

2019



CÁMARA DE COMERCIO DEL PIEDEMONT ARAUCANO

Saravena, Fortul, Arauquita, Tame y Cubará.

DANIEL ANTONIO CORONEL MEJIA
Presidente Ejecutivo

JOAO SEBASTIAN MORENO
Director Jurídica y de Registros
Públicos

ELVIS GÓMEZ CASTAÑEDA
Coordinador Competitividad Regional

COSTUMBRE MERCANTIL

**SECTOR: SALUD
DROGUERÍAS-FARMACIAS**

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	27
ANEXOS	31

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.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

La investigación de una Costumbre Mercantil puede producirse por iniciativa de la Cámara Comercio o por solicitud de cualquier interesado. El procedimiento 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 PIEDEMONT 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 Tres (3) 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 Tres (3) 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 y Certificar 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: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

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: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

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: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

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 Droguerías (Establecimientos comerciales de venta de medicamentos para consumo humano) estableciéndose como espacio geográfico la jurisdicción de la cámara de comercio del Piedemonte Araucano (Municipio de Arauquita, Fortul, Tame y Saravena del departamento de Arauca y Cubará del departamento de Boyacá). Identificándose como temas a investigar lo siguientes:

¿Es costumbre mercantil: El Modo de Compras, Prestación de Servicios a EPS y Horario de Servicio al 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: El Modo de Compras, Prestación de Servicios a EPS y Horario de Servicio al Público?**

5.2 Formato Herramienta para la Recolección de Información

Para el cabal cumplimiento del presente ítem, se diseñó y se formuló Un (1) formato así:

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.



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

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

ESTABLECIMIENTO _____
 REPRESENTANTE LEGAL _____
 DIRECCIÓN _____ MUNICIPIO _____
 No. TELÉFONO _____ No. CELULAR _____
 CORREO ELECTRONICO _____
 CUANTAS PERSONAS LABORAN CON USTES? _____

1. PRÁCTICA MERCANTIL: MODO DE COMPRAS

1,1 EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL QUE USTED ATIENDE, REALIZA LAS COMPRAS MEDIANTE EL SISTEMA DE:			
CONTADO	1	CRÉDITO	2
			NR
			3
1,2 ¿EL PROVEEDOR DE LOS MEDICAMENTOS E INSUMOS EN GENERAL LE PERMITE CANCELAR A CUOTAS?			
SI	1	NO	2
			NR
			3
1,3 ¿LA PRACTICA MERCANTIL DE COMPRA MEDIANTE EL SISTEMA DE CRÉDITO SE REALIZA DE MANERA HABITUAL?			
SI	1	NO	2
			NR
			3

2. PRÁCTICA MERCANTIL: PRESTACIÓN DE SERVICIOS A EPS.

2,1 ¿SU ESTABLECIMIENTO COMERCIAL CUENTA CON CONTRATO O CONVENIO CON LAS EPS?			
SI	1	NO	2
			NR
			3
2,2 LA EMPRESA OFRECE ALGUN DESCUENTO U OFERTAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS A LAS EPS?			
SI	1	NO	2
			NR
			3
2,3 ¿LA PRÁCTICA SEÑALADA ES CONOCIDA Y APLICADA POR TODO EL SECTOR FARMACEÚTICO?			
SI	1	NO	2
			NR
			3

3. PRÁCTICA MERCANTIL: HORARIO DE SERVICIO.

3,1 ¿EXISTE UN HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO?			
SI	1	NO	2
			NR
			3
3,2 ¿LA HORA ESTABLECIDA ES CONOCIDA POR LA COMUNIDAD?			
SI	1	NO	2
			NR
			3
3,3 ¿CUANDO SE ATIENDE A UN CLIENTE SE LE INFORMA SIEMPRE LA HORA DEL SERVICIO AL PÚBLICO			
SI	1	NO	2
			NR
			3
3,4 ¿DE LOS SIGUIENTES HORARIOS CUAL ES EL QUE USTED IMPLEMENTA AL PÚBLICO?			
24 HORAS AL DÍA	1	DE 6 DE LA MAÑANA A 10 DE LA NOCHE	2
		DE 8 DE LA MAÑANA A 12 DE LA NOCHE	3

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 base de Datos de la CCPA, en la Jurisdicción del Piedemonte Araucano, se constató que existen 334 Establecimientos que prestan el servicio dedicados a la actividad comercial de venta de medicamentos para consumo humano.

5.3.1 Cálculo del tamaño de la Muestra

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

$$n = \frac{k^2 * P * q * N}{e^2(N-1) + k^2 * p * q}$$

Cálculo de Muestra Práctica Mercantil.

