

## COSTUMBRE MERCANTIL 2020

### PALERMO (HUILA)

#### CAMBIO SIN RECARGO, DE PRODUCTOS LÁCTEOS COMO BOLSAS DE LECHE, QUESOS, YOGURES Y SIMILARES VENCIDOS Y NO VENDIDOS

#### INTRODUCCIÓN

La costumbre mercantil se constituye en una fuente de derecho, que emerge de la actividad comercial, puesto que son los comerciantes a través de su actuar, que producen prácticas o usos, que por su uso generalizado se convierten en una regla en el proceder de su actividad mercantil, pese a no encontrarse reglada en la ley.

Cabe recordar que una de las más importantes funciones que el legislador delegó a las Cámaras de Comercio, conforme a lo señalado en el numeral 5 del Art. 86 del Código de Comercio, es la de “Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas”, por lo cual las Cámaras de Comercio tienen un rol activo que desempeñar, identificando y recopilando de manera idónea y eficaz, aquellas conductas que pueden considerarse costumbre mercantil, para posteriormente determinar si las mismas cumplen los requisitos establecidos en la normatividad para su certificación, de manera tal que sea útil a quienes pretendan hacerla valer como una práctica jurídica reconocida.

#### DEFINICIÓN DE COSTUMBRE MERCANTIL

La costumbre mercantil se define como un conjunto de conductas, usos o prácticas que se han realizado de manera uniforme, reiterada y publica, las cuales han adquirido el carácter de obligatorias y permanentes; elaboradas lenta y espontáneamente por la sociedad, sin que haya sido consagradas en la ley, “Para que la costumbre sea considerada mercantil, teniendo en cuenta que esta es cualificada, se requiere que ese conjunto de usos o prácticas sean realizados por los comerciantes en el ejercicio de sus actividades mercantiles, y que las mismas cumplan con los requisitos exigidos por el Código de Comercio para adquirir tal denominación” (Art. 3 del C.Co.).

## REQUISITOS EXIGIDOS POR EL CÓDIGO DE COMERCIO PARA QUE LA COSTUMBRE MERCANTIL SEA VÁLIDA

Sin embargo, para que este uso o práctica llegue a ser considerada propiamente como costumbre mercantil, exige una serie requisitos los cuales así deben verse reflejados en el proceder de los comerciantes, y que se deben identificar, analizando la constatación de cada uno, así:

### Uniformidad:

Los hechos económicos que constituyen costumbre mercantil deben ser ejecutados e igual manera por el sector económico o grupo que realiza la práctica.

### Reiteración:

La práctica o uso debe ser repetitiva a través del tiempo, es decir, debe ser constante y no simplemente esporádica o transitoria.

### Publicidad:

Dicha costumbre mercantil debe ser conocida ampliamente por los comerciantes y personas que la practican.

### Vigencia:

Dicha costumbre se debe estar practicando en la actualidad.

### Conforme a derecho:

La costumbre no puede en ningún caso ser contraria a la Ley, ya que de lo contrario sería un uso o practica antijurídico e ilegal al contrariar la normatividad Vigente.

### Materia Mercantil:

Teniendo en cuenta que nos referimos a una costumbre cualificada, esta debe referirse a prácticas comerciales o derivadas de la actividad mercantil.

### Obligatoriedad:

La costumbre mercantil debe ser considerada como una obligación para quienes practican esa conducta.

## PROBLEMA JURÍDICO

La función de recopilación de las Cámaras de Comercio, se puede llevar a cabo por medio de investigaciones recurriendo a diferentes instrumentos de prueba, examinando los hechos constitutivos de una práctica comercial específica, para concluir si dicha práctica constituye o no, una costumbre mercantil en el área donde la Cámara de Comercio tenga jurisdicción.

En el escenario de la actual investigación, se decidió investigar en el sector de comercializadores de productos lácteos en el municipio de Palermo (Huila), si existe un proceder común en materia de realización de sus transacciones comerciales correspondientes al cambio de productos lácteos vencidos y no vendidos entre el distribuidor mayorista y el pequeño comercializador, para lo cual se desplegó la presente investigación con miras a identificar un elemento clave en esta operación comercial, el cual es determinar si dicho cambio genera o no un costo al pequeño comercializador frente a su proveedor.

