



Cámara de Comercio de Duitama  
*¡Una Alianza para Crecer!*



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN  
SI ES COSTUMBRE  
MERCANTIL QUE EXISTA UN  
ACUERDO ENTRE EL  
PROPIETARIO DEL LOCAL  
COMERCIAL Y EL NUEVO  
ARRENDATARIO,  
CONSISTENTE EN QUE ESTE  
ÚLTIMO LE PAGUE AL  
ANTIGUO, UNA PRIMA  
EQUIVALENTE A LA  
INDEMNIZACIÓN QUE  
TENDRÍA QUE PAGAR EL  
PROPIETARIO POR  
ARRENDAR EL LOCAL PARA  
DESARROLLAR LA MISMA  
ACTIVIDAD COMERCIAL QUE  
ESTABA EJECUTANDO EL  
ANTIGUO ARRENDATARIO

2020

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

El presente documento es revisado y  
Aceptado por la Cámara de Comercio  
De Duitama bajo la dirección del siguiente  
Cuerpo Directivo

### **EQUIPO DIRECTIVO**

**CARLOS JAVIER MOLANO CORREDOR**

Presidente Ejecutivo

**SANDRA LILIANA CELY ANDRADE**

Directora de Competitividad

**YENY ALEJANDRA LÓPEZ RIVERA**

Directora Jurídica

**NELSON HERNANDO LÓPEZ CAICEDO**

Director Gestión Empresarial

**ESTELLA RUTH CORTÉZ GALVIS**

Directora Administrativa y Talento Humano

**ISABEL CARRILO BECERRA**

Directora Financiera

### **ESTUDIO DE VERIFICACIÓN**

**SANDRA LILIANA CELY ANDRADE**

Supervisión del Estudio

**ADOLFO SOLANO AGUDELO**

Gestor Investigador

**Fecha de Estudio**

Diciembre de 2020

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

Segunda edición, diciembre de 2020

Medio Electrónico o Digital: E-Book Formato: Pdf (.pdf).

© Todos los derechos son reservados y pertenecen a la Cámara de Comercio de Duitama.

La información de este documento, está protegido por la Ley 23 de 1982 de la República de Colombia y está sujeto a modificaciones sin preaviso alguno. Podrán reproducirse extractos y citas sin autorización previa, indicando la fuente. Su reproducción extensa por cualquier medio masivo presente o futuro, en traducciones o transcripciones, podrá hacerse previa autorización de la Cámara de Comercio de Duitama. La Cámara de Comercio de Duitama, no asume responsabilidad alguna por los criterios u opiniones expresados por el autor.

Sello editorial: Cámara De Comercio de Duitama.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## Contenido

Glosario	6
Introducción	7
1. Antecedentes	9
2. Estado de arte	10
3. Fundamento jurídico	12
4. Ficha técnica	15
4.1. Objetivo general	15
4.2. Objetivos específicos	15
4.3. Metodología	15
4.4. Dominio geográfico	16
4.5. Caracterización de la muestra	16
4.6. Periodo de recolección levantamiento de la información	16
5. La Costumbre Mercantil	17
5.1. El origen de la costumbre	18
5.2. La Costumbre Mercantil como fuente del Derecho Mercantil	18
5.3. Elementos de la Costumbre Mercantil	19
5.3.1. Según el Código de Comercio	19
5.3.2. Según la Doctrina	20
5.4. Clasificaciones de la Costumbre Mercantil	21
5.4.1. Desde el punto de vista de su contenido	21
5.4.2. Según su ámbito de aplicación	21
5.4.3. Desde el punto de vista interpretativo, integrador o creador	22
6. La Costumbre Mercantil y su prueba	23
7. Caracterización Socioeconómica Establecimientos de Comercio	27
7.1. Contexto general	27
7.1.1. Caracterización general establecimientos de comercio	28
7.2. Análisis de la Caracterización Socioeconómica	30
7.2.1. ¿El local donde funciona el establecimiento de comercio es?	31
7.2.2. Actividad económica que desarrollan	32
7.2.3. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando su actividad comercial?	33
7.2.4. ¿Cuenta con otros puntos de venta?	34
7.2.5. ¿Cuál es su tipo de cliente?	34
7.2.6. Durante los últimos diez (10) meses ¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas?	35
7.2.7. Durante los últimos diez (10) meses, ¿el número de clientes que visitan su establecimiento de comercio, ha?	35
7.2.8. Durante los últimos diez (10) meses, ¿Cuáles han sido sus estrategias comerciales?	36

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

7.2.9. En aras de reactivar la dinámica comercial de la región ¿Qué acciones estaría dispuesto a realizar?	36
7.2.10. Califique de 1 a 5, donde 1 no es representativa y 5 es bastante Representativa los factores que afectan el desarrollo de su actividad económica	37
8. Aplicativo de encuesta, tabulación y análisis del estudio de verificación	38
8.1. Reiteración: ¿Su establecimiento de comercio es en arrendamiento?	38
8.2. Obligatoriedad: ¿En el contrato de arrendamiento establecido con el propietario o arrendador del local comercial se ha fijado la obligación de parte de él efectuar el pago de una prima de indemnización en el caso dado de que usted desocupe el local y que el nuevo arrendatario coloque una misma actividad comercial que la suya?	39
8.2.1. ¿Considera usted que se debe respetar en el contrato de arrendamiento entre el propietario del local comercial y el arrendatario, el derecho que se contempla en el artículo 522 del Código de Comercio de reconocerle el pago de una prima de indemnización en el caso de que un nuevo arrendatario coloque la misma actividad comercial en el local que funciona el establecimiento de comercio?	39
8.3. Publicidad: ¿Cree usted que la práctica comercial del derecho que el antiguo arrendatario reciba el pago de una prima de indemnización por parte del propietario en caso de que el nuevo arrendatario coloque la misma actividad comercial que la del antiguo arrendatario es conocida y utilizada por parte de los comerciantes una vez fijen el contrato de arrendamiento y que está contemplado en el artículo 522 del Código de Comercio?	41
8.4. Uniformidad: ¿En el contrato de arrendamiento que se fija entre el propietario o arrendador del local comercial y usted como arrendatario se fija un valor en el caso que se le reconozca el derecho al pago de la prima de indemnización que un nuevo arrendatario coloque la misma actividad comercial?	42
8.4.1. ¿Conoce usted como arrendatario de cuanto es el valor monetario de la prima de indemnización y el proceso para su reclamo en caso de tener el derecho contemplado en el artículo 522 del Código de Comercio?	43
8.6. Conclusión estudio de verificación	44

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## Glosario

**ARRENDADOR O PROPIETARIO:** es el propietario del bien y por lo tanto, es quien se obliga a ceder el uso del inmueble ya sea en propiedad horizontal o privada, por eso, esta persona ofrece en arriendo aquello que le pertenece. También se define como una persona jurídica o natural propietaria del bien que se alquila o arrienda en favor de la otra parte que es el arrendatario.

**ARRENDATARIO:** el arrendatario es la persona que adquiere el derecho a usar un activo, a cambio del pago de un canon o remuneración. Se define también como una persona natural o jurídica que alquila o arrienda un bien.

**CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA:** es una forma dada de presentar un comportamiento social económico de una población, sector o territorio en un marco geográfico determinado.

**COSTUMBRE MERCANTIL:** es el conjunto de prácticas realizadas por los comerciantes de manera uniforme, reiterada y pública, que pueden adquirir la misma autoridad que la ley comercial.

**ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO:** la definición del concepto de establecimiento de comercio se encuentra en el artículo 515 del código de comercio colombiano, que dice: «Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.»

**ESTUDIO DE VERIFICACIÓN:** hace referencia a que cierta información que se esté dando como práctica o actividad dentro de un contexto, sector, gremio, asociación o grupo sea cierta o no, para esto se debe confirmar con un levantamiento de evidencia y con algunas fuentes jurídicas, administrativas, sociales y económicas, mediante el análisis hacer que coincidan con el cumplimiento de normas y requisitos podrá ser reconocida y aprobada.

**LOCAL COMERCIAL:** es el espacio físico donde funciona el establecimiento de comercio, donde se ofrecen los productos o servicios al público de acuerdo a la actividad comercial del establecimiento de comercio.

**PRIMA DE INDEMNIZACIÓN:** se denomina prima de indemnización a una compensación económica que recibe una persona como consecuencia de haber recibido un perjuicio de índole laboral, moral, económica, etc.



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## **Introducción**

Se desarrolló esta actividad de gestión, indagación, análisis y verificación para entregar un resultado final de investigación realizada por la Cámara de Comercio de Duitama para este año 2020, con el propósito de establecer si la práctica comercial SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO, siempre y cuando haya cumplido con los requisitos establecidos por el Código de Comercio y sus variables de validación como son: Legalidad, Uniformidad, Reiteración, Vigencia y Publicidad y éstas den una calificación afirmativa igual o superior al 70%.

En la primera parte del documento se identifica, los antecedentes que hacen referencia a los diferentes estudios de verificación mercantil que en los últimos tiempos de esta década ha venido realizando la Cámara de Comercio de Duitama, algunos han quedado simplemente en la indagación, caracterización, verificación ya que no cumplieron con el objetivo principal de aprobación según los parámetros del artículo 86 del Código de Comercio y otros de ellos que si cumplieron con el proceso completo hasta ser certificados como una Costumbre Mercantil por parte de su Junta Directiva. De igual manera se describe un estado de arte de los diferentes estudios de verificación que en el último tiempo han realizado algunas Cámaras de Comercio del país.

En segundo término, se fundamenta el variado articulado comercial que permite establecer la normatividad para que las Cámaras de Comercio de Colombia puedan determinar si una práctica comercial tiene la oportunidad siempre y cuando cumpla con los lineamientos que regula el Código de Comercio ser certificada como una costumbre mercantil por parte de sus juntas directivas. Para este caso en estudio se hace particularidad de la regulación comercial que tiene que ver con el derecho y la obligación tanto por el arrendatario como por el propietario de un local comercial reconocerle el pago de una prima de indemnización cuando una nueva actividad comercial en el local es de igual objeto social del antiguo establecimiento de comercio que ha venido funcionando allí.