De acuerdo a la recolección de información existente en la base de datos de la Dirección Jurídica y de Registro Públicos de la Cámara de Comercio del Piedemonte Araucano, se constató que existen 334 establecimientos comerciales dedicados a la actividad Compra y Venta de Medicamentos para consumo Humano (Droguerías-Farmacias) en los municipios de Saravena, Tame, Arauquita, Fortul, y Cubará.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

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

Período de Recolección: del 12 de Noviembre al 25 de Noviembre de 2019.

En la tabla 1, se relacionan la cantidad total de establecimientos comerciales dedicados a la actividad Compra y Venta de Medicamentos para consumo Humano (Droguerías-Farmacias) en los municipios de Saravena, Tame, Arauquita, Fortul, y Cubará.

Tabla 1, Relacionan Cantidad total de Establecimientos Comerciales dedicadas a la actividad de Compra y Venta de Medicamentos para consumo Humano (Droguerías-Farmacias) por municipio.

ITEM	MUNICIPIO	CANTIDAD
1	SARAVENA	132
2	TAME	101
3	ARAUQUITA	62
4	FORTUL	31
5	CUBARA	8
TOTAL		334

Fuente: Trabajo de Campo

Cálculo de Muestra Práctica Mercantil.

Para determinar el número de encuestas a realizar se tomó como base los **334** Establecimientos de Compra y Venta de Medicamentos para consumo Humano (Droguerías-Farmacias) en los municipios de Saravena, Tame, Arauquita, Fortul, y Cubará, en actividad y prestando el servicio en la actualidad.

COSTUMBRE MERCANTIL
Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

Cálculo de Muestra Práctica Mercantil

$$\begin{aligned} N &= 334 \\ k &= 1,28\% \\ e &= 6\% \\ p &= 0,5\% \\ q &= 0,5\% \\ n &= \mathbf{99} \end{aligned}$$

Finalmente resultó una muestra de 99 Establecimientos; a los cuales se les aplica la encuesta, con el objeto de conocer de manera acertada y objetiva, como desarrollan su actividad.

Tabla 2, Relacionan Cantidad de Establecimientos Comerciales dedicados a la actividad de Compra y Venta de Medicamentos para consumo Humano (Droguerías-Farmacias) por municipio a los que se les debe aplicar la Encuesta.

ITEM	MUNICIPIO	CANTIDAD
1	SARAVENA	39
2	TAME	32
3	ARAUQUITA	16
4	FORTUL	8
5	CUBARA	4
TOTAL		99

Fuente: Trabajo de Campo

Ver resultados de la encuesta aplicada en la siguiente página.

COSTUMBRE MERCANTIL

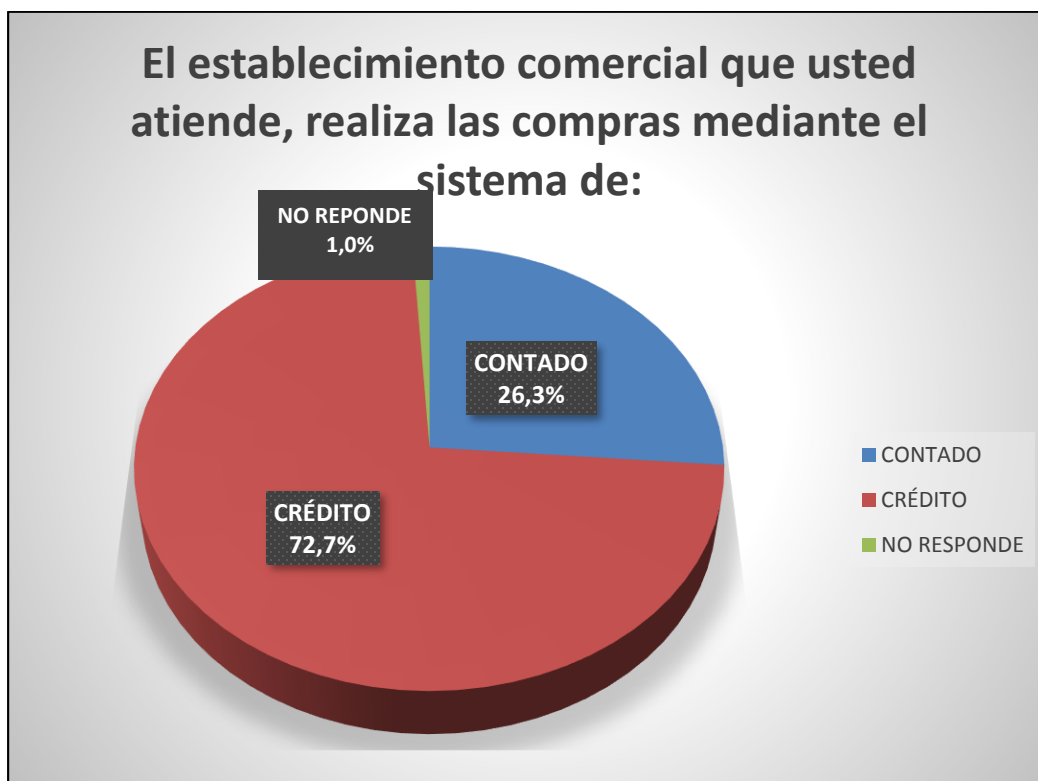
Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

