

La gestión de la costumbre mercantil en los contratos de compraventa certificadas por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba hasta el año 2023

The Management of Customary Business Practices in Sales Contracts Certified by The Chamber of Commerce of Monteria-Cordoba until 2023

Luisa Fernanda Soto Puertas ¹

Resumen

El derecho mercantil ha tenido su desarrollo en la costumbre mercantil como herramienta de regulación de las prácticas de esta naturaleza, por ello, y teniendo en cuenta que el contrato de compraventa es uno de los más conocidos por las personas, se planteó analizar la gestión de la costumbre mercantil en los contratos de compraventa certificadas por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba hasta el año 2023 para dar claridad a la ciudadanía y a los comerciantes sobre las reglas que regulan el “pago del impuesto de vehículo a prorrata en la compraventa de automotores usados”, la “comisión por intermediación en la compraventa y consignación de vehículos usados”, la “comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles” y la “comisión a intermediarios en la compra y venta de ganado en el departamento de Córdoba”. Finalmente, mediante una investigación jurídica y cualitativa se encontró que el proceso para certificar las prácticas antes mencionadas se logró a través de la aplicación de una serie de encuestas en las que se verificó el cumplimiento de los requisitos de uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia de estas costumbres.

Palabras Clave: Cámara de Comercio, contratos de compraventa, costumbre mercantil, prácticas comerciales.

Abstract

Commercial law has had its development in the commercial custom as a tool for the regulation of practices of this nature, therefore, and taking into account that the contract of sale is one of the most known by people, it was proposed to analyze the management of the commercial custom in the contracts of sale certified by the Chamber of Commerce of Monteria-Cordoba until the year 2023 to give clarity to citizens and traders on the rules that regulate the “payment of vehicle tax pro rata in the sale and purchase of used motor vehicles”, the “commission for intermediation in the purchase and sale and consignment of used

¹ Abogada de la Universidad Cooperativa de Colombia sede Montería, candidata a especialista en Derecho Comercial en la Universidad Libre, correo electrónico: luisasotop97@gmail.com

vehicles”, the “commission for intermediation in the purchase and sale of real estate” and the “commission to intermediaries in the purchase and sale of livestock in the department of Córdoba”. Finally, through a legal and qualitative investigation, it was found that the process to certify the aforementioned practices was achieved through the application of a series of surveys in which compliance with the requirements of uniformity, reiteration, obligatory nature, publicity and validity of these customs was verified.

Keywords: Chamber of Commerce, sales contracts, commercial customs, commercial practices.

INTRODUCCIÓN

El derecho mercantil, reconocido como el cúmulo de usos y prácticas comerciales constitutivas de fuente de derecho por la utilización reiterada que tienen por parte de los comerciantes, tiene una naturaleza regulatoria, a pesar de los debates sobre su fuerza vinculante, de la conducta social de la colectividad y ha dado origen a los diferentes sistemas jurídicos, ya que “han permitido el intercambio comercial como fuente generadora de riqueza, (...) máxime porque las primeras señales de los usos y prácticas mercantiles caracterizados, en esencial, por la uniformidad y la obligatoriedad en la vida social-jurídica” (Guzman & Cardona, 2017, pág. 3) datan de la época monárquica de Roma y han permitido el surgimiento y desarrollo del llamado derecho mercantil o derecho comercial.

Resulta innegable que la costumbre ha sido el punto de origen de las normas jurídicas desde tiempos antiguos, pues la repetición de las prácticas y la aceptación de las mismas por parte de la colectividad la convierten en cultura y posteriormente se transforma en norma de conducta y adquiere el carácter obligatorio, este proceso no es ajeno al derecho comercial, al contrario, es la génesis del mismo, pues esta área del derecho surgió de la costumbre mercantil que en épocas pasadas se implementaban en el comercio y que poco a poco se convirtió en un elemento originario de la legislación escrita de los distintos ordenamientos jurídicos, por ello la doctrina actual reconoce la costumbre mercantil como elemento trascendental que adquiere la connotación de obligatoria.

Es así como la costumbre mercantil se entiende como una herramienta necesaria para cumplir con los fines económicos de las sociedades humanas, constituyendo “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” (Barrios, Zapata, González, & Córdoba, 2019, pág. 12), por ello ampliamente se ha abordado su estudio doctrinal desde aspectos como su origen, obligatoriedad o naturaleza como fuente de derecho, incluso algunas de las costumbres certificadas más comunes se han desarrollado ampliamente en la literatura especializada, organizándolas por sectores económicos, pero, poco se encuentran estudios donde el punto en común entre las costumbres no sea el sector económico sino el tipo de transacción que se está llevando a cabo entre los comerciantes, por ello este trabajo se ha propuesto desarrollar un análisis del rol de las costumbres mercantiles certificadas por la Cámara de Comercio de Montería en el desarrollo de las prácticas comerciales relacionadas con el contrato de compraventa, siendo este tipo de contrato el punto en común entre los tipos de costumbres.

Como criterio de interpretación de las situaciones comerciales donde el derecho no ha regulado positivamente, es indiscutible su importancia para el desarrollo normativo, por lo que su revisión desde la influencia que tiene en la organización de las prácticas comerciales que se han ido presentando en un sector específico obedece a la necesidad misma de la costumbre mercantil de brindar una regulación, protección y disciplina a los comerciantes para evitar transgresiones a sus derechos en las transacciones comerciales a realizar; no obstante, se ha reiterado constantemente que dicha costumbre debe calificarse por ser una práctica uniforme, pública, reiterada y no contraria a la norma escrita, elementos que determinan su surgimiento a la vida jurídica.

