



-ABC-

Costumbre Mercantil

LAS CONOCES, LAS USAS
Y SON BUENAS PARA TU NEGOCIO



Hábitos que crean normas

ccb.org.co/costumbremercantil



Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO | #SOYEMPRESARIA

El presente documento fue realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá bajo la dirección de la Vicepresidencia Jurídica.

Presidente Ejecutivo

Nicolás Uribe Rueda

Vicepresidente Jurídica

Manuelita Bonilla Rojas

Director de Asesoría Jurídica y Defensa Judicial

Leonardo Ortiz Mendieta

**Abogado Senior Costumbre Mercantil
Autor**

Sebastián Ortiz Godoy

Noviembre 2021



Introducción

El “ABC de la Costumbre Mercantil” es una herramienta de consulta para empresarios, comerciantes, profesionales, estudiantes y la comunidad en general, interesados en ampliar su conocimiento sobre los diferentes aspectos y características de la costumbre mercantil, así como sobre su función, medios de prueba y proceso de certificación.

En virtud de lo anterior, la CCB presenta esta guía básica, que tiene como principal objetivo dar a conocer los elementos característicos de la Costumbre Mercantil, su rol dentro del Derecho, así como la función de las cámaras de comercio en su recopilación y certificación.

Esperamos que esta guía sea de gran utilidad para quienes la consultan, logrando afianzar los conceptos necesarios y relacionados con la Costumbre Mercantil como el conjunto de prácticas que se repiten y aplican reiteradamente por un grupo de personas frente a un hecho o transacción comercial determinada, de manera uniforme y con conciencia de obligatoriedad, siempre que estas no sean contrarias a la ley.

I. Autoridad de la Costumbre Mercantil y características

Por su parte la legislación mercantil consagra la validez de la costumbre en el artículo 3 del Código de Comercio así:

“ARTÍCULO 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.”** (Negrilla fuera del texto).

En consecuencia, se evidencian tres elementos fundamentales: el primero de ellos, que la normatividad vigente contempla la costumbre mercantil como fuente de derecho, otorgándole la misma autoridad que la ley comercial lo que la consolida como un elemento fundamental a la hora de realizar transacciones comerciales, resaltando así su **función normativa**; el segundo elemento, presente a su vez en el mismo artículo que establece de forma taxativa los atributos que debe reunir la práctica mercantil para consolidarse como fuente



de derecho, y estos son, que debe ser desarrollada por los comerciantes de forma **pública**, es decir no oculta o reservada, **uniforme**, es decir que se realice de igual manera entre quienes la practican y **reiterada** o repetitiva, no esporádica dentro del sector aplicable.

El tercer elemento que establece el citado artículo, indica que dichas prácticas no podrán ser contrarias manifiesta o tácitamente a la normatividad vigente, es decir, no es viable certificar como costumbre mercantil una práctica **Contra Legem**. Lo anterior a su vez, en concordancia con el artículo 8 del Código Civil.

A su vez, la doctrina ha establecido la conciencia de obligatoriedad como un elemento adicional y fundamental en la costumbre mercantil dirigido a reforzar la autoridad que tiene la misma dentro del sistema de fuentes del derecho mercantil.

II. Funciones y tipos de la Costumbre Mercantil

Sobre las funciones de la Costumbre, el mismo Código de Comercio a través de su artículo 5to, cuando trata el ámbito de aplicación de dicho instituto, señala:

“ARTÍCULO 5o. APLICACIÓN DE LA COSTUMBRE MERCANTIL. Las costumbres mercantiles servirán, además, para **determinar el sentido de las palabras o**

*frases técnicas del comercio y para **interpretar** los actos y convenios mercantiles.” (Negrilla fuera del texto).*

Con lo cual, se destacan funciones adicionales a la función **normativa** presente en el artículo 3ro ya citado, siendo esta la función **interpretativa** y la **integradora**, las cuales se aplican en los actos y contratos mercantiles.

En conclusión, las funciones de la costumbre son:

- a. **Función interpretativa:** Es aquella función que permite definir o interpretar el sentido de palabras o contracciones gramaticales utilizadas comúnmente en el comercio.
- b. **Función integradora:** Es aquella función que le permite servir de complemento a una norma positivizada.
- c. **Función normativa:** Es quizás la función principal de la costumbre mercantil, y consiste fundamentalmente en llenar vacíos en la legislación comercial ante la ausencia de regulación, cumpliendo así su principal cometido como fuente de derecho.



A su vez, existen tres tipos de costumbre:

a. Costumbre secundum legem: Es aquella que regula un comportamiento que ya sido desarrollado o reglado normativamente, pero que puede contribuir ampliando o interpretando lo dispuesto.

b. Costumbre praeter legem: Es aquella costumbre que regula un comportamiento que no ha sido desarrollado normativamente, es la regla aplicable a falta de legislación.

c. Costumbre contra legem: Es aquella costumbre que describe un comportamiento contrario a la ley. La costumbre contra legem no es certificable.