5.3.2 Resultados por Herramienta aplicada (Encuesta)

SECTOR	SALUD: DROGUERÍAS	
1. PRÁCTICA MERCANTIL: MODO DE COMPRAS	CANTIDAD	%
1,1 EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL QUE USTED ATIENDE, REALIZA LAS COMPRAS MEDIANTE EL SISTEMA DE:		
1. CONTADO	26	26,3%
2. CRÉDITO	72	72,7%
3. NO RESPONDE	1	1,0%
1,2 ¿EL PROVEEDOR DE LOS MEDICAMENTOS E INSUMOS EN GENERAL LE PERMITE CANCELAR A CUOTAS?		
1. SI	68	68,7%
2. NO	29	29,3%
3. NO RESPONDE	2	2,0%
1,3 ¿LA PRACTICA MERCANTIL DE COMPRA MEDIANTE EL SISTEMA DE CRÉDITO SE REALIZA DE MANERA HABITUAL?		
1. SI	72	72,7%
2. NO	27	27,3%
3. NO RESPONDE	0	
2. PRÁCTICA MERCANTIL: PRESTACIÓN DE SERVICIO A EPS		
2,1 ¿SU ESTABLECIMIENTO COMERCIAL CUENTA CON CONTRATO O CONVENIO CON LAS EPS?		
1. SI	11	11,11%
2. NO	88	88,9%
3. NO RESPONDE	0	0,0%
2,2 LA EMPRESA OFRECE ALGUN DESCUENTO U OFERTAS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS A LAS EPS?		
1. SI	9	9,1%
2. NO	89	89,9%
3. NO RESPONDE	1	1,0%
2,3 ¿LA PRÁCTICA SEÑALADA ES CONOCIDA Y APLICADA POR TODO EL SECTOR FARMACEÚTICO?		
1. SI	48	48,5%
2. NO	42	42,5%
3. NO RESPONDE	9	9,0%
3. PRÁCTICA MERCANTIL: HORARIO DE SERVICIO		
3,1 ¿EXISTE UN HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO?		
1. SI	98	99,0%
2. NO	1	1.0%
3. NO RESPONDE	0	0,0%
3,2 ¿LA HORA ESTABLECIDA ES CONOCIDA POR LA COMUNIDAD?		
1. SI	94	94,9%
2. NO	5	5,1
3. NO RESPONDE	0	0,0%
3,3 ¿CUANDO SE ATIENDE A UN CLIENTE SE LE INFORMA SIEMPRE LA HORA DEL SERVICIO AL PÚBLICO		
1. SI	68	68,7%
2. NO	30	30,3%
3. NO RESPONDE	1	1,0%
3,4 ¿DE LOS SIGUIENTES HORARIOS CUAL ES EL QUE USTED IMPLEMENTA?		
1. 24 HORAS AL DÍA	8	8,1%
2. DE 6 DE LA MAÑANA A 10 DE LA NOCHE	83	83,8%
3. DE 8 DE LA MAÑANA A 12 DE LA NOCHE	8	8,1

5.3.3 Análisis de la Encuesta**1. Práctica Mercantil: MODO DE COMPRAS.**

1,1 En el establecimiento comercial que usted atiende, realiza las compras mediante el sistema de:



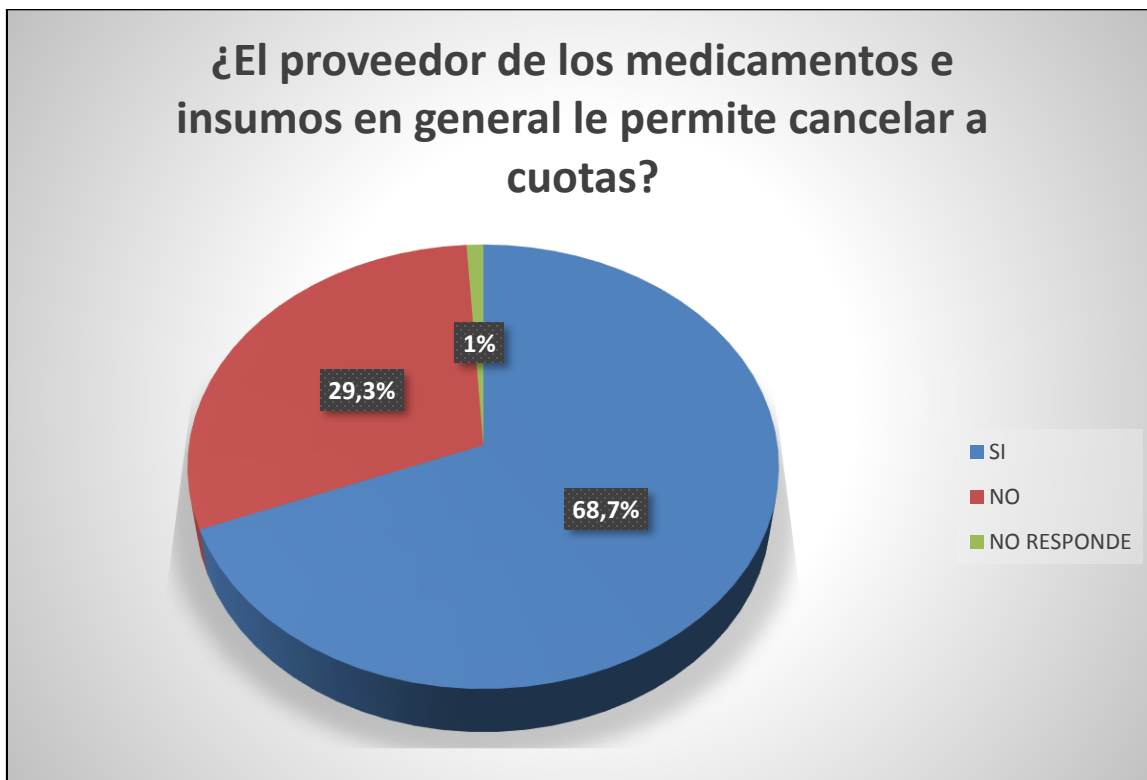
Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019.

A través de la gráfica anterior se deduce que las empresas despachadores de Medicamentos para consumo Humano del Piedemonte Araucano un 72.7% realizan las compras por medio del sistema de crédito y según justificación esto permite obtener mayor cantidad de productos en inventarios y garantizar a los clientes medicamentos según sus solicitudes.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

1,2 ¿El proveedor de los medicamentos e insumos en general le permite cancelar a cuotas?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019.

De acuerdo a esta pregunta, un 68,7% realizan el pago de sus medicamentos e insumos cancelarlos a cuotas, un 29,3% adquieren los productos de contado y un 2.0% no responden, por lo tanto se permite que esta práctica es usual en la mayoría de los establecimientos comerciales de compra y venta de medicamentos para consumo humano.

COSTUMBRE MERCANTIL
Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

1,3 ¿La práctica mercantil de compra mediante el sistema de crédito se realiza de manera habitual?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019.

Según la información recopilada por la encuesta, el 72,7% de los encuestados manifestaron que la práctica mercantil de compra mediante el sistema de crédito se realiza de manera habitual en la región del Piedemonte.

2. Práctica Mercantil: PRESTACIÓN DE SERVICIOS A EPS

2,1 ¿Su establecimiento comercial cuenta con contrato o convenio con las EPS?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019.

En el Piedemonte Araucano un 88,9% de los Establecimiento Comerciales de compra y venta de Medicamentos para Consumo Humano No cuentan con un contrato o un convenio con ninguna EPS. El 11,1% de los encuestados poseen contratos o convenios con una EPS, de lo cual se puede concluir que esta práctica no es costumbre en estos establecimientos comerciales “Droguerías”.

2,2 ¿La Empresa ofrece algún descuento u ofertas para la prestación de servicios a las EPS?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019.

A través de la encuesta aplicada a la muestra seleccionada en la Región del Piedemonte Araucano cuya actividad realizan la prestación de compra y venta de medicamentos para consumo humano, se constata que tan solo un 11,1% ofrecen descuentos a las EPS y por lo tanto un 88,9% no están de acuerdo con esta práctica.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD "DROGUERIAS-FARMACIAS".

2,3 ¿La práctica señalada es conocida y aplicada por todo el sector farmacéutico?