Ante lo anterior, y partiendo de que en la actualidad se registra que el mercado de los vehículos usados es un negocio en auge, así lo demuestran las cifras que señalan que la sola venta de carros usados en 2021 “vendió 99.843 unidades, 419% más que el de nuevos” (Gutiérrez, 2021) ; respecto a la venta de inmuebles, en el “primer semestre del 2022 se vendieron en Colombia 127.218 viviendas nuevas; esto representa un crecimiento de 2,5% frente al mismo periodo del año anterior” (Cámara Colombiana de la Construcción, 2022), denotando así la envergadura del mercado de inmuebles en Colombia; mientras que de los 28.722.536 bovinos que había en Colombia para 2022, el 34,8% se encontraba distribuido en los departamentos de Antioquia (11,0%), Córdoba (8,4% = 2.403), Casanare (8,0%) y Meta (7,5%) (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2022), siendo Córdoba el

segundo departamento con mayor cantidad de bovinos del país y el espacio idóneo para la compraventa de ganado, razón por la cual se tendrán en cuenta estos sector económicos al momento de realizar el análisis.

En lo que respecta a las prácticas certificadas en Córdoba, se encuentran registradas varias y ello conlleva la necesidad de ahondar en cada una de estas figuras a fin de darle solución al interrogante sobre ¿cómo certifica la cámara de comercio de Montería-Córdoba la gestión de los contratos de compraventa regulados por la costumbre mercantil?, máxime porque la compraventa es uno de los negocios jurídicos más desarrollados en el departamento y en el país, razón por la cual múltiples prácticas relacionadas con este contrato se han registrado en distintos territorios, siendo razonable entonces el interés por aclarar la situación en este territorio en específico, donde efectivamente existen estas regulaciones.

Por otra parte, el reconocimiento de la costumbre mercantil es importante para dar obligatoriedad a las prácticas constantes y repetitivas que han implementado los comerciantes, especialmente porque esta

Es la norma creada por el uso social que impone su acatamiento, tiene relación a normas que no han sido promulgadas por el poder legislativo, sino que su origen se encuentra en la opinión y en el histórico uso popular. (Barrios, Zapata, González, & Córdoba, 2019, pág. 113)

De allí que identificar las costumbres que han nacido en la ciudad de Montería de la repetición de conductas comerciales en los distintos tipos de ejercicio del contrato de compraventa es un estudio del origen mismo de la regulación jurídica que es aplicable a estos sectores de la economía, por eso este trabajo se divide en 3 secciones que permiten desentrañar el rol que tiene la certificación de dichas costumbres por la Cámara de Comercio en el desarrollo del comercio monteriano, por lo que, en primer lugar, se estudia teórica y jurídicamente del contrato de compraventa, en segundo lugar, se ahonda en la concepción de la costumbre mercantil como fuente de derecho, y, en tercer lugar, se realiza un examen concienzudo de las costumbres mercantiles referidas al “pago del impuesto de vehículo a prorrata en la compraventa de automotores usados”, “comisión por intermediación en la compraventa y consignación de vehículos usados”, “la actualización de la costumbre mercantil sobre comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles” y la

“compra y venta de ganado en el departamento de Córdoba”; prácticas que tienen en común el negocio jurídico realizable, la compraventa.

En cuanto a los objetivos específicos de este trabajo, se encuentra que son:

1- Determinar las costumbres mercantiles relacionadas con el contrato de compraventa que han sido certificadas por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba hasta el año 2023.

2- Establecer el proceso de recopilación de costumbres mercantiles desarrollado por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba.

3- Identificar otras costumbres mercantiles relacionadas con el contrato de compraventa que han sido certificadas en Colombia

METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación utilizará un enfoque cualitativo por ser aquel que “estudia las cosas en sus ambientes naturales, pretendiendo darle sentido o interpretar los fenómenos en base a los significados que las personas les otorgan” (Álvarez-Gayou, y otros, 2014, pág. 2), llevando al investigador a acercarse al objeto de estudio y analizar su ambiente o contexto para entenderlo y así, posteriormente, dar sus interpretaciones sobre lo observado.

De otra parte, el presente análisis constituye una investigación jurídica, dado que se abordan las costumbres mercantiles relacionadas con los contratos de compraventa y que han sido certificadas por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba hasta el año 2024 y que esta metodología permite “indagar algo, reunir datos en torno al asunto y aplicar los conocimientos que poseemos respecto a cualquier tema” (Olea, 1999, pág. 17), facilitando así el estudio de estas fuentes de derecho que se aplican en la capital cordobesa.

Por último, como es propio de las investigaciones cualitativas teóricas, el método a utilizar será la investigación documental que hace referencia a la “búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia.” (Tancara, 1993, pág. 94)

ANÁLISIS DE RESULTADOS

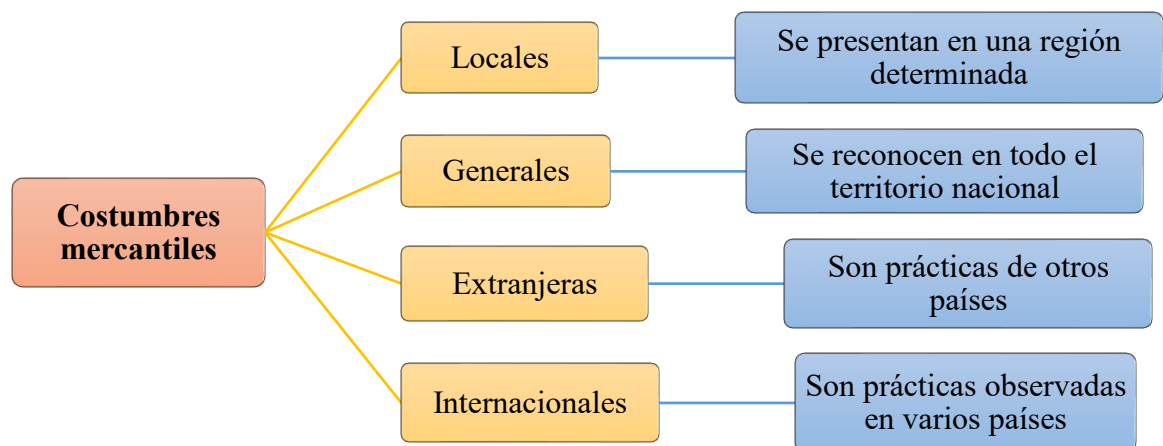
1- Las costumbres mercantiles relacionadas con el contrato de compraventa que han sido certificadas por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba hasta el año 2023

La costumbre mercantil “como una de las fuentes principales del derecho en materia mercantil, debido 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” (Rodríguez & Rodríguez, 2018, pág. 9), han sido certificadas por la Cámara de Comercio de Montería para regular las actividades comerciales realizadas en su jurisdicción, hallándose entre estas las siguientes relacionadas con el contrato de compraventa: “pago del impuesto de vehículo a prorrata en la compraventa de automotores usados”, “comisión por intermediación en la compraventa y consignación de vehículos usados”, “la actualización de la costumbre mercantil sobre comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles” y la “compra y venta de ganado en el departamento de Córdoba”.

