



COSTUMBRE A CERTIFICAR

De la devolución del importe del pasaje que hacen las empresas de transporte público intermunicipal, cuando el pasajero desiste personalmente, con mínimo una hora de anticipación para el viaje.



CÁMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR

¡UNIDOS IMPULSAMOS EL DESARROLLO DEL CESAR!

PRESENTADO POR:

HERRERA JHON LARRYE

PRESENTADO A: MIEMBROS JUNTA DIRECTIVA.

VALLEDUPAR-COLOMBIA

OCTUBRE DE 2016



TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	3
COSTUMBRE MERCANTIL EN LA NORMATIVIDAD	4
ANÁLISIS JURÍSPRUDENCIAL Y LEGAL SOBRE LA COSTUMBRE MERCANTIL.	5
1.1 la costumbre como fuente de derecho	6
1.2 funciones de la costumbre	7
1.2.1 función interpretativa	7
1.2.2 función integradora	7
COSTUMBRE A INVESTIGAR	8
1.1 Objetivos generales	8
1.2 objetivos específicos	8
ANÁLISIS LEGAL DE LA PRÁCTICA A CERTIFICAR	8
PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO EN LA INVESTIGACIÓN	11
1.1 Objeto específico	11
1.2 Recopilación de la información	11
1.3 Método de investigación	11
1.4 Metodología utilizada	11
1.5 Marco de investigación	11
1.6 Muestra seleccionada	11
1.7 Periodo de recolección	11
1.8 Resultados	11
ANÁLISIS DE RESULTADOS	12
CONCLUSION	16



INTRODUCCIÓN:

Los llamados comerciantes en su colectividad, representan una figura del desarrollo económico de la localidad donde operan, haciendo en sus operaciones mercantiles, prácticas que en su contenido pueden ser relevantes para el enriquecer jurídico; siendo parte fundamental para que las cámaras de comercio como órganos de representación de sus intereses, coadyuven a estandarizar su operar ante la ley, mediante el ejercicio de las funciones que les ha de encomendar la legislación mercantil, brindando una manito a ese mismo contenido legislativo comercial, a cumplir su cometido universal.

Estas prácticas del comercio ejecutadas por los comerciantes inscritos dentro de la jurisdicción ejercida por la cámara de comercio de la localidad, adquieren una relevancia normativa en las situaciones presentadas de tipo controversial o dudosa; siendo los mismos comerciantes coautores de esas llamadas costumbres mercantiles, que han de adquirir la misma autoridad que la ley comercial, según lo dispone el código de comercio en su artículo 3, tomándolas como objeto de análisis por parte de los analistas e investigadores de las cámaras de comercio, que se encargan de cumplir esa labor de control y creación, y así darle ejecución a la función de Recolección y certificación sobre la existencia de las ya recopiladas, investimento que ha dado el artículo 86 del código de comercio.

El comercio se mueve por el actuar constante de esos comerciantes que trabajan incansablemente por su sustento diario, que generando producción mediante el intercambio de bienes y servicios, han de ejecutar actos repetitivos, uniformes, públicos, sin tener la mayor certeza, de la envergadura que tiene para la ley comercial que necesita saciarse en esas prácticas certificadas para ser completa, por ser insuficiente para el cometido funcional.

A continuación daremos las pautas y el orden establecido por la jurisprudencia, para dar aplicación a la costumbre mercantil ya certificada, en el cumplir de una función importante dentro del marco normativo:



COSTUMBRE MERCANTIL EN LA NORMATIVIDAD

En el ambiente comercial colombiano hay una serie de actos, que ejecutan los comerciantes, dentro de sus labores de trabajo y subsistencia, que son acogidos por su reiteración, uniformidad, publicidad por la CAMARAS DE COMERCIO; que siendo convertidas en costumbres mercantiles, coadyuvan a que el sistema jurídico sea más flexible y efectivo. Tomando y exponiendo el apoyo de la normatividad que regula la materia, le damos cumplimiento a cabalidad, a la investidura que nos otorga el inciso 5 del artículo 86 del código de comercio, para certificarlas:



ANÁLISIS JURISPRUDENCIAL Y LEGAL SOBRE LA COSTUMBRE MERCANTIL.

