

Formato 1.



REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
CAMARA DE COMERCIO DEL PIEDEMONT ARAUCANO
OBJETO: ESTUDIO DE COSTUMBRE MERCANTIL.

Sector:
Transporte

Práctica Mercantil:
Devolución del importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES	
ESTABLECIMIENTO	
REPRESENTANTE LEGAL	
DIRECCIÓN	MUNICIPIO
No. TELÉFONO	No. CELULAR
CORRERO ELECTRÓNICO	

1. ¿SE PERMITE QUE UN CLIENTE COMPRA EL PASAJE CON ANTERIORIDAD AL DIA DEL VIAJE?			
SI	1	NO	2
			NR 3
2. CUANDO UN CLIENTE SOLICITA CON ANTERIORIDAD QUE SE LE DEVUELVA EL IMPORTE DEL PASAJE, SIEMPRE QUE DICHO DESISTIMIENTO SEA COMUNICADO PERSONALMENTE POR EL PASAJERO ANTES DE LA HORA SEÑALADA PARA EL VIAJE?			
SI	1	NO	2
			NR 3
3. ¿LA PRACTICA MERCANTIL DEVOLUCIÓN DEL IMPORTE DEL PASAJE SE REALIZA DE MANERA HABITUAL?			
SI	1	NO	2
			NR 3
4. ¿LA PRACTICA SEÑALADA ES CONOCIDA Y APLICADA POR TODO EL SECTOR?			
SI	1	NO	2
			NR 3

PERSONA QUE DILIGENCIA	FECHA DE DILIGENCIAMIENTO
NOMBRE:	DÍA MES AÑO
CARGO:	
TEL/CEL:	

CERTIFICO QUE ESTA ENCUESTA CONTIENE INFORMACIÓN VERDICA Y FUE DILIGENCIADA SEGÚN LAS INSTRUCCIONES ESTABLECIDAS.

Apoyamos lo Nuestro
SARAVENA Calle 30 No. 16-25 Av. Incora PBX: 889 1988 / 889 2270 / 889 2275
TAME Cra 14 No. 17-39 B. Las Ferias Tel 888 7161 / Cel. 313 475 2931
ARAUGUITA Cil. 2 No. 5-25 Barrio Centro Tel: 888 5757
www.camarapiedemonte.com



CÁMARA DE COMERCIO DEL
PIEDEMONT ARAUCANO

Saravena, Fortul, Arauguita, Tame y Cubará.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

Formato 2.



REPUBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DE ARAUCA
CAMARA DE COMERCIO DEL PIEDEMONTE ARAUCANO
OBJETO: ESTUDIO DE COSTUMBRE MERCANTIL.

Sector:
Transporte.

Práctica Mercantil:
Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público.

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES	
NOMBRE	TIPO VEHÍCULO
EMPRESA	No. PLACA
DIRECCIÓN DONDE VIVE	MUNICIPIO
No. TELÉFONO	No. CELULAR
CORREO ELECTRÓNICO	

1. EL VEHICULO DE SERVICIO PÚBLICO ES PROPIO?			
SI	NO	NR	
2. EN EL MOMENTO DE ADQUISICIÓN DEL VEHÍCULO DE SERVICIO PÚBLICO, EL VENDEDOR LE ENTREGÓ LOS SIGUIENTES ACCESORIOS:			
1. UNA (1) LLANTA	SI	NO	NR
2. UNA (1) COPIA DE LA LLAVE	SI	NO	NR
3. RESPUESTA 1 Y 2	SI	NO	NR
3. ¿LA PRACTICA SEÑALADA ES CONOCIDA Y APLICADA POR TODO EL SECTOR?			
SI	NO	NR	
4. ¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO QUE EL VENDEDOR REALICE ESTA CLASE DE INCENTIVOS?			
SI	NO	NR	
OBSERVACIONES:			

PERSONA QUE DILIGENCIA	FECHA DE DILIGENCIAMIENTO
NOMBRE:	DÍA MES AÑO
CARGO:	
TEL/CEL:	

CERTIFICO QUE ESTA ENCUESTA CONTIENE INFORMACIÓN VERDICA Y FUE DILIGENCIADA SEGÚN LAS INSTRUCCIONES ESTABLECIDAS.

Apoyamos lo Nuestro
SARAVENA Calle 30 No. 18-25 Av. Incore PBX: 889 1988 / 889 2270 / 889 2275
TAME Cra 14 No. 17-39 B. Las Ferias Tel 888 7161 / Cel. 313 475 2931
ARAUQUITA Cil. 2 No. 5-25 Barrio Centro Tel: 888 5757
www.camarapiedemonte.com
e-mail: ccpiiedemonte@yahoo.com



CÁMARA DE COMERCIO DEL
PIEDEMONTE ARAUCANO

Saravena, Fortul, Arauquita, Tame y Cubará.

5.3 RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

De acuerdo con la metodología utilizada en la recopilación y certificación de la costumbre mercantil la cámara de comercio del Piedemonte Araucano, desarrolló esta investigación en una serie de etapas que comprende, entre otras actividades, la identificación del grupo de estudio y de las necesidades de información. En esta etapa, se recogieron los datos de los grupos objetivos que practican la costumbre y se seleccionó una muestra representativa de población a la cual se aplicaron encuestas personales. Esto con el fin de verificar si la práctica estudiada cumple con los requisitos de: Uniformidad, Reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia.

De acuerdo a la recolección de información a las empresas prestadores de transporte en la Jurisdicción del Piedemonte Araucano, se constató que existen 10 Empresas que prestan el servicio de transporte de pasajeros con 19 sedes en total, y 329 vehículos (Taxi, Buseta y Bus) dedicados a la actividad de transporte de pasajeros en Saravena.