Todas estas se clasifican como costumbres mercantiles locales, pues dentro de la clasificación de las costumbres se encuentran:

Figura 1.

Tipología de costumbres mercantiles.



Fuente: Elaboración propia.

1.1 El pago del impuesto de vehículo a prorrata en la compraventa de automotores usados:

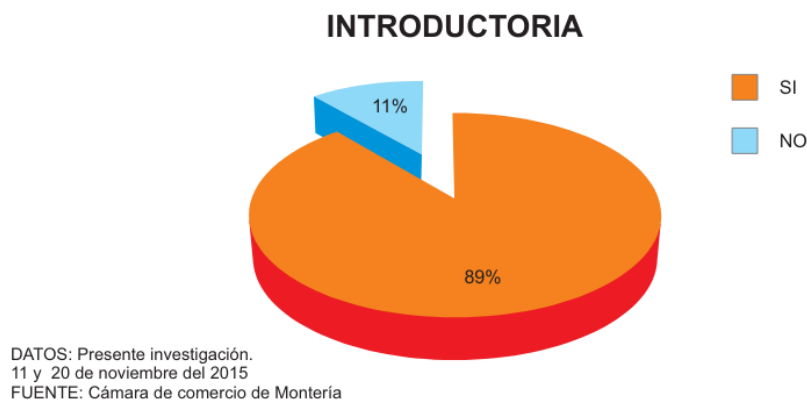
Los vehículos a prorrata son aquellos cuyo pago se fracciona, en este caso al momento de estudiar la factibilidad de certificar la práctica la Cámara de Comercio se preguntó: ¿sí es costumbre mercantil en la ciudad el pago del impuesto de vehículos a prorrata en la compraventa de automotores usados a partir de la fecha de negociación?

Esta costumbre se ubica dentro del sector automotriz y su finalidad es regular qué parte de la compraventa está obligada a asumir el impuesto del vehículo usado adquirido en prorrata, y dado que la adquisición de vehículos usados es un gran mercado en el municipio debido a los altos costos de un vehículo nuevo, la Cámara de Comercio juzgó necesario intervenir en la práctica advertida por los comerciantes para llegar a una decisión sobre su certificación como costumbre mercantil. Los resultados arrojaron que de 17 encuestados del sector automotriz el 89% de las personas consideraban que tanto el comprador como el vendedor se debían hacer cargo del impuesto en estos casos:

Figura 2.

Encuesta introductoria sobre el pago de impuesto de vehículo usado a prorrata en Montería.

Gráfico 1: Personas naturales o jurídicas que reconocen que tanto el comprador como el vendedor habitúan pagar el impuesto del vehículo a prorrata en la compraventa de automotores usados a partir de la fecha de negociación, es decir, que el 89% de la población encuesta está de acuerdo con la afirmación, mientras que el 11% se encuentra en desacuerdo.



Fuente: Cámara de Comercio de Montería.

En el mismo porcentaje se obtuvo respuesta sobre la uniformidad y reiteración de esta práctica, mientras el 72% la entiende como obligatoria, el 78% vigente y el 83% la reconoce como pública, razón por la cual se concluyó que era procedente la certificación dado que superó el umbral del 70% de aceptación entre los comerciantes en cada componente de la costumbre mercantil. (Cámara de Comercio de Montería, 2015)

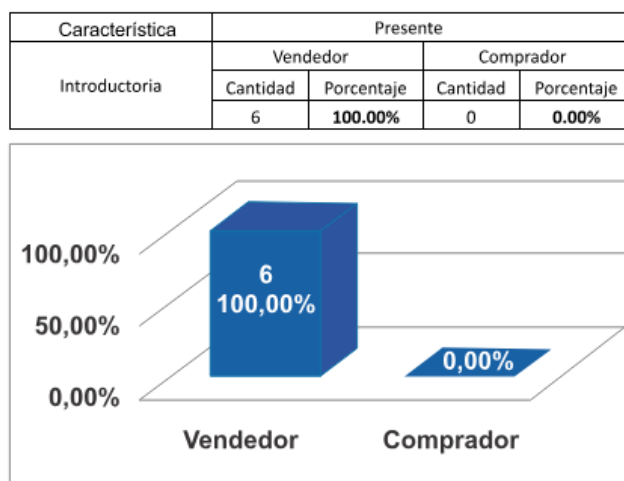
1.2 La comisión por intermediación en la compraventa y consignación de vehículos usados:

Partiendo de las características del contrato de compraventa como contrato típico y nominado, bilateral, oneroso, consensual y conmutativo, y teniendo de presente que en el sector automotriz la compraventa de vehículos usados es uno de los principales negocios que se llevan a cabo en Montería, la Cámara de Comercio se centró en 2 puntos, el primero referido establecer ¿quién es el encargado de pagar la comisión por intermediación en la venta de vehículos usados? A través de una encuesta aplicada a 6 comerciantes del sector automotriz, obteniéndose como resultados:

Figura 3.

Encuesta pago la comisión por intermediación en la venta de vehículos usados en Montería.

INTRODUCTORIA ¿Quién es el encargado de pagar la comisión por intermediación en la venta de vehículos usados?



