

COSTUMBRE MERCANTIL EN EL PAGO CONJUNTO DE GASTOS DE TRASPASO



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**

PRESENTADO POR: MEDINA NORIEGA EMILIO JOSÉ

SOLANO PARODI LUISA

GIRÓN QUINTANA MARTA LUZ

**GRUPO JURÍDICO.
ÁREA DE REGISTROS PÚBLICOS.**

PRESENTADO A: MIEMBROS JUNTA DIRECTIVA

JULIO DE 2013



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



TÍTULO: COSTUMBRE MERCANTIL EN EL PAGO CONJUNTO DE GASTOS DE TRASPASO DE VEHICULOS USADOS

RESUMEN: Esta solicitud hace énfasis en un análisis practicado con una recopilación de datos que fueron utilizados para llegar a una conclusión de prácticas comerciales, como lo es la venta de vehículos usados en la ciudad de Valledupar. Cumpliendo con los requerimientos legales del Artículo 3 del Código de Comercio, que establece las Costumbres Mercantiles, este proceso se realizó con un trabajo de campo en los establecimientos de comercio matriculados en la Cámara de Comercio de Valledupar, los cuales realizan la actividad de compra y venta de vehículos usados, lo que permitió identificar el uso comercial de quien suplía los gastos de traspaso en la compra de vehículos usados, lo que permite poner a consideración de la Cámara de Comercio de Valledupar para su certificación.

Palabras clave: Costumbre, vehículo, establecimiento de comercio, compra y venta.



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



I. INTRODUCCION.

A lo largo de nuestra historia y en el progreso de las relaciones interpersonales del hombre, han surgido una serie practicas que se convierten en ley para las partes y en consecuencia el estado ha hecho parte de esas relaciones para los casos en que las partes no lleguen a un acuerdo; es por esto que hoy nos ocupa básicamente la relaciones comerciales, las cuales se dieron inicio con el “trueque” y posteriormente se desarrollaron para darle paso a una economía especializada que respondiera a las necesidades diarias de quienes en ella intervenían. A raíz de todas estas transacciones surgen los llamados acuerdos de voluntades o contratos comerciales, con motivo a tal desarrollo surge el derecho comercial, sin embargo el mismo no alcanza a desarrollar de manera total y minuciosamente estas relaciones.

Esta solicitud hace énfasis en un análisis practicado con una recopilación de datos que fueron utilizados para llegar a una conclusión de prácticas comerciales, como lo es la venta de vehículos usados en la ciudad de Valledupar, cumpliendo con los requerimientos legales del Artículo 3 del Código de Comercio, lo cual establece las Costumbres mercantiles, este proceso se realizó con un trabajo de campo en los establecimientos de comercio matriculados en la Cámara de Comercio de Valledupar, los cuales realizan la actividad de compra y venta de vehículos usados lo que permitió identificar el uso comercial de quien suplía los gastos de traspaso en la compra de vehículos usados, lo que permite poner a consideración de la Cámara de Comercio de Valledupar para su certificación.



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



II. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Certificar una costumbre mercantil en la jurisdicción de la cámara de comercio de VALLEDUPAR, que permita solventar conflictos entre las partes intervinientes en un negocio jurídico (contrato de compraventa), de vehículos usados con respecto al pago conjunto de los gastos de traspaso.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Confirmar que el comportamiento de los hechos investigados materia de estudio se ajuste a los requerimientos establecidos por la ley, para convertirse en costumbre mercantil.
2. Usar esta certificación de apoyo para la solución de conflictos generados entre comerciantes del sector comercial en automotores.
3. Brindar seguridad jurídica frente a las partes que intervienen en un negocio jurídico frente a este tema específico que no ha sido regulado por el legislador en Colombia



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



1. TEMA A ANALIZAR PARA DETERMINAR SI EXISTE O NO COSTUMBRE MERCANTIL EN VALLEDUPAR

El grupo jurídico del área de registro de la Cámara de Comercio de Valledupar, después de un estudio de campo, de las prácticas realizadas en el sector automotor con respecto a la compra y venta de los mismo ha decidido escoger como tema para el estudio investigativo y jurídico, **la siguiente práctica ¿Quién asume el pago de los costos de traspaso, que surgen dentro de la compraventa de un vehículo usado en Valledupar?**

Para establecer si en la vida diaria y en el desarrollo de esta relación comercial, esta Cámara puede certificar que se trata de una costumbre mercantil; la práctica desarrollada por los comerciantes; por su uniformidad, reiteración y publicidad.

2. PROBLEMA JURÍDICO

El código de comercio en su artículo 86, les brinda facultades a las Cámaras de Comercio, para que dentro del comercio pueda extraer las costumbres mercantiles que se presentan dentro de la jurisdicción que les compete, después de hacer un estudio de las mismas y posteriormente certificarlas, cumpliendo con los requisitos que la ley impone.

Esta función se ejecuta por investigaciones y los diversos medios probatorios que existen, se hace un estudio jurídico minucioso de la actividad objeto de investigación y de los resultados que se obtienen, para así determinar si esa



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



práctica se puede constituir como una costumbre mercantil dentro de la jurisdicción.

Actualmente la ciudad de Valledupar empieza a transformar su economía abriendo nuevas perspectivas distintas a la tradicional vocación agropecuaria de gran validez histórica. Desde la creación del departamento del Cesar y la nominación de la ciudad como su capital, el desarrollo económico de la nueva ciudad ha crecido hasta alcanzar niveles nunca antes alcanzados, ha llegado a consolidarse como el primer productor nacional de algodón acarreando consigo nuevas inversiones y un bienestar realmente palpable.

El aumento de la población, ha traído nuevas necesidades de servicios, y al crecer notablemente la población y las necesidades el comercio de la mano ha crecido exitosamente, debido el crecimiento de los diferentes sectores, se han presentado practicas mercantiles que no están tipificadas en la legislación y que por tanto acarrear un perjuicio para las personas que las ejecutan dentro del comercio.

En la actualidad el crecimiento económico ha provocado la instalación de una creciente lista de empresas dedicadas a prestar servicios de salud, telecomunicaciones, bancarios, compra y venta de vehículos usados y nuevos, establecimientos que aportan al desarrollo del comercio como una actividad generadora de ingresos. En la actualidad y teniendo en cuenta solo el ámbito urbano de la ciudad, las fuentes de empleo radican casi exclusivamente en este sector de la economía.