5.3.1 Cálculo del tamaño de la Muestra

La fórmula para hallar el cálculo del tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Cálculo de Muestra Práctica Mercantil: Devolución del Importe del Pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal.

De acuerdo al trabajo de campo, y la investigación realizada en el área geográfica determinada como Piedemonte Araucano, existen 19 empresas prestadoras del servicio de transporte intermunicipal, caso que arroja una población pequeña, por lo tanto se determina realizar 19 encuestas, a los cuales se visitó para la aplicación de la encuesta y para conocer de manera más acertada y objetiva.

Período de Recolección: del 19 de Diciembre al 28 de Diciembre de 2018.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

En la tabla 1, se relacionan la cantidad total de establecimientos comerciales dedicados a la actividad Transporte por municipio.

Tabla 1, Relacionan Cantidad total de Empresas comerciales dedicadas a la actividad de transporte intermunicipal por municipio.

ITEM	MUNICIPIO	CANTIDAD
1	SARAVENA	8
2	TAME	4
3	ARAUQUITA	5
4	FORTUL	1
5	CUBARA	1
TOTAL		19

Fuente: Trabajo de Campo

Cálculo de Muestra Práctica Mercantil: Entrega de Accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público.

Para determinar el número de encuestas a realizar se tomó como base las Empresas de servicio público de transporte de pasajeros y el número de vehículos (Taxi, Busetas y Bus) en actividad y prestando el servicio en el municipio de Saravena.

$N = 329$
 $\alpha = 5\%$
 $d = 3\%$
 $p = 3\%$
 $q = 97\%$
 $Z_{\alpha} = 61$
 $n = 65$

Finalmente resultó una muestra de 65 transportadores; a los cuales se les aplica la encuesta, con el objeto de conocer de manera más acertada y objetiva, como desarrollan su actividad y que accesorios adquieren en el momento de compra del vehículo.

Período de Recolección: del 24 de Diciembre al 28 de Diciembre de 2018.

En la tabla 2, Se relacionan la cantidad total de Vehículos tipo (Taxi, Busetas y Bus) dedicados a la actividad transporte de pasajeros a los que les aplico la encuesta.



**CÁMARA DE COMERCIO DEL
PIEDEMONTA ARAUCANO**

Saravena, Fortul, Arauquita, Tame y Cubará.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

Tabla 2. Total de Vehículos Tipo (Taxi, Buseta y Bus) se le aplico la encuesta

ITEM	MUNICIPIO	CANTIDAD
1	TAXI	49
2	BUSETA	11
3	BUS	5
TOTAL		65

Fuente: Trabajo de campo.

5.3.2 Resultados por Herramienta aplicada (Encuesta)

Práctica Mercantil: Devolución del Importe del Pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal.

SECTOR	PRACTICA MERCANTIL	
GASTRONÓMICO: RESTAURANTES Y CAFETERÍAS	COBRO AL CLIENTE POR EL SERVICIO A DOMICILIO	
	CANTIDAD	%
1. ¿SE PERMITE QUE UN CLIENTE COMPRA EL PASAJE CON ANTERIORIDAD AL DIA DEL VIAJE?		
1.1 SI	19	100,00%
1.2 NO	0	0,0%
1.3 NO RESPONDE	0	0,0 %
2. CUANDO UN CLIENTE SOLICITA CON ANTERIORIDAD QUE SE LE DEVUELVA EL IMPORTE DEL PASAJE, SIEMPRE QUE DICHO DESISTIMIENTO SEA COMUNICADO PERSONALMENTE POR EL PASAJERO ANTES DE LA HORA SEÑALADA PARA EL VIAJE?		
2.1 SI	19	100,00%
2.2 NO	0	0,0%
2.3 NO RESPONDE	0	0,0%
3. ¿LA PRACTICA MERCANTIL DEVOLUCIÓN DEL IMPORTE DEL PASAJE SE REALIZA DE MANERA HABITUAL?		
3.1 SI	15	79,00%
3.2 NO	3	15,80%
3.3 NO RESPONDE	1	5,2%
4. ¿LA PRÁCTICA SEÑALADA ES CONOCIDA Y APLICADA POR TODO EL SECTOR?		
4.1 SI	19	100,00%
4.2 NO	0	0,0%
4.3 NO RESPONDE	0	0,0%

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

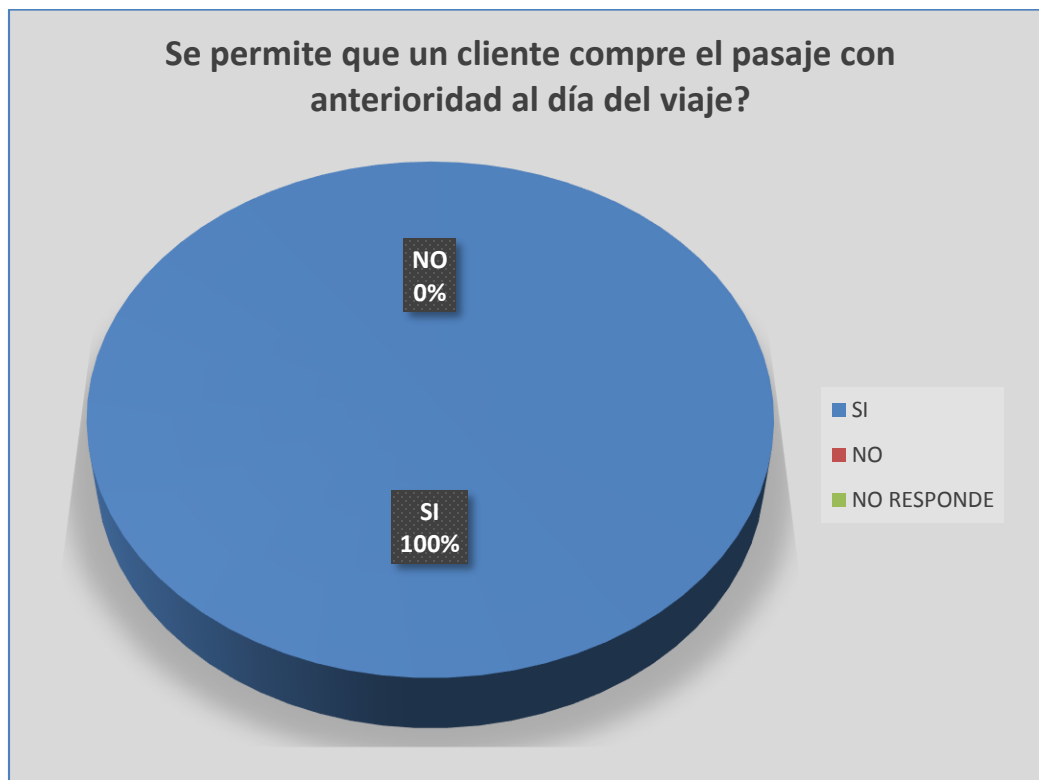
Práctica Mercantil: Entrega de Accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público.