En tercer orden, se describe la ficha técnica del estudio de verificación, en ella se detalla lo que tiene que ver con el objetivo general, los objetivos específicos, el universo total de los establecimientos comerciales para su caracterización socioeconómica y verificación de la práctica comercial que se hace mención en el documento, el dominio geográfico que refiere a la cantidad de establecimientos comerciales escogidos para el estudio, la caracterización de la muestra que es el número de establecimientos comerciales a los cuales se les aplicó la encuesta tipo test para comprobar si la práctica comercial titulada

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

en este documento pudo cumplir con los lineamientos de aprobación según el artículo 86 del Código de Comercio para ser certificada como costumbre mercantil. Por último, en esta parte mencionar el tiempo cronológico en la cual se cumplió con la recolección de la encuesta tipo test entrevista que se realizó con los establecimientos comerciales.

Como cuarto capítulo, se tiene las generalidades que no es otra cosa referente al tema central marco teórico denominado la Costumbre Mercantil, haciendo una reseña de su origen, concepto o definición, las funciones que cumple en la regulación comercial las clases de Costumbre Mercantil que se dan en el universo de la actividad mercantil, exactamente cuál es el procedimiento para poder que una Cámara de Comercio certifique una práctica comercial como Costumbre Mercantil.

Para la caracterización socioeconómica de los establecimientos comerciales, se determinó verificar cuál es el comportamiento actual del funcionamiento de ellos por la situación de salubridad que viene afectando el mundo entero, sabiendo ya que se está en una situación bastante difícil no boyante por parte de los comerciantes que para algunos casos los puede estar llevando a la liquidación total, cierre parcial, sobrevivencia, cambio de actividad o permanencia limitada del negocio como tal. En ella se destaca dar una denominación grupal perfilada según la denominación de su actividad comercial, por el número tan alto de variadas actividades comerciales con el propósito de establecer un perfil aproximado de los establecimientos comerciales.



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## **1. Antecedentes**

La Cámara de Comercio de Duitama -CCD- despierta el interés por realizar estudios de verificación con el propósito de mirar la oportunidad de ser certificados como costumbre mercantil como fuente de derecho en la actividad comercial.

En el año 2012, se lleva a cabo el estudio de verificación "DEMANDA Y OFERTA DE LOS CANONES DE ARRENDAMIENTO PARA LOCALES COMERCIALES EN LOS MUNICIPIOS DE DUITAMA Y PAIPA".

En el año 2015, la Cámara de Comercio de Duitama -CCD- ve viable realizar el estudio de verificación denominado "SI LA PRÁCTICA COMERCIAL LOGÍSTICA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR DE CARGA CUMPLE PARA SER CERTIFICARSE COMO COSTUMBRE MERCANTIL".

En el año 2016, se da visto bueno por parte de la entidad corporativa mercantil, llevar a cabo el estudio de verificación que se llamó "EN LA PRÁCTICA COMERCIAL DE LA COMPRAVENTA DE BIENES INMUEBLES ¿QUIÉN ASUME EL PAGO DE LOS GASTOS NOTARIALES EN LOS MUNICIPIOS DE DUITAMA Y PAIPA? Y SI SE PUEDE SER CERTIFICADA COMO COSTUMBRE MERCANTIL".

En el año 2017, las directivas de la Cámara de Comercio -CCD- en cabeza de su Presidencia Ejecutiva acceden realizar el estudio de verificación identificado como "SI LA PRÁCTICA COMERCIAL CONTRATO DE COMPRAVENTA POR EL SISTEMA DEL PLAN SEPAE, PUEDE SER CERTIFICADA COMO UNA COSTUMBRE MERCANTIL".

En el año 2018, se escoge la práctica comercial "ESTUDIO DE VERIFICACIÓN DE LAS ACCIONES QUE SE DESPRENDEN DEL DESISTIMIENTO DEL PASAJERO EN EL CONTRATO DE TRANSPORTE TERRESTRE EN LA NUEVA TERMINAL DE PASAJEROS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA Y EL MUNICIPIO DE PAIPA", y su validación como costumbre mercantil.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## 2. Estado de arte

La Cámara de Comercio de Bogotá en su información de estudios económicos, tomando como fuente su portal web <https://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Costumbre-Mercantil/Listado-de-Costumbres-Mercantiles> ha certificado las siguientes prácticas comerciales como costumbres mercantiles que cumplan la condición de igual o cercanía a la temática de este estudio:

- Comisión por intermediación en el arrendamiento de locales comerciales cuando se entrega en administración el bien inmueble.
- Pago de los cánones de arrendamiento de los locales comerciales.
- Comisión por intermediación en el arrendamiento de locales comerciales cuando no se entrega en administración el bien inmueble.
- Derechos de los comerciantes que explotan zonas comunes de los centros comerciales.
- Obligaciones de los comerciantes que explotan zonas comunes de los centros comerciales.
- Aviso de traslado.
- La página web o el sitio de internet hace parte del establecimiento de comercio.

La Cámara de Comercio de Cúcuta en su información de estudios económicos, tomando como fuente su portal web <http://www.cccucuta.org.co/noticias-7-m/927-costumbres-mercantiles.htm> ha certificado las siguientes prácticas comerciales como costumbres mercantiles que cumplan la condición de igual o cercanía a la temática de este estudio:

- En Cúcuta 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.
- En Cúcuta es Costumbre Mercantil que el incremento del canon de arrendamiento de los locales comerciales sea un porcentaje menor o igual al IPC.
- En Cúcuta es Costumbre Mercantil entre los arrendatarios de los locales comerciales pagar los cánones de arrendamiento por mensualidades anticipadas durante los cinco (5) primeros días comunes de cada mes.

La Cámara de Comercio del Casanare en su información de estudios económicos, tomando como fuente su portal web <https://www.cccasanare.co/wp-content/uploads/2016/06/Costumbre-Mercantil-Locales-Comerciales.pdf>

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

ha certificado las siguientes prácticas comerciales como costumbres mercantiles que cumplan la condición de igual o cercanía a la temática de este estudio:

-La Costumbre Mercantil del arrendamiento de locales comerciales en el Casanare.

La Cámara de Comercio de Honda en su información de estudios económicos, tomando como fuente su portal web <https://www.camarahonda.org.co/costumbre-mercantil/> ha certificado las siguientes prácticas comerciales como costumbres mercantiles que cumplan la condición de igual o cercanía a la temática de este estudio:

-Es costumbre mercantil en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Honda, entre los arrendatarios de locales comerciales pagar los cánones de arrendamiento por mensualidades anticipadas durante los cinco (5) primeros días comunes de cada mes.

La Cámara de Comercio de Cali en su información de estudios económicos, tomando como fuente su portal web <https://www.ccc.org.co/programas-y-servicios-empresariales/costumbre-mercantil/documentos-de-consulta/> ha certificado las siguientes prácticas comerciales como costumbres mercantiles que cumplan la condición de igual o cercanía a la temática de este estudio:

-Cobro de prima por cesión de locales comerciales. En Cali es costumbre mercantil cobrar prima por cesión de locales comerciales.

-Pago de prima por cesión de local donde opera un establecimiento de comercio. Es costumbre mercantil el pago de prima a quien cede el local que ocupa con un establecimiento de comercio.

La Cámara de Comercio de Sogamoso en su información de estudios económicos, tomando como fuente su portal web [https://camarasogamoso.org/wp-content/uploads/2017/09/COSTUMBRE\\_MERCANTIL\\_2010.pdf](https://camarasogamoso.org/wp-content/uploads/2017/09/COSTUMBRE_MERCANTIL_2010.pdf)

- En Sogamoso- Boyacá existe la costumbre mercantil entre los arrendatarios de locales comerciales de pagar los cánones de arrendamiento por mensualidades anticipadas durante los diez (10) primeros días comunes de cada mes.

- En el contrato de corretaje para la celebración del arrendamiento de locales comerciales, que el propietario o arrendador del 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.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

### **3. Fundamento jurídico**

Que el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio, el numeral 4 del decreto 2042 de 2014 y ahora el artículo 2.2.2.38.1.4. del decreto 1074 de 2015 numeral 4, le ordena a las Cámaras de Comercio la función de recopilar y certificar costumbres mercantiles mediante investigación realizada dentro de su propia jurisdicción, las cuales tendrán por objeto establecer si las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se oponga a las normas legales vigentes.

En concordancia con lo anterior, la Cámara de Comercio de Duitama -CCD- procede a realizar el estudio de verificación definitivo en los siguientes términos: Se validará que la práctica objeto de investigación: a) no esté regulada, b) que sea legal, c) que sea una práctica o actividad comercial, d) que su certificación genere efectos jurídicos, e) que posea alto impacto, y con base en lo anterior, se define el sector económico al que pertenece, así como el grupo objetivo para la aplicación de la encuesta, su análisis y verificación respectiva.

Que según el artículo 3 del Código de Comercio la costumbre mercantil tiene los mismos efectos de autoridad que la ley comercial, siempre que no contravenga manifiestamente la ley. Para adquirir dichos efectos, la costumbre debe reunir los elementos de ser una práctica pública, uniforme y reiterada, lo cual debe obedecer consecuentemente a un esfuerzo probatorio que indique que esa práctica es de tal talante para adquirir los efectos mismos de la ley comercial.