Fuente: Cámara de Comercio de Montería.

Mientras en las categorías requeridas para calificarse como costumbre mercantil se obtuvo:

Tabla 1.

Resultados sobre el pago la comisión por intermediación en la venta de vehículos usados en Montería.

Elemento	Porcentaje
Uniformidad	100%
Reiteración	83%
Obligatoriedad	100%
Vigencia	66%: 33% votó entre 1 y 3 años y 33% entre 3 y 6 años
Publicidad	100%

Fuente: Elaboración propia.

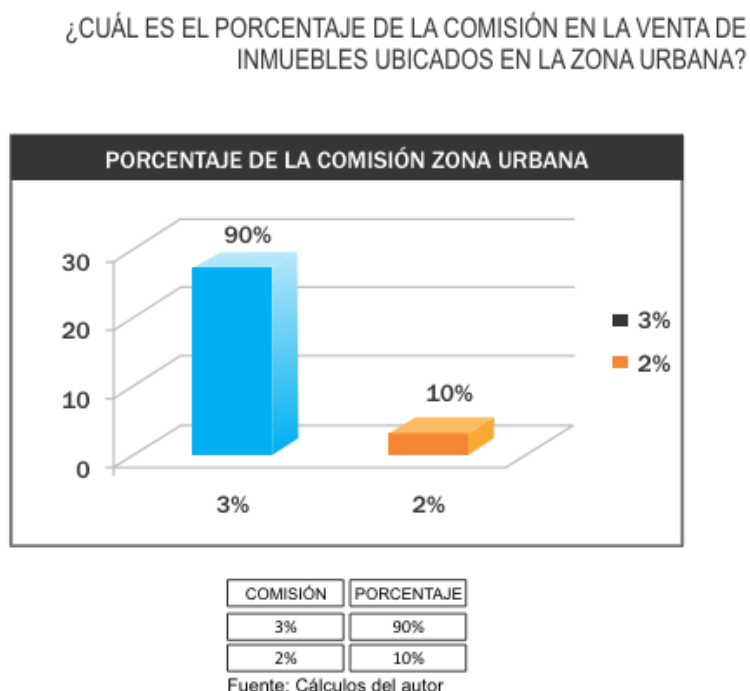
El segundo punto se enfocó en la recepción de vehículos automotores en consignación, encontrándose que el 83,33% reconoce esta práctica como uniforme, el 100% da cuenta de que es una práctica reiterada y obligatoria, el 88,24% reconoce que está vigente hace más de 9 años y el 100% la considera una práctica pública. Por ello, se determinó que en la ciudad de Montería constituía costumbre mercantil que el vendedor de un vehículo usado era quien debía pagar la comisión por intermediación y que esta comisión es del 3% del valor del vehículo. (Cámara de Comercio de Montería, Costumbres mercantiles, 2015)

1.3 La actualización de la costumbre mercantil sobre comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles:

Esta costumbre ya había sido certificada, pero se dio una actualización sobre el porcentaje de la comisión a que tiene derecho el intermediario en la venta de un bien inmueble, hallándose:

Figura 4.

Porcentaje de comisión que debe pagársele al intermediario en la venta de un bien inmueble en Montería.



Fuente: Cámara de Comercio de Montería.

Quedando el porcentaje en 3% una vez verificado el cumplimiento del requisito de uniformidad con un 79%, de reiteración con un 70%, de obligatoriedad con 93%, de publicidad con 89% y de vigencia con 93%. (Cámara de Comercio de Montería, Costumbres mercantiles, 2015)

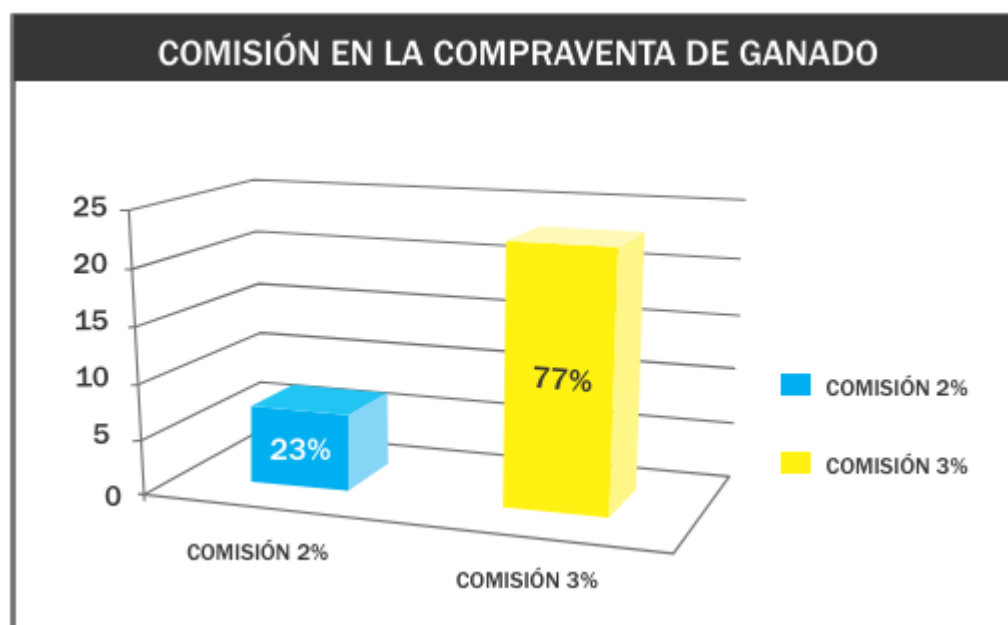
1.4 La compra y venta de ganado en el departamento de Córdoba:

Al ser Montería una zona ganadera, este sector es uno muy fuerte en su economía y los negocios jurídicos propios de él son muy comunes, por ello se buscó establecer los factores que pueden ser determinantes en la comercialización o compraventa de ganado en el departamento de Córdoba, para ello se realizaron encuestas en las subastas ganaderas en el departamento de Córdoba y específicamente a personas dedicadas a la comercialización de ganado en Córdoba, encontrándose que con un porcentaje de uniformidad del 74.6%, reiteración del 84%, obligatoriedad del 96%, publicidad del 84% y vigencia del 84% que la

compraventa de ganado es una actividad en la que los intermediarios pueden prestar sus servicios, razón por la cual el 77% de los encuestados considera que una remuneración del 3% es adecuada en este negocio:

Figura 5.