SECTOR	PRACTICA MERCANTIL	
HOTELERO	HORA DE CORTE DEL DIA O CHECK OUT EN LOS HOTELES	
	CANTIDAD	%
1. EL VEHICULO DE SERVICIO PÚBLICO ES PROPIO?		
1.1 SI	23	35,40%
1.2 NO	42	64,60%
1.3 NO RESPONDE	0	0,0%
2. EN EL MOMENTO DE ADQUISICIÓN DEL VEHÍCULO DE SERVICIO PÚBLICO, EL VENDEDOR LE ENTREGÓ LOS SIGUIENTES ACCESORIOS		
2.1 UNA (1) LLANTA		
2.1.1 SI	64	98,50%
2.1.2 NO	1	1,50%
2.1.3 NO RESPONDE	0	0,0%
2.2 UNA (1) COPIA DE LA LLAVE		
2.2.1 SI	59	90,80%
2.2.2 NO	6	9,20%
2.2.3 NO RESPONDE	0	0,0%
2.3 RESPUESTA 1 Y 2		
2.3.1 SI	59	90,80%
2.3.2 NO	6	9,20%
2.3.3 NO RESPONDE	0	0,0%
3. ¿LA PRÁCTICA SEÑALADA ES CONOCIDA Y APLICADA POR TODO EL SECTOR?		
3.1 SI	64	98,50%
3.2 NO	1	1,50%
3.3 NO RESPONDE	0	0,0%
4. ¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO QUE EL VENDEDOR REALICE ESTA CLASE DE INCENTIVOS?		
4.1 SI	65	100,00%
4.2 NO	0	0,0%
4.3 NO RESPONDE	0	0,0%

5.3.3 Análisis de la Encuesta

Práctica Mercantil: **Devolución del Importe del Pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal.**

1, ¿Se permite que un cliente compre el pasaje con anterioridad al día del viaje?



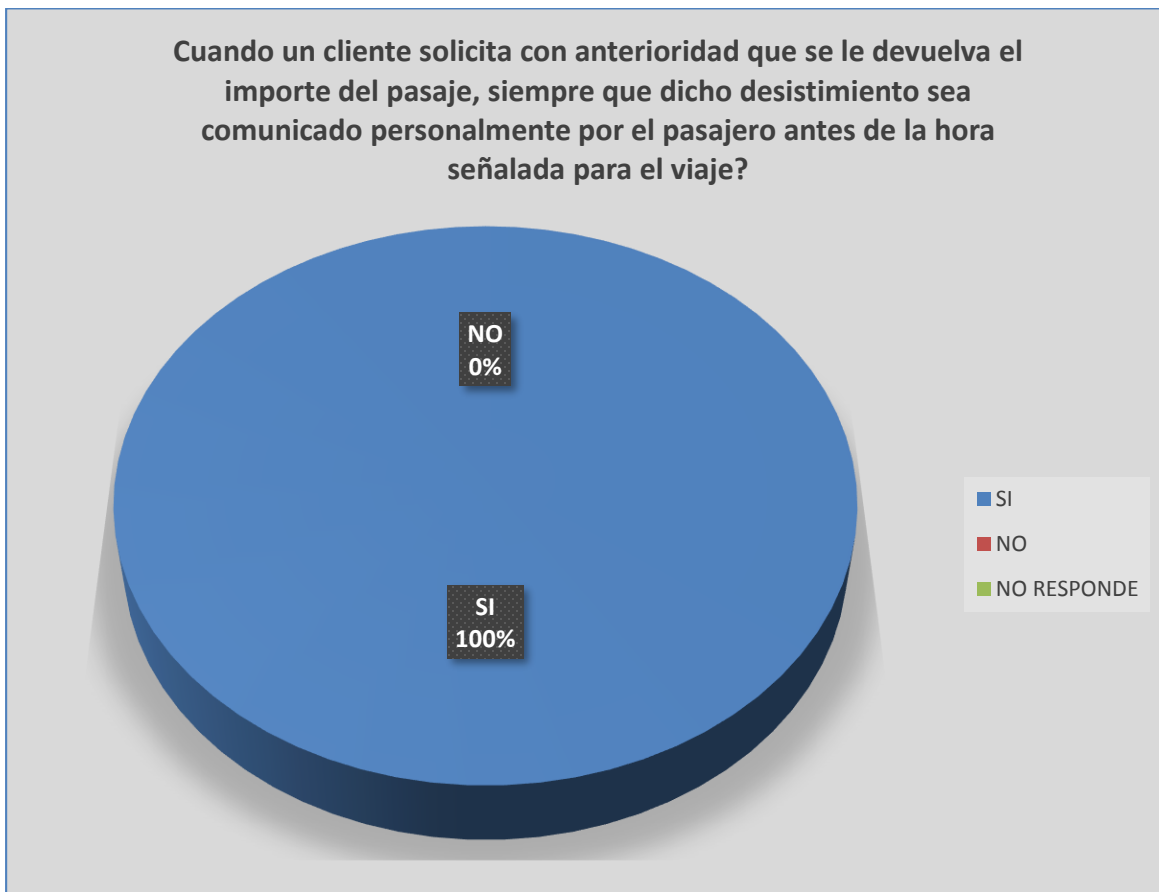
Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