El “modelo económico” en la Constitución¹

¹ PERRY, GUILLERMO. “La Constitución de 1991 y el Desarrollo Económico Y Social”. Junio, 2011. Disponible en: <<http://focoeconomico.org/2011/06/21/la-constitucion-de-1991-y-el-desarrollo-economico-y-social/>>. Consultado [Julio 7 de 2013. Hora: 9:35 pm].



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



Mientras algunos critican la Constitución de 1991 por demasiado “intervencionista” y “garantista”, otros la tachan de “neoliberal y “privatizadora”. Los constituyentes consideramos en su momento que este es un debate estéril, basado en un supuesto erróneo y superado: que Estado y mercado son necesariamente antagónicos. Por el contrario, amparados en la concepción moderna de la economía institucional que reconoce la acción dinamizadora de los mercados, pero que enfatiza como el mercado no opera bien sin instituciones fuertes, nos guiamos por el principio de “tanto mercado como sea posible y tanto Estado como sea necesario”. En adición, consideramos que el Estado tiene una función distributiva insoslayable: la de garantizar el acceso de todos los ciudadanos a un empleo digno, a la educación, la salud, la protección social y los servicios públicos.

Bajo estos principios, la Carta protege y estimula los derechos a la iniciativa y propiedad privada pero, al mismo tiempo, les impone obligaciones sociales y ecológicas y los sujeta al interés general. De una parte, la Carta exige que “El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional” y establece la libre competencia económica como un derecho colectivo que permite a cualquier ciudadano interponer acciones populares contra cualquier actuación oficial o privada que limite la concurrencia en el mercado, en detrimento de otros productores o del consumidor.

La Cámara de Comercio de Valledupar hará la correspondiente certificación de la práctica realizada por los comerciantes de una forma reiterativa a través del tiempo, lo cual implica que al presentarse un conflicto entre las partes pueden



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



llegar a alegar que dicha práctica constituye una costumbre mercantil, la cual fue certificada por la Cámara de Comercio de Valledupar, con el fin de otorgar seguridad jurídica a las partes en el momento de celebrar un contrato de compra venta de un vehículo usado, además sirve de medio probatorio al momento de presentarse un conflicto y llena aquellas lagunas legales a falta de ley que regule un caso concreto.

3. PROCEDIMIENTO METODOLOGICO.

Para la investigación de la posible costumbre mercantil a certificar por parte de la Cámara de Comercio de Valledupar, se estableció como base, los comerciantes que se dedican a la práctica de compra y venta de vehículos usados en Valledupar, durante los últimos tres años; es decir se extrajo de la base de datos los establecimientos dedicados a esta actividad comercial, los cuales se encontraban inscritos en el libro XV de los matriculados en la mencionada actividad.

De esta forma y teniendo clara cuales eran los establecimientos de comercio dedicados a esta actividad comercial a encuestar, se procedió a elaborar una encuesta, que nos permitiera obtener los datos básicos para determinar la consecución de los elementos determinantes de la costumbre mercantil. Posteriormente se diligenciaron tales encuestas haciendo una visita a estos establecimientos de comercio, a través de encuesta personalizada con los gerentes y/o propietarios de los mismos, por la persona encargada que la entidad designo para esta labor.

Para determinar el número mínimo de encuestas a realizar se tomo como base los establecimientos de comercio, matriculados en la Cámara de Comercio de Valledupar.



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



Se realizó un trabajo de campo en los establecimientos de comercio matriculados en la Cámara de Comercio de Valledupar, los cuales realizan la actividad de compra y venta de vehículos usados lo que permitió identificar el uso comercial de quien suplía los gastos de traspaso en la compra de vehículos usados, lo que permite poner a consideración de la Cámara de Comercio de Valledupar para su certificación.

De acuerdo a lo anterior, se empleó el método analítico e inductivo, el método analítico es: aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. *Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.* Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías².

El primero de ellos es el método inductivo³. El filósofo inglés **Francis Bacon** (1561-1626) fue quien lo estudió minuciosamente proponiéndolo para todas las ciencias. **El método inductivo intenta ordenar la observación tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde la acumulación de datos particulares.**

Así, Bacon proponía un camino que condujera desde cientos y miles de casos individuales observados hasta el enunciado de grandes leyes y teorías de carácter general, por lo que el conocimiento tendría una estructura de pirámide: una amplia

²Universidad de Medellín. Disponible en: < <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>> Consultado [Julio 7 de 2013. Hora: 9:50 pm].

³Gobierno de Aragón. Sitio Web DEMO E-DUCATIVA CATEDU. Disponible en: <http://e-ducativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//1000/1248/html/41_el_mtodo_inductivo_y_el_mtodo_deductivo.html> Consultado [Julio 2 de 2013. Hora: 9:25pm].



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



base cimentada en la observación pura hasta la cúspide, en donde colocaríamos las conclusiones de carácter general y teórico.

De lo anterior, se estudiarán las prácticas mercantiles, de las cuales se hace una valoración de forma separada, aquellos partes que la conforman y de acuerdo al método inductivo, el cual según su definición sirve para poder adherir cada elemento que va a ser objeto de estudio, de tal manera que para poder utilizar el método inductivo hay que utilizar sus etapas, como la observación y el registro de todos los hechos, la derivación inductiva de una concepción a partir de hechos que los generan en el ámbito social.

4. ANALISIS JURIDICO⁴.

4.1. El sector AUTOMOTOR

Según el informe “Industria Automotriz Perfil Sectorial”, presentado por la entidad promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones (Proexport, 2011), el sector automotriz colombiano representó el 6,2% del PIB y empleó el 2,5% del personal ocupado dentro de la industria manufacturera al cierre del año 2010, posicionando así a Colombia como el quinto productor de automóviles a nivel Latinoamérica.