Hemos de adentrarnos al tema en su especificidad, exponiendo sobre la investigación que hemos realizado sobre los fundamentos de hecho y de derecho; corroborando así, los factores que hacen parte de la investigación en la costumbre tratada, y una vez focalizados, los adecuamos dentro de los requisitos de: uniformidad, reiteración, publicidad, y que no sea contraria a la ley:

Artículo 1º código de comercio: Aplicabilidad de la ley comercial. Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.

Artículo 2º código de comercio: Aplicación de la legislación civil. En las cuestiones comerciales que no pudieren regularse conforme a la regla anterior, se aplicarán las disposiciones de la legislación civil.

Se ha transcrito los artículos anteriores del código de comercio, con el fin de hacer ver que la norma no menciona la costumbre mercantil dentro de su contenido para su aplicación; pero si nos remitimos al **artículo 3 del código de comercio, otorga a esta; autoridad como la ley**, que teniendo en cuenta el pronunciar por la **corte suprema de justicia en su sala de casación civil mediante sentencia del 27 marzo de 1998**, ha de expresar el orden de aplicación dentro del derecho:

“Los **artículos 1 al 9 del código de comercio** consagran las fuentes formales del derecho mercantil colombiano, estableciendo una jerarquía en el orden de aplicación. Conforme a lo prevenido en tales disposiciones, las situaciones o relaciones jurídicas de este linaje se rigen prioritariamente por la ley mercantil. Si ella no regula la situación que se suscita, debe recurrirse a la soluciones que la ley haya dado a una situación semejante, es decir, a la analogía interna, mediante el cual se colman las lagunas de la ley, que dado su carácter general y abstracto no puede prever todas las situaciones que pueden surgir en la práctica (**art.1 c.co**). si con tal procedimiento tampoco se encuentra la solución, debe acudirse a la **costumbre**, que de reunir las condiciones señaladas por el **artículo 3**, tiene la misma fuerza normativa de la ley mercantil y por ende resulta de aplicación preferente a las normas del derecho civil, a las cuales el **artículo 2** permite acudir para llenar las deficiencias del derecho mercantil positivo o consuetudinario, pero



por virtud de aplicación subsidiaria, sin embargo, cuando es la misma ley mercantil la que de manera expresa invoca la regulación de la ley civil, la aplicación de esta no es subsidiaria, sino principal y directa, por lo que pudiera dominarse mercantilización de la norma civil, ya que de una integración o reenvío material de normas”

La costumbre como fuente de derecho

La ley es una de las principales normas que pertenecen al ordenamiento y la constitución la reconoce como fuente válida de derecho. La ley a su turno admite y autoriza a la costumbre jurídica (**ley 153 de 1887 art.13, artículo 3 del código de comercio; CGP artículo. 179**), con las limitaciones que ella establece, como fuente de derecho. La invocación que la ley hace de la costumbre reafirma su pertenencia al sistema jurídico y su naturaleza normativa (...).

El primado de la ley escrita – mejor sería hablar de derecho legislado”- en nuestro sistema, es innegable y se manifiesta como factor que controla los ámbitos donde permite, prohíbe, reduce o extiende el terreno de la costumbre. Respecto de la ley, pues, la costumbre es una fuente subordinada y subsidiaria.

No obstante el predominio incontrastable de la ley, la costumbre de mantiene como fuente de derecho y aporta al sistema flexibilidad y efectividad. Entre la ley y la costumbre justamente se ha observado la existencia de una relación dialéctica que es indisoluble del fenómeno jurídico.

La costumbre prepara y abona materia sobre la que luego actúa el legislador dotando de estabilidad, certeza y mayor generalidad los dictados primarios de la praxis social. A su vez la obra legislativa aspira a convertirse en comportamiento repetido y uniforme. Con pocas palabras, costumbre y ley son dos formas de ser de derecho. La exclusión de la costumbre de ser ello posible, equivaldría a la deformación y empobrecimiento de la experiencia jurídica o a la supresión de una característica esencial de su dinámica (c. constitucional, **(sent. C- 486, octubre 28/93 M.P Eduardo Cifuentes Muñoz)**).