A través de la gráfica anterior se deduce que las empresas despachadores de transporte intermunicipal del Piedemonte Araucano el 100,00% permite vender a los usuarios (clientes) el pasaje con anterioridad al día del viaje y según justificación esto permite aumentar las ventas y garantizar salida a los vehículos que prestan el servicio.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

2, Cuando un cliente solicita con anterioridad que se le devuelva el importe del pasaje, siempre que dicho desistimiento sea comunicado personalmente por el pasajero antes de la hora señalada para el viaje?



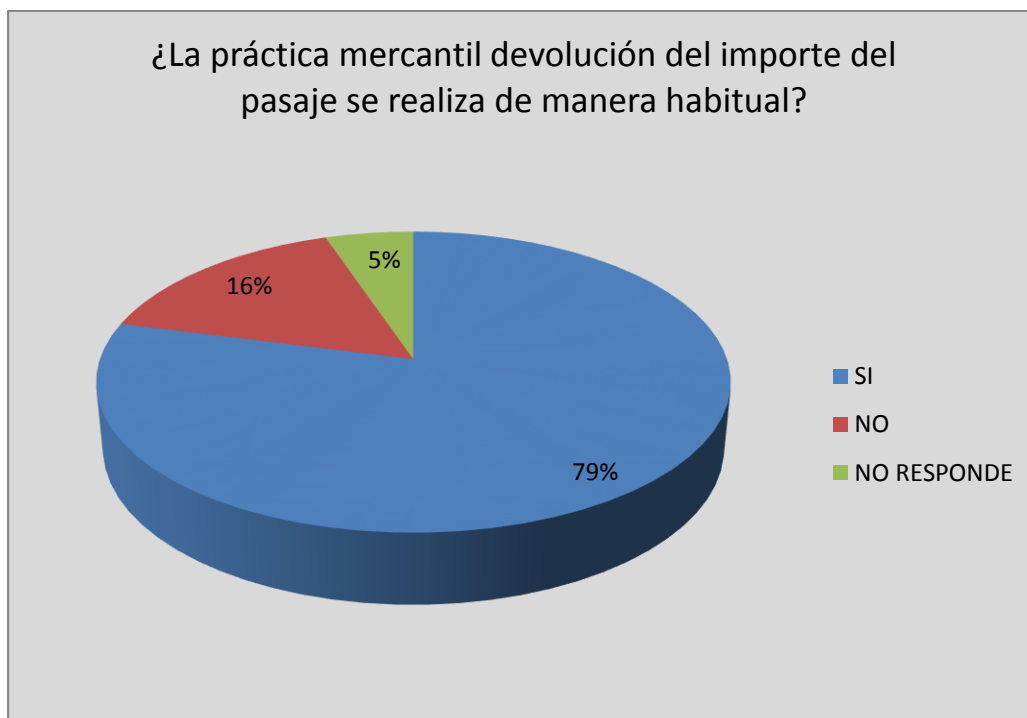
Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

Según los encuestados establecieron que en general están de acuerdo con la devolución del importe del pasaje, siempre y cuando se comunique personalmente y con tiempo, o sea que el 100,00% realizan esta práctica, siendo un beneficio para el usuario (cliente) y así prestando un servicio acorde a las necesidades y en el momento adecuado.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

3, ¿La práctica mercantil devolución del importe del pasaje se realiza de manera habitual?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

Según la información recopilada por la encuesta, el 79,50% de los encuestados manifestaron que es costumbre la devolución del importe del pasaje de manera habitual, siendo de manera ética la devolución, ya que el usuario (cliente) por un motivo ajeno no realizan el viaje en el momento acordado. Las empresas de transporte ubicadas en la zona conocida con Piedemonte Araucano están de acuerdo y creen que se siga realizando y que esto sea una práctica mercantil en el sector transporte.

4. ¿La práctica señalada es conocida y aplicada por todo el sector?



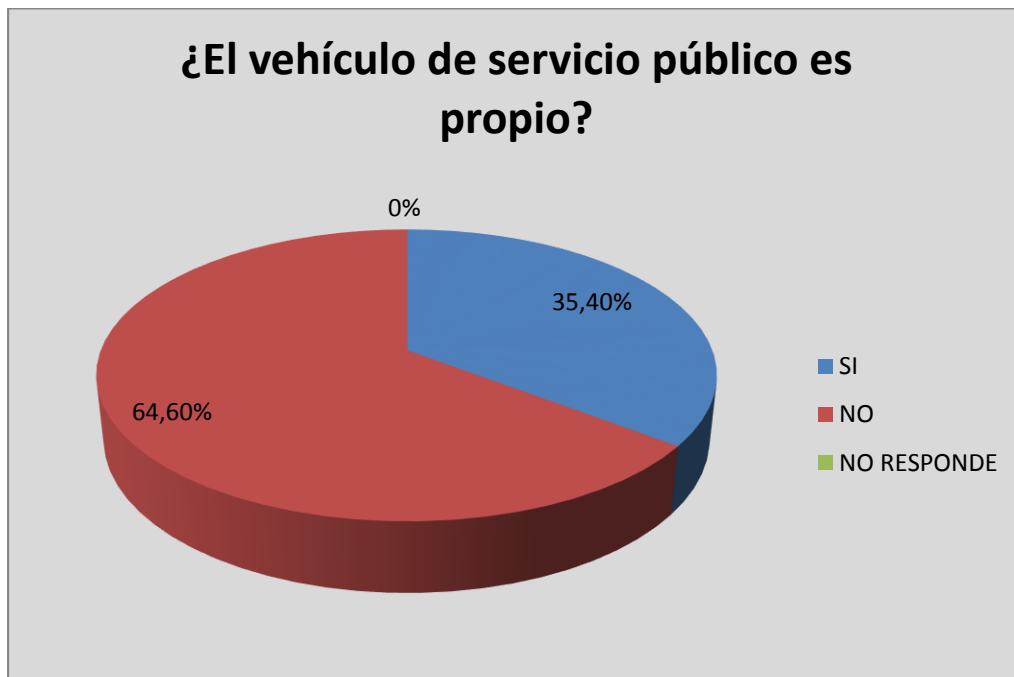
Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