Que la costumbre mercantil debe cumplir tres funciones principales, a saber: i) La interpretativa, tal como está establecido en el artículo 5 del Código de Comercio., determinada como aquella que busca precisar el sentido de las palabras o frases técnicas usuales que se emplean en el intercambio comercial, así como para interpretar los actos y convenios mercantiles; ii) la integradora, como complemento de las normas jurídicas dictadas por el legislador, es decir, cuando el mismo legislador la invoca y eleva a categoría de preceptos obligatorios; y, iii) la función de colmar las lagunas de la ley, también llamada creativa o normativa, cuando a falta de norma expresa o aplicable por analogía o de estipulaciones contractuales, surgen como reglas de derecho en los casos previstos por el artículo 3 del Código de Comercio.

Que el artículo 522 del Código de Comercio establece que «si el propietario no da a los locales el destino indicado o no da principio a las obras dentro de los tres meses siguientes a la fecha de la entrega, deberá indemnizar al arrendatario los perjuicios causados, según estimación de peritos. Igual indemnización deberá pagarle si en esos mismos casos arrienda los locales, o los utiliza para establecimientos de comercio en que se desarrollen actividades similares a las que tenía el arrendatario.»

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

En la estimación de los perjuicios se incluirán, además del lucro cesante sufrido por el comerciante, los gastos indispensables para la nueva instalación, las indemnizaciones de los trabajadores despedidos con ocasión de la clausura o traslado del establecimiento y el valor actual de las mejoras necesarias y útiles que hubiere hecho en los locales entregados. El derecho de indemnización surge por varios factores, el primer factor por mora en su entrega, sino proviene de fuerza mayor o caso fortuito, el segundo factor es por perturbación y este se da cuando el arrendatario es turbado en su goce por el arrendador o por cualquiera persona a quien éste pueda vedarlo, tendrá derecho a indemnización de perjuicios, tal como lo menciona el artículo 1987 del Código de Procedimiento Civil, el tercer factor se da por vicios de la cosa cuando claro esta si esta causa es anterior al contrato, si el vicio era conocido del arrendador al tiempo del contrato, o si era tal que el arrendador debiera por los antecedentes preverlo, o por su profesión conocerlo, se incluirá en este caso la indemnización de lucro cesante.

El cuarto factor de indemnización por parte del arrendador al arrendatario se da cuando existe una perturbación por terceros, según, el artículo 1988 del Código Civil, si la causa debió ser conocida por el arrendador al tiempo del contrato, pero no lo fue del arrendatario. Habrá indemnización de perjuicios tasada por peritos si luego de restituido el local, el arrendador no inicia las obras que prometió, no da el destino indicado dentro de los tres meses siguientes a la fecha de entrega o si arrienda los locales o los utiliza para establecimientos que realicen actividades similares a las que tenía el antiguo arrendador.

Para la exigencia de la indemnización se debe presentar demanda ante un juez, quien en cooperación con los peritos judiciales, determinará el valor de los perjuicios causados, entre los que se debe considerar el lucro cesante, los gastos en que incurrió por el traslado a nuevas instalaciones, las indemnizaciones que haya pagado a trabajadores por dicho traslado o cierre del establecimiento comercial, incluso la solicitud del reembolso de las mejoras que el comerciante había realizado en dicho inmueble arrendado. *Artículo 522 del Código de Comercio.*

Es determinante para este estudio de verificación establecer la siguiente interpretación comercial referente a local comercial y establecimiento de comercio «El establecimiento de comercio y el local comercial son dos figuras que en sustancia son diferentes. Sin embargo, es necesario tener en cuenta la finalidad que persiguen, pues los conceptos pueden dar lugar a confusión, ha precisado la Superintendencia de Sociedades. *Concepto 220-81958 de abril 18 de 2017.*

Como ya se ha descrito en este documento en la parte del glosario el establecimiento de comercio definido por Código de Comercio es “Un conjunto de bienes organizados por parte de un empresario o comerciante para realizar fines de una actividad comercial”.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

De ahí que esta prestación mercantil es determinada como una unidad económica que no se limita a identificar un bien tangible o intangible de propiedad del comerciante sino de todos aquellos que este tenga destinados para el funcionamiento de su actividad. *Artículo 516 del Código de Comercio*. El establecimiento de comercio y el local comercial son dos figuras que en sustancia son diferentes. En términos generales, el local comercial es el espacio físico donde se ofrecen bienes y servicios, mientras que el establecimiento de comercio está conformado por las cosas, objetos y bienes utilizados para realizar la actividad comercial. [www.asuntoslegales.com.co](http://www.asuntoslegales.com.co)

El artículo 516 del Código de Comercio establece cuáles son los elementos que forman parte del establecimiento de comercio:

- El nombre comercial, las marcas de los productos y de servicios.
- Los derechos del empresario o comerciante sobre las invenciones o creaciones industriales o artísticas que se utilicen en las actividades del establecimiento.
- Las mercancías en almacén o en proceso de elaboración, los créditos o los demás valores similares.
- El mobiliario y las instalaciones.
- Los contratos de arrendamiento, y en caso de enajenación, el derecho al arrendamiento de los locales en que funciona si son propiedad del empresario, y las indemnizaciones que, conforme a la ley, tenga el arrendatario.
- El derecho a impedir la desviación de la clientela y la protección de la fama comercial, y
- Los derechos y obligaciones mercantiles derivados de las actividades propias del establecimiento, siempre que no provengan de contratos celebrados exclusivamente en consideración al titular de dicho establecimiento.

Todo está dentro del establecimiento de comercio, pero el establecimiento de comercio puede ser trasladado a otro local comercial, mientras que el local comercial no puede ser trasladado. En un local comercial puede funcionar más de un establecimiento de comercio, a la vez que un establecimiento puede funcionar en dos locales comerciales distintos, como cuando se arriendan dos locales y estos se unen físicamente, pero jurídicamente los dos locales son independientes, y de hecho pueden pertenecer a dueños diferentes. El local comercial es jurídicamente independiente en la medida en que tiene su propia matrícula inmobiliaria, y el establecimiento de comercio lo que tiene es su propia matrícula mercantil. [www.gerencia.com](http://www.gerencia.com)

La normatividad aplicable para el arrendamiento del local comercial se encuentra aplicable a partir del artículo 518 del Código de Comercio, contrato que se caracteriza por ser de naturaleza consensual y conlleva elementos como el derecho de renovación y preferencia, indemnización a cargo del arrendador, limitaciones para el subarriendo o cesión del contrato. Por otro lado, el arrendamiento del establecimiento de comercio es un contrato solemne, que se debe constar en un documento privado o escritura pública para su existencia y debe ser registrado en la Cámara de Comercio local, con el fin de cumplir con la responsabilidad del registro mercantil y sus obligaciones contempladas en el Código de Comercio. [www.asuntoslegales.com.co](http://www.asuntoslegales.com.co)



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

#### 4. Ficha Técnica

**Objetivo General:** Realizar el estudio de verificación con el ánimo de identificar si es costumbre mercantil que exista un acuerdo entre el propietario del local comercial y el nuevo arrendatario, consistente en que este último le pague al antiguo, una prima equivalente a la indemnización que tendría que pagar el propietario por arrendar el local para desarrollar la misma actividad comercial que estaba ejecutando el antiguo arrendatario.

**Objetivos específicos:** 1. Establecer constatación mediante la base de datos, del número total de establecimientos renovados en el año 2020, cuántos de ellos cumplen con el requerimiento que sean arrendados en primer orden y que estén realizando actividad comercial vigente.

2. Realizar una caracterización socioeconómica actual de los establecimientos comerciales determinados para el estudio de verificación.

3. Diseñar y validar el tipo de cuestionario y encuesta que se les aplicará a los establecimientos de comercio que cumplan con los requerimientos para realizar el estudio de verificación.

4. Verificar si la costumbre mercantil cumple con los criterios de uniformidad, reiteración, obligatoriedad, vigencia y publicidad, para su certificación como costumbre mercantil.

5. Determinar el porcentaje o valor de la prima que el propietario reconoce al antiguo arrendatario porque se coloque la misma actividad mercantil en el establecimiento de comercio. el plazo para el pago de dicha prima.

6. Validar la práctica comercial si cumple con los requerimientos para ser validada como costumbre mercantil según Código de Comercio art. 86 que cumpla con la uniformidad, reiteración, publicidad, vigencia, obligatoriedad, esté dentro de la ley con un porcentaje equivalente o superior al 70%.

**Metodología:** El proceso metodológico para investigación y certificación de la costumbre mercantil se inició con la determinación de su viabilidad jurídica. En una siguiente fase se identificó las necesidades de información a través de la recolección de las bases de datos de los establecimientos de comercio que pertenecen a la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Duitama y que cumplieren con el objetivo de la verificación. Para lo anterior en primer orden se le solicitó a la Cámara de Comercio de Duitama facilitar archivo base de datos de los establecimientos comerciales renovados en el año 2020, esto con el propósito de dar cumplimiento al primer objetivo específico.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

La compilación de la información se realizó mediante una aplicación del tipo test encuesta personal que se pudo aplicar a una muestra representativa del número total de los establecimientos de comercio.