Funciones de la costumbre

Los tratadistas señalan tres funciones o clases de aplicación de la costumbre mercantil:

Función interpretativa: es la señalada por 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 y convenios mercantiles.

Función integradora: cuando una norma mercantil remite expresamente a la costumbre, de manera que esta viene a completar la norma, convirtiéndose en parte integrante de ella, por ejemplo: en **los artículos: 827, 909, 912, 933, 935, 1050, 1170, 1217, 1297 inc. 2 y el 1661 del código de comercio**.

Función normativa: cuando la costumbre que reúne los requisitos del **artículo 3 del código de comercio** se aplica como regla de derecho a falta de norma mercantil expresa o aplicable por analogía por analogía.



COSTUMBRE A INVESTIGAR

Se investigó y analizo considerablemente, mediante el trabajo de campo, utilizando como instrumento unas encuestas realizadas a todas esas empresas de transporte publico intermunicipal, participes de esa uniforme reiterada y publica práctica de devolución del importe del pasaje, cuando el pasajero desiste del transporte contratado; siempre que dicho desistimiento sea comunicado personalmente por dicho pasajero, antes de la hora señalada para el viaje

Objetivos que hemos tenido en cuenta, desde la planificación de las encuestas para el trabajo de campo que nos lleva al estudio de investigación de la costumbre mercantil:

.Objetivos generales:

Visualizar por medio de una investigación exhaustiva, si las empresas de transporte público intermunicipal, devuelven el importe del pasaje al pasajero, cuando este desiste de forma personal, antes de la hora de salida.

Objetivos específicos:

- Divisar si las empresas de transporte publico intermunicipal, como entes registrados en la cámara de comercio de Valledupar, ejecutan hechos que sean propensas a tipificarse como costumbres mercantil, no siendo contraria a la ley y que reúnan los requisitos de uniformidad, reiteración, publicidad.
- Dar claridad si todas las empresas de transporte público intermunicipal devuelven el importe del pasaje.
- Verificar si las condiciones de la devolución del importe del pasaje es el desistimiento del pasajero, con una hora de anticipación del viaje.



ANÁLISIS LEGAL DE LA PRÁCTICA A CERTIFICAR

Todos los días hemos de celebrar negocios jurídicos con los comerciantes que ejecutan actividades considerablemente mercantiles, que son incidentes en nuestra labor investigadora del proceso de recopilación de costumbres; contratos que pueden estar tipificados en la norma, pero que pueden estar rodeados de factores o cláusulas que no son reguladas por esa misma norma que le hace falta buscar en que apoyarse para ser certera en su cumplir.

El hecho materia de investigación, tiene que ver con los contratos que celebramos día a día con las empresas de transporte de servicio público intermunicipal, que siendo estas parte del negocio, y ejecutoras de la práctica materia de investigación, se ha de tipificar al concepto profesado por el código de comercio en su artículo 981. **Anteponiendo a esas empresas, que se han de obligar a cambio de un precio a dar conducción de un lugar a otro por determinado medio y en el plazo fijado, a personas;** tipo de contrato regulado por la norma, que le adjudica unas características jurídicas para perfeccionarse, que son:

- Es un "**contrato típico**": está regulado en la ley.
- Es un **contrato nominado**: tiene un nombre determinado.
- Es un **contrato bilateral**: se obliga tanto el cargador como el porteador.
- Es un **contrato consensual**: se perfecciona por el solo consentimiento de las partes.
- Es un **contrato oneroso**: ambas partes perciben las utilidades y cada parte se grava a beneficio de la otra.
- Es un **contrato conmutativo**: las obligaciones recíprocas de las partes se miran como equivalentes.
- Es un **contrato principal**: subsiste por sí mismo, sin la necesidad de otro

Hemos de dar especificidad al sujeto pasivo, que han de ser esas empresas transportadoras de pasajeros, entrelazadas para con una persona ya sea natural o jurídica, que han de cumplir con la obligación de transportar personas, por medio terrestre, una vez manifiestan su consentimiento de celebración del negocio, que habiendo una bilateralidad en la obligación que se rodea de un acto en especial, no estipulado ni regulado por la normatividad, se activa cuando sea alegado por una parte contractual, en este caso el porteador "persona natural o jurídica" que toma la posición de sujeto activo, que es el hábil para desistir del contrato cuando reúne unas condiciones, que hemos de expresar:



- comunicar personalmente el desistimiento.
- Haber desistido una hora antes del viaje.

