

2021

**COSTUMBRE
MERCANTIL “ACUERDO ENTRE
SECTORES DEL COMERCIO EN
SAN JOSÉ DEL GUAVIARE PARA
FIJAR PRECIOS A SUS
PRODUCTOS”**



**CAMARA DE COMERCIO
SAN JOSE**

ESPÍRITU EMPRESARIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN REGIONAL

Registro Público

27/10/2021

Tabla de contenido

INTRODUCCION	1
CONTEXTUALIZACIÓN	2
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	3
Ficha técnica.....	4
DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	5
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
a) Gremio de expendio de cárnicos	7
Uniformidad	9
Reiteración	10
Obligatoriedad.....	11
Publicidad	11
b) Gremio comerciantes de prendas de vestir	12
CONCLUSIONES.....	14
RECOMENDACIONES	2

INTRODUCCION

La Camara de Comercio de San José del Guaviare en virtud de lo dispuesto en el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio, el cual establece que las Camaras de Comercio deben compilar las costumbres mercantiles de su jurisdicción y certificar acerca de su existencia, y teniendo en cuenta las solicitudes más reiterativas al momento de actualizar matrícula mercantil de los comerciantes como elemento para priorizar la investigación de costumbres mercantiles, la Camara de Comercio ha elaborado el siguiente informe con los resultados y análisis de la investigación de la Costumbre Mercantil vigencia 2021, la cual busca determinar si es costumbre el "ACUERDO ENTRE SECTORES DEL COMERCIO EN SAN JOSE DEL GUAVIARE PARA FIJAR PRECIOS A SUS PRODUCTOS", dirigido a los sectores de cárnicos y comercio de prendas de vestir.

En el presente informe se presenta los resultados del estudio en dos secciones, uno para el sector de comercialización de carne en canal, y otro para el sector de comercio de prendas de vestir. Esta investigación se condensa en el las conclusiones producto del análisis de las variables y de la interacción con los comerciantes.

CONTEXTUALIZACIÓN

La costumbre mercantil es un uso comercial vigente que se repite durante un periodo en cierto espacio territorial, con características de generalidad, obligatoriedad, uniformidad y publicidad, de manera que se constituye como una verdadera regla de conducta alcanzando la connotación de norma jurídica, estableciendo derechos y obligaciones, permitiendo interpretar y subsanar los vacíos que existen en el sistema jurídico en materia mercantil y que no fueron acordados por las partes del negocio o contrato comercial.

En Colombia la costumbre mercantil es una fuente de derecho. Según lo indicó la Corte Constitucional en las Sentencias C-486 de 1993 y C-284 de mayo 13 de 2015 es una fuente formal debido a que “es una de las formas de regulación que integran el derecho positivo colombiano – Constitución, ley y costumbre-, cuando la Constitución o la ley la invoquen, siempre y cuando no se oponga a lo que las normas imperativas de una y otra prescriban”; por lo tanto, la costumbre mercantil permite a nivel territorial suplir: vacíos normativos, cuando no existe disposición jurídica aplicable directamente o por analogía, y el silencio de las partes de los contratos o negocios jurídicos que son celebrados (artículos 3 y 4 del Código de Comercio), aportando flexibilidad y efectividad al ordenamiento jurídico.

Las Cámaras de Comercio en Colombia cumplen un papel protagónico frente a la costumbre mercantil, dado que les ha sido asignada la función de compilarla y certificarla previa investigación en su jurisdicción, de acuerdo con el artículo 86 del Código de Comercio y el artículo 4 del Decreto 2042 de 2014, que es

reglamentario de la Ley 1727 del mismo año y se encuentra compilado en el artículo 2.2.2.38.1.4. del Decreto 1074 de 2015.

Según el artículo 179 del Código General del Proceso, la referida certificación es uno de los medios de prueba de la costumbre mercantil, sin duda el más expedito, dado que cuenta con un estudio que desde el punto de vista jurídico y estadístico soporta la conclusión respecto a la existencia, alcance y vigencia de la costumbre mercantil dentro de la jurisdicción de la respectiva cámara de comercio.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Establecer para la vigencia 2021 si es costumbre mercantil el "ACUERDO ENTRE SECTORES DEL COMERCIO EN SAN JOSE DEL GUAVIARE PARA FIJAR PRECIOS A SUS PRODUCTOS" apuntando a los sectores de cárnicos y comercio de prendas de vestir.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Implementar métodos que permitan la recolección de información relevante que lleven a identificar si es o no una costumbre mercantil.
2. Presentar informe final con los resultados obtenidos en el estudio de campo.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó el método inductivo exploratorio, partiendo de una hipótesis particular y validándola con una muestra representativa del universo objeto de encuesta, los cuales son los

establecimientos de expendio de carnes y tiendas de prendas de vestir, ubicadas en el perímetro urbano del Municipio de San José del Guaviare.