Esta industria se encuentra compuesta por diferentes tipos de actividades económicas, como la de ensamblaje de vehículos ligeros, de camiones, de buses y motocicletas; así mismo se encuentra la fabricación de partes y piezas utilizadas en el ensamblaje para OEM, como repuestos. Debido a estas actividades la industria automotriz se ve interrelacionada con proveedores de insumos de otras

⁴ MUNAR GUERRERO, LAURA CRISTINA; PEÑA MAYORGA, MANUEL FERNANDO; QUIROGA PORRAS, JOHANA PATRICIA. “ANÁLISIS ESTRATEGICO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN COLOMBIA”. BOGOTÁ D.C., SEPTIEMBRE DE 2.012. UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/3955/3/1020727693-2012.pdf>. Consultado [Julio 7 de 2013. Hora: 9:57 pm].



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



industrias como la metalmecánica, la petroquímica (plásticos y cauchos) y la de textiles.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente se puede concluir que el sector automotor en Colombia se caracteriza fundamentalmente por dos aspectos relevantes los cuales lo posicionan como un recurso trascendental para el continuo crecimiento y desarrollo de la economía regional y nacional. Según el Departamento Económico de la Federación Nacional de Comerciantes

(FENALCO, 2008), la principal característica es que este es un sector en el cual el nivel de importaciones es bastante alto, y además, como lo mencionamos anteriormente, su cadena productiva comprende diferentes actividades que fomentan el crecimiento en otros sectores económicos, otros de los negocios que se ven beneficiados gracias a la excelente dinámica del sector son las aseguradoras, las ventas de combustibles y autopartes, los usuarios de escuelas de conducción, el mayor recaudo de impuestos e ingresos por matrículas, los peajes y la demanda de parqueaderos. Así lo asegura (FENALCO, 2011), argumentando que “Sólo los seguros de automóviles crecieron el año pasado (2011) 8,1 por ciento, y las pólizas llegaron a 1,7 billones de pesos. A ello se suma el negocio de la venta de accesorios para la personalización de los vehículos que, de acuerdo con las empresas del sector, en Colombia es muy particular, pues cada comprador de un auto le agrega elementos acorde con sus necesidades y gustos”. Es importante destacar que la importancia que ha adquirido el sector se da gracias al continuo crecimiento de sus ventas desde el año 2000 y el gran auge que está teniendo la demanda de vehículos en los últimos meses.

Al comparar las ventas del sector automotor colombiano con el PIB, se observa que tienen comportamientos similares durante el periodo en estudio, existiendo una correlación superior al 93%, lo que indica una relación directa y fuerte entre



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



estas dos variables. Esto significa que cada vez que aumente el ingreso de las personas, las ventas de vehículos nuevos también lo harán.

HISTORIA DEL SECTOR AUTOMOTRIZ EN COLOMBIA 1969-2011

Historia según Roberto Nigrinis Velandia: Roberto Nigrinis Velandia (2011), director de la revista virtual de Automóviles Carros y Clásicos, da una versión acerca de los antecedentes del sector automotriz en Colombia:

Los inicios de la historia automotriz en Colombia se originan con la importación a comienzo del siglo XX de los vehículos Cadillac, Fiat, Renault, Ford (Modelo T) y los camiones Reo. 50 años después del inicio importador del país, Colombia toma la decisión de ensamblar vehículos dentro del territorio nacional. El 27 de julio de 1956 se inicia en Bogotá la obra para dar origen a la Fábrica Colombiana de Automotores S.A. – Colmotores con una inversión de 5 millones de pesos. (General Motor Colombia, 2012)

La ensambladora inicia operaciones el 1 de febrero de 1962 produciendo camperos, camiones para 2.5 y 6 toneladas y microbuses Austin bajo supervisión de la British Motor Corporation de Inglaterra. Tres años después, la ensambladora inicia operación de vehículos producto de la Chrysler Corporation, entre los cuales se encuentra el Dodge Coronet, Dart, Simca, camiones y camionetas. En 1997, la fábrica ensambladora es comprada por la General Motors Corporation, donde inicia el ensamblaje de vehículos Chevrolet, actividad la cual es desarrollada hasta la fecha actual. (General Motors Colombia, 2012)

A finales de 1961 el empresario Leonidas Lara, había comenzado a ensamblar los populares camperos Jeep CJ5, Wagoneer, Gladiator y Commando en su planta de Bogotá, la misma en la que posteriormente se ensamblaron vehículos International, Fiat, Zastava, Peugeot y Jeep Commando, en la misma que hoy en día se producen los Mazda y Mitsubishi para el mercado andino y colombiano.



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



Es en 1969 cuando entra en funcionamiento la ensambladora SOFASA, ubicada en Envigado Antioquia. Planta en la cual son despachados, inicialmente, vehículos marca Renault, Toyota y Daihatsu Delta.

La creación de ensambladoras en Colombia ayudó al crecimiento del sector industrial del país, ya que aportó, y sigue aportando, cientos de puestos de trabajo en las diferentes plantas en el país. Además; la creación de pequeñas empresas para la comercialización y creación de autopartes o repuestos generó aportes para el PIB, o en términos generales, mejoramiento de las condiciones económicas de la nación.

El compromiso de las ensambladoras GMC y SOFASA ha llegado al punto de ofrecer un programa en conjunto para apoyar e incentivar la modernización y capacitación de proveedores locales, logrando aumentar el porcentaje de ensamblaje del Renault Logan de un 32% a un 43%, por tanto, se refleja el aumento de la capacitación de mano de obra, y la oportunidad de sacar en un futuro al mercado, un vehículo con 50% de ensamblaje nacional que satisfaga las necesidades de los colombianos y de países vecinos como Venezuela, Ecuador, Perú y Chile. (Portafolio, 2011)⁵.

Esta es la primera vez en la historia que el mercado cuenta con cifras oficiales entregadas por el Ministerio de Transporte y el Runt sobre los negocios de carros y motos de segunda mano. Estos datos muestran que por cada dos usados se comercializa un vehículo para estrenar (en 2010 se vendieron 253.869 nuevos).

⁵ GÓMEZ LEÓN, JOSÉ ALEJANDRO “Ventas de autos usados llegan a 1.658 diarios; la capital del país tiene el 33,3% del mercado nacional”. Periódico Portafolio. Bogotá. D.C. Marzo 10 de 2011. Disponible en: <<http://www.portafolio.co/economia/ventas-autos-usados-llegan-1658-diarios>>. Consultado [Julio 7 de 2013. Hora: 10:07 pm].