Estas condiciones dadas, adquieren para la empresa transportadora la obligación de devolver el importe del pasaje al porteador sin limitación alguna, siendo una aceptación colectiva que esas empresas cumplen y dan pie al nacimiento de una costumbre mercantil por reunir los requisitos de uniformidad, reiteración, y publicidad y no contradicción del conglomerado normativo.

Este análisis e investigación que hemos hecho, lo cumplimos ejerciendo la función investida por la ley de recopilar las costumbre mercantiles, donde hemos de mostrar las pesquisas realizadas mediante un trabajo de campo, acudiendo a cada empresa transportadora de pasajeros.

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO EN LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO Determinar si opera el desistimiento del pasajero en el contrato de transporte terrestre intermunicipal y de ser así, cuáles son las condiciones para ello; y establecer si puede ser considerada como una costumbre mercantil.

RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN Grupo objetivo investigado: Personas Naturales, Jurídicas y Establecimientos de Comercio ubicados en Valledupar, que ejercen la actividad comercial de Transporte de Pasajeros (CIIU 4921).

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN: Muestreo.

METODOLOGÍA UTILIZADA: Encuesta estructurada con aplicación personalizada.

MARCO DE INVESTIGACIÓN: Se tomó como marco de referencia para la investigación la base de datos de los Registros Públicos de la Cámara de Comercio de Valledupar, de aquellas empresas que ejercen la actividad de Transporte de Pasajeros y tienen matrícula mercantil vigente, existiendo en total de..... Registrados en Valledupar.

MUESTRA SELECCIONADA: De las empresas inscritas, 11 de ellas fueron encuestadas, teniendo en cuenta que las restantes, a pesar de tener matrícula mercantil vigente, algunas en la actualidad no ejercen la actividad, no expiden tiquetes, el servicio no es intermunicipal, prestan el servicio personalmente.



PERÍODO DE RECOLECCIÓN: desde el 1 de agosto del 2016.

RESULTADOS La metodología adoptada por la Cámara de Comercio de Valledupar exige que las preguntas estén relacionadas con la verificación de los requisitos establecidos para identificar si una práctica puede ser considerada costumbre mercantil, identificando, si la misma es uniforme, reiterada, obligatoria, pública y vigente. Se tiene previsto que el resultado debe arrojar un porcentaje mínimo del 70%, para efectos de que sea certificable como costumbre mercantil.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con estas tesis del resultado de la investigación, damos muestra veraz del análisis de respuestas:

INTRODUCCION

1.

Como empresa de transporte publico intermunicipal ¿realizan las respectivas devoluciones de dinero a sus clientes cuando estos desisten de sus viajes en forma personal?			
ESTABLECIMIENTOS	SI	NO	total
Empresas de transporte terrestre de pasajeros	10	1	11

Análisis: en esta pregunta de introducción, tratamos de hacerle saber al encuestado, el tema que se va a tratar con la encuesta, para que obtenga una noción de las próximas preguntas relacionadas con la misma, y que se adecuaran en los requisitos del **artículo 3 del código de comercio (uniformidad, reiteración, publicidad)**



UNIFORMIDAD

2.

¿Cuándo el pasajero desiste de viajar, ¿en cuánto tiempo debe manifestarlo??					
ESTABLECIMIENTOS	horas	Días	semanas	mes	total
Empresas de transporte terrestre de pasajeros	10	0	1	0	11

Análisis: con esta pregunta, tratamos de buscar el tiempo determinado por las empresas de transporte público intermunicipal, para la devolución del dinero y adentrarnos a verificar unas de las condiciones para ser costumbre; donde diez empresas dijeron que devuelven el dinero, en horas, y una empresa dice que devuelve el dinero en semanas.