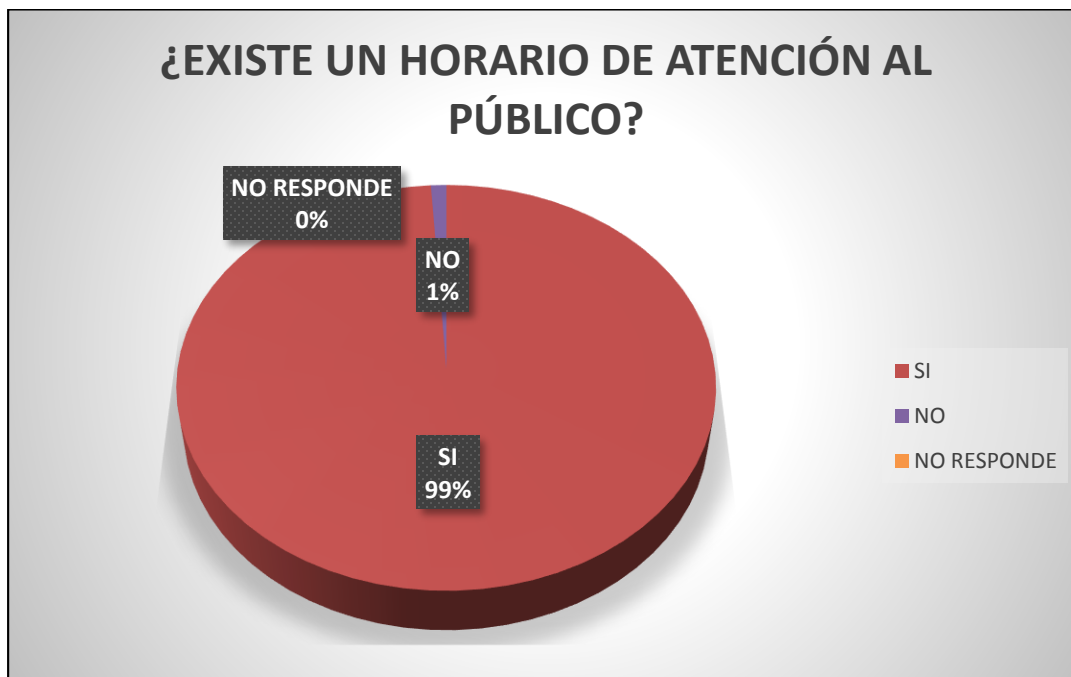


Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019.

A través de la encuesta aplicada se deduce que un 48,5% de los encuestados afirman que el comprador en el momento de adquirir los productos esperan que el establecimiento comercial le de algún descuento por la compra y por lo tanto conocen dicha práctica, Un 42,5% de los encuestados dice que los clientes no les interesa descuentos en el momento de la adquisición de esta clase de productos y por último un 9,0% no responde a dicha pregunta.

3. Práctica Mercantil: HORARIO DE SERVICIO

3,1 ¿Existe un Horario de atención al Público?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019

A través de la encuesta aplicada se ratifica que un 99,00% de los encuestados afirman que el establecimiento comercial (Droguerías) en el Piedemonte Araucano tiene un horario establecido de servicio para la atención al público, y tan solo un 1,00% de los encuestados dice que esta práctica no la realizan.

3,2 ¿La Hora establecida es conocida por la comunidad?