La práctica devolución del importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal en la zona del Piedemonte Araucano es conocida y aplicada por todo el sector. Según los encuestados el 100,00% están de acuerdo que exista la práctica mercantil en mención y que por este motivo el usuario (cliente) se siente satisfecho y vuelve a utilizar el servicio cuando lo necesite.

Análisis de la Encuesta

Práctica Mercantil: Entrega de accesorios en la compraventa de Vehículos de Servicio Público.

1, ¿El vehículo de servicio público es propio?

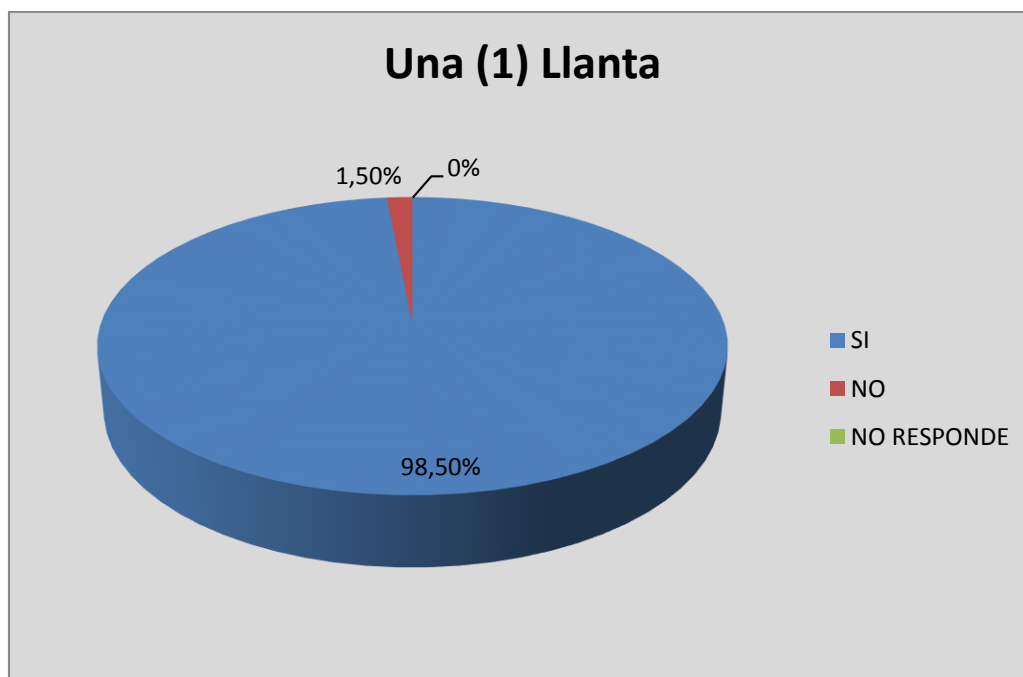


Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

A través de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada en el municipio de Saravena (Arauca) cuya actividad realizan prestar el servicio de transporte de pasajeros, se constata que tan solo un 35,40% de los encuestados es propietario del vehículo público el maneja y que un 64,60% es chofer o persona contratada por manejar el vehículo.

2, ¿En el momento de adquisición del vehículo de servicio público, el vendedor le entregó los siguientes accesorios?