Ficha técnica

Población: 438 establecimientos de comercio, de expendio de carnes 181 y 257 de prendas de vestir, respectivamente.

Ámbito geográfico: Perímetro Urbano Municipio de San José del Guaviare.

Diseño muestral: muestreo probabilístico, aleatorio y el azar.

Para el cálculo del tamaño muestral se utilizó la fórmula estadísticas para tamaño de población finita expuesta a continuación:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

N = tamaño de la población • e = margen de error (porcentaje expresado con decimales) • z = puntuación z.

La puntuación Z es una constante que se establece con base al nivel de confianza que para presente estudio es del 90%, el cual arroja un coeficiente de puntuación (z) de 1.65.

El margen de error con el cual se estableció el tamaño muestral fue del 10%.

Tamaño de la muestra: Para el tamaño de muestra se realizaron dos cálculos uno para el universo de establecimientos de expendio de carnes y otro para las tiendas de prendas de vestir.

Expendio de carnes: 50 Tiendas de prendas de vestir: 54

Técnica de recolección: Encuesta personal dirigida mediante visita a establecimiento de comercio y por vía telefónica.

Fecha de recolección: del 15 octubre al 23 de octubre de 2021.

Responsable del procedimiento: Julio Iván Moreno Acosta – Ingeniero Industrial – Especialista en Alta en Gerencia

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

Inicialmente el área de Registro público de la Camara de Comercio de San José, filtró de la base de datos general de registro mercantil, los establecimientos de comercio activos que tuvieran dentro de su objeto social el expendio de carnes o venta de prendas de vestir, ubicados en el casco urbano del Municipio de San José del Guaviare. Paralelamente se fue diseñando el formulario para la recolección de datos, los cuales tienen pregunta introductoria, pregunta de caracterización, pregunta filtro y preguntas de desarrollo. Estas últimas en busca de validar los aspectos relacionados con la uniformidad, reiteración, obligación, publicidad y vigencia. Estas cinco condiciones son las que debe tener una costumbre mercantil, para que la Camara de Comercio de San José pueda certificarla.

La pregunta filtro permite al investigador identificar si el encuestado practica la costumbre de mercantil, si la respuesta es negativa, no tiene sentido seguir realizando las siguientes preguntas, por lo tanto, el proceso de encuesta finaliza ante la respuesta negativa. No obstante, se indagó con los comerciantes respecto a la dificultad para el desarrollo de la costumbre objeto

de investigación, información muy útil que se describe en los títulos de recomendaciones y conclusiones del presente documento.

Se diseñó formulario en Excel para la organización, análisis y grafica de los datos y posteriormente se procedió con la aplicación de la encuesta. Se realizaron 85 encuesta de forma directa en el establecimiento de comercio y 19 por vía telefónica. En el desarrollo de la encuesta por vía telefónica se identificó que algunas empresas ya no estaban en funcionamiento, el número estaba fuera de servicio, y algunos no respondieron.

Antes de aplicar la encuesta, el encuestador identificado con Chaleco de la Camara de Comercio de San José (en encuesta presencial), se presentó y explicó al encuestado el objetivo de la encuesta.

El trato recibido por parte de los encuestados tanto por vía telefónica como presencial, fue respetuoso, y algunos encuestados aprovecharon para manifestar sus sugerencias para la Camara de Comercio de San José.

A continuación se describen los resultados de la aplicación de la encuesta en dos secciones, una para el gremio de expendio de cárnicos, los cuales comprenden venta de carne de res, cerdo, pollo y pescado, y otro el gremio de comerciantes de prendas de vestir, los cuales comprenden, ropa exterior, interior y calzado.

Observaciones: En el desarrollo de la investigación se identificó que ya no se mantienen las medidas de bioseguridad.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

a) Gremio de expendio de cárnicos

A continuación se describen los resultados para cada una de las preguntas realizadas:

La primera fue una pregunta introductoria, para abordar el tema de costumbre mercantil. La pregunta realizada fue: ¿Acostumbran los comerciantes de su gremio la fijación o estandarización de precios a los consumidores o clientes?