**Dominio geográfico:** La encuesta fue la herramienta metodológica mediante la cual se buscó verificar si la practica estudiada reunió los requisitos exigidos por el código de comercio para que una costumbre mercantil sea validada: uniformidad, reiteración, obligatoriedad vigencia y publicidad entre otras. La metodología que adoptó la Cámara de Comercio de Duitama exigió que las preguntas relacionadas con los requisitos de la Costumbre Mercantil (uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia), si arrojaron un porcentaje mínimo o superior al 70% de respuestas afirmativas. *Artículo 86 del Código de Comercio.*

**Caracterización de la muestra:** Método de investigación: Muestreo Aleatorio Simple  
Metodología utilizada: encuesta estructurada con aplicación personal.  
Tamaño de población: Finita (Total Establecimientos Comerciales).  
Población seleccionada: Promedio número de establecimientos comerciales  
Metodología utilizada: Encuesta personal

El número universal poblacional de establecimientos de Comercio determinados para el estudio de verificación basados en la renovación 2020 ha sido de 7071 establecimientos. *Base de datos suministrada por la Cámara de Comercio de Duitama 2020.*

Estableciendo el promedio de la muestra, se utiliza la fórmula estadística de población finita

Parámetro	Insertar Valor
<b>N</b>	7.071
<b>Z</b>	1,960
<b>P</b>	50,00%
<b>Q</b>	50,00%
<b>e</b>	3,00%

**n**= Tamaño de la muestra buscado  
**N**= Tamaño de la población o universo  
**Z**= Parámetro estadístico llamado nivel de confianza  
**e**= Error de estimación máximo aceptado  
**p**= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)  
**q**= Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (fracaso)

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q} \quad n = 927,30$$

**n**= 927 número de encuestas aplicadas

**Periodo de recolección levantamiento de la información:** Octubre, noviembre y diciembre de 2020

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## 5. La Costumbre Mercantil

La doctrina presenta varias definiciones acerca de la Costumbre mercantil:

“Es aquella que tiene validez general porque es practicada por una colectividad con la convicción de que es obligatoria, permanente e independiente de la voluntad de los contratantes”. Cadena, Walter René (2004). *Nueva Lex mercatoria, la transnacionalización del derecho*. Universidad Libre, Bogotá P.89.

“Regla jurídica establecida espontáneamente por el grupo social sin intervención del poder público, constituida por una pluralidad de prácticas repetidas, constantes, públicas y uniformes, cuya vigencia emana del continuado ejercicio por parte de los miembros del grupo social donde opera; es, simplemente, el derecho que naturalmente nace y se forma a través del hábito.” Ramírez González, Augusto (1998). *Introducción al Derecho*. Tercera Edición. Ediciones Librería del profesional, Bogotá. P.102.

La costumbre jurídicamente se puede definir como: “La repetición de una determinada conducta, realizada por la generalidad de los miembros de un grupo social, de manera constante y uniforme; es pues, una conducta implantada en una colectividad y considerada por esta como jurídicamente obligatoria”. Atshan-Rubiano, G. M. (2015). *La Costumbre Mercantil Nacional*. Cámara de Comercio de Bogotá.

“Es aquella que tiene validez general porque es practicada por una colectividad con la convicción de que es obligatoria, permanente e independiente de la voluntad de los contratantes”. Cadena, Walter René (2004). *Nueva Lex Mercatoria, la Transnacionalización del derecho*. Universidad Libre, Bogotá p.89

El ordenamiento jurídico colombiano, específicamente el Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) en su Artículo 3, define a la Costumbre de la siguiente manera:

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” (p. 1).

En términos generales, la costumbre se considera una práctica o comportamiento social que se repite durante un periodo con características de generalidad, uniformidad, constancia, reiteración y publicidad que puede tener relevancia en el mundo del derecho y dar lugar a reglas de comportamiento con la connotación de normas jurídicas.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## **5.1. Origen de la Costumbre Mercantil**

Algunos autores explican su origen en la lucha entablada para lograr la libertad y otros, cuando un grupo de hombres sobre la tierra con necesidades biológicas, al intentar cumplirlas, debió cuidarse de no perjudicar a los demás y en ese respeto y cuidado se encuentra la explicación del sentimiento de justicia que conformó el derecho.

Para dar comienzo a esta reseña histórica, es necesario mencionar que la costumbre siempre ha estado presente en toda clase de comunidad y organización social. *Ascarelli, T (1964). Iniciación al estudio del Derecho Mercantil. Barcelona: Bosch.* desde la época primitiva hasta el día de hoy Siglo XXI. *Medina Vergara, J. (2013). Derecho Comercial. Parte General. 5ª Edición. Bogotá: Temis.*

Sus inicios provienen del Derecho Romano, quien la institucionalizó como fuente de derecho, a pesar de existir la conciencia de la importancia de un ordenamiento jurídico en toda sociedad política y económicamente organizada; finalmente la sociedad Romana vivió sin la necesidad de poseer un Derecho Escrito, durante más de medio milenio, hasta que apareció la primera Ley Escrita. *Ascarelli, T (1964). Iniciación al estudio del Derecho Mercantil. Barcelona: Bosch.*

Es claro entonces que la primera fuente del Derecho fue la Costumbre, que con el paso del tiempo ha ido perdiendo importancia, como consecuencia de ello el Derecho Positivo ha tomado bastante relevancia hasta llegar a ser la Ley la principal fuente de Derecho. *Noguera Laborde, R. (2010). Introducción general al derecho. 4ª Edición. Bogotá D.C. Universidad Sergio Arboleda.*

En todo caso la costumbre aún no ha perdido del todo su importancia, recordando en primera medida que las leyes primero fueron costumbres, que con el paso del tiempo pasaron a ser transcritas en legal forma, tanto es así que en la época feudal desapareció la Ley y los pueblos retomaron las costumbres, pero por seguridad nuevamente se volvió a retomar el Derecho Escrito.

## **5.2. La Costumbre Mercantil como Fuente del Derecho Mercantil**

El reconocimiento de la costumbre como fuente formal del derecho ha llevado a sostener que el derecho no se agota en las normas legales, incluso que el derecho consuetudinario puede, en ciertas circunstancias derogar la ley.

En efecto, desde el punto de vista positivo, el sistema jurídico moderno se caracteriza por su articulación en torno a dos fuentes: por un lado la ley, y por otro la costumbre que ocupa un lugar subordinado, y aceptada en cuanto es reconocida por la misma ley.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

La función de la costumbre como fuente del derecho encuentra claro fundamento en los tratados internacionales sobre los derechos humanos como el Pacto Internacional de Derechos Políticos Civiles, probado por la ley 74 de 1968: "No podrá admitirse restricción o menoscabo alguno de ninguno de los derechos humanos fundamentales reconocidos o vigentes en un Estado parte en virtud de leyes, convenciones, reglamentos o costumbres, so pretexto de que el presente pacto no los reconoce o los reconoce en menor grado"<sup>4</sup> . Adicionalmente, el convenio 169 de la OIT, relativo a los pueblos indígenas, ratificado por la ley 21 de 1991, le otorga pleno valor normativo a la costumbre en el artículo 8º, que menciona que al aplicar la legislación nacional a los pueblos interesados deberá tomarse debidamente en consideración sus costumbres o su derecho consuetudinario.

### **5.3. Elementos de la Costumbre Mercantil**

#### **5.3.1. Según el Código de Comercio**

En los términos del artículo 3º del Código de Comercio, la práctica debe reunir las siguientes condiciones para que pueda considerarse como costumbre mercantil.

##### **La Uniformidad**

Atiende a que las prácticas que informan una determinada costumbre sean iguales, en razón de un proceder idéntico frente a determinada situación, sin que en su constante suceder se presenten omisiones o hechos contrarios, y lo que es más importante, que se haya creado y mantenido sin protesta formal de aquellos que hubiesen tenido interés en impugnarlo.

##### **La Reiteración**

Atinente a que las prácticas constitutivas de las costumbres deben ser reiteradas por un espacio de tiempo, es decir, deben tener una tradición y no pueden ser transitorias u ocasionales, pues a lo sumo podrían tenerse como usos comunes para efectos de determinar la voluntad de quienes los ejercieron en un momento dado. Dicho lapso de tiempo se ha dejado como facultad al intérprete de reconocerlo de acuerdo con su experiencia y recto juicio.

##### **La Publicidad**

La costumbre 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 ella, para que pueda ser aceptada como norma de derecho.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

Conforme a lo anterior, la publicidad se refiere al conocimiento que deben tener de la práctica mercantil respectiva los miembros del grupo o sector económico sujetos a ella, de manera que la existencia y vigencia de la costumbre no sea secreta sino ostensible. *Revista Cámara de Comercio de Bogotá, No.73, diciembre de 1989, p. 35.*

### **Que no sea contraria a la ley**

Se destaca la subordinación total de la costumbre a la ley en primer término, porque el artículo 1º del Código de Comercio dispone que la ley mercantil opera directamente y por analogía y en segundo lugar, porque en los casos expresamente regulados por la ley, ésta debe aplicarse, sin la posibilidad de que ninguna costumbre pueda "menoscabar su fuerza normativa, puesto que en el derecho escrito vigente no es dable esa posibilidad de que las costumbres deroguen las reglas de la ley escrita; y así es también como en los casos no regulados expresamente, pero semejantes a los que sí lo han sido, se aplica también la ley de forma "tácita" y se excluye la costumbre, que no puede contrariar la ley escrita, ni siquiera por oposición indirecta a aquellas normas que tácitamente o por extensión analógica rigen para los casos "Tácitos" o no expresos. *Cámara de Comercio Bogotá (1984). "La Costumbre Mercantil", Volumen 13. pp 14 y 15.*

### **5.3.2. Según la Doctrina**

Algunos autores consideran necesarios clasificar los elementos de la costumbre en dos grandes categorías:

#### **Elementos objetivos externos**

Dentro de la primera categoría, se mencionan los criterios de uniformidad, reiteración, publicidad, generalidad y que se trate de una materia mercantil.

No obstante, en esta categoría se incluye el requisito establecido por el artículo 13 de la ley 153 de 1887: "La costumbre, siendo general y conforme con la moral cristiana, constituye derecho, a falta de legislación positiva" La generalidad se define como el cumplimiento de la práctica por "todos o casi todos los que tengan motivo o posibilidad para realizarla" *Rocco, Alfredo (1960), Principios de Derecho Mercantil. Parte general. 10ª edición, Editora nacional, p.131.*, es decir, la costumbre en sí misma debe estar encaminada a producir situaciones generales, abstractas y permanentes.

#### **Elementos subjetivos o internos**

En la segunda categoría la mayoría de los autores se refieren exclusivamente a la "opinión juris", es decir, la conciencia que deben tener quienes practican la costumbre de estar



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

cumpliendo con una regla jurídicamente necesaria, lo que implica que la costumbre sea practicada consciente y deliberadamente por los miembros del grupo humano, de tal manera que se entienda jurídicamente obligatoria y por tanto distinta de la simple moda o uso social.