Estadísticas porcentajes en la intermediación de la compraventa de ganado en Córdoba.



Fuente: Cámara de Comercio de Montería.

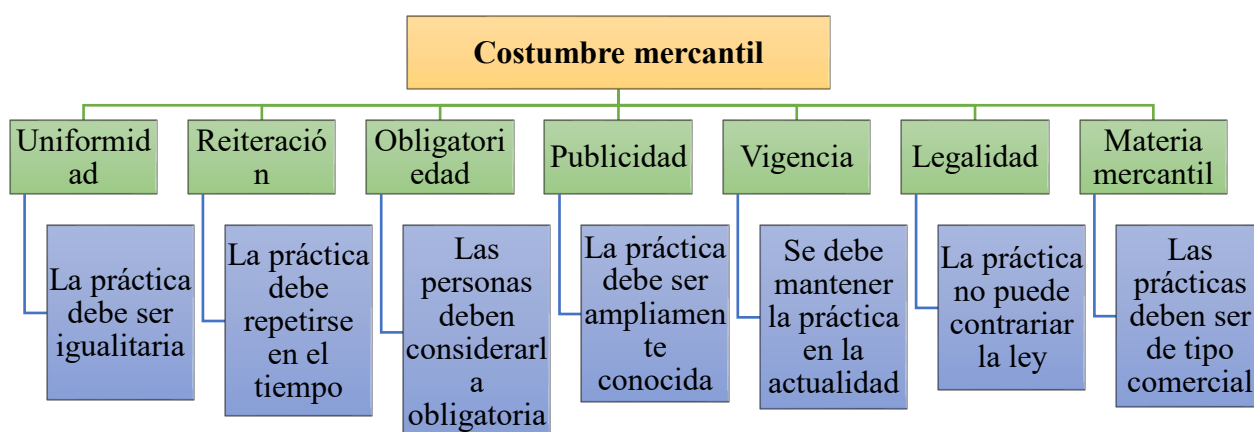
2- El proceso de recopilación de costumbres mercantiles desarrollado por la Cámara de Comercio de Montería-Córdoba

La recopilación de las costumbres mercantiles por parte de la Cámara de Comercio de Montería se logra a través del proceso de investigar, recopilar y certificar las costumbres de los distintos sectores de la economía monteriana, mientras en los sectores inmobiliarios y de comercio de mercancías se realizó un trabajo conjunto con la Fundación Unidos por el Desarrollo Comunitario para determinar la costumbre sobre la tarifa del avalúo de bienes inmuebles y los costos, tarifas y comisiones de transacciones financieras en operaciones en puntos de ventas.

Ante el proceso investigativo desplegado por la Cámara de Comercio, el principal elemento validado por esta autoridad es el cumplimiento de los requisitos establecidos por el legislador en el Código de Comercio, a saber:

Figura 6.

Requisitos de las costumbres mercantiles en Colombia.



(El Presidente de la República de Colombia, 1971)

Fuente: Elaboración propia.

El Código de Comercio también es la norma que designa las funciones de las cámaras de comercio, estableciendo en su artículo 86 numeral 5° que estas se encargarán de “recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas” (El Presidente de la República de Colombia, 1971), dando así un mandato respecto a esta figura jurídica.

Respecto a la forma de probar la costumbre mercantil, este código instituye en el artículo 179 que

1. Con el testimonio de dos (2) comerciantes inscritos en el registro mercantil que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el Código de Comercio.
2. Con decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia, proferidas dentro de los cinco (5) años anteriores al diferendo.

3. Con certificación de la cámara de comercio correspondiente al lugar donde rija. (El Presidente de la República de Colombia, 1971)

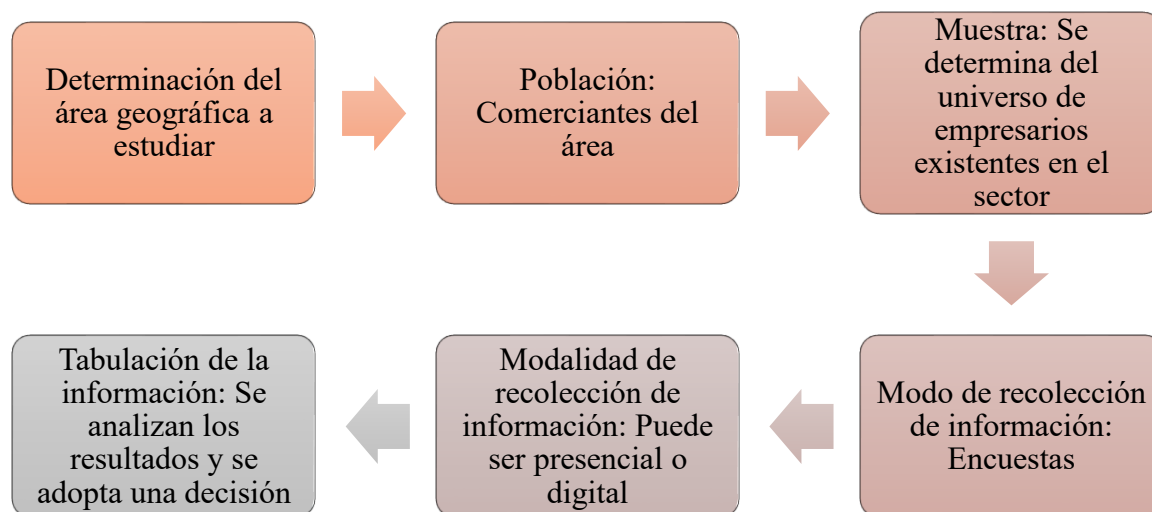
Mientras la costumbre extranjera se prueba mediante certificación del cónsul de dicho país o de una nación amiga, quienes tienen el deber de consultar con las cámaras de comercio de este país o con 2 abogados especialistas en derecho comercial que gocen de amplio reconocimiento en ese territorio.