III. Clasificación geográfica o clases de Costumbre Mercantil

a. Local: Se denomina costumbre mercantil local, a aquella práctica que se desarrolla en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o en el lugar

donde hayan nacido las relaciones, y que, para el caso colombiano, son las cámaras de comercio las entidades competentes para investigarlas y certificarlas dentro de su jurisdicción.

b. Nacional: Son aquellas costumbres o prácticas mercantiles que se extienden sobre todo el territorio nacional y que se realizan con observancia a los requisitos establecidos en la Ley. Sobre la costumbre nacional, es la Confederación de Cámaras de conformidad con lo dispuesto en el artículo 96 del Código de Comercio la entidad competente para su certificación.

c. Extranjera: Son aquellas costumbres que se encuentran plenamente identificadas en otro país diferentes al local, es decir extranjero y que cumplen con los requisitos legales particulares de su legislación y que sirven como fuente de interpretación de contratos, convenios, y/o tratados que requieren de su ejecución en territorio extranjero principalmente.

d. Internacional: Son aquellas costumbres que se ejercen a lo largo de varios países y que se encuentran agrupados por un tratado o por una organización internacional común. A su vez y siendo de su naturaleza, servirán como fuente de



interpretación de contratos, convenios, y/o tratados que requieren de su ejecución internacionalmente.

IV. Medios de prueba de la Costumbre Mercantil

Tipo de costumbre	Medio de prueba	Fundamento jurídico
Local	1. Con la Certificación correspondiente de la cámara de comercio del lugar donde rija la costumbre que se pretende probar.	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-
	2. Con decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia, proferidas dentro de los cinco (5) años anteriores al diferendo.	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-
	3. Con el testimonio de dos (2) comerciantes inscritos en el registro mercantil que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el Código de Comercio.	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-

Nacional	1. Con decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia, proferidas dentro de los cinco (5) años anteriores al diferendo.	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-
	2. Con el testimonio de dos (2) comerciantes inscritos en el registro mercantil que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el Código de Comercio.	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-
Extranjera	La costumbre mercantil extranjera y su vigencia se acreditarán con certificación del respectivo cónsul colombiano o, en su defecto, del de una nación amiga. Dichos funcionarios para expedir el certificado solicitarán constancia a la cámara de comercio local o a la entidad que hiciere sus veces y, a falta de una y otra, a dos (2) abogados del lugar	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-

	con reconocida honorabilidad, especialistas en derecho comercial. También podrá probarse mediante dictamen pericial rendido por persona o institución experta en razón de su conocimiento o experiencia en cuanto a la ley de un país o territorio, con independencia de si está habilitado para actuar como abogado allí.	
Internacional	La costumbre mercantil internacional y su vigencia se probarán con la copia de la sentencia o laudo en que una autoridad jurisdiccional internacional la hubiere reconocido, interpretado o aplicado. También se probará con certificación de una entidad internacional idónea o mediante dictamen pericial rendido por persona o institución experta en razón de su conocimiento o experiencia.	Artículo 179 Ley 1564 de 2012 – CGP-

V. Las Cámaras de Comercio y su función frente a la Costumbre Mercantil

El Código de Comercio establece mediante el numeral 5to de su artículo 86 que:

“Artículo 86. Las Cámaras de Comercio ejercerán las siguientes funciones: (...) 5. Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas; (...)”.

En consecuencia, son estas entidades las legitimadas por la ley para realizar la recopilación y certificación de la costumbre mercantil local pues certificarán las correspondientes a su jurisdicción¹.

Adicionalmente, el Decreto 1074 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, indica que las Cámaras de Comercio ejercerán la función de *recopilar y certificar la costumbre mercantil mediante investigación realizada por cada Cámara de Comercio dentro de su propia jurisdicción. La investigación tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas*

¹ Jurisdicción definida mediante Decreto 622 de 2000

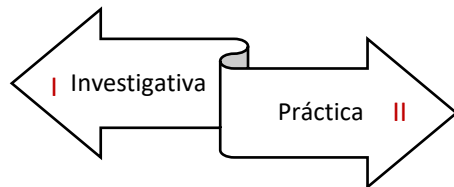


en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se opongan a normas legales vigentes².

Dicha investigación tiene por objeto establecer que las prácticas o reglas de conducta comercial se realicen conforme las características establecidas en la Ley para su certificación mencionadas en el capítulo I del presente ABC.

En virtud del mandato legal conferido a las cámaras de comercio, la CCB ha establecido una **metodología** de investigación en la que confluyen la verificación jurídica y de campo de las prácticas puestas a consideración por parte de los empresarios y la comunidad en general.

VI. Metodología



² Decreto 1074 de 2015, artículo 2.2.2.38.1.A. Funciones de las Cámaras de Comercio, numeral 4

La metodología establecida por la CCB para el estudio y proceso de certificación de la costumbre mercantil cuenta con dos enfoques: (I) El primero de ellos, un enfoque jurídico-investigativo sobre la práctica, mediante el cual se realiza un profundo estudio de cara a la doctrina y la jurisprudencia, con la finalidad de verificar si ésta cumple, o no, con los requisitos establecidos por la ley³ para su certificación, especialmente su mercantilidad y que no contraríe las leyes vigentes o exista regulación sobre la materia.