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar si en el municipio de Palermo (Huila), es costumbre mercantil, que en los contratos de suministro y/o compraventa de productos lácteos, los proveedores o distribuidores mayoristas de estos productos cambien sin ningún recargo adicional a los pequeños distribuidores, los productos lácteos vencidos y no vendidos.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar la uniformidad y reiteración de la práctica mercantil anteriormente descrita.
- Establecer vigencia, obligatoriedad y publicidad de la costumbre mercantil antes mencionada.

### **METODOLOGÍA**

La presente investigación es descriptiva debido a que tiene como objetivo indagar la incidencia y valores en que se manifiestan las variables del estudio con relación a las características de la costumbre, con las cuales debe cumplir para poder ser considerada como tal. Ejemplo: Uniformidad, Reiteración, Vigencia, Obligatoriedad y Publicidad.

Para el presente estudio de la costumbre mercantil, la Cámara de Comercio del Huila, desarrolló una investigación en una serie de etapas que comprenden entre otras actividades la identificación del grupo de estudio y las necesidades de información. En esta etapa se recogieron las bases de datos de los grupos objetivos que practican la costumbre, a la cual se aplican encuestas vía celular.

### **RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

#### **Grupo objetivo investigado:**

Personas Naturales, Jurídicas y Establecimientos de Comercio ubicados en el municipio de Palermo (Huila), que ejercen la actividad comercial de: Comercio al por menor de leche, productos lácteos (mantequilla, quesos, cuajadas, cremas de leche, yogur) (CIIU 4722).

**Método de investigación:**

Llamadas vía celular a la totalidad de la Base de Datos obtenida.

**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 del Huila, de aquellas empresas que realizan la venta y comercialización de lácteos y tienen matrícula mercantil vigente, existiendo en total 99 registrados en el municipio de Palermo (Huila).

**Muestra seleccionada:**

Dado el número de personas dedicadas a esta actividad comercial con matrícula vigente al año 2020 según la Base de Datos obtenida, se realizaron las llamadas a la totalidad de la Población objetivo: 99 personas comercializadores de productos lácteos en el municipio de Palermo (Huila).

**Período de recolección:** del 4 al 11 de noviembre 2020.

**RESULTADOS**

La metodología adoptada por la Cámara de Comercio del Huila, 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.

**VERIFICACIÓN DE LOS REQUISITOS DE LA COSTUMBRE MERCANTIL**

Se realizaron las llamadas a la totalidad de la Población objetivo: 99 personas comercializadores de productos lácteos en el municipio de Palermo (Huila); de las cuales hubo 46 personas: Unas no contestaron, otras contestaron, pero se negaron a responder el cuestionario, y otras actualmente no desarrollan esa actividad. Por la tanto la encuesta se aplicó efectivamente a 53 personas que equivalen al 53%, siendo más que representativa esta cantidad.

## UNIFORMIDAD

1. A la pregunta ¿Es propietario, arrendatario o administrador de un establecimiento de comercio donde se comercialicen productos lácteos como bolsas de leche, quesos, yogures y similares?

De acuerdo con la encuesta realizada a los comerciantes que ejercen la actividad de comercialización de productos lácteos en el municipio de Palermo (Huila), el 100% indicó que propietario, arrendatario, administrador u otro (Empleado o familiar del propietario) de un establecimiento de comercio donde se comercialicen productos lácteos como bolsas de leche, quesos, yogures y similares.



2. A la pregunta ¿El fabricante o su proveedor de productos lácteos como bolsas de leche, quesos, yogures y similares, le informa a Usted al momento de entregarle los productos, que los productos vencidos y no vendidos los puede devolver para su cambio sin recargo?

De acuerdo con la encuesta realizada a los comerciantes que ejercen la actividad de comercialización de productos lácteos en el municipio de Palermo (Huila), el 83% indicó que desempeñan actualmente esta actividad, y que, en el ejercicio de la compra y venta de estos productos, sus proveedores si les informan que los pueden cambiar sin ningún costo adicional; y el 17% indicó que no.



**REITERACIÓN:**

3. A la pregunta ¿Con que frecuencia se presenta esta práctica comercial, es decir el intercambio sin recargo de productos lácteos vencidos y no vendidos entre Usted como comercializador y el fabricante o su proveedor de productos lácteos?

El 100% de los encuestados saben que siempre que lo necesiten les van a cambiar sus productos vencidos y no vendidos.