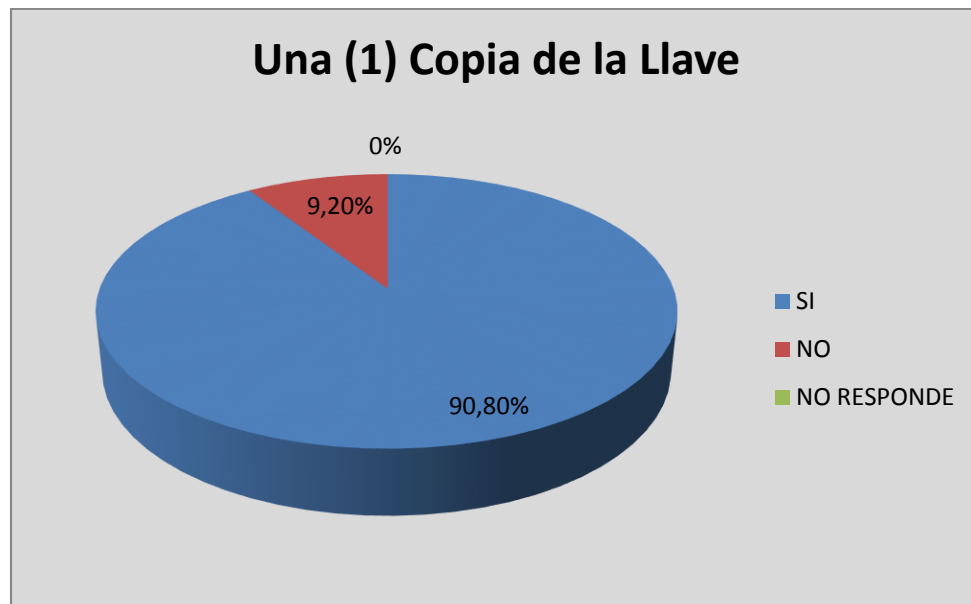
2.1 Una (1) Llanta



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

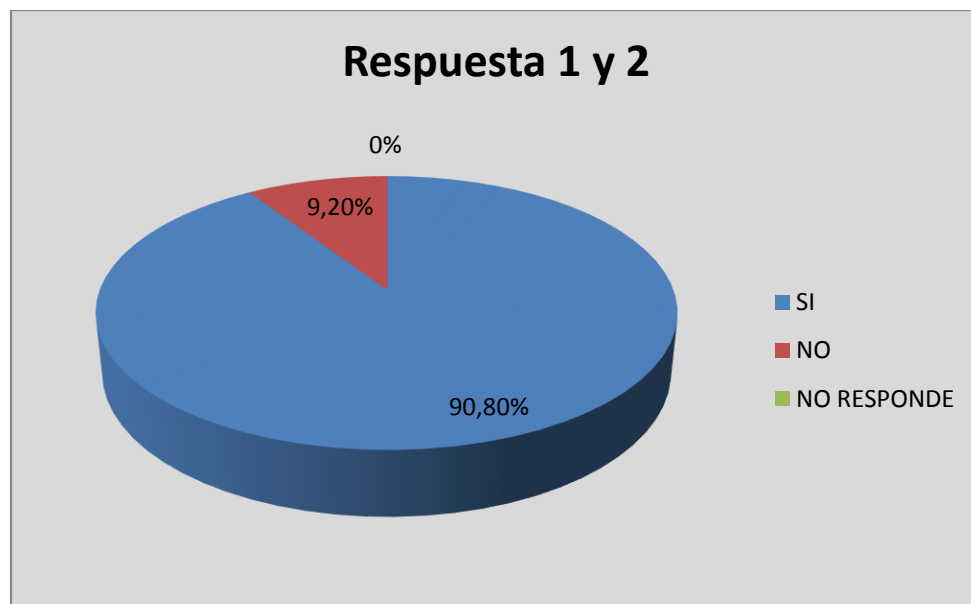
A través de la encuesta aplicada se deduce que un 98,50% de los encuestados en el momento de la adquisición del vehículo de servicio público la empresa vendedora le hizo entrega de una (1) llanta y tan solo un 1,50% de los encuestados dice que no recibió este objeto en el momento de adquisición del vehículo público.

2.2 Una (1) Copia de la Llave



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

A través de la encuesta aplicada se deduce que un 90,80% de los encuestados en el momento de la adquisición del vehículo de servicio público la empresa vendedora le hizo entrega de una (1) llave y tan solo un 9,20% de los encuestados dice que no recibió este objeto en el momento de adquisición del vehículo público.

2.3 Respuesta 1 y 2

Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

La investigación realizada: Practica mercantil Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público, confirma que en el momento de la compra o adquisición de vehículos de servicio de transporte de pasajeros (público) se le haga entrega al propietario una copia de una (1) Llanta y de una (1) copia de la Llave, en este sentido un 90,80% están de acuerdo que exista la práctica mercantil en mención.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

3, ¿La práctica señalada es conocida y aplicada por todo el sector?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

A través de la encuesta aplicada se deduce que la práctica mercantil Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público en un 88,50% es conocida y aplicada por todo el sector de los vendedores de vehículos, lo que hace que el gremio del transporte se fortalezca y genere nuevas fuentes de empleo.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

4, ¿Considera usted que es necesario que el vendedor realice esta clase de incentivos?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

Lo que se aprecia al revisar esta clase de práctica mercantil, que si bien en el país se han detectado falencias en la prestación del servicio de transporte, aún no se alcanzan los niveles de desarrollo esperados, a lo que se suma la constante evolución de las ciudades y regiones que cada vez impone nuevos retos, pero en la Jurisdicción del Municipio de Saravena, se considera que es necesario que se realicen esta clase de incentivos, por lo tanto un 100,00% de los encuestados están convencidos que esto estimula la adquisición de vehículos y en especial en el sector transporte de pasajeros.

CONCLUSIONES

Sector: Transporte.

Práctica Mercantil: Devolución del Importe del Pasaje, por Desistimiento en el Contrato de Transporte Público Intermunicipal.

De acuerdo a la información recopilada en la encuesta y después analizada a las Empresas prestadoras del Servicio de Transporte Público de Pasajeros ubicadas en el Municipio de Saravena de la Jurisdicción de la Cámara de Comercio del Piedemonte Araucano, permiten afirmar la existencia de una práctica comercial en el Piedemonte Araucano, en cuanto a que es costumbre mercantil, que en el sector Transporte del Piedemonte Araucano, exista la Devolución del Importe del Pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal.

En cuanto a los elementos para declarar dicha práctica como costumbre mercantil se tiene:

GENERALIDAD: Las encuestas fueron extendidas a 19 empresas prestadoras del servicio público de transporte de la región del Piedemonte Araucano (municipios: Arauquita, Fortul, Tame, Saravena y Cubara).

La generalidad es un elemento que se concluye a partir de la representatividad de la muestra a la cual le fue aplicado el instrumento en este caso.