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



Aunque no se tienen cifras oficiales de otros años, diferentes expertos coinciden en señalar que medidas como el pico y placa, la caída del dólar y el ingreso de nuevas marcas más económicas impulsaron el sector del usado en Colombia.

El número de traspasos de sólo automóviles en el país fue de 329.027 durante el año anterior. El mercado de las motocicletas usadas alcanzó 101.252 unidades frente a más de 350.000 nuevas vendidas (lo que confirma el terreno que han ganado). Las motocicletas se han convertido en una solución viable y económica al problema de movilidad de las grandes ciudades.

“El dinamismo del negocio del usado es importante para la economía y es evidente que la venta del nuevo impulsa la del usado ya que cada vez más gente está comprando carro por lo asequible que se ha vuelto este mercado, entre otras cosas, gracias a la restricción del pico y placa (que impulsó las ventas de usados) y a las financieras que están ofreciendo planes con tasas muy bajas y mayores posibilidades de acceso a un crédito”, afirmó Álvaro Jaramillo, Gerente de usados de Autonal.

Por su parte, Juan Manuel García de Econometría S.A. -empresa encargada de medir las ventas de vehículos nuevos en Colombia-, manifestó que la relación hipotética era de tres o en el mejor de los casos, de cuatro usados a uno nuevo.

“Sin lugar a dudas se tiene que aplaudir el esfuerzo del Ministerio por consolidar este indicador y brindarle transparencia al mercado y tranquilidad a los inversionistas. Al tener más información habrá menos riesgo en los negocios, es decir, los costos y los precios disminuyen para que el consumidor final sea el más beneficiado. Estas cifras hablan muy bien de lo que está haciendo el Runt después de los dolores de cabeza por los que ha pasado”, afirmó García.

Asimismo, Juliana Rico, directora de la Cámara Automotriz de la Andi, menciona que el desempeño de la industria automotriz colombiana de autopartes y de vehículos registró en 2010 un crecimiento del 30 por ciento. El dinamismo del



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



mercado interno de vehículos y las perspectivas regionales, entre otros, representan una oportunidad para el país.

A la fecha de corte del informe el parque automotor nacional era de 6'953.210 vehículos. Pero la infraestructura vial del país empieza a quedarse frente al crecimiento del parque automotor

4.2 LA COSTUMBRE MERCANTIL⁶

Desde el principio de las relaciones humanas el hombre ha creado modos de vidas y reglas dentro de las mismas con el fin de mantener un equilibrio que le permitiera interactuar con el resto de personas con las cuales cohabitaba, sin embargo y con el transcurrir del tiempo, tales relaciones se volvieron un poco más complejas al punto de tener que ser reguladas por el estado; es claro que las normas son el reflejo de las costumbres de un pueblo y que por ende el mismo las acoge. Por ello varios de los grandes tratadistas que hemos tenido a lo largo de la historia, se han encargado de estudiar lo que es la costumbre mercantil y a su vez de darle diferentes significados o mejor, definirlos en términos diferentes pero que acaban por decirnos lo mismo; a continuación presentamos algunas de las definiciones que han dado acerca de la costumbre mercantil:

“La costumbre es, como la ley, una norma general, obligatoria y permanente”.

Miguel Betacourt Rey

“De la conciencia popular es de donde brota lentamente el uso que, considerado poco a poco como obligatorio, se convertirá en regla de derecho: la costumbre”.

Hermanos Mazeaud

⁶ ESPINOSA PEREZ, CARLOS ANTONIO. “Derecho Privado: categorías básicas”. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. 1996.



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



4.3. COMO INFLUYE LA COSTUMBRE EN EL DERECHO MERCANTIL⁷

Como ya percibimos, la costumbre mercantil es la práctica de ciertas conductas de manera reiterativa, que un grupo de personas de una misma comunidad deciden tener como obligatorias, para así darle la fuerza requerida y dirigir sus relaciones interpersonales, es así como a través de la historia se ha venido dando estas prácticas con respecto al ámbito comercial en el sector automotor de compra y venta de los mismos, tema que influye en todos los aspectos básicos de cualquier comunidad.

El concepto de fuente de derecho ampliamente estudiado por los tratadistas del derecho, se ha atribuido a la autoridad creadora de derecho y por tanto es fundamento de la norma. También se ha referido dicho concepto al rastro o documento histórico de la norma y a la forma de manifestarse un precepto:

ARTICULO 3o. AUTORIDAD DE LA COSTUMBRE MERCANTIL COSTUMBRE LOCAL, COSTUMBRE GENERAL. La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contraríe manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella.

En defecto de costumbre local se tendrá en cuenta la general del país, siempre que reúna los requisitos exigidos en el inciso anterior.

⁷ Cámara de Comercio de Bogotá. Costumbres Mercantiles. Editorial Panamericana. (2006)
Constitución política colombiana. Legis. Edición 2008



ARTÍCULO 190 CODIGO DE PROCEDIMIENTO CIVIL. PRUEBA DE LA COSTUMBRE MERCANTIL⁸. La costumbre mercantil nacional invocada por alguna de las partes, podrá probarse también por cualquiera de los medios siguientes:

1. Copia auténtica de dos decisiones judiciales, definitivas que aseveren su existencia.
2. Certificación de la cámara de comercio correspondiente al lugar donde rija.

4.4. FUNCIONES DE LA COSTUMBRE MERCANTIL

Ahora bien podemos ver como se identifican las funciones de la Costumbre Mercantil **la interpretativa**, tal como está establecido en el artículo 5 del Código de comercio; **la integradora o interpretadora**, como complemento de las normas jurídicas dictadas por el legislador; **y la 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 para la misma se disponga.

4.5. CLASIFICACION DE LA COSTUMBRE

Nos corresponde ahora establecer si se trata de una costumbre **praeter legemo contra legem**, entendiendo la primera como la costumbre que no contraria la ley,

⁸ Código de comercio. Legis. Edición 2012 art. 3

Código d procedimiento civil. Legis. Edición 2012 art. 190



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



por el contrario la complementa y sirve para llenar esos vacíos legales o para interpretarla como lo dijimos anteriormente. La costumbre **Secundum Legem** según el doctor OSCAR DARIO VELASQUEZ “es aquella llamada por ley comercial, para regir ciertas situaciones que esa misma ley voluntariamente se ha abstenido de regular, su función por lo tanto es integradora de la ley, la costumbre **praeter legem** “es aquella llamada a regir en todo cuanto la ley no ha dispuesto y aun no hubiese sido invocado expresamente por la disposición escrita. Costumbre **contra legem** es aquella que es contraria a la ley escrita y la deja sin efecto. No es admitida por el ordenamiento jurídico comercial.