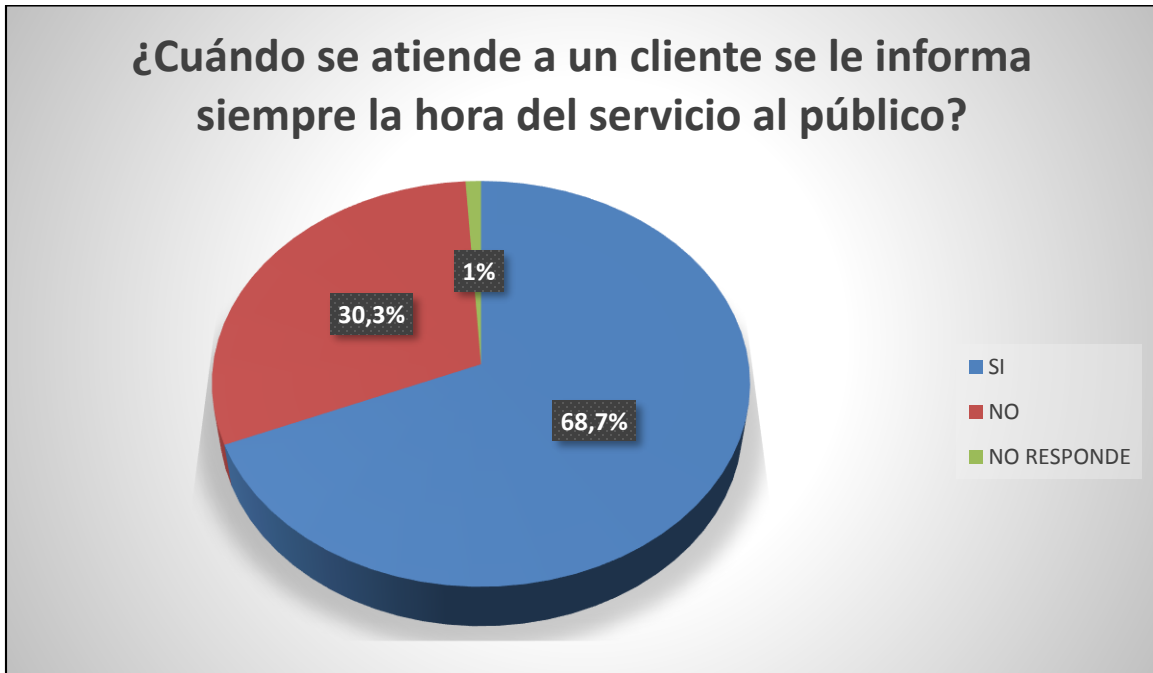


Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019

A través de la encuesta aplicada se deduce que la práctica mercantil Horario de Servicio al Público de las Droguerías en un 94,90% es conocida por toda la Población del Piedemonte Araucano, y tan solo un 5,10% piensan que el horario de servicio no es conocido por los clientes, por lo tanto se hace imperioso que el gremio de la salud (Droguerías) se fortalezca y socialice en la comunidad los horarios de atención al público.

COSTUMBRE MERCANTIL
Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

3,3 ¿Cuándo se atiende a un cliente se le informa siempre la hora del servicio al público?



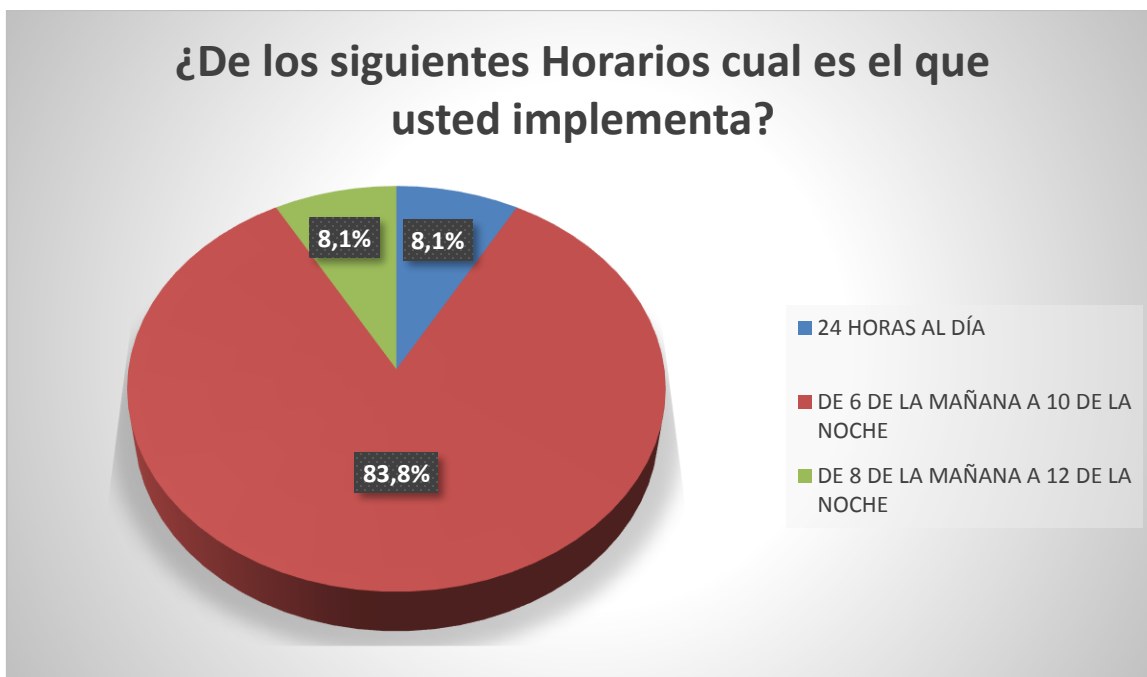
Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2019

A través de la encuesta aplicada se deduce que la práctica mercantil Horario de Servicio al Público de las Droguerías en un 68,70% se le informa al cliente la hora del servicio, Un 30,30% no se le informa el horario de prestación del servicio, ya que la mayoría de la comunidad conoce y sabe que los establecimiento comerciales conocidos como droguerías cuentan con un horario de servicio.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

3,4 ¿De los siguientes Horarios cual es el que usted implementa?