UNIFORMIDAD: La muestra nos indica que la práctica sobre la que se indagó es uniforme en cuanto a que un 100,00% de los encuestados hace la Devolución del Importe del Pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

REITERACIÓN: De los encuestados, el 79,00% considera que la práctica mercantil devolución del importe del pasaje se realiza de manera habitual. De lo anterior se deduce que es porque el usuario del servicio solicita la devolución del recurso y un 16,00% solicita que el pasaje sea asignado con una nueva fecha de viaje.

PUBLICIDAD Y VIGENCIA: La práctica devolución del importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal en la zona del Piedemonte Araucano es conocida y aplicada por todo el sector. Según los encuestados el 100,00% están de acuerdo que exista la práctica mercantil en mención y de igual forma las empresas de transporte ubicadas en la zona conocida con Piedemonte Araucano están de acuerdo y creen que se siga realizando y que esto sea una práctica mercantil en el sector transporte.

Por los anteriores datos estadísticos e investigación jurídica, la cámara de Comercio del Piedemonte Araucano CERTIFICA la existencia de una costumbre:

En cuanto a que en el Piedemonte Araucano SI es costumbre mercantil, La Devolución del Importe del Pasaje, por desistimiento en el contrato de Transporte Público Intermunicipal.



**CÁMARA DE COMERCIO DEL
PIEDEMONTÉ ARAUCANO**

Saravena, Fortul, Arauquita, Tame y Cubará.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

Sector: Transporte.

Práctica Mercantil: Entrega de accesorios en la compraventa de Vehículos de Servicio Público.

De acuerdo a la información suministrada por los conductores (de servicio público-pasajeros) del sector Transporte, permiten afirmar la existencia de una práctica comercial en el Piedemonte Araucano, en cuanto a que es costumbre mercantil, que en el sector Transporte del Piedemonte Araucano, exista la Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público.

Los transportadores encuestados ejercen sus actividades en el Piedemonte Araucano (municipios: Arauquita, Fortul, Tame, Saravena y Cubara) por lo cual esta cámara tiene plena competencia en realizar esta investigación.

En cuanto a los elementos para declarar dicha práctica como costumbre mercantil se tiene:

GENERALIDAD: Las encuestas fueron extendidas a 65 conductores del Sector Transporte en el Municipio de Saravena, los cuales realizan actividades tanto a nivel local, intermunicipal, Regional y ruta nacional.

La generalidad es un elemento que se concluye a partir de la representatividad de la muestra a la cual le fue aplicado el instrumento en este caso.

UNIFORMIDAD: La mayoría representativa de la muestra nos indica que la práctica sobre la que se indagó es uniforme en cuanto a que un 90,80% de los encuestados respondieron que es práctica mercantil la entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicios público”. Los cuales son una (1) Llanta y una (1) copia de la Llave.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

REITERACIÓN: De los encuestados, el 98,50% considera que cada vez que se adquiera un vehículo se debe hacer entrega de una Llanta, y de igual forme el 90,80% considera que se debe hacer entrega de una (1) copia de la Llave.

PUBLICIDAD Y VIGENCIA: El 98,50% de los encuestados considera que la práctica mercantil Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público, y sus políticas ya establecidas y más sobre el tema que trata esta investigación, SI es costumbre mercantil, por ende, SI es una práctica existente en el Piedemonte Araucano.

Por los anteriores datos estadísticos e investigación jurídica, la cámara de comercio del Piedemonte Araucano CERTIFICA la existencia de una costumbre:

En cuanto a que en el Piedemonte Araucano SI es costumbre mercantil, La entrega de accesorios en la compraventa de vehículos de servicio público: Una (1) Llanta y Una (1) copia de la Llave.

ANEXOS

A. Establecimientos del Sector Transporte (Empresas despachadoras de transporte de pasajeros), Encuestados.

No.	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO ENCUESTADO
1	FLOTA SUGAMUXI S.A. "LIBERTADORES" SARAVERA.
2	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE LOS SANTANDERES LTDA. "COPETRA" SARAVERA
3	COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DE TAME LTDA. "COOTRASTAME" SARAVERA.
4	COOPERATIVA ARAUCANA DE TRANSPORTADORES LTDA. "COOTRASTARAUCANA LTDA" SARAVERA.
5	COOPERATIVA DE TRANSPORTES DEL SARARE LTDA. "COOTRADELSA LTDA" SARAVERA.
6	COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES NACIONALES DE PAMPLONA LTDA. "COTRAAL LTDA." SARAVERA.
7	COOPERATIVA TRANSPORTADORA TERRESTRE Y FLUVIAL DE ARAUCA LTDA. "COOTRASTEFUARAUCA LTDA" SARAVERA.
8	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DEL SARARE LTDA. "COOTRASTARE LTDA" SARAVERA.
9	SUGAMUXI - LIBERTADORES (RESTAURANTE LA NEGRA) ARAUQUITA.
10	TRANSPORTE MARY S.A.S (COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE LOS SANTANDERES LTDA "COPETRA") ARAUQUITA.
11	COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DE ARAUQUITA LTDA. "COOTRAAR LTDA" ARAUQUITA.
12	COOPERATIVA ARAUCANA DE TRANSPORTADORES LTDA. "COOTRASTARAUCANA LTDA" ARAUQUITA.
13	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DEL SARARE LTDA. "COOTRASTARE LTDA" ARAUQUITA.
14	LIBERTADORES – COFLONORTE LTDA. TAME
15	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE LOS SANTANDERES LTDA. "COPETRA" TAME.
16	COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DE TAME LTDA. "COOTRASTAME" TAME.
17	TRANSPORTES ALIANZA LTDA. TAME.
18	FLOTA SUGAMUXI S.A. "LIBERTADORES" FORTUL.
19	COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE LOS SANTANDERES LTDA. "COPETRA" CUBARA-BOYACÁ.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