La costumbre mercantil también suele clasificarse de acuerdo a su función y al ámbito territorial de su validez, en nuestro caso debemos determinar qué función deberá cumplir, teniendo en cuenta de antemano que se trata de una costumbre netamente local, pues en caso de determinar que existe la costumbre mercantil, aplica para el municipio de Valledupar

4.4.1. Según su función: Se clasifican en normativas e interpretativas:

Es **costumbre normativa** la que constituye una regla de derecho acorde con los lineamientos del artículo 3º y que resulta aplicable a falta de norma mercantil expresa.

Es **costumbre interpretativa** aquella cuya práctica consiste en dar el significado o sentido a una palabra o frase técnica del comercio.



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



4.4.2. Según el ámbito territorial de validez:

Se suele hablar aquí de costumbres de carácter **local, nacional, internacional o extranjera**, según la costumbre tenga vigencia en un municipio o en un conjunto de municipios, en todo el país, en un conjunto de países o simplemente en una nación diferente de la nuestra.

4.6. ELEMENTOS DE LA COSTUMBRE MERCANTIL:

De acuerdo al artículo 3 del código de comercio la costumbre mercantil cuenta, con tres elementos indispensables que tienen que estar presentes para que la misma se configure, estos son:

La uniformidad: Frente a una determinada situación debe presentarse un proceder idéntico, es decir la practicas se deben tornar iguales⁹.

La reiteración: Los actos que forman la costumbre deben haberse repetido y practicado durante cierto tiempo, es decir no pueden ser ocasionales o transitorios¹⁰.

La publicidad: Debe ser reconocida por el grupo o sector dentro del cual va a regir, es decir tiene que ser notoria o conocida por quienes se encuentran regulados por ella¹¹.

4.7. COMPRAVENTA.

El **contrato de compra-venta** es aquel contrato bilateral en el que una de las partes (vendedora) se obliga a la entrega de una cosa determinada y la otra

⁹ Revista Cámara de comercio de Bogotá. N° 56 de 1985.

¹⁰ Cámara de comercio de Bogotá. (2006) Costumbres Mercantiles. Editorial Panamericana

¹¹ Revista Cámara de comercio de Bogotá N° 73 de 1989.



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



(compradora) a pagar por ella un cierto precio, en dinero o signo que lo represente.¹¹

- **Cosa:** objeto material, en oposición a los derechos creados sobre él y a las prestaciones personales. Son bienes o derechos que estén dentro del comercio.
- **Precio:** significa valor pecuniario en que se estima algo, valor que se pide por una cosa o servicio. Sus condiciones deben ser: cierto, verdadero, en numerario y justo.
- **Personas o partes** - el vendedor, que es la persona física o jurídica que transfiere la propiedad, y el comprador, que es quien la adquiere.
- **Formales:** regularmente los contratos de compraventa no se otorgan por escrito, ya que la ley no requiere tal formalidad; sin embargo, en la práctica es habitual que el consentimiento se plasme en un documento privado que sirva de prueba. Hay excepciones en diferentes ordenamientos jurídicos, por ejemplo para el caso de bienes inmuebles, o ciertos otros contratos que se obligan a realizar por escrito, expresa o tácitamente.
- **De validez:** la capacidad, en donde el principio general dice que toda persona capaz de disponer de sus bienes puede vender y toda persona capaz de obligarse puede comprar; y el consentimiento, que se refiere a que haya un acuerdo de las partes que recaiga sobre el precio y la cosa.



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



ELEMENTOS DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA

- **Cosa:** objeto material, en oposición a los derechos creados sobre él y a las prestaciones personales. Son bienes o derechos que estén dentro del comercio.
- **Precio:** significa valor pecuniario en que se estima algo, valor que se pide por una cosa o servicio. Sus condiciones deben ser: cierto, verdadero, en numerario y justo.
- **Personas o partes:** el vendedor, que es la persona física o jurídica que transfiere la propiedad, y el comprador, que es quien la adquiere.
- **Formales:** regularmente los contratos de compraventa no se otorgan por escrito, ya que la ley no requiere tal formalidad; sin embargo, en la práctica es habitual que el consentimiento se plasme en un documento privado que sirva de prueba. Hay excepciones en diferentes ordenamientos jurídicos, por ejemplo para el caso de bienes inmuebles, o ciertos otros contratos que se obligan a realizar por escrito, expresa o tácitamente.
- **De validez:** la capacidad, en donde el principio general dice que toda persona capaz de disponer de sus bienes puede vender y toda persona capaz de obligarse puede comprar; y el consentimiento, que se refiere a que haya un acuerdo de las partes que recaiga sobre el precio y la cosa.

4.8 Código de comercio

Art. 905: La compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a transmitir la propiedad de una cosa y la otra a pagarla en dinero. El dinero que el comprador da por la cosa vendida se llama precio.

Cuando el precio consista parte en dinero y parte en otra cosa, se entenderá permuta si la cosa vale más que el dinero, y venta en el caso contrario.



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



Para los efectos de este artículo se equiparán a dinero los títulos valores de contenido crediticio y los créditos comunes representativos de dinero.¹⁴

Art. 906._ No podrán comprar directamente, ni por interpuesta persona, ni aún en pública subasta, las siguientes personas:

1o) Los cónyuges no divorciados, ni el padre y el hijo de familia, entre sí;
Inexequible: Sentencia C-068-99

2o) Aquellos que por la ley o por acto de autoridad pública administran bienes ajenos, como los guardadores, síndicos, secuestres, etc., respecto de los bienes que administran¹²;

3o) Los albaceas o ejecutores testamentarios, respecto de los bienes que sean objeto de su encargo;

4o) Los representantes y mandatarios, respecto de los bienes cuya venta les haya sido encomendada, salvo que el representado, o el mandante, haya autorizado el contrato;

5o) Los administradores de los bienes de cualquier entidad o establecimiento público, respecto de los que les hayan sido confiados a su cuidado;

6o) Los empleados públicos, respecto de los bienes que se vendan por su ministerio, y

¹² Código de comercio. Legis. Edición 2008. art. 905



CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



7o) Los funcionarios que ejerzan jurisdicción y los abogados, respecto de los bienes en cuyo litigio hayan intervenido y que se vendan a consecuencia del litigio.