Ahora bien, en cuanto a la frecuencia con que cada uno a realizado esta práctica, el 36% Siempre, el 13% Casi siempre, el 49% Algunas veces, y el 2% Nunca.



**4. A la pregunta ¿hace cuánto tiempo se viene dando esta práctica?**

El 11% Menos de un año, el 36% Entre 1 y 3 años, el 32% entre 3 y 5 años, el 21% Más de 5 años, y el 5% No responde.

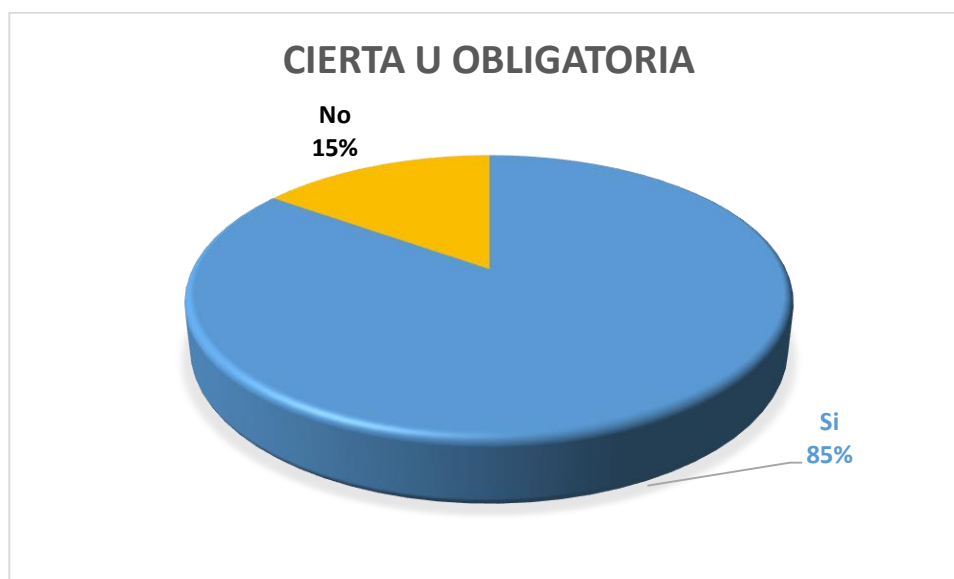




## CIERTA U OBLIGATORIA

5. A la pregunta ¿Considera cierto afirmar que en el municipio de Palermo - Huila es una práctica obligatoria que los comerciantes de productos lácteos como Bolsas de Leche, quesos, yogures y similares, devuelvan a los fabricantes o proveedores los productos vencidos y no vendidos para su cambio sin recargo?

El 85% de los encuestados, afirman la obligatoriedad de esta práctica entre comerciantes y fabricantes; y 15% que no es obligatoria.

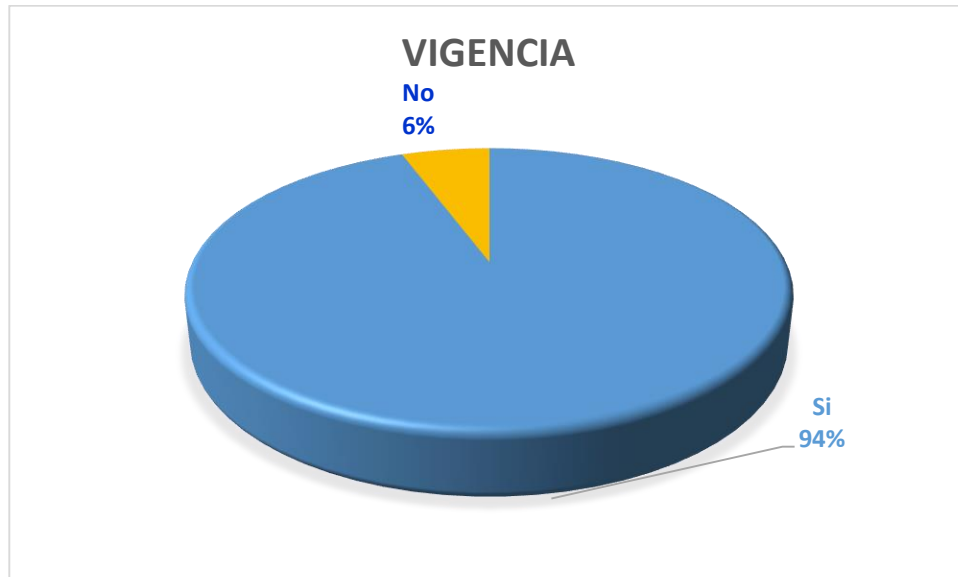


## VIGENCIA.

6. A la pregunta ¿Considera que actualmente en el municipio de Palermo (Huila), los comerciantes de productos lácteos como Bolsas de Leche, quesos, yogures y similares, devuelvan a los fabricantes o proveedores los productos vencidos y no vendidos para su cambio sin recargo?