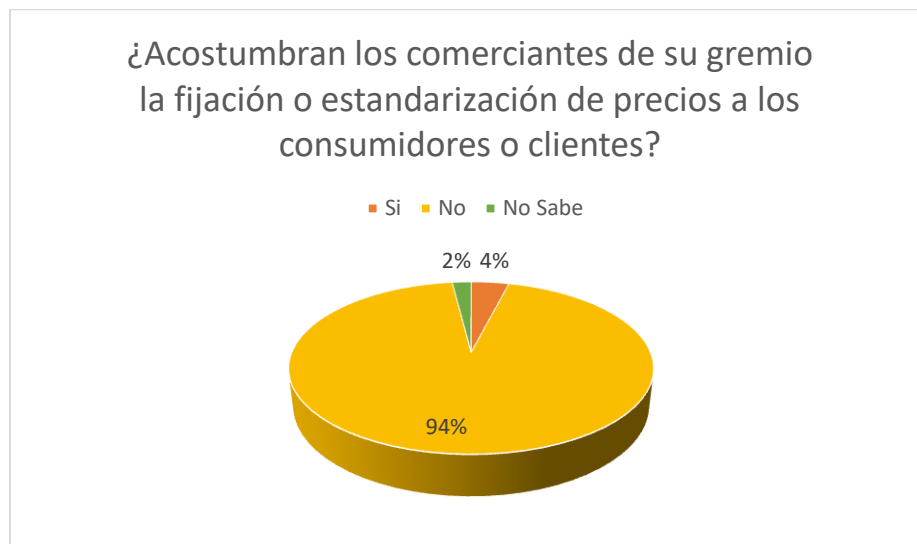


Gráfico 1. Costumbre mercantil de fijación de precios.

Como se puede apreciar en la gráfica 1, solo el 2% manifestó acordar la fijación de precios con otros carniceros, el 6% no sabe y el 94% respondieron que no.

Otro aspecto a indagar es de identificar que tan organizado está el gremio de carniceros, por lo que se realizó la siguiente pregunta: **¿Pertenece a alguna asociación de su gremio?**



Gráfico 2. Afiliación a Asociación

El 20% manifestó pertenecer a una asociación de carniceros en particular, esta asociación se llama ASOEXCARG. En entrevista con los asociados se identificó que esta asociación es relativamente nueva, pues tiene 8 meses de constitución y aproximadamente 40 asociados.

Ahora, para entrar en materia se estableció la siguiente pregunta, como pregunta filtro. El propósito de la siguiente pregunta es depurar los encuestados a los cuales se les pueden hacer más preguntas, para validar si se cumplen los cinco criterios para certificar una costumbre mercantil. **¿Ha acordado la fijación o estandarización de precios con comerciantes de su gremio?**

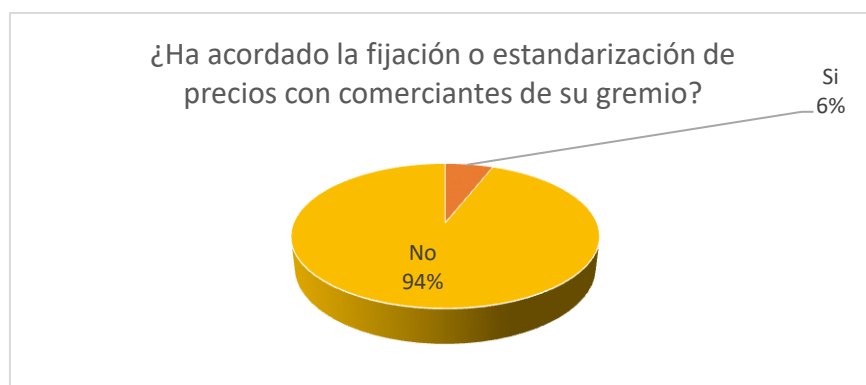


Gráfico 3. Pregunta Filtro - Práctica mercantil

El 94% de los encuestados respondieron negativamente, es decir no se reúnen para acordar la fijación o estandarización de precios. El 6% respondieron afirmativamente, pero no es una práctica constante, como se puede apreciar en el análisis de las respuestas de las siguientes preguntas.