En el caso de la Cámara de Comercio de Bogotá, además de un equipo interno, realizamos el estudio con el apoyo de Universidades como o el Rosario, los Andes, la Sergio Arboleda en virtud de distintos convenios académicos de investigación.

(II) Un segundo enfoque, corresponde al desarrollo de una metodología práctica, que consiste principalmente en realizar un estudio de campo a través de la toma de encuestas, mediante las cuales se validan no solo los aspectos contenidos en la ley (publicidad, uniformidad, etc.), sino también, la obligatoriedad que tenga la práctica dentro del sector específico al que aplica, y el impacto que tendría su certificación en el mismo.

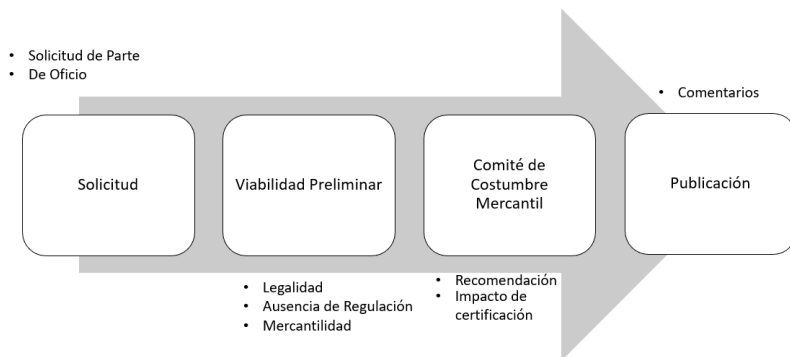
A continuación, se presenta un esquema de la metodología adoptada por la CCB:

³ Código de Comercio artículo 3.



A. Etapa Investigativa

Etapa Investigativa



Recibida la solicitud de certificación de práctica mercantil, la CCB procede a estructurar de forma conjunta con un aliado académico, el documento de investigación jurídica denominado Viabilidad Preliminar, en el cual se evalúa, la legalidad, ausencia de regulación y mercantilidad de la práctica.

El citado documento, es presentado ante el Comité de Costumbre Mercantil, instancia de carácter consultivo integrado por profesores de las universidades más representativas de Bogotá y la Región que preside la CCB.

Es de rescatar que la CCB es la única cámara de comercio del país que cuenta con el apoyo de dicho comité, y al cual pertenecen universidades como:

- Universidad Javeriana.
- Universidad del Rosario.
- Universidad de los Andes
- Universidad Nacional de Colombia
- Universidad Externado
- Universidad Sergio Arboleda
- Universidad de la Sabana

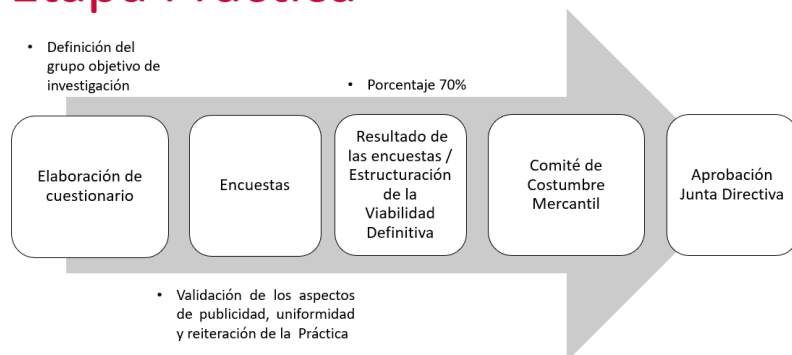
Posteriormente, incluidas las observaciones que pueda llegar a realizar el Comité, se publica el documento de Viabilidad Preliminar en la página web de la Entidad con la finalidad de recibir las consideraciones de empresarios, estudiantes y académicos sobre la investigación realizada, en el siguiente enlace:

<https://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Costumbre-Mercantil/Practicas-en-investigacion-para-determinar-su-eventual-certificacion-como-costumbre-mercantil>



B. Etapa Práctica

Etapa Práctica



Durante el desarrollo de la Etapa Práctica y con apoyo del Comité de Costumbre Mercantil, se define el grupo objetivo de investigación, esto es, el sector específico de comerciantes que se verían afectados o que realizan el comportamiento mercantil.

Acto seguido y con la finalidad de materializar el estudio cuantitativo, se elabora y aplica un cuestionario dirigido a validar que la costumbre objeto de estudio cumpla con los requisitos de ley, es decir, que sea pública, reiterada, uniforme y con conciencia de obligatoriedad

Con los resultados obtenidos del estudio práctico, la CCB procede a estructurar un documento de investigación denominado “Viabilidad Definitiva”, el cual reúne el análisis realizado en la primera etapa de investigación, así como el estudio práctico y se presenta ante el Comité de Costumbre Mercantil para su estudio, análisis y recomendación de certificación.