Como se puede observar, las certificaciones de la cámara de comercio son una excelente herramienta para demostrar que una práctica comercial constituye una costumbre mercantil, por ello el proceso de investigación realizado por estas entre los comerciantes de un sector es la estrategia idónea para llegar a la concesión o denegación de una certificación.

Comúnmente, el proceso metodológico que se lleva a cabo para determinar la existencia de una costumbre mercantil es:

Figura 7.

Metodología de la investigación de costumbres mercantiles.



(Cámara de Comercio de Montería, 2023)

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en la Cámara de Comercio de Montería se registran actualmente 2 proyectos de certificación de costumbres mercantiles referidas al pago de inscripción y

registros en la compraventa de establecimientos de comercio y a la exoneración de penalidad en el contrato de transporte terrestre intermunicipal, por desistimiento con una antelación de 6 horas por parte del pasajero, ante los cuales se debe aplicar la metodología señalada ut supra para llegar a una decisión.

3- Otras costumbres mercantiles relacionadas con el contrato de compraventa que han sido certificadas en Colombia

Tabla 2.

Otras costumbres mercantiles certificadas en Colombia y relacionadas con el contrato de compraventa.

Nombre	Sector	Cámara de Comercio	Contenido
Cambio de medicamentos próximos a expirar	Comercio	Cámara de Comercio de Bogotá	En la compraventa o suministro de medicamentos los distribuidores al por mayor deben reponer a los minoristas los medicamentos que están por expirar y sin ningún recargo.
Entrega del concreto premezclado	Comercio	Cámara de Comercio de Bogotá	En la compra de concreto premezclado es costumbre entregarlo en el lugar determinado por el comprador. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024)

Comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles	Inmobiliario	Cámara de Comercio de Bogotá	de	Es costumbre que el vendedor pague al comisionista del 3% del precio de venta si el bien está en el área urbana o del 5% si se ubica en otro de los municipios donde la Cámara de Comercio de Bogotá tiene jurisdicción.
¿Quién paga los gastos de registro en la compraventa de inmuebles?	Inmobiliario	Cámara de Comercio de Bogotá	de	Los impuestos de registro ante la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos estarán a cargo del comprador del inmueble.
Pago a prorrata del impuesto predial unificado	Inmobiliario	Cámara de Comercio de Bogotá	de	En la compraventa de inmuebles el impuesto predial queda a cargo del comprador y el vendedor de forma proporcional.
Entrega del inmueble a paz y salvo en la compraventa	Inmobiliario	Cámara de Comercio de Bogotá	de	El vendedor de un bien inmueble debe entregar al comprador el paz y salvo correspondiente al

pago del impuesto predial, de los servicios públicos domiciliarios y las cuotas administrativas.
(Cámara de Comercio de Bogotá, Listado de costumbres mercantiles del sector inmobiliario, 2024)

El concepto de ‘promoción comercial’ en la compraventa de vehículos nacionales nuevos	Automotor	Cámara de Comercio Bogotá	de Los concesionarios de vehículos pueden otorgar un descuento o entregar regalos por la compraventa de estos bajo el término de promociones.
Los concesionarios de Bogotá reparan por garantía vehículos vendidos por otros concesionarios de la marca	Automotor	Cámara de Comercio Bogotá	de Es costumbre que los concesionarios presten el servicio de garantía para los vehículos nuevos de la misma marca.
Pago de los gastos de traspaso en la compraventa de vehículos particulares usados	Automotor	Cámara de Comercio Bogotá	de En la compraventa de vehículos usados el comprador y el vendedor asumen los gastos de traspaso.

Pago de los gastos del impuesto del último año en la compraventa de vehículos particulares usados	Automotor	Cámara de Comercio Bogotá	de	En la compraventa de vehículos usados el comprador y el vendedor pagan proporcionalmente el el impuesto del último año. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2024)
Uso de las reglas UCP-600 de la CCI, en las cartas de crédito documentario	Financiero	Cámara de Comercio Bogotá	de	La compraventa internacional de mercaderías se sujeta a “las reglas y los usos uniformes adoptados por la Cámara de Comercio Internacional en el folleto 600” (Cámara de Comercio de Bogotá, Listado de costumbres mercantiles de sector financiero, 2024).

Entre otras costumbres reconocidas por la Cámara de Comercio de Bogotá y cuya génesis se ubica en el contrato de compraventa.

Uso de las reglas UCP 600 de la Cámara de Comercio Internacional en las cartas de crédito	Financiero	Cámara de Comercio Cali	de	Se aplican las reglas y los usos uniformes adoptados por la Cámara de Comercio Internacional en el
--	------------	-------------------------	----	--

					folleto 600 para los negocios de compraventa internacional de mercaderías.
Comisión por intermediación en la compraventa de vehículos particulares usados	Transporte	Cámara de Comercio de Cali			
Comisión por intermediación en la compraventa de vehículos particulares usados	Automotor	Cámara de Comercio de Cali	de	Se paga entre el 3 y 4 % al corredor a cargo de la compraventa de vehículos usados.	
Incentivos de venta en los productos o mercancías	Comercio	Cámara de Comercio de Cali	de	Se puede adicionar a los productos mercancías que funjan como incentivo de venta. (Cámara de Comercio de Cali, 2024)	
Entre otras costumbres reconocidas por la Cámara de Comercio de Cali y cuya génesis se ubica en el contrato de compraventa.					
Comisión del intermediario en la celebración de los contratos de compraventa de inmueble urbano	Inmobiliario	Cámara de Comercio de Barranquilla	de	El propietario del inmueble paga al intermediario el 3% sobre el precio de venta.	
El pago de los gastos de traspaso en la compraventa de vehículos usados	Automotor	Cámara de Comercio de Barranquilla	de	El traspaso e impuestos del vehículo objeto de	

				venta serán pagados proporcionalmente por el comprador y el vendedor. (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2024)
Pago de la remuneración al corredor que intermedia en la compraventa de bienes inmuebles urbanos y/o rurales	Inmobiliario	Cámara de Comercio de Aburrá Sur	de Es	costumbre en Caldas, Envigado, Itagüí, La Estrella y Sabaneta que el corredor reciba una comisión del 3% con respecto al valor de la compraventa del inmueble. (Cámara de Comercio de Aburrá Sur, 2024)

Fuente: Elaboración propia.