Las ventas hechas en los casos contemplados en los ordinales 2o., 3o. y 4o. serán anulables; en los demás casos la nulidad será absoluta¹³.

Art. 907._ La venta de cosa ajena es válida e impone al vendedor de la obligación de adquirirla y entregarla al comprador, so pena de indemnizar los perjuicios.

Art. 908._ Vendida y entregada a otro una cosa ajena, si el vendedor adquiere después el dominio de ella, se mirará al comprador como verdadero dueño desde la fecha de la tradición.

Por consiguiente, si el vendedor la vendiese luego a otra persona, subsistirá el dominio de ella en el primer comprador.

La misma regla se seguirá en el caso de que el verdadero dueño ratifique la enajenación hecha por el vendedor¹⁴.

Art. 909._ *Los gastos que ocasione la celebración del contrato se dividirán por partes iguales entre los contratantes, si éstos no acuerdan otra cosa. Salvo costumbre comercial o pacto en contrario, los gastos de entrega de la cosa vendida corresponderán al vendedor y los de recibo de la misma, al comprador¹⁵.*

4.9 CODIGO CIVIL

¹³ Código de Comercio Colombiano. Legis. Edición 2012 art. 906

¹⁴ Íbid. Art. 908

¹⁵ Íbid. Art. 909



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



ARTICULO 1849. CONCEPTO DE COMPRAVENTA. La compraventa es un contrato en que una de las partes se obliga a dar una cosa y la otra a pagarla en dinero. Aquella se dice vender y ésta comprar. El dinero que el comprador da por la cosa vendida se llama precio.¹⁹

ARTICULO 1851. CAPACIDAD. Son hábiles para el contrato de ventas todas las personas que la ley no declara inhábiles para celebrarlo o para celebrar todo contrato¹⁶.

ARTICULO 1857. PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO DE VENTA.

La venta se reputa perfecta desde que las partes han convenido en la cosa y en el precio, salvo las excepciones siguientes:

La venta de los bienes raíces y servidumbres y la de una sucesión hereditaria, no se reputan perfectas ante la ley, mientras no se ha otorgado escritura pública¹⁷.

Los frutos y flores pendientes, los árboles cuya madera se vende, los materiales de un edificio que va a derribarse, los materiales que naturalmente adhieren al suelo, como piedras y sustancias minerales de toda clase, no están sujetos a esta excepción¹⁸.

4.10 TABULACION Y ANALISIS DE LA INFORMACION.

El siguiente estudio pretende dar las suficientes bases para determinar si las practicas objeto de investigación, cumple con los requisitos legales, para

¹⁶ Código Civil Colombiano, legis. Art. 1849.

¹⁷ Íbid. Art. 1851

¹⁸ Íbid. Art. 1857



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



convertirse en una costumbre mercantil y poder ser certificada por la cámara de comercio de Valledupar como tal, sirviendo de apoyo para las relaciones mercantiles desarrolladas por las personas que intervienen en los negocios jurídicos de compra y venta de vehículos usados dentro de esta jurisdicción.

4.11. PREGUNTAS

Las siguientes preguntas se hicieron encaminadas a dar una respuesta por parte de los gerentes y/o propietarios de los establecimientos de comercio en el sector automotor donde la actividad comercial es la compra y venta de vehículos usados, establecimientos que se encuentran matriculados en la Cámara de Comercio de Valledupar, estas preguntas nos darán la certeza si se presenta en el municipio de Valledupar una costumbre mercantil.

4.11.1. ESTABLECIMIENTOS ENCUESTADOS

Se encuestaron 12 establecimientos que constituyen el total de compra/venta de vehículos usados registrados en CCV

- Autos la ceiba
- Autohogar
- Country autos
- Álvaro Albomor
- Autos Carrizal
- Compraventa la 21 plus
- Comercializadora usados del valle
- Inversiones palucia
- Autogasautogas



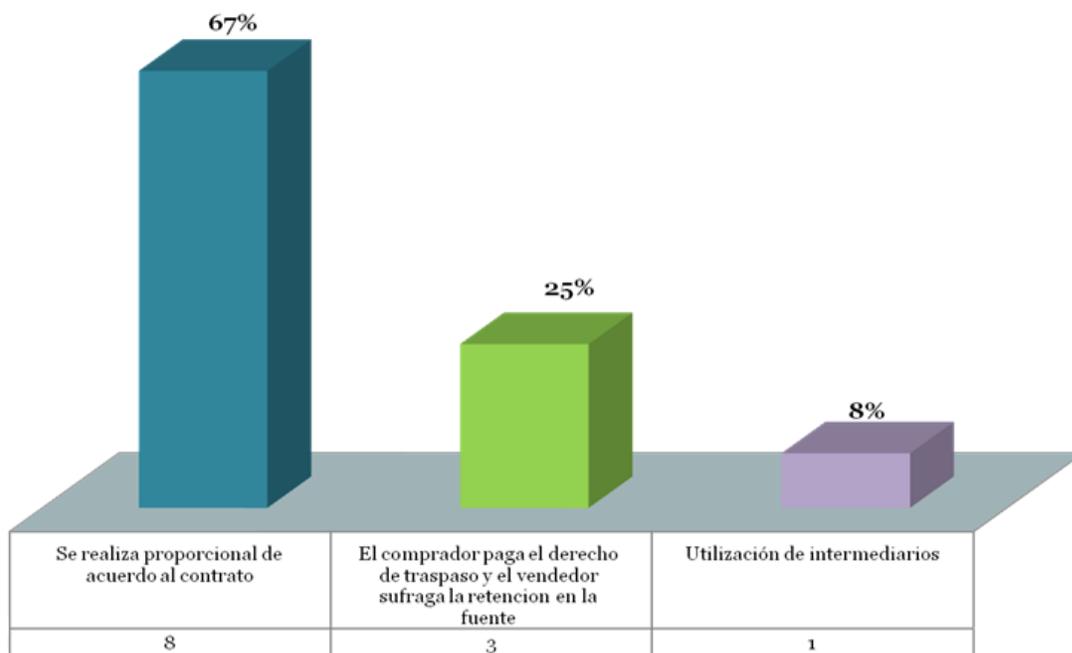
**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



- Sierrautos
- Solucart
- Comercializadora la 28

SUMAN 120 AÑOS DE EXPERIENCIA, 90 DE ELLOS VENDIENDO VEHÍCULOS USADOS.