Debidamente soportada la práctica se elabora el proyecto de certificación y se somete a aprobación de la Junta Directiva como máximo órgano de la CCB.

VII. Duración del proceso de investigación

El término de duración de la investigación para el desarrollo de la metodología de certificación es de aproximadamente un (1) año contado a partir de la recepción de la solicitud de investigación o de su inicio de oficio.

VIII. Solicitud de investigación

Para realizar una solicitud de investigación, puede diligenciar el formato que se encuentra publicado en el siguiente [enlace](#):



<https://www.ccb.org.co/content/download/7018/186108/file/Formato%20de%20solicitud%20de%20investigaci%C3%B3n%20Costumbre%20Mercantil.pdf> y remitirlo a los correos electrónicos: leonardo.ortiz@ccb.org.co o sebastian.ortiz@ccb.org.co o radicarlo de forma física en cualquiera de nuestras sedes.

IX. Costo de la investigación y Certificado de Costumbre Mercantil

El proceso de investigación no tiene ningún costo para el solicitante. El certificado de cada una de las prácticas mercantiles certificadas como costumbre mercantil por la CCB puede solicitarse en cualquiera de las sedes o en el enlace <https://www.ccb.org.co/Tramites-y-Consultas> en la casilla de Solicitud de Certificados de Costumbre Mercantil.

X. Efectos jurídicos de la certificación

El efecto jurídico inmediato de la certificación de una práctica mercantil es brindarle seguridad jurídica a los

comerciantes a través de un medio probatorio eficiente que respalde sus transacciones comerciales.

Adicionalmente, en ausencia de la ley comercial o estipulación de las partes, será la norma que regulará la transacción comercial ejerciendo así su función supletiva.

XI. Costumbres certificadas por sector



XII. Costumbres Mercantiles certificadas por la CCB

A - Sector inmobiliario

A.1. Comisión por intermediación en la compraventa de bienes inmuebles

“En Bogotá, D.C., existe la costumbre mercantil de que en el contrato de comisión para la celebración de la compraventa de bien inmueble, el vendedor del bien inmueble pague al comisionista una comisión cuando por la intermediación del comisionista se ha logrado celebrar un contrato de compraventa de bien inmueble. La comisión se determina así: (i) si el bien inmueble vendido está en el área urbana de Bogotá, D. C., la comisión equivale al tres por ciento (3 %) del precio de venta del inmueble; (ii) si el bien inmueble vendido está fuera del área urbana de Bogotá, D. C., pero dentro de los municipios que integran la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bogotá, la comisión equivale al cinco por ciento (5 %) del precio de venta del inmueble”.

A.2. Comisión por intermediación en el arrendamiento de locales comerciales cuando se entrega en administración el inmueble.

“En Bogotá, D. C., existe la costumbre mercantil en el contrato de corretaje para la celebración del arrendamiento de locales comerciales que el propietario o

arrendador del bien inmueble pague al corredor una remuneración equivalente al ocho por ciento (8 %) del canon mensual de arriendo cuando, por la intermediación del corredor, se ha logrado celebrar un contrato de arrendamiento y el inmueble es entregado en administración al corredor”.

A.3. Pago de los cánones de arrendamiento de locales comerciales

“En Bogotá, D.C., existe costumbre mercantil entre los arrendatarios de locales comerciales de pagar los cánones de arrendamiento por mensualidades anticipadas durante los cinco (5) primeros días comunes de cada mes”.

A.4. Comisión por intermediación en el arrendamiento de locales comerciales cuando el inmueble no se entrega en administración.

“En Bogotá, D.C., existe costumbre mercantil en el contrato de corretaje para el arriendo de locales comerciales, que el propietario o arrendador del bien inmueble pague por una vez al corredor una remuneración equivalente a un (1) canon de arrendamiento mensual, cuando por la intermediación del corredor se ha logrado dar el inmueble en arriendo y este no es entregado en administración al corredor”.

A.6. ¿Quién paga los gastos de registro en la compraventa de inmuebles?



“En Bogotá, D.C., en los contratos de compraventa de inmuebles, es costumbre mercantil que el pago del impuesto de registro y del registro de la escritura pública de compraventa en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos sea asumido por el COMPRADOR del respectivo inmueble”.

A.7. Pago a prorrata del impuesto predial unificado.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de compraventa de inmuebles, el pago del impuesto predial unificado causado en el año en que se realiza el contrato, se asuma proporcionalmente por el vendedor y el comprador”.

A.8. Entrega del inmueble a paz y salvo en la compraventa.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de compraventa de inmuebles el vendedor asuma la obligación de entregar al comprador el bien a paz y salvo por concepto de impuesto predial, servicios públicos domiciliarios y cuotas de administración”.

A.9. Firma del inventario en el contrato de arrendamiento de locales comerciales.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que, en el contrato de arrendamiento de locales comerciales, el arrendatario deba firmar un inventario al momento de recibir el inmueble, en el que consta el estado del mismo

y de los elementos que lo conforman. Este inventario hace parte del contrato de arrendamiento”.