No obstante, es importante tener presente que la configuración de la costumbre mercantil es una tarea difícil, muestra de ello es que

Las costumbres mercantiles en el Eje Cafetero están condicionadas por las dos grandes limitaciones que presentan las costumbres mercantiles en el ordenamiento legal nacional: su sujeción inamovible a la ley y su categoría de hecho. Estas dos limitaciones están dispuestas en el ámbito normativo, la primera, y el ámbito probatorio, la segunda. Lo cual supone que todo interesado en utilizar las costumbres mercantiles en un proceso comprenda las dificultades de su uso y de sus obstáculos para alcanzar el estatus de fenómeno probatorio válido. (Pernía & Ocampo, 2022, pág. 23)

Discusión

La trascendencia de la costumbre mercantil surge de la naturaleza obligatoria que aceptan las personas que la desarrollan pública, uniforme y reiterativamente, por ello se ha llegado a considerar una fuente de derecho consuetudinario que ha contribuido a la construcción de los ordenamientos jurídicos y la sincronización entre las prácticas sociales y los estatutos normativos, pues las sociedades humanas están en constante cambio y con ellas las formas de comercializar se reestructuran y evolucionan, haciendo que las prácticas comerciales deban transformarse para dar respuesta a las nuevas necesidades que se creen.

No obstante, a pesar de que “la costumbre es por definición eficaz, pues su observancia determina su validez, se presentan constantes dudas sobre el cumplimiento de los requisitos de una práctica para convertirse en costumbre y sobre la cual es su vigencia temporal y espacial” (Robayo & López, 2016, pág. 158), de allí que su carácter de fuente de derecho local e internacional resulte complejo de precisar en algunas ocasiones y exija de las autoridades comerciales, como la Cámara de Comercio, desarrollar toda una investigación que permita precisar si realmente existe una costumbre mercantil pública, uniforme y reiterada en un espacio delimitado física y temporalmente.

Por lo anterior la doctrina jurídica al estudiar la costumbre mercantil la han llegado a definir como

Un conjunto de usos y prácticas mercantiles realizados por los comerciantes, que ocupa un lugar de especial importancia en el derecho comercial, que además fue reconocida como fuente formal del derecho dentro del ordenamiento jurídico colombiano y que se ha llegado a considerar como una herramienta jurídica débil con relación a la norma escrita, pese a haber sido la fuente principal en la conformación del derecho. (Guzman & Cardona, 2017, pág. 1)

Así las cosas, la costumbre en sí será entonces la fuente generadora del derecho comercial a partir de las prácticas que se ejecuten en el mundo del comercio, esto se ha evidenciado cada vez más ante el desarrollo rampante de las tecnologías de la información y las comunicaciones y el crecimiento del comercio electrónico, pues ha sido la costumbre la primera en entrar a regular estas nuevas prácticas comerciales ante la inexistencia de normas

positivas que aborden estas nuevas formas de intercambio de bienes y servicios en las sociedades actuales, ello ha llevado incluso a que se desarrollen investigaciones como la que recae en la práctica digital relativa a la marca personal y la posibilidad de que sea considerada como una costumbre mercantil objeto de certificación, por lo que insisten en este trabajo que las nuevas tecnologías traen consigo “un sinnúmero de nuevas costumbres que el derecho deberá atender oportunamente evitando que sea la misma sociedad la que apruebe una nueva forma de dictarse sus normas.” (Ramírez, 2022, pág. 33)

En último lugar, cabe resaltar que el origen de la costumbre mercantil es la comunidad de comerciantes que aplican unas prácticas públicas, uniformes y reiteradas respecto a las formas de celebrar los negocios de esta naturaleza, por ello esta temática ha sido objeto de estudio y debate desde distintas ciencias y disciplinas, como lo son el derecho y la economía, por lo tanto es válido afirmar que “una costumbre existe si existe un comportamiento regular observable por parte de la comunidad pertinente. Si la norma no es aplicada por la comunidad de comerciantes, la costumbre cesa.” (Cafaggi, 2023, pág. 238)

CONCLUSIONES

La costumbre mercantil es una herramienta que facilita la regulación de las relaciones comerciales, de allí que impregne de agilidad las prácticas comerciales a través de una certificación como costumbre mercantil realizada por una Cámara de Comercio, para ello la práctica comercial debe reunir todos los requisitos de ley: uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia.

Ante lo anterior, las prácticas realizadas por los comerciantes que han sido certificadas por la Cámara de Comercio de Montería permite evitar conflictos futuros sobre el “pago del impuesto de vehículo a prorrata en la compraventa de automotores usados”, la “comisión por intermediación en la compraventa y consignación de vehículos usados”, la “comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles” y la “comisión a intermediarios en la compra y venta de ganado en el departamento de Córdoba”, las cuales nacieron de la misma dinámica que tenía el contrato de compraventa en estos sectores y que llevó a certificar la costumbre mercantil para resolver los casos en los cuales no existía una ley o un contrato aplicable, muestra de ello es que en otras regiones prácticas similares o

iguales han sido certificadas por las respectivas cámaras de comercio para iluminar el ejercicio del comercio en sus jurisdicciones.