El 94% de los encuestados afirman que es una práctica vigente entre comerciantes y fabricantes, y el 6% que no es vigente.

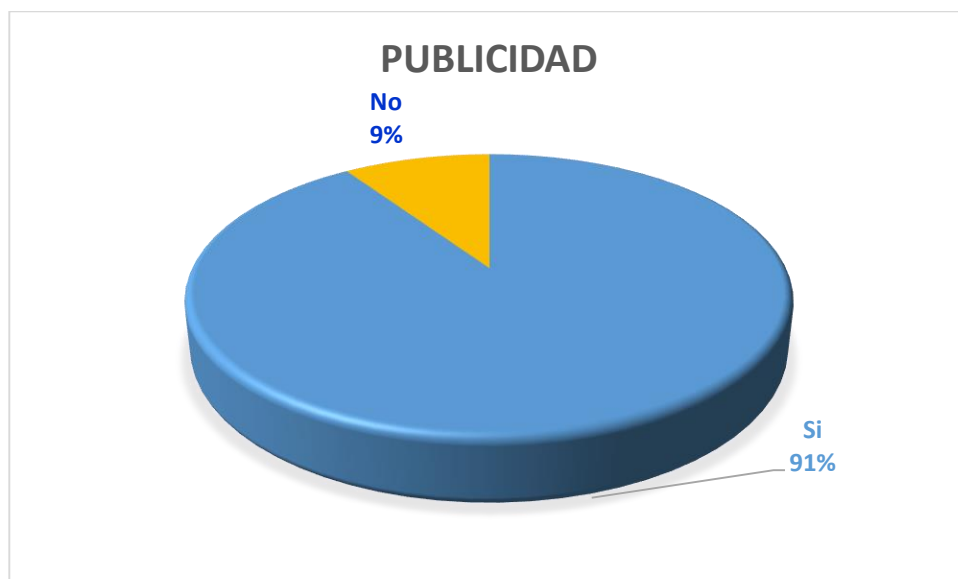




## **PUBLICIDAD.**

7. a la pregunta ¿Considera que esta práctica es ampliamente utilizada y conocida por los Comerciantes y Fabricantes o Proveedores de productos lácteos en el municipio de Palermo - Huila?

El 91% de los encuestados afirman que es una práctica conocida ampliamente por las personas que realizan esta actividad mercantil, y el 9% indican que no.



## CONCLUSIÓN

Teniendo en cuenta que el Código de Comercio señala que una costumbre mercantil para que sea válida debe cumplir con los criterios de uniformidad, vigencia, reiteración, obligatoriedad y publicidad y que cada uno de estos requisitos deben arrojar un 70% de respuestas afirmativas para declararse aprobada. De acuerdo a las encuestas realizadas podemos concluir que la costumbre mercantil del cambio de productos lácteos como bolsas de leche, quesos, yogures y similares vencidos y no vendidos, por parte de los proveedores a los pequeños distribuidores en el municipio de Palermo (Huila) no tiene ningún costo adicional; es uniforme porque es ejecutada por el 100% de un sector económico de la región en este caso los comerciantes de productos lácteos; es reiterada porque es una práctica constante que es implementada por el 100% de los comerciantes que afirmaron que es así; es obligatoria porque el 85% de las personas que comercializan los productos consideran que es una práctica realizada siempre por todos los comerciantes del sector; es vigente porque es practicada actualmente por el 94% de los comerciantes del sector; y es publica porque es conocida por un 91% de personas que la practican.

## CERTIFICACIÓN DE LA COSTUMBRE MERCANTIL:

La Cámara de Comercio del Huila en cumplimiento de la función establecida en el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio, y luego de haber adelantado la investigación jurídica y estadística en la cual se verificó que la práctica mercantil objeto del presente estudio, determinó que cumple los requisitos de ley, y por tanto encuentra viable certificarla como **costumbre mercantil**.