B - Sector comercio

B.2. Término del preaviso para la terminación del contrato de suministro.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que para dar por terminado el contrato de suministro de mercancías al detal de bienes distintos a alimentos, los almacenes de cadena y/o supermercados den aviso de dicha terminación a los distribuidores mayoristas de mercancías por teléfono y con una antelación de por lo menos una (1) semana”.

B.3. Determinación de la cuantía en el contrato de suministro.

“En Bogotá, D.C., existe costumbre mercantil en el suministro de mercancías al detal de bienes distintos a alimentos, comercializados entre distribuidores mayoristas y almacenes de cadena y/o supermercados, de fijar la cuantía del contrato en forma mensual, dependiendo de la rotación de las mercancías e inventarios cuando las partes no hubieren fijado dicha cuantía y periodicidad”.

B.4. Las empresas de artes gráficas e informática suelen indicar que el valor del IVA está incluido dentro del precio cotizado.



“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que las empresas de artes gráficas y en las empresas de informática, en las cotizaciones o presupuestos de bienes y/o servicios que presentan a sus clientes de indicar que el valor del IVA está incluido dentro del precio cotizado, de discriminar el valor del IVA cuando lo incluyen en el precio cotizado y de indicar que el bien y/o servicio no está gravado con el IVA cuando sea el caso”.

B.5. Las empresas de consultoría y asesoría suelen indicar que el valor del IVA está incluido dentro del precio cotizado.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que las empresas de consultoría y asesoría en las cotizaciones o presupuestos de bienes y/o servicios que presentan a sus clientes indiquen que el valor del IVA está incluido dentro del precio cotizado, de discriminar el valor del IVA cuando lo incluyen en el precio cotizado y de indicar que el bien y/o servicio no está gravado con el IVA cuando sea el caso”.

B.6. Uso del signo ® o su abreviatura Reg. como marca registrada en el sector farmacéutico.

“En Bogotá, D.C., en el sector farmacéutico es costumbre mercantil utilizar el símbolo ® o la sigla “Reg.”, junto al nombre de un producto, o en su etiqueta, empaque, envase o envoltura, con la finalidad de enterar al público que la marca de dicho producto se encuentra registrada”.

B.7. Cambio de medicamentos próximos a expirar.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de suministro y/o compraventa de medicamentos los proveedores o distribuidores mayoristas de productos farmacéuticos cambien sin ningún recargo a los pequeños distribuidores (droguerías, farmacias, depósitos de drogas, etc.), los medicamentos que se encuentren próximos a vencer”.

B.8. Garantías del huésped en el sector hotelero.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que los hoteles exijan al huésped, al momento del registro en el hotel, un *voucher* o comprobante de tarjeta de crédito para asegurar el pago de los consumos o servicios”.

B.9. Cancelación de la reserva hotelera.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que los hoteles permitan la cancelación de la reserva hotelera sin ningún cobro para el cliente cuando esta se realiza por lo menos con 24 horas de anticipación a la fecha señalada para el ingreso o *check in*”.

B.10. Derechos de los comerciantes que explotan zonas comunes de centros comerciales.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en la explotación de zonas comunes en los centros comerciales, el comerciante a quien se conceda su uso



tenga derecho a la utilización de los pasillos de tránsito, a las zonas de carga y a los baños públicos”.

B.11. Obligaciones de los comerciantes que explotan zonas comunes de centros comerciales.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en la explotación de zonas comunes en los centros comerciales, el comerciante a quien se conceda su uso quede sometido al cumplimiento de las obligaciones contenidas en el reglamento de propiedad horizontal y en los manuales internos del centro comercial”.

B.12. ¿Qué comprende la contraprestación económica en la explotación de zonas comunes de centros comerciales?

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que en la explotación de zonas comunes en los centros comerciales, cuando se conceda su uso al comerciante, en la contraprestación económica queden comprendidos los servicios públicos”.

B.13. Forma de determinar la contraprestación en la explotación de zonas comunes en centros comerciales.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que en la explotación de zonas comunes en centros comerciales, cuando se concede el uso de un espacio al comerciante, la contraprestación económica se determine por metro cuadrado”.

B.14. Entrega del concreto premezclado.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que, en el contrato de compraventa de concreto premezclado, el vendedor realice la entrega en el lugar que el comprador determine”.

B.15. Confidencialidad contrato de agencia.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D. C., que en el contrato de agencia comercial, las partes se obliguen a mantener la confidencialidad de la información que se intercambie entre ellas en materia de clientes y de contratos”.

B.16. Disposición de productos de origen animal.

“Es costumbre mercantil, en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bogotá, que las plantas de beneficio al sacrificar los animales bovinos, puedan disponer de los residuos tales como: la sangre, el contenido ruminal y biliar, úteros y matrices”.

B.17. Aviso de traslado.

“Es costumbre mercantil en Bogotá D.C. que el arrendatario, después de terminada la relación contractual, tenga derecho a informar de su traslado a la clientela mediante un aviso de tamaño mediano que, fijará entre 15 días y 1 mes, en el local comercial”.