Fuente: Resultados Análisis Encuesta Investigación Costumbre Mercantil 2018

Lo que se aprecia al revisar esta clase de práctica mercantil, que si bien en el sector salud se han detectado falencias en la prestación del servicio al cliente, por lo tanto es de suma importancia que en los establecimientos comerciales abiertos al público se preste un buen servicio y se mantenga un horario establecido, a lo que se suma la constante evolución de las ciudades y regiones que cada vez impone nuevos retos, pero en la Jurisdicción del Piedemonte Araucano, se considera que existe un horario, por lo tanto un 83,80% de los encuestados prestan el servicio de atención al público en el horario comprendido de las 06:00 de la mañana a 10:00 de la noche, siendo este el horario adecuado y que los clientes utilizan para realizar los respectivos pedidos y compras.

CONCLUSIONES

Práctica Mercantil: Modo de Compras.

De acuerdo a la información recopilada en la encuesta y después analizada a los Establecimientos Comerciales denominados Droguerías ubicadas en el Piedemonte Araucano 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 las Droguerías adquieran sus productos por el método de Compras a Crédito.

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

GENERALIDAD: Las encuestas fueron extendidas a 99 empresas expendedoras de medicamentos para uso humano 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 72,70% de los encuestados que las Droguerías adquieren sus productos por el método de Compras a Crédito.

REITERACIÓN: De los encuestados, el 72,70% considera que la práctica mercantil Compras a Crédito se realiza de manera habitual. De lo anterior se deduce que es porque de esta forma se puede ofertar mucho más productos.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

PUBLICIDAD Y VIGENCIA: La práctica Mercantil Compras a Crédito en las Droguerías en la zona del Piedemonte Araucano es conocida y aplicada por todo el sector. Según los encuestados el 72,70% están de acuerdo que exista la práctica mercantil en mención y de igual forma están de acuerdo y creen que se siga realizando y que esto sea una práctica mercantil en el sector de la Salud (Droguerías).

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 los Establecimientos Comerciales conocidos como Droguerías en el Piedemonte Araucano Si es costumbre mercantil, La Adquisición de los Productos por el Método de compras a Crédito.

Práctica Mercantil: Horario de Servicio

De acuerdo a la información recopilada en la encuesta y después analizada a los Establecimientos Comerciales denominados Droguerías ubicadas en el Piedemonte Araucano 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 exista un Horario para prestar el Servicio al público.

Los 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 99 empresas expendedoras de medicamentos para uso humano 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 mayoría representativa de la muestra nos indica que la práctica sobre la que se indagó es uniforme en cuanto a que un 99,00% de los encuestados respondieron que es práctica mercantil que exista un Horario de Servicio.

REITERACIÓN: De los encuestados, el 99,00% considera que los negocios conocidos como Droguerías cuentan con un Horario de Servicio y que un 94,90 de los encuestados consideran que la práctica es conocida por la comunidad.

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

PUBLICIDAD Y VIGENCIA: El 94,90% de los encuestados considera que la práctica mercantil Horario de Servicio, es ya establecido por las Droguerías y más sobre el tema que trata esta investigación, SI es costumbre mercantil, por ende, SI es una práctica existente en el Piedemonte Araucano. Teniéndose como horario de Servicio al Público comprendido entre las 06:00 de la mañana hasta las 10:00 de la noche con un 83,80%.

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, el Horario de Servicio al público de las Droguerías: (06:00 a.m. hasta 10:00 p.m.).