### **Funciones de la costumbre**

- Creadora o normativa
- Tiene validez generalizada y se acata con la convicción de que son reglas obligatorias.
- A falta de norma escrita se convierte en norma de derecho que suple la voluntad de los contratantes, aunque ignoren su existencia.
- Cuando la costumbre cumple los requisitos del Art.3C.Co. se aplica como regla de derecho a falta de norma mercantil expresa o aplicable por analogía.

### **5.4. Clasificaciones de la Costumbre Mercantil**

#### **5.4.1. Desde el punto de vista de su contenido:**

- **Contra Legem o costumbre opuesta a la Ley:** Generalmente no tiene ningún valor. No puede abrogar la Ley. La ley formalmente producida tiene un estatus superior.
- **Costumbre secundum legem o costumbre según la ley:** La regla de derecho está de acuerdo con la ley.
- **Costumbre praeter legem o costumbre que llena vacíos de la ley:** Prevé lo no previsto en ella.

#### **5.4.2. Según su ámbito de Aplicación:**

- **Costumbre Local.** Llamada también regional, es fruto de la experiencia en un sitio o zona geográfica determinada; tiene prelación sobre la costumbre general o nacional, en virtud del principio de la especialidad.
- **Costumbre Nacional.** O general, es la observada en todo o en gran parte del territorio nacional.
- **Costumbre internacional.** Aquella que se origina y acata en los negocios idénticos y sucesivos celebrados entre súbditos de Diversos Estados.
- **Costumbre Extranjera.** Aquella que se acata en parte o en todo el territorio de un Estado diferente a Colombia.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

#### **5.4.3. Desde el punto de vista interpretativo, integrador o creador:**

- **Costumbre Interpretativa o convencional.** Es aquella que fija el alcance de las estipulaciones contractuales no acordadas explícitamente; Supone una manifestación tácita de la voluntad. Surge únicamente entre los contratantes y por esa razón solo se aplica a ellos. Su función es interpretativa, por lo que ayuda a precisar el sentido de las palabras técnicas y procura el entendimiento de las cláusulas oscuras o dudosas.
- **Costumbre Integradora.** Opera como parte de la ley; ella, en lugar de proveer directamente, apela y convoca aquellas reglas de conducta mercantil sancionada en el seno del grupo y acatadas por este. Estos usos son obligatorios con independencia de la voluntad privada, por imponerlos la ley”.
- **Costumbre Creadora o Normativa.** Es aquella costumbre generalizada y se acata por un determinado conglomerado humano con la convicción de que son reglas obligatorias. A falta de norma escrita, se convierte en norma de derecho que suple la voluntad de los contratantes, aunque ignoren su existencia.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## **6. La Costumbre Mercantil y su prueba**

El destino del derecho legislado, como el de la costumbre en su condición de regla de derecho subsidiaria, es servir de soporte en la decisión que resuelve el conflicto de intereses sometido a una jurisdicción.

La norma formalmente producida no solamente está acompañada de una presunción formal de legitimidad, sino que se reviste de otras características de no menor importancia, como la presunción de su conocimiento por todos los sometidos a ella, la certeza de su existencia y la seguridad de su contenido. La costumbre por el contrario está acompañada del principio de la inseguridad en su contenido y en su existencia: no se puede olvidar su origen, una práctica reiterada en el tiempo dentro de un grupo social determinado, su existencia y su vigencia depende de las necesidades cambiantes del grupo social que la originó y la aplica.

Lo anterior hace necesario que deba formularse los siguientes problemas respecto a la costumbre en el ámbito probatorio: ¿que debe probar? y ¿cómo se debe probar? En estas condiciones, no hay duda de que lo que debe probarse es el hecho generador del cual se deduce la costumbre, pues siempre deberá invocarse por quién desee su aplicación y la invocación deberá hacerse probando la existencia y vigencia del hecho con base en el cual se realiza el juicio deductivo que concluye en la formulación del precepto, llamado Costumbre.

El segundo aspecto está delimitado en los art. 6º, 8º y 9º del Código de Comercio complementando al código de Procedimiento Civil artículo 189 que ordena que: "Los usos y costumbres aplicables conforme a la ley sustancial deberán acreditarse con documentos auténticos o con un conjunto de testimonios".

De acuerdo al Art. 190, ibídem, se establece que son documentos auténticos las sentencias judiciales y las certificaciones de las Cámaras de Comercio del lugar donde rija la costumbre que se pretenda invocar.

Acerca del conjunto de testimonios, el artículo 190 CPC se complementa con el Art. 6º del Código de Comercio; por tanto, los testimonios deberán ser por lo menos cinco y provenir de comerciantes inscritos en el registro mercantil. La norma en mención establece no solamente el número de comerciantes que deban testimoniar sobre la existencia del hecho generador del precepto consuetudinario, sino que señala un requisito a los deponentes: ellos deberán estar cumpliendo una de las obligaciones del comerciante (art.19 del C. de Co.): estar inscritos en el registro mercantil.

En el siguiente cuadro se establece la forma que se acredita o prueba la Costumbre Mercantil:

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

<b>Tipo de Costumbre</b>	<b>Prueba</b>	<b>Fundamento Jurídico</b>
Local	-Cinco testigos idóneos inscritos en el registro mercantil	Arts. del C.P.C y el 6 del C. Com.
	-Dos decisiones judiciales proferidas dentro de los cinco últimos años anteriores al diferendo, en donde se hubiere reconocido la costumbre que se pretende probar como un criterio valido de interpretación.	Art. 6 C. Co.
	-Certificado de la Cámara de Comercio del lugar donde rija la costumbre que se pretende probar.	Art. 86 numeral 5 C.Co.
Nacional	-Cinco testigos idóneos inscritos en el registro mercantil	Art. 6 del C.Com. y 190 del C.P.C.
	-Dos decisiones judiciales proferidas dentro de los cinco últimos años anteriores al diferendo, en donde se hubiere reconocido la costumbre que se pretende probar como un criterio valido de interpretación.	Arts. 190 del C.P.C y 6 del C.Com.
	-Certificado de la Federación de Cámaras de Comercio.	Art. 96 C. Co.
Extranjera	-Certificación del respectivo Cónsul colombiano, o en su defecto, el de una nación amiga. Dichos funcionarios antes de expedir la aludida certificación, deberán solicitar la constancia a la Cámara de Comercio local o de la entidad que hiciere sus veces.	Art. 8 del C.Co.
	-Certificación emitida por dos abogados del lugar en el que se pretende hacer valer la costumbre, de reconocida honorabilidad, especialistas en derecho comercial (soamente a falta de Cónsul colombiano o el de una nación amiga).	
Internacional	-Copia autentica, conforme al Código de Procedimiento Civil Colombiano, de la sentencia o laudo en la que una autoridad jurisdiccional internacional la hubiere reconocido, interpretado o aplicado (la costumbre que se pretende probar).	Art. 9 C.Co
	-Certificación autenticada de una entidad internacional idónea, que diere fe de la existencia de la respectiva costumbre.	

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

### ¿Cuáles son los requisitos para la declaración de una Costumbre Mercantil?

La Ley estableció que, para que una práctica sea considerada como Costumbre Mercantil debe cumplir ciertos requisitos. Esos requisitos se encuentran en el artículo 3º del Código de Comercio que señaló lo siguiente "La Costumbre Mercantil tendrá la misma autoridad que la Ley Comercial, siempre que no la contrarie 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 (...)".

**a. Legalidad.** Hay una subordinación total a la Ley por parte de la costumbre, esta no puede contrariarla.

**b. Publicidad.** La costumbre 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 ella para que pueda ser aceptada como norma de derecho.

**c. Uniformidad.** Las prácticas deben realizarse de la misma forma. La uniformidad se refiere a la manera como se lleva a cabo la práctica mercantil.

**d. Reiteración.** Los actos que forman la costumbre deben haberse repetido y practicado durante cierto tiempo, es decir no pueden ser transitorios u ocasionales.

**e. Obligatoriedad.** Elemento que hace referencia al convencimiento por parte de las personas que realizan determinada práctica de poder sustraerse a su cumplimiento, generando así una norma jurídica. La costumbre debe "considerarse" obligatoria para quienes la practican, es decir, la conciencia de estar trasgrediendo una norma jurídica cuando no se obra conforme a ella (la costumbre).

**f. Vigencia.** Hace referencia a la permanencia en el tiempo de la práctica realizada por los comerciantes. La obligatoriedad y la vigencia no son elementos establecidos en la ley como requisitos esenciales para la formación de la costumbre, sin embargo, la doctrina ha reconocido su importancia para que una Costumbre Mercantil sea declarada como tal.

### ¿Qué efectos tiene que una práctica sea reconocida como Costumbre Mercantil?

Para determinar los efectos jurídicos de la posible certificación de la costumbre, debe tenerse en cuenta que el artículo 3º del Código de Comercio equipara la Costumbre Mercantil a la ley comercial siempre y cuando cumpla con una serie de condiciones jurídicas y prácticas, que le permitan adquirir fuerza normativa.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

De esta manera, los efectos jurídicos de la Costumbre Mercantil pueden ser de tres clases: (1) interpretativos, aplicables entre los contratantes, y cuyo propósito es de aclarar una declaración de voluntad y fijar el alcance de las estipulaciones contractuales no acordadas explícitamente; (2) integradores, que completan las normas jurídicas; (3) normativos, que tienen validez generalizada y se acatan por un determinado sector y que, a falta de norma escrita se convierten en norma de derecho con fuerza obligatoria entre los contratantes.