Teniendo en cuenta que la anterior pregunta fue una pregunta filtro, y que solo el 6% respondió afirmativamente, se puede colegir que no hay uniformidad, y por consiguiente no hay una representación significativa para determinar una Costumbre Mercantil.

Ahora en adelante, solo se va analizar las respuesta del 6% que respondió positivamente a la pregunta, ¿Ha acordado la fijación o estandarización de precios con comerciantes de su gremio?, pues son a los únicos que tendría sentido, realizarles las preguntas para evaluar si cumplen las otras características. Si bien no es un grupo representativo, sus repuestas no darán indicios de que tan desarrollada está esta práctica entre ellos.

Uniformidad: Para indagar respecto a la característica de *Uniformidad*, es decir que la costumbre es practicada por todos los comerciantes se formuló la siguiente pregunta. **¿Cuándo uno o varios comerciantes de su gremio le solicita acordar fijación de precios, usted accede?**

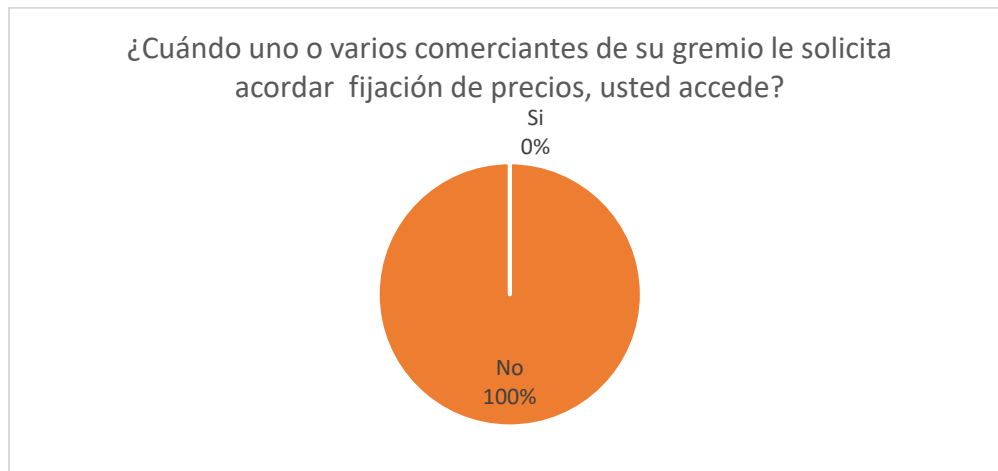


Gráfico 4. Uniformidad - Gremio Expendedores de Carnes

Frente a la pregunta del gráfico 4, todos respondieron negativamente, por lo tanto no hay uniformidad entre los expendedores de carnes.

Reiteración: Otra característica a evaluar fue la reiteración, para evaluar esta variable se realizó la siguiente pregunta: **¿Con que frecuencia accede a acordar la estandarización de precios?**

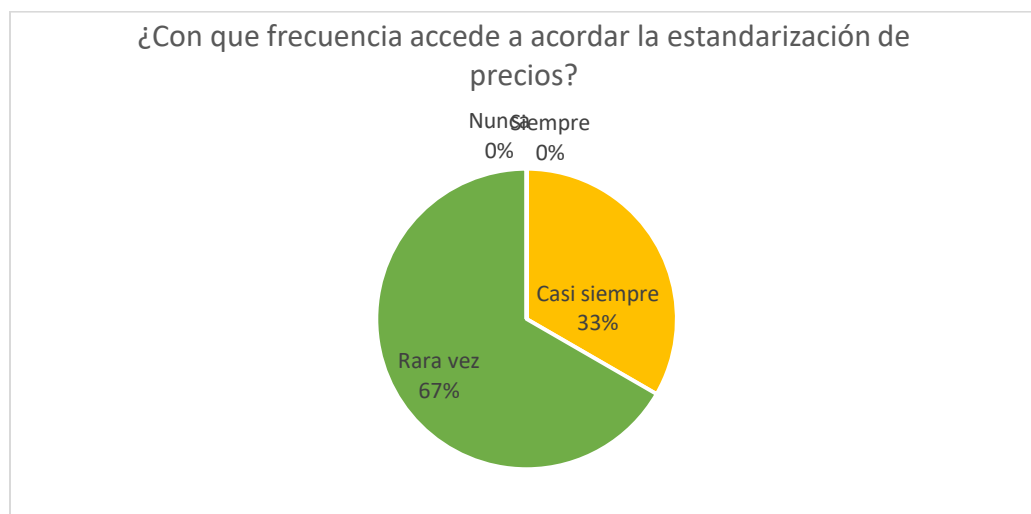


Gráfico 5. Reiteración - Gremio Expendedores de Carnes

Se evidencia que tampoco existe reiteración puesto que el 67% respondió que rara vez se accede a acordar la estandarización de precios.