ANEXOS

A. Establecimientos Encuestados.

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
1	DROGUERÍA SURTIDROGAS
2	SUPER DROGAS
3	COOMOSDROGAS
4	DROGUERÍA ESTRELLA AZUL
5	DROGAS SERVIR MEJOR
6	DROGUERÍA YULCAR
7	DROGUERÍA EL PAISITA
8	DROGUERÍA FAMILIAR
9	DROGUERÍA SAN JORGE
10	DROGUERÍA FARMAEXITO 2
11	DROGUERÍA FARMAEXITO 1
12	IPS UNIDAD MEDICA SANTANA SAS
13	DROGUERÍA FARMAMÉDICA PLUS
14	DROGUERÍA MEDICLAR
15	DROGAS LA BARCA
16	DROGUERÍA LOS ANGELES D Y M
17	DROGUERÍA SARITA
18	ASOCIACIÓN DROGUERÍA UWA
19	DROGUERÍA NACIONAL DE MEDICAMENTOS
20	DROGUERÍA GALENO
21	DROGUERÍA CHIQUI
22	DROGUERÍA FARMA ECONÓMICA
23	FARMA PLUS FORTUL
24	DROGUERÍA EL PAISANO

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
25	DROGUERÍA DROHOSPI
26	SUPER DROGUERÍA CASTILLO
27	DROGUERÍA EL RETORNO
28	DROGUERÍA FORTUL
29	DROGUERÍA CRISTO REY
30	DROGAS CARVAJAL
31	DROGUERÍA LA ECONOMÍA
32	DROGUERÍA DE MI PUEBLO
33	FARMACIAS TAME
34	DROGUERÍA SUPER DROGAS
35	DROGUERÍA EL PAISA
36	FARMA FULL
37	DROGAS LA MEJOR
38	SIKUASO IPS 1
39	DROGAS SANTA HELENA
40	DROGUERÍA SANTA ANA
41	IPS MEDYTEC
42	DROGUERÍA SAN JUAN
43	DROGAS FERCENTER
44	DROGUERÍA LA NUEVA
45	DROGUERÍA ALKOSTO
46	DROGUERÍA REAL
47	DROGAS MACHADO
48	COPSERVIR
49	DROGAS FARMIBACT
50	DROGAS JISNEY
51	DROGUERÍA FILIPINAS
52	DROGUERÍA CENTRAL BRISAS DEL JORDAN

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
53	DROGUERÍA FARMA DESCUENTOS URIBE
54	DROGUERÍA FARMASEIKA
55	CENTRO BOTÁNICO LA MEJORANA
56	DROGUERÍA KEINNER
57	DROGUERÍA LIRIOS DE SAN JOSÉ
58	DROGUERÍAS LISETH
59	DROGUERÍA LLANERA
60	DROGUERÍA MAXIREBAJAS
61	DROGAS MILENA
62	DROGUERÍA SUPER DROGAS
63	DROGUERÍA FARMA ORIENTE
64	DROGUERÍA FARMACENTER ALKOSTO
65	DROGUERÍA SERVIDROGAS
66	DROGUERÍA EL SARARE
67	DROGUERÍAS CHAPARRO
68	DROGUERÍA FARMA PLUSS
69	DROGAS FARMA TODOS
70	DROGUERÍA SANTI
71	DROGUERÍA LA SALUD
72	DROGUERÍA MULTIDROGAS
73	DROGUERÍA LOS PAISASOS
74	DROGUERÍA SAN ANTONIO
75	DROGUERÍA VITAL FARMA - 13
76	DROGUERÍA ÉTICA
77	DROGUERÍA SANTANDER
78	FARMACENTER DROGUERÍA SANTANDER 2
79	DROGUERÍA SANTA MÓNICA
80	DROGUERÍA FARMACELESTE

COSTUMBRE MERCANTIL

Sector: SALUD “DROGUERIAS-FARMACIAS”.

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
81	DROGUERÍA GRAN CHACO
82	INSUMEQ
83	DROGUERÍA ORO PLUS
84	DROGUERÍA EL SARARE
85	BIOFARMAS DROGUERÍA
86	CENTRO DE MEDICINA ALTERNATIVAS BIOSALUD
87	CENTRO DE SALUD LOS SECRTEOS DE MI ABUELA
88	CENTRO NATURISTA SABILON
89	CONSULTORIO MÉDICO Y TIENDA NATURISTA SIMERB
90	DENTI SARARE DEPOSITO Y LABORATORIO DENTAL
91	DENTISANITAS
92	DISTRIBUIDORA NATURISTA NARUVIDA E&S
93	DISTRIBUIDORA ORTHOMEDICAL DEL SARARE
94	DROGAS LOS PAISASOS #3
95	DROGAS LOS PAISASOS 2
96	DROGUERÍA FARMA CUBA
97	DROGUERÍA SAN ROQUE
98	DROGUERÍA CAÑON PLUS
99	DROGUERÍA CHAPARRO'S 2

B. Encuestas Aplicadas

Finalmente resultó una muestra de 99 Establecimientos; a los cuales se les aplica la encuesta, con el objeto de conocer de manera acertada y objetiva, como desarrollan su actividad. (Ver formatos de Encuestas diligenciados).