### **¿Cuál es el Procedimiento para la certificación de la Costumbre Mercantil?**

1. Presentación de la solicitud por el interesado o a iniciativa de la Cámara de Comercio.
2. La Cámara de Comercio verifica que la práctica no se encuentre regulada en la ley, que no obedezca a una conducta ilegal y que sea una práctica que verse sobre materia mercantil.
3. Si es viable, se establece el universo de comerciantes donde se aplicaría esta Costumbre y la muestra representativa de la misma. Sobre esa muestra, se aplican encuestas telefónicas y/o personales para verificar que los comerciantes del sector en realidad realizan esa práctica y se cumplen los requisitos de publicidad, uniformidad, reiteración, vigencia y obligatoriedad.
4. Análisis y validación de las encuestas y elaboración de un análisis estadístico. Los criterios de aprobación mencionados anteriormente tienen que tener una aprobación mínima del 70% para poder considerarse como una Costumbre Mercantil.
5. Se presenta la Costumbre Mercantil a consideración de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio para su aprobación.
6. Una vez la Junta Directiva aprueba, la Cámara expide la certificación de la Costumbre a quien así lo solicite y la publica en su página web.
7. Una vez concluye el proceso de recopilación y de verificación, la Cámara de Comercio podrá expedir la certificación de la respectiva costumbre mercantil a cualquier persona que lo solicite sin ningún costo, mediante el diligenciamiento de un formulario dispuesto para tal fin, en donde se encuentren todas las costumbres actualmente certificadas y codificadas". *Cámara de Comercio de Bogotá. ABC de la Costumbre Mercantil. 2011. P.9.*



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## **7. CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES**

### **7.1. Contexto General**

Los establecimientos de comercio en Colombia tienen como característica principal, la atención personalizada, la atención a clientes fieles, los consumidores, los usuarios y público en general, que generalmente es a través de un mostrador o vitrina que no permite el acceso al interior del local, más ahora que por la situación actual de la pandemia, todos los que cumplen con medidas de bioseguridad, poseen una cinta amarilla tipo información de peligro de ingreso que hace que se marque más esta delimitación en cada uno de los establecimientos de comercio. En cambio en los establecimientos de comercio denominados tipo minimercado, maximercados, centro comercial entre otros lo hacen a través de la modalidad de autoservicio, donde los clientes, usuarios, público en general se les permite interactuar con los productos.

En la venta de libre servicio se diferencian distintos establecimientos minoristas como: autoservicios, supermercados, hipermercados, tiendas de descuento y tienda de conveniencia. Los autoservicios están formados por secciones con mostradores y aceptan la presencia de asesores. Su superficie de venta está comprendida entre los 40 y los 119 m<sup>2</sup> y generalmente cuentan con un solo punto de pago con caja registradora, ubicado a la salida del establecimiento. Presenta una gran preferencia por productos frescos y bebidas, sin hacer a un lado los productos no perecederos y algunas veces secciones de aseo, droguería, perfumería y congelados. Este establecimiento es una evolución de las tiendas tradicionales, las cuales se han modernizado, según las exigencias del mercado.

Los supermercados se distinguen por tener locales mucho más grandes que los autoservicios, más cajas registradoras y una suma mayor en ventas de productos de la canasta básica familiar comparadas con las de los autoservicios. De igual forma, este tipo de establecimientos tienen un portafolio mucho más amplio acompañado de secciones de ferretería, papelería, electrodomésticos, perfumería, vestuario, insumos para vivienda y tecnología. Los hipermercados presentan locales con áreas mayores en comparación a los supermercados y un surtido más amplio y profundo, también conocidos como grandes superficies son los establecimientos con mayor poder de negociación en el momento de ejecutar las compras con los proveedores como consecuencia de su nivel de venta.

Las tiendas de descuento tienen un surtido muy reducido pero de gran rotación, ya que ofrecen productos con precios muy ajustados a las necesidades del cliente, es decir, lo más bajo posible. Las tiendas de conveniencia tienen como principal característica la prestación del servicio las 24 horas del día, tienen precios de venta más elevados debido a la comodidad que ofrecen y se encuentran ubicadas generalmente en estaciones de gasolina y aeropuertos.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

Esta indagación se hace para cumplir con el objetivo de describir las características socioeconómicas de los establecimientos de comercio. Se hizo a partir de la aplicación de entrevista personal.

### 7.1.1. Caracterización de los Establecimientos de Comercio

Establecimiento de Comercio	Cantidad	Comercializadora de granos y productos de molino	15
Agroinsumos y veterinarias	116	Comercializadora de productos químicos	1
Alquiler de maquinaria	1	Comercializadora de reciclaje	2
Artículos para servicio de aseo y hogar	69	Comercializadora y agencia transporte de carga pesada	34
Asaderos	49	Comercio electrónico y digital	12
Aserrios	6	Comidas rápidas	179
Autolavado de motocicletas	1	Confección prendas de vestir	112
Autopartes motocicletas	43	Confecciones textiles	63
Autopartes para automóviles, camionetas y tractocamiones	217	Confitería	38
Avícolas	39	Consignataria de vehículos	19
Bares	4	Consignataria de motocicletas	4
Barberías	14	Consignataria financiera	2
Bicicleterías taller y reparación	28	Construcción edificación y obras civiles	75
Cacharrerías	24	Consultoría servicios especializados	30
Café y bar	51	Cristalerías	1
Cafeterías	208	Depósito y maderas	17
Carpinterías	26	Droguería y farmacia	154
Centros de apoyo diagnóstico e insumos médicos y ortopedia	16	Estación servicio suministro de combustible y lubricantes	16
Centros de diagnóstico automotor	4	Extracción de piedra arena arcilla común y yeso	3
Centros de educación formales	6	Ferretería	244
Centro de cosmetología y enseñanza	1	Fotografía diseño y publicidad	72
Centro de enseñanza automovilística	13	Floristería	27
Centros de educación no formales	15	Frutería	11
Centro empresarial y autoservicio	1	Heladerías	30
Chatarrerías	9	Hotel residencia y alojamiento	161
Cigarrerías	15	Inmobiliarias	31
Comercializadora de vehículos	1	Insumos para explotación minera	1
Comercializadora de alimentos	75	Insumos para jardinería	1
Comercializadora de bebidas no alcohólicas	1	Joyería y relojería	29
Comercializadora de finca raíz	1	Juegos de azar puntos de pago y apuestas	73
Comercializadora artículos de segunda	3	Juegos y sitios de esparcimiento	138
Comercializadora insumos y materiales arcillosos	3	Lavandería	15
Comercializadora de electrodomésticos	34	Lencería	9
Comercializadora de motocicletas	58	Librería y papelería	38
Comercializadora y distribución de productos cárnicos	196	Licoreras	60
Comercializadora de productos lácteos	47	Mecánica automotriz reparación insumos y taller	371
Comercializadora de bebidas alcohólicas	6	Reparación equipos de comunicación	1
Comercializadora de cosméticos y belleza	36	Reparación productos e insumos para fumigación	2

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

Establecimiento de Comercio	Cantidad	Servicios financieros y aseguradoras	5
Comercializadora de agua mineral	3	Servicios profesionales	19
Insumos para prevención de riesgos	1	Servicios profesionales y aseguradoras	31
Insumos para productos químicos	2	Supermercado y autoservicio	162
Insumos para materiales de desecho	1	Tecnología e insumos	94
Insumos para reparaciones sanitarias	7	Telecomunicaciones	82
Insumos para reparación de tapizados	2	Tienda de mascotas	17
Marmolerías	11	Tienda productos exóticos	8
Médica especializada apoyo y diagnóstico	98	Tienda ropa deportiva e insumos	35
Mecánica de motocicletas reparación insumos y taller	8	Tienda galería y artes plásticas	1
Miscelánea	114	Tienda naturista	30
Mueblerías	64	Tienda productos eróticos	1
Muebles y electrodomésticos	9	Tienda y artesanías	61
Muebles y tapizados	1	Variedades en cerámica y porcelana	4
Operador turístico y agencia de viaje	38	Variedades prendas de vestir y calzado	327
Organizaciones para eventos	103	Vidrierías	13
Panaderías	148	Viveres rancho abarrotes y licores	944
Pañaleras	12	Viveros	22
Papelería útiles y suministros	174	Transporte de pasajeros y agencia	3
Parqueadero y lavadero para vehículos	112		
Pastelerías	3		
Peluquerías y otros tratamientos de belleza	193		
Perfumerías	9		
Piñatería	3		
Planes póliza exequiales	1		
Remontadora de calzado	11		
Reparación de productos industriales y médicos	70		
Reparación insumos de seguridad industrial	5		
Reparación industrial para edificaciones	4		
Reparación insumos eléctricos	32		
Reparación insumos electrónicos	21		
Reparación insumos para maquinaria	17		
Reparación insumos para material reciclable	3		
Reparación insumos para productos mecanizados	6		
Reparación insumos para materiales metálicos	41		
Reparación insumos metalmecánicos	2		
Reparación insumos no metálicos	9		
Reparación insumos para ornamentación	14		
Reparación mantenimiento gestión del riesgo	5		
Restaurantes	238		
Salsamentarias	7		
Servicio de mensajería	32		
Servicios funerarios	5		
Servicio de apoyo y seguridad	2		
Servicio de avalúo y peritaje automotriz	1		
Servicio para realizar domicilios	15		
Servicios especializados	5		
Servicios especializados en movilidad y tránsito	2		
Servicios especializados industriales y montajes	1		
Servicios especializados para sistema de seguridad y protección social	2		
Servicios especializados prevención de riesgos	1		
Servicios financieros	16	<b>Total</b>	<b>7071</b>

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## **7.2. Análisis de la Caracterización Socioeconómica**

Es necesario hacer claridad en la necesidad de que se hizo un cálculo que permitió determinar el tamaño de la muestra para que este fuera confiable, al mismo tiempo para que no fuera indispensable un cubrimiento total de los establecimientos de comercio, puesto que sería dispendioso aplicar una encuesta personal tipo entrevista al total de los 7071 establecimientos registrados en la base de datos de la Cámara de Comercio de Duitama, teniendo en cuenta limitantes como la disposición total de desplazamiento por el tema de la salubridad del momento, la subcontratación de encuestadores para llevar a cabo el estudio de validación de la información, el tiempo de respuesta a la entrevista de cada establecimiento estuvo entre un espacio de tiempo alrededor de 15 minutos. El cálculo promedio de la muestra a dado como resultado 927 encuestas, en esta etapa de caracterización se contactó a 537 establecimientos de comercio.