Obligatoriedad:

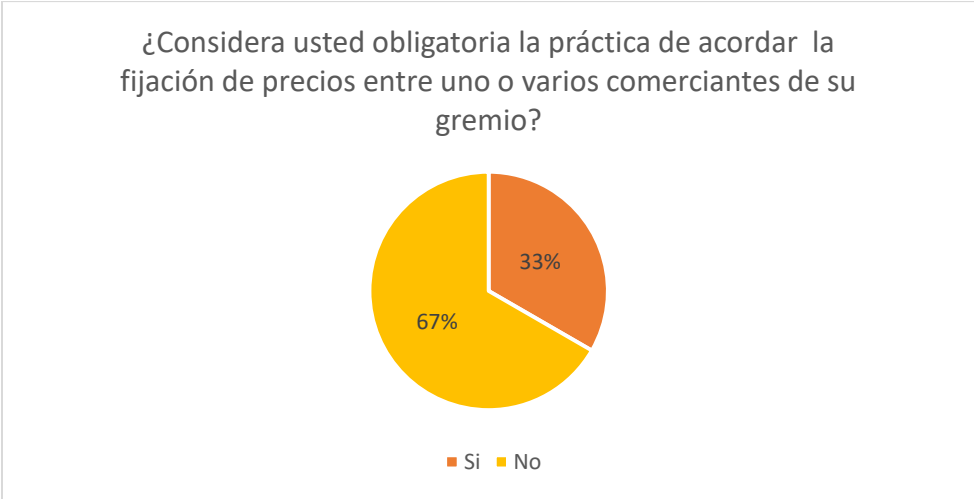


Gráfico 6. Obligatoriedad - Gremio Expendedores de Carnes

También se constató que el 67% considera que no debe ser obligatorio la fijación de precios, por lo tanto, dista de que la esta práctica se desarrolle como una costumbre mercantil.

Publicidad: Otra variable a evaluar es si la práctica es conocida por todos, para lo cual se preguntó:

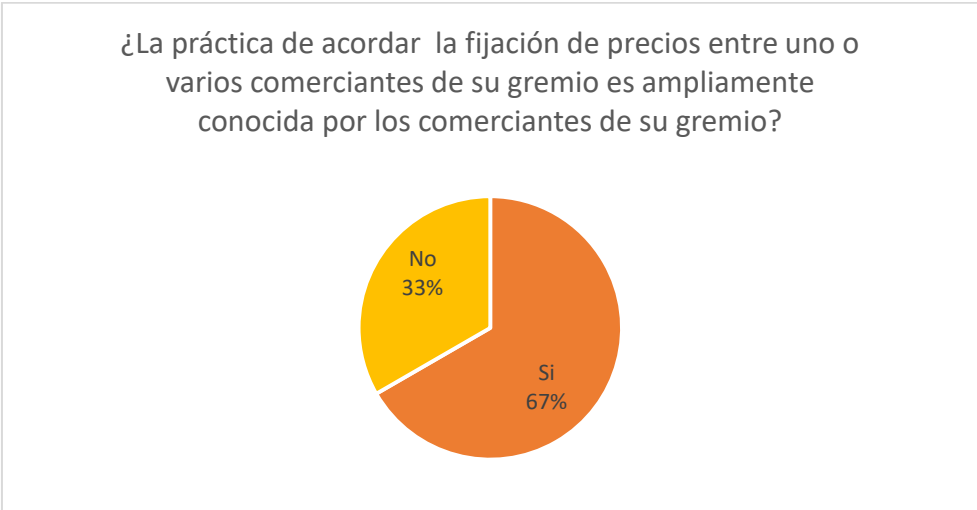


Gráfico 7. Publicidad - Gremio Expendedores de Carnes

El 67% respondió afirmativa a la pregunta, no obstante hay una brecha muy grande entre conocer la costumbre mercantil y aplicarla.