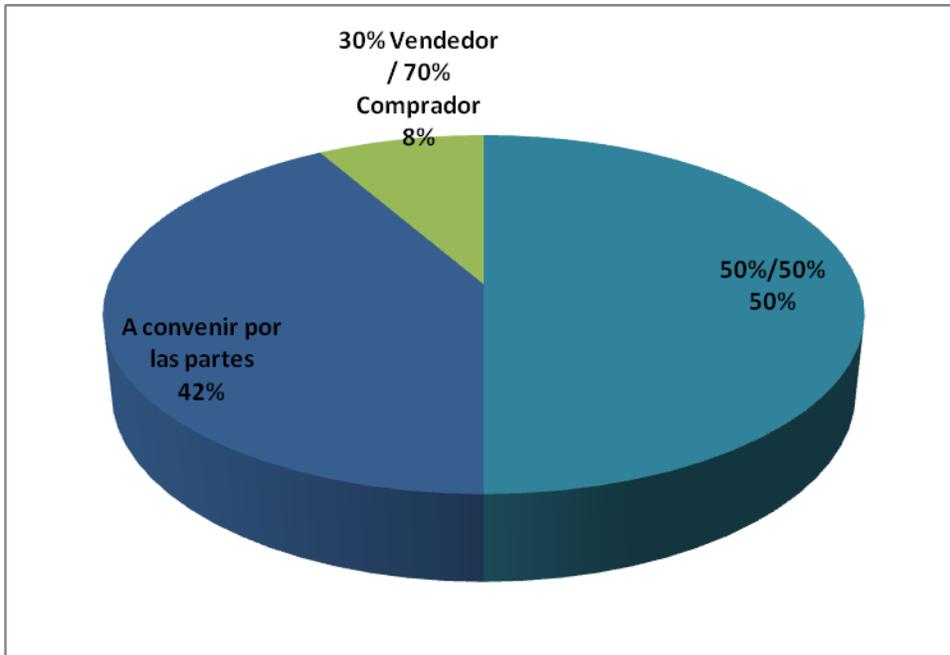
Procedimiento que se realiza en el traspaso de los autos vendidos.



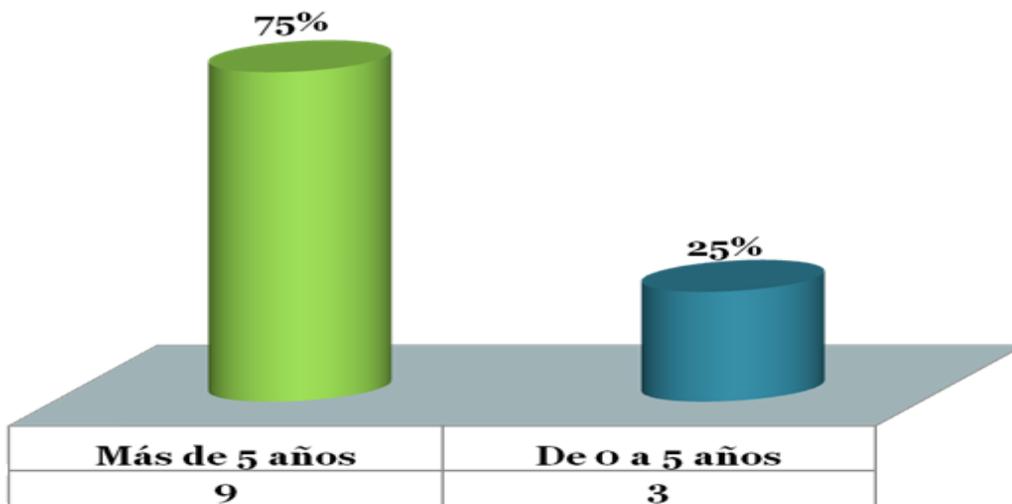
El 100% de los encuestados aseguró que los gastos son asistidos por el comprador y vendedor y se asignan de la siguiente forma:



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



Vigencia de la práctica sobre el pago conjunto del traspaso de los autos vendidos