3.

termino mínimo de tiempo elegido anteriormente				
ESTABLECIMIENTOS	1hora	2horas	4semanas	total
Empresas de transporte terrestre	10	0	1	11

Análisis: su pudo verificar con este resultado, que más del 70% de las empresas de transporte publico intermunicipal, devuelven el dinero por el desistir del pasajero con hasta una hora de anticipación, dándose un condicionamiento como génesis de la costumbre a certificar.

4.

¿QUE MEDIO DE PAGO UTILIZA PARA DEVOLVER EL DINERO A SUS CLIENTES?		
ESTABLECIMIENTOS	efectivo	total
Empresas de transporte terrestre	11	11



Análisis: esta respuesta la dio el 100% de las empresas de transporte público intermunicipal encuestadas, donde han manifestado que utilizan el medio efectivo de devolución, cuando el pasajero ha de desistir de forma personal, habiendo unidad de criterio.

REITERACION

5.

¿Siempre devuelven el importe del pasaje, cuando el pasajero desiste de viajar dentro del contrato de transporte?			
ESTABLECIMIENTOS	SI	NO	total
Empresas de transporte terrestre	10	1	11

Análisis: más del 70% de las empresas de transporte público intermunicipal, expresan como respuesta, que siempre han ejecutado la práctica de devolución del importe del pasaje, cuando hay desistimiento personal por parte del pasajero; corroborando la existencia en esta práctica una costumbre mercantil a certificar, por estar inmersa esta práctica que ya siendo uniforme, se reitera en la ejecución por la mayoría con el tiempo.

VIGENCIA

6.

¿Cuánto tiempo lleva aplicando la costumbre mercantil de devolución del dinero a sus clientes por desistimiento del viaje?			
ESTABLECIMIENTOS	De 0 - 5 años	De 5 años en adelante	total
Empresa de transporte terrestre	0	11	11



Análisis de la Gráfica: el 100% de las empresas de transporte público intermunicipal, responden que el término de ejecución de la práctica mercantil tratada, es de cinco años en adelante, comprobando que esta práctica está siendo ejecutada con un tiempo favorable extendido, para ser costumbre mercantil.

OBLIGATORIEDAD

7.

¿La devolución del importe del pasaje al pasajero, es obligatorio para ustedes?			
ESTABLECIMIENTOS	SI	NO	tota I
Empresas de transporte terrestre de pasajeros	11	0	11

Análisis de la Gráfica: el 100% de las empresas de transporte público intermunicipal responden afirmativamente, que es obligatorio la devolución del importe del pasaje al pasajero cuando ha de desistir del viaje, con una hora de anticipación, corroborando que esta práctica no está regulada jurídicamente para ser obligatoria, siendo esos mismos comerciantes que le han impuesto ese forzoso cumplir, a través del tiempo.

PUBLICIDAD

8.

¿Considera usted que devolver el pasaje al cliente por desistir del viaje es una práctica conocida y utilizada en la ciudad?			
ESTABLECIMIENTOS	SI	NO	TOTAL
	11	0	11

Análisis de la Gráfica: el 100% de las empresas de transporte público intermunicipal manifiestan dentro de su percepción comercial, que esta práctica de devolución del importe del pasaje al pasajero, cuando este desiste del viaje antes de la hora señalada para el viaje, es conocida por todas las empresas de la ciudad de Valledupar.



CONCLUSIÓN

De todo este trabajo de investigación y análisis de la práctica tratada, y pudiendo aducir que, reúne los requisitos de: **uniformidad, reiteración, publicidad y no contradicción con la ley**, y teniendo en cuenta las encuestas que fueron estructuradas; hemos de hacerle ver a ustedes, que hubo una mayoría del mas del 70% las empresas de transporte publico intermunicipal de la jurisdicción de la cámara de comercio de Valledupar, que devuelven el importe del pago al pasajero, cuando este desiste antes de la hora de salida del viaje, convirtiéndose en costumbre mercantil.