Por último, la importancia de estas certificaciones radica en que al no haber una norma expresa o aplicable a los casos descritos dentro de cada tipo de costumbre y sector correspondiente, esta costumbre mercantil es la que entra a aplicar normas de regulación del comercio y constituye una herramienta para que las personas puedan exigir su validez por ser una norma con obligatoriedad de ley.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez-Gayou, J., Camacho, S., Moldonado, G., Trejo, C., Olguín, A., & Pérez, M. (2014). *La investigación cualitativa*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- Barrios, J., Zapata, J., González, Ó., & Córdoba, K. (2019). La costumbre mercantil: una visión sobre su reconocimiento como fuente de derecho en las legislaciones de México, Chile y Argentina. *Revista Foro de Jurista*, 104-129.
- Cafaggi, F. (2023). Costumbre y derecho en los contratos mercantiles transnacionales: una perspectiva coevolutiva. *Revista de Derecho Privado*, 209-240.
- Cámara Colombiana de la Construcción. (2022). *Indicadores ventas de vivienda primer semestre 2022*. Obtenido de CAMACOL: <https://camacol.co/prensa/noticias/indicadores-ventas-de-vivienda-primer-semester-2022#:~:text=El%20primer%20semestre%20del%202022,vendidas%20fueron%20de%20inter%C3%A9s%20social.>
- Cámara de Comercio de Aburrá Sur. (2024). *Costumbres mercantiles recopiladas*. Obtenido de Cámara de Comercio de Aburrá Sur: <https://ccas.org.co/wp-content/uploads/Costumbre-Mercantil.pdf>
- Cámara de Comercio de Barranquilla. (2024). *Costumbres mercantiles*. Obtenido de Cámara de Comercio de Barranquilla: <https://www.camarabaq.org.co/acerca-de-nosotros/ley-de-transparencia/costumbres-mercantiles/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Lista de costumbres mercantiles sector automotriz*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: https://assets.ctfassets.net/n1ptkqt763u/1iEBjLSYKJw7gO6YpUbMxb/357345914b7b5deac8af331d550793a0/E_-_Sector_Automotor.pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Listado de costumbres mercantiles de sector financiero*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá: https://assets.ctfassets.net/n1ptkqt763u/1JZipIvUk45WXnDidUICY7/5f9334a127aa6d9481e4417b0d623798/G_-_Sector_Financiero.pdf
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Listado de costumbres mercantiles del sector inmobiliario*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá,;

https://assets.ctfassets.net/n1ptkpqt763u/3w60IEPhOOPgW5d3KinaLO/8761ff02118f26157c5d1eb9b1ab53be/A_-_Sector_Inmobiliario.pdf

Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *Listado de costumbres mercantiles sector comercial*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá:

https://assets.ctfassets.net/n1ptkpqt763u/1ownd2e5hua3aaWltlviT1/fb079ba97dfbe4d1f6b0d8451a566536/B_-_Sector_Comercial.pdf

Cámara de Comercio de Cali. (2024). *Costumbres Mercantiles certificadas según el sector económico*. Obtenido de Cámara de Comercio de Cali:

<https://www.ccc.org.co/programas-y-servicios-empresariales/costumbre-mercantil/documentos-de-consulta/>

Cámara de Comercio de Montería. (2015). *Costumbres mercantiles*. Obtenido de Cámara de Comercio de Montería: <https://ccmonteria.org.co/registros-publicos/mercantil/constumbre>

Cámara de Comercio de Montería. (2023). *ESTUDIOS, INVESTIGACIONES, Y RECOLECCIÓN DE DATOS QUE PERMITAN LA RECOPIACIÓN DE LAS COSTUMBRES MERCANTILES EN LA CIUDAD DE MONTERÍA*. Obtenido de Cámara de Comercio de Montería: https://ccmonteria-data.s3.amazonaws.com/media_files/2203/pdf/native/2093160315624366a2494538ccm88056327.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2022). *Caracterización de la actividad ganadera a partir del aprovechamiento de registros administrativos*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/caracterizacion-de-la-actividad-ganadera-a-partir-del-aprovechamiento-de-registros-administrativos>

El Presidente de la República de Colombia. (27 de Marzo de 1971). *Decreto 410 - Código de Comercio*. Obtenido de Secretaría de Senado: <https://app-vlex-com.ezproxy.cecar.edu.co:2443/#WW/vid/42856969>

Gutiérrez, A. (05 de abril de 2021). Mercado de carros de usados vendió 99.843 unidades, 419% más que los nuevos. *La República*, págs.

<https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-carros-de-usados-vendio-99-843-unidades-419-mas-que-los-nuevos-3337121>.

Guzman, E., & Cardona, J. (2017). *LA IMPORTANCIA DE LA COSTUMBRE MERCANTIL EN EL DERECHO COLOMBIANO CONTEMPORÁNEO*. Obtenido de Universidad CES:

<https://repository.ces.edu.co/bitstream/handle/10946/2837/Constumbre%20Mercantil.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Olea, P. (1999). *Manual de Técnicas de investigación documental para la Enseñanza Media*. México: Editorial Esfinge.

Pernía, J., & Ocampo, V. (2022). *Ámbito probatorio y normativo de la costumbre mercantil en el Eje Cafetero*. Obtenido de Universidad Libre:

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/24371/%C3%81mbito%20probatorio%20y%20normativo%20de%20la%20costumbre%20mercantil%20en%20el%20Eje%20Cafetero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramírez, C. (2022). *La marca personal y la Costumbre mercantil*. Obtenido de Universidad Libre:

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/25805/Articulo%20repositorio%20la%20marca%20personal%20y%20la%20costumbre%20mercantil.pdf?sequence=1>

Robayo, É., & López, Y. (2016). *Derecho mercantil consuetudinario: el poder de las prácticas de los agentes económicos*. Bogotá: Legis.

Rodríguez, E., & Rodríguez, D. (2018). *LA COSTUMBRE MERCANTIL EN LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE TUNJA*. Tunja: Ediciones USTA.

Tancara, C. (1993). LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL. *Scielo*, 91-106.