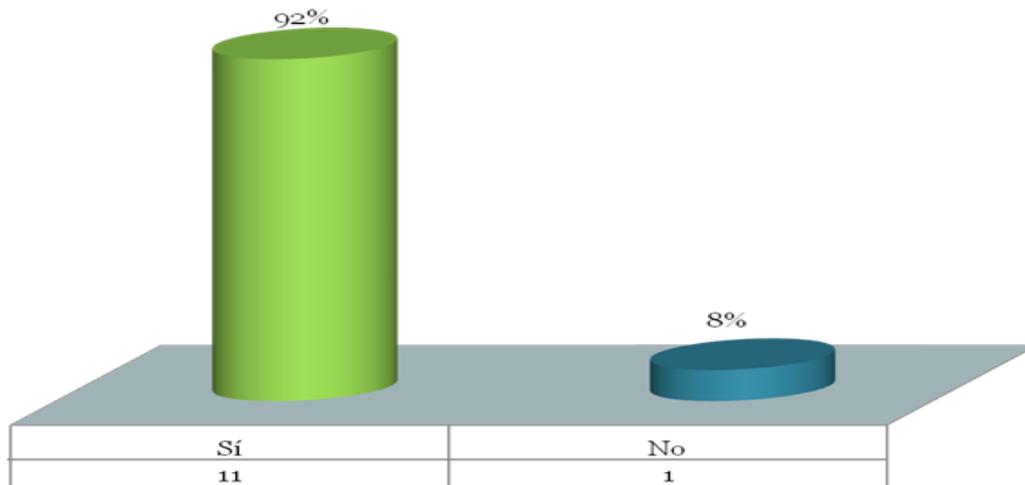




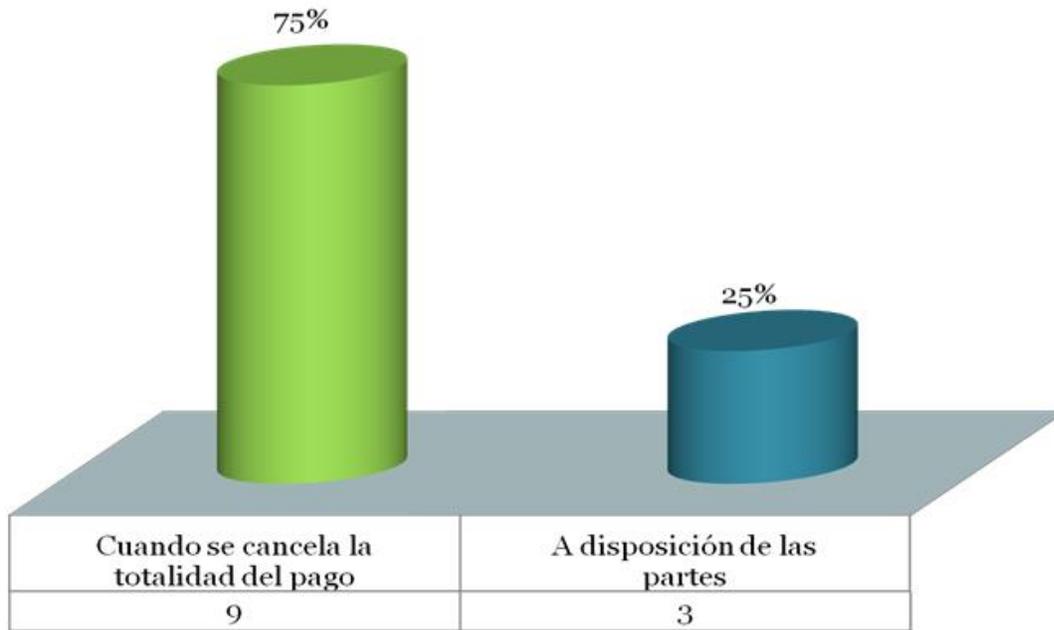
CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



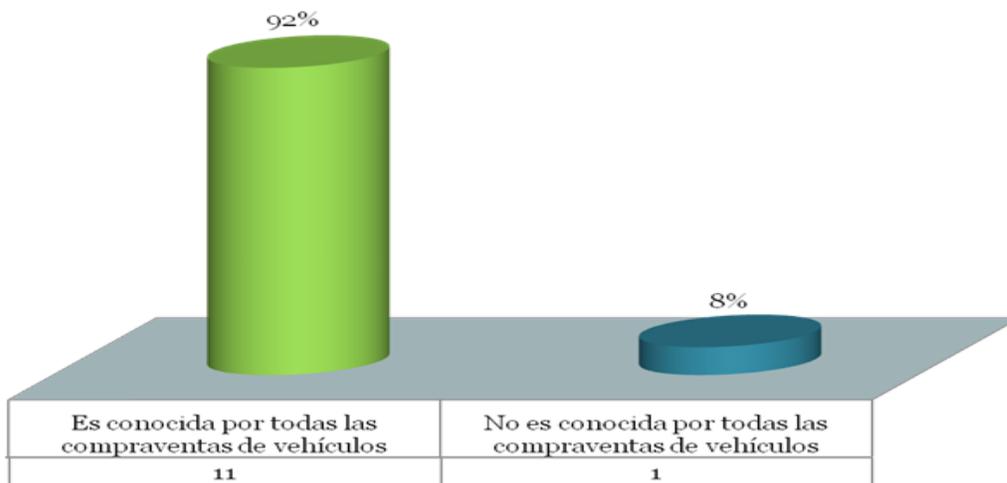
¿El comprador y vendedor siempre han cancelado los gastos conjuntamente?



Momento en que se hace el traspaso del auto vendido



Percepción del nivel de conocimiento de la práctica de pago conjunto





CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR



5. CONCLUSIONES.

1. En base al estudio jurídico desarrollado con respecto al tema escogido, para determinar si se trataba de una costumbre mercantil; podemos concluir que en la jurisdicción que abarca la Cámara de Comercio de Valledupar, los comerciantes en un **contrato de compraventa de vehículos usados, optan por que sea los gastos de traspaso sean asumidos por el vendedor y comprador en un porcentaje igual al cincuenta (50%).**
2. De acuerdo al análisis jurídico expuesto dentro del presente trabajo de investigación concluimos que se trata de una práctica **UNIFORME, REITERATIVA Y PUBLICA**, entre los comerciantes de Valledupar.
3. Podemos concluir que se trata de una costumbre netamente **local** en cuanto se desarrolla y aplica única y exclusivamente en el municipio de Valledupar.
4. De acuerdo al código de comercio y código civil, normatividad consultada, entre otras, para determinar si está en contra de la ley o si por el contrario la complementa, podemos concluir que se trata de una **costumbre secum legem**, pues aunque la norma expresa que los gastos se asumirán por partes iguales, también es cierto que la norma claramente deja espacio para que en caso de que exista costumbre mercantil aplicable se tenga en cuenta. Por tanto es dable decir que se trata de una costumbre mercantil, aceptada por el ordenamiento jurídico colombiano, por no contrariarlo y a su vez complementar la ley.



**CAMARA DE COMERCIO
DE VALLEDUPAR**



6. BIBLIOGRAFIA.

- ESPINOSA PEREZ, CARLOS ANTONIO (1996) derecho privado: categorías básicas. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Cámara de comercio de Bogotá. (2006) Costumbres Mercantiles. Editorial Panamericana.
- Código de Procedimiento civil Colombiano. Legis. Edición 2012 art. 190
- Código de Comercio Colombiano. Legis. Edición 2012 art. 3
- Constitución Política Colombiana. Legis. edición 2012.
- MEDINA VERGARA, JAIRO. Derecho Comercial.
- Revista Advocatus. Universidad Libre de Barranquilla.
- Revista Cámara de comercio de Bogotá. Nº 56 de 1985.
- VALENCIA ZEA, ARTURO. Contratos Civiles y Comerciales.
- VELASQUEZ RODRIGUEZ, OSCAR DARIO. Manual de Derecho Comercial. tercera edición, jurídica Sánchez R Ltda. Pág. 34 y Siguietes.