Por último se evaluó la variable **vigencia**, para la cual se generó la siguiente pregunta: **¿Actualmente se desarrolla y se encuentra vigente la práctica de acordar la fijación de precios entre uno o varios comerciantes de su gremio?**

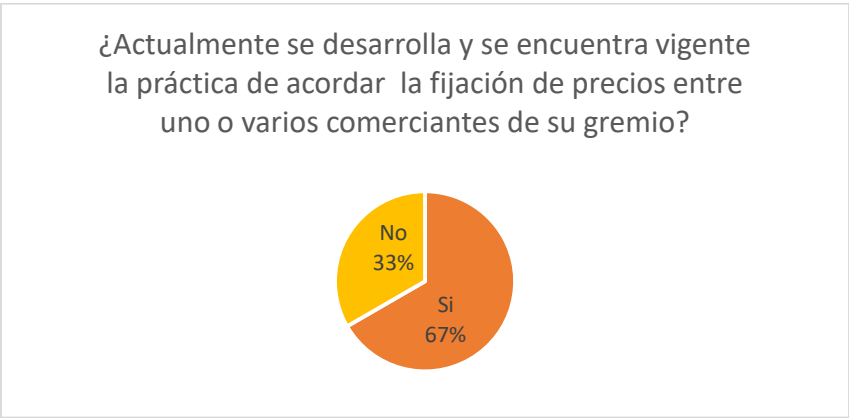


Gráfico 8. Vigencia - Gremio Expendedores de Carnes

El 67% manifestó que la práctica está vigente, sin embargo, recordemos que solo 6% del total de encuestados respondieron que si acostumbran a fijar precios con otros comerciantes del gremio.

b) Gremio comerciantes de prendas de vestir

A continuación se describen los resultados para cada una de las preguntas realizadas a los comerciantes de prendas de vestir:

La primera pregunta fue introductoria, para abordar el tema de costumbre mercantil. La pregunta realizada fue:

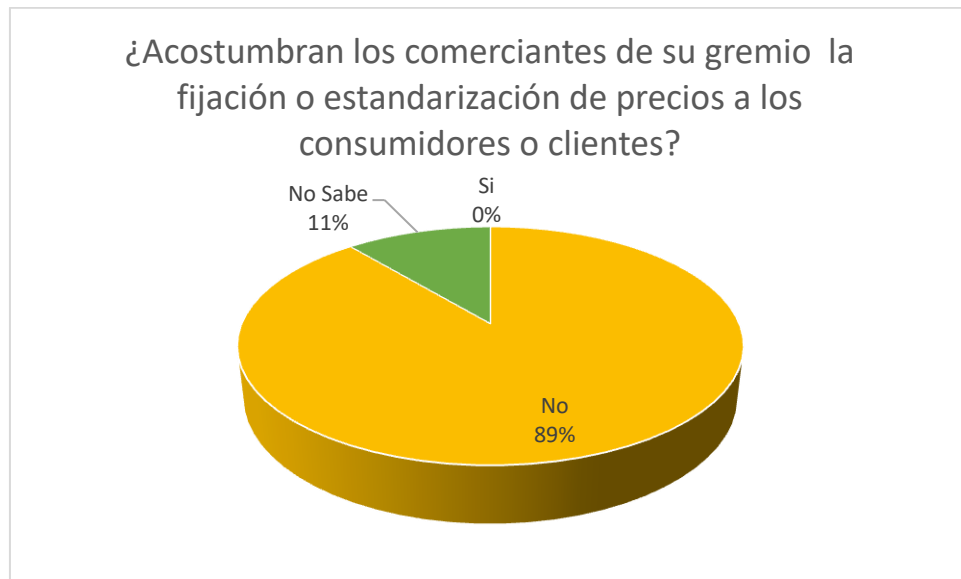


Gráfico 9. Costumbre mercantil de fijación de precios.

Analizando los resultados expresados en el gráfico 9, se colige que entre los comerciantes de prendas de vestir, no existe la costumbre de fijar o estandarizar precios a los consumidores o clientes, en razón a que el 89% respondió NO y el 11% No sabe.