En primer lugar, se identificaron las debilidades, destacándose las siguientes: un bajo porcentaje de no adquisición de créditos con entidades financieras, bajo nivel de escolaridad generalmente porque son atendidos en su mayoría por grupo familiar que prácticamente toda su vida viene trabajando en ello. No hay confianza en la preparación y conocimiento en un cambio a la facturación electrónica, se ha incrementado la falta de oportunidad de creación de empleo, en alto porcentaje la frecuencia de atención de abierto al público se ha limitado a medias jornadas o por espacio de horas, la alta resección económica tanto por los establecimientos de comercio y los consumidores han disminuido sus ventas en más de un 50%. Se destaca el alto cierre de establecimientos de comercio de manera temporal o en potencial a ser liquidados. La imagen equivocada que se sigue teniendo de la Cámara de Comercio lo que dificultó mucho el buen desarrollo del contacto entrevista. Por ahora no manera de evidencia responsablemente si todos ellos están cumpliendo las medidas de bioseguridad. Dentro de las fortalezas se manifiesta que en un alto porcentaje se han mantenido por el alto volumen de la fidelidad de sus clientes, el buen nombre del establecimiento y su imagen ante el público.

Se identificaron altamente las siguientes tipologías en los establecimientos de comercio: autopartes para automotores, víveres, rancho, abarrotes y licores que comprenden las tiendas de barrio, los autoservicios, los supermercados, los almacenes de cadena entre otros, las peluquerías y otros tratamientos de belleza, distribuidores de cárnicos, productos lácteos, cafeterías y panaderías.

Una característica en general de los establecimientos de comercio es que en su mayoría hay atención personalizada, que resultan de la relación personal con el propietario o empleado por parte de los clientes, consumidores, usuarios, aunque en minoría se tiene el caso contrario al "trato frío" que se tiene en otros canales de distribución modernos (supermercados), en los cuales la relación es más bien un proceso formal o "profesional".

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

En un 82% contactados los establecimientos de comercio se sitúan en el sector centro, como se puede observar los sectores que más destacan son los víveres, rancho, abarrotes y licores, las variedades de prendas de vestir y calzado, y viene un grupo que son los expendios de comidas como restaurantes, cafeterías, panaderías y sitios de venta de comidas rápidas. Más del 90% de los establecimientos de comercio han disminuido su promedio de ingresos que financieramente ha manifestado en un 50% menos. El 99% de ellos no han recibido ningún tipo de apoyo del Estado, gobierno, gobernación, alcaldía u otras entidades como personas jurídicas. En más del 80% los insumos para el negocio provienen de Bogotá, Tunja, Duitama, Sogamoso, Bucaramanga, Yopal y Cúcuta. Existe un porcentaje alrededor del 15% que hacen importaciones.

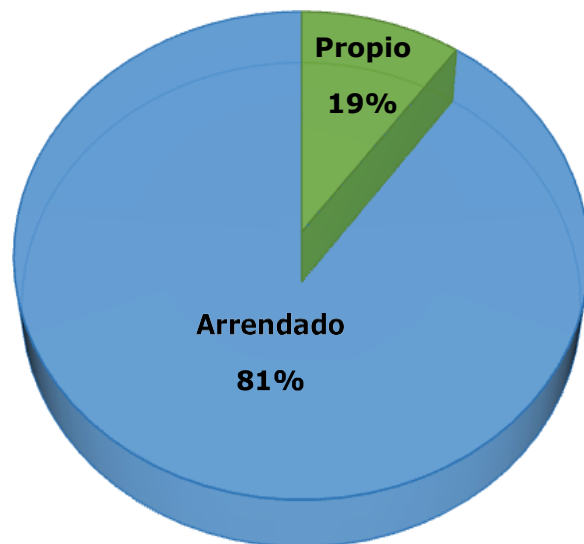
En este momento más del 60% de los negocios solo cuentan con uno o dos empleados, en su mayoría es el propietario, un integrante de la unidad familiar, personal de confianza de la propiedad. Algo significativo para el estudio es que se evidencia que un 84% de los establecimientos de comercio están en arriendo y solo un 16% son de propiedad. Esta evidencia es fundamental como uno de los requerimientos para el estudio de verificación. Se recolecto información primaria de 537 establecimientos comerciales, identificando puntos esenciales como su actividad económica, antigüedad en el mercado, comportamiento de ventas, estrategias comerciales entre otras. Para la caracterización socioeconómica se seleccionó la muestra de manera aleatoria al azar bajo la aplicación de fórmula en Microsoft Office Excel.

Los resultados y el análisis de las preguntas aplicadas para la caracterización socioeconómica fueron los siguientes:

### 7.2.1. ¿El local donde funciona el establecimiento de comercio es?

- a. Propio
- b. Arrendado

En el desarrollo de la entrevista evidencia que más del 80% de los establecimientos comerciales funcionan en locales arrendados. Existe una situación de cuidado en el momento ya que, por la situación actual de recesión en la economía, muchos de ellos ni siquiera están alcanzando el punto equilibrio financiero.

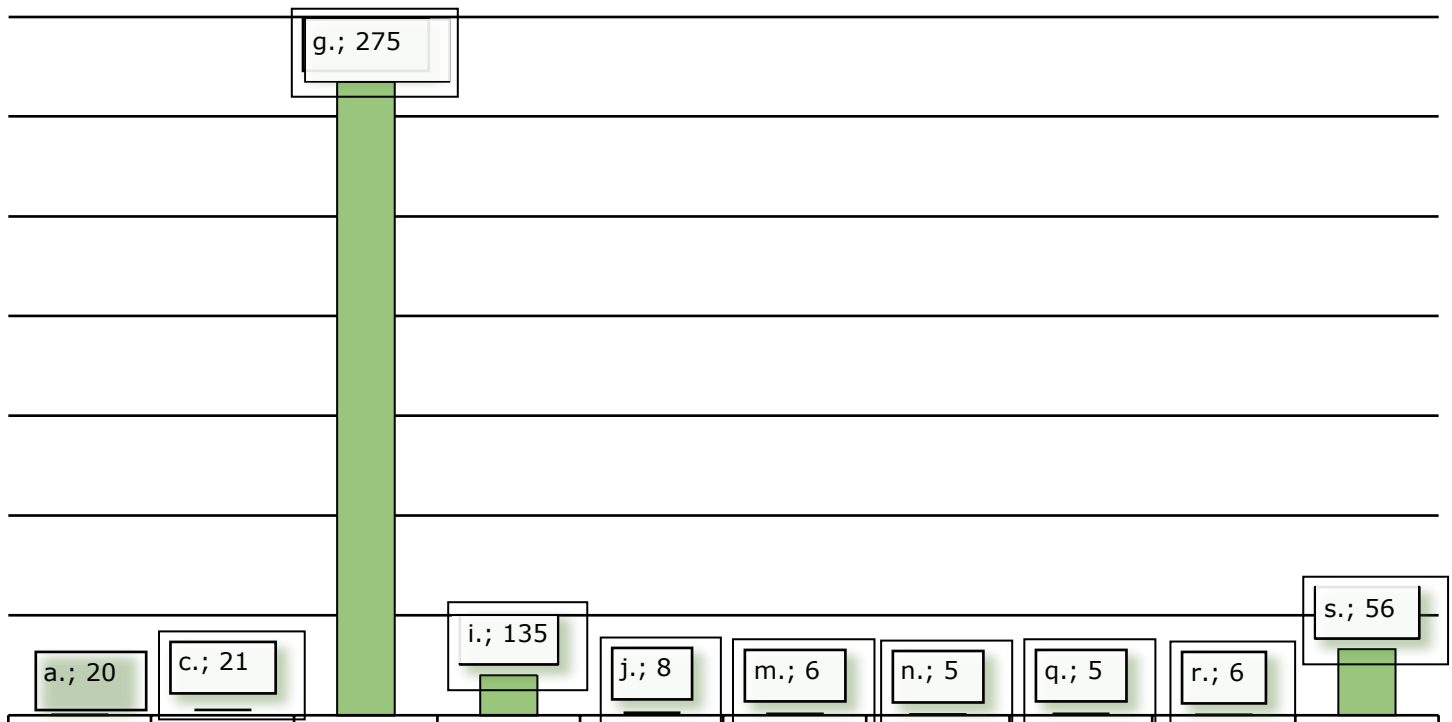


ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## 7.2.2. Actividad económica que desarrollan

En la pregunta se ofreció la alternativa de seleccionar entre 20 actividades económicas las cuales se describen a continuación, y así misma se gráfica adelante con la letra correspondiente.