**B. Prestadores del Servicio del Sector Transporte (conductores vehículos),
del Municipio de Saravena Encuestados.**

No.	NOMBRE Y PLACA
1	RUBERTO ROJAS (PLACA: TTV-095)
2	GERZON OSORIO PAREDES (PLACA: TAN-117)
3	YOLMAN RAUL ORTEGA CORONEL (PLACA: TTV-282)
4	LUIS ARTURO PARADA (PLACA: SWV-395)
5	RICHAR CASTAÑEDA (PLACA: SMJ-534)
6	TEOFILO GARCIA (PLACA: UVG-042)
7	BENJAMIN GRANDA CALDERON (PLACA: SUP-078)
8	HERNAN FRANCO (PLACA: TSS-345)
9	LUIS CARLOS ROJAS (PLACA: TFQ-367)
10	PEDRO ANTONIO ROA (PLACA: XLX-901)
11	OVIDIO CÁCERES (PLACA: URM-113)
12	LUIS GUEVARA (PLACA: TAN-145)
13	LUIS ALBERTO MAHECHA CAMPOS (PLACA: YAU-001)
14	ALIRIO RUEDA (PLACA: TTP-722)
15	LUIS CARLOS RAMIREZ (PLACA: XVV-000)
16	DANIEL ROPERO PINCON (PLACA: YAU-121)
17	IMER GUSTAVO MEDINA (PLACA: NWJ-255)
18	GUSTAVO JIMENEZ (PLACA: WDM-338)
19	MARCOS FONTECHA (PLACA: UUG-052)
20	ALEXANDER SOLANO VILLAMIZAR (PLACA: XVV-945)
21	LUIS RUBIO (PLACA: SMJ-633)
22	CARLOS GALEANO (PLACA: UVF-882)
23	ARTURO RUBIO GUERRERO (PLACA: YAU-394)
24	WILMER GUEVARA AREVALO (PLACA: XVV-442)

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

No.	NOMBRE Y PLACA
25	ARGENIS CONTRERAS (PLACA: SMJ-672)
26	KEINER HERNANDEZ ARDILA (PLACA: SMJ-536)
27	ALONSO CASADIEGO (PLACA: YAU-112)
28	OMAR ALEXANDER JIMENEZ (PLACA: WNW-285)
29	JESUS OYOLA (PLACA: UVF-839)
30	EFRAIN RODRIGUEZ (PLACA: TAN-248)
31	EDINSON FABIAN RAMIREZ (PLACA: UVG-053)
32	ALVARO PARADA (PLACA: XVX-640)
33	FABIAN RUIZ (PLACA: YAU-400)
34	JOSÉ ORLANDO BATECA (PLACA: XVW-571)
35	LUIS OBALLES (PLACA: SXT-598)
36	LUIS GELVES BAUTISTA (PLACA: XVJ-706)
37	ALIRIO SANTAFE (PLACA: URM-113)
38	EDGAR PIEDRAHITA (PLACA: TUI-275)
39	MARIO ROJAS CASTAÑEDA (PLACA: YAU-275)
40	NELDAMIRO MACUALO (PLACA: SMJ-570)
41	JHON SANTOS (PLACA: UVF-796)
42	MAURICIO MENDOZA (PLACA: VFX-163)
43	JOSE ALMILCAR SILVA (PLACA: XZJ-214)
44	JEFERSON CAMARGO (PLACA: SMJ-635)
45	OLMAN ACUÑA (PLACA: XVY-291)
46	JOSE HERNANDO JAIMES (PLACA: SOI-367)
47	SRTURO ARCINBIEGAS (PLACA: YAU-075)
48	ANDELFO SOMOZA (PLACA: SWV-292)
49	MAURICIO PERALTA (PLACA: UVF-799)
50	PEDRO NEL SARABANDA (PLACA: WLS-824)
51	ARGENIS ROJAS (PLACA: SWV-295)
52	LUIS A. LOZADA (PLACA: UVF-807)

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: Transporte.

No.	NOMBRE Y PLACA
53	OSWALDO CASTAÑEDA B (PLACA: SOI-895)
54	JUAN CARLOS BELTRAN (PLACA: SVF-196)
55	CARLOS ARTURO RONDON (PLACA: TLP-494)
56	ALBERTO RINCON GALEANO (PLACA: TLP-629)
57	EDWAR LOZANO (PLACA: SKZ-036)
58	OMAR GUTIERREZ GONZALEZ (PLACA: TLP-470)
59	ORLANDO PABON (PLACA: SXR-195)
60	CARLOS RAMIREZ (PLACA: SMJ-531)
61	BENJAMIN FLORES (PLACA: UVG-062)
62	LUIS ORLANDO OVIEDO (PLACA: XVX-550)
63	EDGAR ROCHA (PLACA: UVF-816)
64	OMAR TAFUR OLAYA (PLACA: TLP-163)
65	ERNESTO PINILLA RUEDA (PLACA: WOL-263)

C. Encuestas. Establecimientos del Sector Transporte (Empresas despachadoras de transporte de pasajeros).

Finalmente resultó una muestra de 19 empresas prestadoras del servicio de transporte de pasajeros; a los cuales se les aplicó la encuesta, con el objeto de conocer de manera más acertada y objetiva, si se da la devolución del importe del pasaje, por desistimiento en el contrato de transporte público intermunicipal.

Período de Recolección: del 19 de Diciembre al 28 de Diciembre de 2018.

D. Encuestas. Prestadores del Servicio del Sector Transporte (conductores vehículos de servicio público), en el Municipio de Saravena.

Finalmente resultó una muestra de 65 transportadores; a los cuales se les aplicó la encuesta, con el objeto de conocer de manera más acertada y objetiva, que accesorios adquieren en el momento de compra del vehículo.

Período de Recolección: del 24 de Diciembre al 28 de Diciembre de 2018.