En cuanto a la organización del gremio, **Pertenece a alguna asociación de su gremio?**

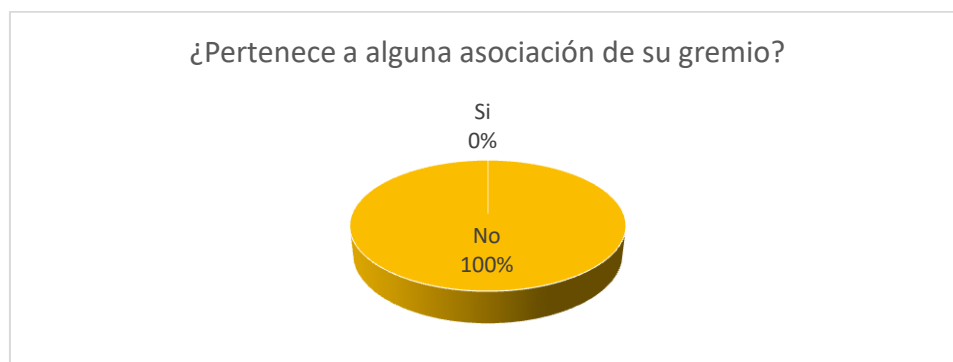


Gráfico 10. Afiliación a Asociación

El 100% manifestó NO pertenecer a ninguna asociación.

¿Ha acordado la fijación o estandarización de precios con comerciantes de su gremio?



Gráfico 11. Pregunta Filtro - Práctica mercantil

Todos los encuestados respondieron que no han acordado la fijación o estandarización de precios con otros comerciantes, por lo tanto no tiene caso continuar indagando con respecto a si existe uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia de la practica mercantil investigada, si con la pregunta filtro, se puede establecer que el 100% no se reúnen para acordar la fijación o estandarización de precios.

CONCLUSIONES

De la anterior investigación se puede concluir, que no existe la costumbre mercantil entre el gremio de expendedores de carnes, ni tampoco entre los comerciantes de prendas de vestir.

Indagando las razones por las cuales no es dable por el momento la práctica en cuestión, a continuación se describen las razones para cada gremio:

Expendedores de Carnes

- El precio de la carne es muy variable.
- Se puede conseguir diferentes tipos de precio de carnes.
- Es dispendioso estandarizar los precios pues no existe la cultura

Comerciantes de Prendas de

Vestir:

- Hay muchos proveedores de ropa.
- No todos compra de la misma forma.
- Las franquicias y sucursales manejan sus propios precios.

Básicamente los precios se rigen por la demanda y oferta del mercado, y es compleja su estandarización porque los precios están en constante variación. Así mismo, existen otras variables para el gremio de expendedores de carne que hacen que los precios difieran entre carnicerías, tales como:

- ✚ Algunos negocian los novillos por lote y los adquieren a mejor precio
- ✚ La Carne de novillo macho es más costosa que la de hembra
- ✚ La Carne de Vaca es más económica que la de Novillo
- ✚ Algunos carniceros compran la carne en canal en lugares diferentes al matadero.

Entre el gremio de comerciantes de prendas de vestir, se evidencia que no hay organización entre ellos puesto que no están unidos para comprar en cantidad a un mismo proveedor y lograr descuentos por volumen, y tampoco estandarizan sus precios, aun teniendo los mismos proveedores.

RECOMENDACIONES

A continuación se resumen algunas recomendaciones obtenidas del resultado de interactuar con los comerciantes en esta investigación. Algunas no son de responsabilidad de la Camara de Comercio, pero esta podría gestionar en pro de mejorar y controlar las actividades mercantiles.

1. Controlar el ingreso de vendedores foráneo de carne de cerdo y de pollo. Están ingresando al municipio vendedores en camiones que expenden a toda la cadena (mayoristas, minoristas y hasta ventas al detal) a un mismo precio, afectando las ventas y rentabilidad de los comerciantes.
2. Controlar la venta de carne de res en pie. La variación del precio se da porque carniceros y ganaderos de otras ciudades compran directamente a los ganaderos de la región, haciendo que el ganado de calidad escasee, y si esto no se controla a tiempo, en el Guaviare sólo se comercializará la carne de las reses de más baja calidad y a mayor precio.
3. Regular las ventas de artesanías. Se utiliza el sofisma de artesanías pero ingresan comerciantes de prendas de vestir, ofreciendo ropa y calzado, y no pagan impuestos, como lo hacen los comerciantes con establecimientos de comercio.
4. Promover y fortalecer las asociaciones de comerciantes, brindando asesoría no solo para la conformación, sino para el direccionamiento estratégico de los gremios, generando economías escalas en busca de la integración de negocios.