C - Sector informático

C.1. Entrega de código objeto en las licencias de *software*.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que los contratos de licenciamiento de *software* comprendan la entrega del código objeto por el licenciante al licenciatarío”.

C.2. ¿Existen diferencias entre los servicios de mantenimiento y soporte de *software*?

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que el término “mantenimiento” en los contratos de licencia de *software* sea entendido de forma tal que no comprende los servicios de soporte.

C.3. La garantía de buen funcionamiento en los contratos de licenciamiento de *software*.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de licenciamiento de *software* se otorgue al cliente una garantía de buen funcionamiento del *software* por un término de un (1) año”.

C.4. Términos y condiciones de uso en las páginas web.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que todo visitante de un sitio de Internet o una página web, por el hecho de navegar en la misma, se obliga a respetar los términos y condiciones sobre su uso, contenidos y normas de propiedad intelectual”.

C.5. La página web o sitio de Internet hace parte del establecimiento de comercio.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que la página web o sitio de Internet se considere como parte integrante del establecimiento de comercio del empresario”.

C.6. El proveedor es responsable de hacer la actualización de los manuales: técnico y de usuario.

En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de licencia, fabricación, mantenimiento y soporte de *software* el proveedor, cuando actualiza el programa, también actualice los manuales técnicos y de usuario a la última versión del código fuente, sin que se genere erogación adicional.

D – Sector transporte

D.1. Los descuentos en tiquetes aéreos que otorgan las aerolíneas colombianas a sus beneficiarios.

“En Bogotá, D.C., conforme con la costumbre mercantil, es normal que el descuento concedido por las aerolíneas colombianas al expedir tiquetes a favor de sus contratistas, asesores, empleados de otras aerolíneas o personas vinculadas con el sector del transporte o del turismo, o de personas respecto de las cuales por política comercial decidan hacerlo, ascienda hasta un 100 % sobre el valor del tiquete sujeto a las condiciones y



restricciones establecidas por cada aerolínea en su manual de pasajes”.

D.2. Desistimiento del pasajero en el contrato de transporte público intermunicipal.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que las empresas de transporte público intermunicipal devuelvan el importe del pasaje cuando el pasajero desiste del transporte contratado, siempre que dicho desistimiento sea comunicado personalmente por el pasajero antes de la hora señalada para el viaje”.

D.3. Firma del conocimiento de embarque por el agente marítimo.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en el contrato de transporte marítimo internacional de carga que el agente marítimo, en su condición de representante del armador y/o transportador marítimo, firme el conocimiento de embarque como título valor representativo de las mercaderías embarcadas”.

D.4. Orden de cargue en el contrato de transporte.

"En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en el contrato de transporte se expida un documento denominado "orden de cargue" que tiene los siguientes efectos: (i) Probar, ante el generador de carga, la autorización dada al conductor por el transportador para retirar y movilizar la mercancía y, (ii) Una vez aceptada por

el generador de carga permite probar la cantidad, calidad y características de las mercancías”.

D.5. Orden de cargue en el contrato de vinculación.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en el contrato de vinculación se expida un documento denominado "orden de cargue" que tiene los siguientes efectos: (i) Permite probar la vinculación del propietario del vehículo con el transportador y (ii) Confiere al transportador vinculado el derecho de retirar las mercancías en las instalaciones del generador de carga”.

E – Sector automotor

E.1. El concepto de ‘promoción comercial’ en la compraventa de vehículos nacionales nuevos.

“En Bogotá, D.C., existe la costumbre mercantil entre los concesionarios de vehículos nacionales de realizar promociones comerciales para la venta de vehículos nuevos de servicio particular, las cuales consisten en otorgar al comprador descuentos a partir del precio general de venta al público y/o dar regalos como radios, tapetes, forros, y otros accesorios”.

E.2. Condiciones para el canje de vehículos entre concesionarios.

“En Bogotá, D.C., existe la costumbre mercantil de realizar canjes de vehículos nacionales, nuevos y de servicio particular, entre concesionarios de una misma marca. El



canje se hace al costo de fábrica, sin ningún recargo por concepto de utilidad para atender oportuna y adecuadamente la demanda de los clientes en cuanto a colores y tipos de automóviles”.

E.3. Los concesionarios de Bogotá reparan por garantía vehículos vendidos por otros concesionarios de la marca.

“En Bogotá, D.C., existe la costumbre mercantil en la compraventa de vehículos nuevos, nacionales e importados, que los concesionarios presten el servicio de garantía del producto, sin tener en cuenta que el vehículo haya sido adquirido en un concesionario diferente pero de la misma marca”.

E.4. Pago de los gastos de traspaso en la compraventa de vehículos particulares usados.

“En Bogotá, D.C., en los contratos de compraventa de vehículos particulares usados, es costumbre mercantil que el pago de los gastos de traspaso se asuma por el comprador y el vendedor por iguales partes”.

E.5. Pago de los gastos del impuesto del último año en la compraventa de vehículos particulares usados.

“En Bogotá, D.C., en los contratos de compraventa de vehículos particulares usados, es costumbre mercantil prorratear el pago del impuesto del último año del vehículo proporcionalmente entre comprador y vendedor”.

E.6. Plazo para vender o devolver los vehículos automotores usados dados en consignación.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en el contrato de consignación de vehículos automotores usados, el consignatario tenga un plazo mínimo de 30 días para venderlos o en su defecto, devolver aquellos no vendidos”.

E.7. Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos nuevos de servicio particular.

“En Bogotá, D.C., en los contratos de compraventa de vehículos nuevos de servicio particular, es costumbre mercantil que el vendedor entregue al comprador los siguientes accesorios: llanta de repuesto, un (1) duplicado de la llave de encendido y tapetes”.

E.8. Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos nuevos de servicio público.

“En Bogotá, D. C., en los contratos de compraventa de vehículos nuevos de servicio público, es costumbre mercantil que el vendedor entregue al comprador los siguientes accesorios: llanta de repuesto y un (1) duplicado de la llave de encendido”.

E.9. Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos usados de servicio particular.

“En Bogotá, D. C., en los contratos de compraventa de vehículos usados de servicio particular, es costumbre



mercantil que el vendedor entregue al comprador los siguientes accesorios: llanta de repuesto y tapetes”.

E.10. Entrega de accesorios en la compraventa de vehículos usados de servicio público.

“En Bogotá, D. C., en los contratos de compraventa de vehículos usados de servicio público, es costumbre mercantil que el vendedor entregue al comprador la llanta de repuesto”.

F – Contratos de riesgo compartido y franquicias

F.1. El manejo administrativo de los contratos de riesgo compartido (*joint venture*)

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en los contratos de riesgo compartido, celebrados bajo la modalidad de consorcio y/o unión temporal, que se delegue en uno de sus integrantes, el manejo administrativo del contrato”.

F.2. Manejo de la contabilidad en forma independiente en los Consorcios o Uniones Temporales.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en los contratos de riesgo compartido (*joint venture*), celebrados bajo la modalidad de consorcio o unión temporal, llevar su contabilidad en forma independiente a la contabilidad de las personas que integran el consorcio o unión temporal”.

F.3. El *know how* en los contratos de franquicia

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en el contrato de franquicia, que el franquiciante, para transmitir su *know how*, suministre al franquiciado entrenamiento inicial y capacitación permanente respecto de los bienes o servicios que constituyen la franquicia”.

F.4. La entrega del Manual de Operaciones en los contratos de franquicia

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en el contrato de franquicia, el franquiciante entregue al franquiciado, un manual de operaciones y procedimientos, con la finalidad de que este último pueda realizar exitosamente el negocio contratado”.

F.5. Cesión de participación en los contratos de consorcio o unión temporal.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de consorcio o unión temporal, una vez adjudicado y celebrado el contrato que da lugar al consorcio y/o unión temporal, los integrantes de este último, únicamente pueden ceder su participación a terceros con la aceptación y/o autorización de la entidad contratante”.

F.6. Distribución de la responsabilidad interna en los consorcios en los contratos de riesgo compartido (Join Venture).

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en los contratos de riesgo compartido (*joint venture*), celebrados bajo la



modalidad de consorcio o unión temporal, acordar entre los asociados la distribución de la responsabilidad interna en caso de incumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato”.

F.7. El franquiciante puede ejercer auditoría permanente sobre el negocio franquiciado.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en el contrato de franquicia que el franquiciante realice auditoría permanente sobre el negocio del franquiciado para que este implemente y desarrolle adecuadamente la franquicia contratada”.

F.8. El deber de confidencialidad en la franquicia.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de franquicia, el franquiciado tiene la obligación de confidencialidad sobre el *know how* transferido”.

F.9. Vigencia en los contratos de consorcio o unión temporal.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en los contratos de consorcio y/o unión temporal, la vigencia del contrato se extienda hasta un (1) año después de la liquidación del contrato celebrado con la entidad contratante, que dio lugar a la unión temporal y/o consorcio”.

F.10. Gastos en la celebración de los contratos de consorcio o unión temporal.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que en los contratos de consorcio y/o unión temporal, los gastos en que se incurra con ocasión de la celebración del contrato serán asumidos en forma proporcional a la participación de cada integrante del mismo”.

G – Sector financiero

G.1. Significado de la palabra ‘contragarantía’ en las operaciones con cartas de crédito.

“En Bogotá, D.C., la expresión “contragarantía” usada en las operaciones de emisión de cartas de crédito se refiere a la entrega al emisor por parte del tomador de un pagaré en blanco con carta de instrucciones para que sea usado como título ejecutivo para el cobro en caso de incumplimiento de las obligaciones asumidas por el tomador”.

G.2. Las acciones contra el proveedor en el contrato de *leasing*.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil en el contrato de *leasing* que el locatario o arrendatario pueda ejercer frente al proveedor (vendedor) los derechos derivados de la compraventa”.

G.3. ¿Qué se entiende por cuenta corriente cancelada y cuenta corriente saldada?



“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en el contrato de cuenta corriente, el sector financiero establezca distinción entre la “cuenta cancelada” y la “cuenta saldada”.

Por la expresión “cuenta corriente cancelada” se entiende cuando el contrato se termina unilateralmente por el banco al producirse una (1) cualesquiera de las siguientes causales: mal manejo; giro de cheques sin provisión de fondos; incumplimiento de las obligaciones adquiridas en el contrato; cuando la cuenta es utilizada para operaciones ilegales o por suministrar información financiera o personal falsa.

Por la expresión “cuenta corriente saldada” se entiende cuando el contrato se termina: unilateralmente por el banco o por el cliente o de común acuerdo entre el banco y el cliente por causales diferentes a las requeridas para la cuenta corriente cancelada”.

G.5. Concepto EBITDA.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que cuando en el desarrollo contable y financiero de la empresa se utiliza el término EBITDA, se refiere a las ganancias antes de los intereses, los impuestos, las depreciaciones y las amortizaciones”.

G.6. Usos EBITDA.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que cuando en el desarrollo contable y financiero de la empresa se utiliza el término EBITDA, este se usa para cualquiera de los siguientes propósitos:

- Valoración de empresas.
- Análisis del valor generado en la empresa.
- Determinación de las ganancias o la utilidad obtenida por la empresa o proyecto.
- Otorga información de mejor calidad en cuanto al funcionamiento del área de negocios en la que participa la empresa, en comparación con la información que se obtiene mirando solo el resultado del ejercicio.
- Medida de rentabilidad y por lo tanto un indicador que permite aproximarse al valor de una empresa.
- Medir el desempeño de las empresas”.

G7. Uso de las reglas UCP-600 de la CCI, en las cartas de crédito documentario.

“En Bogotá, D.C., existe la costumbre mercantil de sujetar los derechos y obligaciones que se derivan de las cartas de crédito en los contratos de compraventa internacional de mercaderías a las reglas y los usos uniformes adoptados por la Cámara de Comercio Internacional en el folleto 600”.



H – Sector asegurador

H.1. La firma mecánica en el contrato de seguro.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil en el contrato de seguro que las compañías aseguradoras utilicen la firma mecánica en la carátula, anexos y modificaciones en todos los ramos que expiden”.

H.2. Los seguros en los contratos de *leasing*.

“En Bogotá, D.C., existe costumbre mercantil en el contrato de *leasing*, de contratar un seguro que ampare contra toda clase de riesgos los bienes dados en *leasing*, seguro en el cual el beneficiario es la Compañía de Financiamiento Comercial. La prima del seguro debe ser pagada por el locatario y cuando este es contratado por la Compañía de Financiamiento Comercial, el monto de la prima debe adicionarse al valor del contrato de *leasing*”.

I – Sector editorial

I.1 . Plazo para vender o devolver los libros dados en consignación.

“En Bogotá, D.C., es costumbre mercantil que en el contrato de consignación de libros, el consignatario tenga un plazo mínimo de 30 días para vender los libros o en su defecto devolver aquellos ejemplares no vendidos”

I.2. Plazo para vender o devolver las revistas de circulación quincenal dadas en consignación.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que en el contrato de consignación de revistas de circulación quincenal, el consignatario tenga un plazo equivalente al periodo de circulación (15 días) de las revistas para venderlas o en su defecto, devolver aquellos ejemplares no vendidos”.

I.3. Plazo para vender o devolver las revistas de circulación mensual dadas en consignación.

“En Bogotá, D. C., es costumbre mercantil que en el contrato de consignación de revistas de circulación mensual, el consignatario tenga un plazo equivalente al periodo de circulación (30 días) de las revistas para venderlas o en su defecto, devolver aquellos ejemplares no vendidos”.

J – INCOTERMS

J.1. Uso del término INCOTERMS EXW.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término EXW se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.2. Uso del término INCOTERMS FAS.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D. C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías



se use el término FAS se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.3. Uso del término INCOTERMS FCA.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D. C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término FCA se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.4. Uso del término INCOTERMS FOB.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D. C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término FOB se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.5. Uso del término INCOTERMS CPT.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término CPT se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.6. Uso del término INCOTERMS CFR.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término CFR se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.7. Uso del término INCOTERMS CIP.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término CIP se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.8. Uso del término INCOTERMS CI.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término CIF se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.9. Uso del término INCOTERMS DAT.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término DAT se entiende que se refiere al



término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.10. Uso del término INCOTERMS DAP.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término DAP se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.

J.11. Uso del término INCOTERMS DDP.

“Es costumbre mercantil en Bogotá, D.C., que cuando en un contrato de compraventa internacional de mercancías se use el término DDP se entiende que se refiere al término INCOTERMS descrito por la Cámara de Comercio Internacional vigente al momento en que se suscribió el contrato”.





Costumbre Mercantil



Hábitos que crean normas

ccb.org.co/costumbremercantil



Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIO | #SOYEMPRESARIA