- a. Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y pesca
- b. Explotación de minas y canteras
- c. Industria Manufacturera
- d. Suministro de Gas, Vapor y Aire acondicionado
- e. Distribución de agua, evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental
- f. Construcción
- g. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
- h. Transporte y almacenamiento
- i. Alojamiento y servicios de comida
- j. Información y comunicaciones
- k. Actividades financieras y de seguros
- l. Actividades inmobiliarias
- m. Actividades profesionales, científicas y técnicas
- n. Actividades de servicios administrativos de apoyo
- o. Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
- p. Educación
- q. Actividades de atención a la salud Humana y asistencia social
- r. Actividades artísticas, de entrenamiento y recreación
- s. Otras actividades de servicios
- t. Actividades de los hogares individuales en calidad de empleadores, actividades no diferenciadas de los hogares individuales como productores





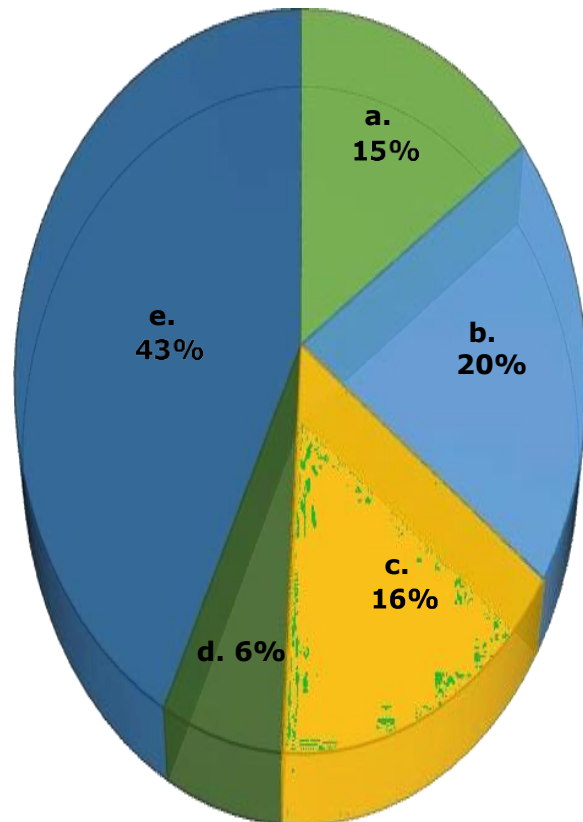
ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

De las 20 alternativas dadas sobre actividad económica, los establecimientos comerciales más encontrados en este sector eran relacionados con : agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; industria manufacturera; comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; alojamiento y servicios de comida; información y comunicaciones; actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades de servicios administrativos de apoyo; actividades de atención a la salud humana y asistencia social; actividades artísticas, de entrenamiento y recreación y otras actividades de servicios. Entre los cuales el mayor porcentaje encontrado corresponde 275 establecimientos dedicados al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas con el 83%, seguido por otras actividades de servicios con el 9% y por último alojamiento y servicios de comida con el 5%.

### 7.2.3. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollando su actividad comercial?

- a. Menos de un año
- b. Entre 1 año y 2 años
- c. Entre 3 años y 4 años
- d. 5 años
- e. Mas de 6 años

El 43% de los establecimientos comerciales entrevistados, manifestó que ejerce su actividad económica hace más de seis años, evidenciado la antigüedad de los negocios de la región; el 20% dijo estar en el mercado entre 1 y 2 años; mientras que el 16% lleva entre 3 y 4 años; un 15% son establecimientos relativamente nuevos, pues dicen llevar menos de 1 año en el mercado; por último, tan solo el 6% lleva 5 años ejerciendo su actividad económica.

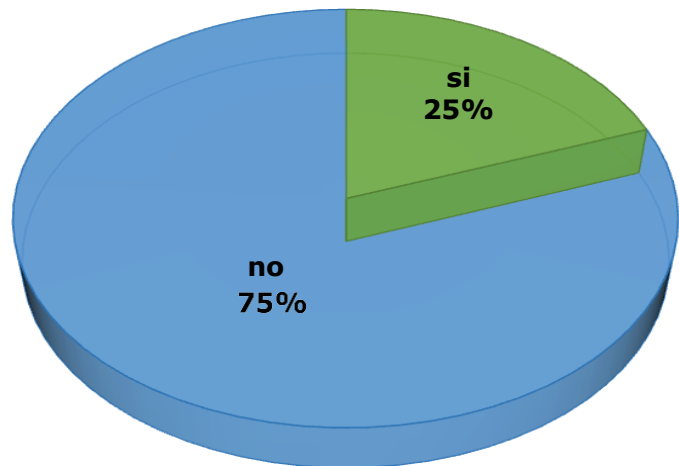


ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

#### 7.2.4. ¿Cuenta con otros puntos de venta?

- a. Si
- b. No

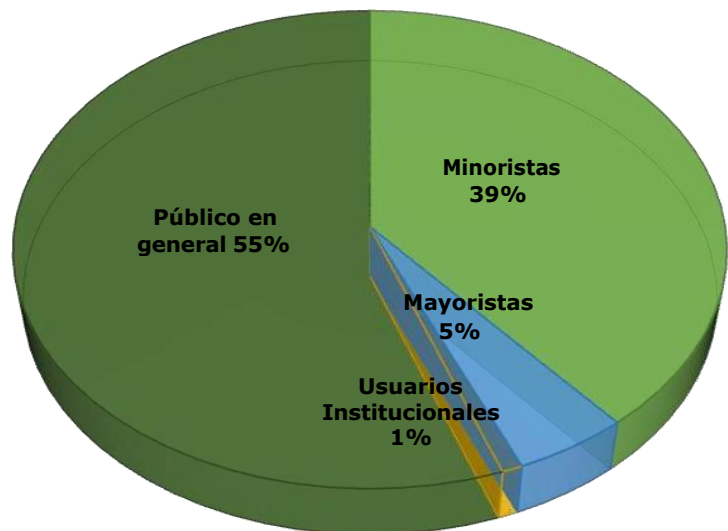
Tan solo el 25% de los establecimientos comerciales entrevistados cuentan con otro punto de venta. Algunos ubicados dentro de la misma ciudad u otra región. El 75% dijo no tener puntos de ventas adicionales a los que actualmente se encuentran.



#### 7.2.5. ¿Cuál es su tipo de cliente?

- a. Minoristas
- b. Mayoristas
- c. Usuarios institucionales
- d. Público en general

Para este punto se logró identificar que el 55% de los comerciantes venden sus mercancías al público en general (un consumidor final o usuario final; la persona que realmente utiliza o consume el producto)



El 39% lo hace a algún intermediario minoristas (ejemplo: para surtir tiendas), el 5% de los establecimientos realizan sus ventas a intermediarios mayoristas y tan solo el 1% tiene como clientes a usuarios institucionales (ejemplo: empresas).

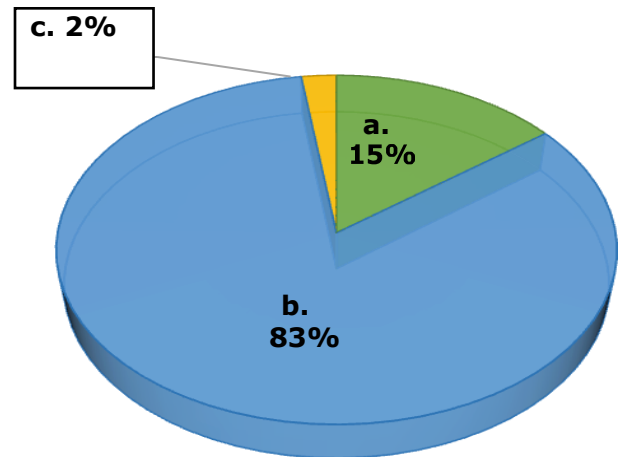
Se evidencia que 51 de los 537 establecimientos entrevistados tienen diferentes tipos de clientes, pues venden sus productos o mercancías tanto a consumidores finales como a intermediarios minoristas y mayoristas, (se identificaron algunas talabarterías, empresas dedicadas a la distribución, ferreterías, entre otros).

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

### 7.2.6. Durante los últimos diez (10) meses ¿Cómo ha sido el comportamiento de sus ventas?

- a. Permanecen constantes
- b. Han disminuido, ¿En qué porcentaje?
- c. Se han incrementado ¿En qué porcentaje?

De acuerdo a lo arrojado en el proceso se identifica que el 83% de los establecimientos comerciales de la región en estudio han manifestado que sus ventas durante los últimos 10 meses han disminuido; entre el 20 y 70 por ciento en promedio.

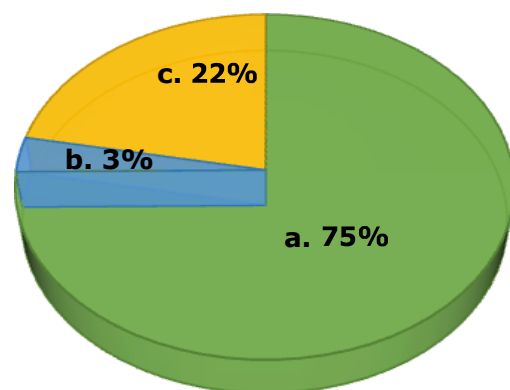


Ante la evidente baja en las ventas que existe en la actividad comercial de la región en estudio, los comerciantes identificaron diversos motivos por los cuales sus ventas se veían afectadas; la mayor parte del grupo entrevistado afirma que la situación económica actual del país es el mayor determinante en el cambio de sus ventas por la pandemia y la recesión económica, que es el problema raíz; sin embargo, también identifican que la aplicación de la medida del pico y placa poblacional ha sido otro detonante en el comportamiento a la baja de sus ventas. El 17% restante se divide en: 15% manifestaron que sus ventas permanecen constantes y tan solo un 2% dijeron que incrementaron, los cuales indicaron que porcentaje de crecimiento era muy pequeño el cual se encontraba entre el 10 y el 45 por ciento máximo.

### 7.2.7. Durante los últimos diez (10) meses, ¿el número de clientes que visitan su establecimiento de comercio, ha?

- a. Disminuido en qué porcentaje
- b. Aumentado en qué porcentaje
- c. Permanece igual

Al identificar el número de clientes que visitan los establecimientos comerciales, se determinó que el 75% de los negocios han manifestado que el flujo de clientes ha disminuido entre el 20 y el 70 por ciento, durante estos últimos diez (10) meses; mientras que el 25% restante se divide en: el 22% manifiesta que permanece igual y apenas el 3% dice que han incrementado en un pequeño número.

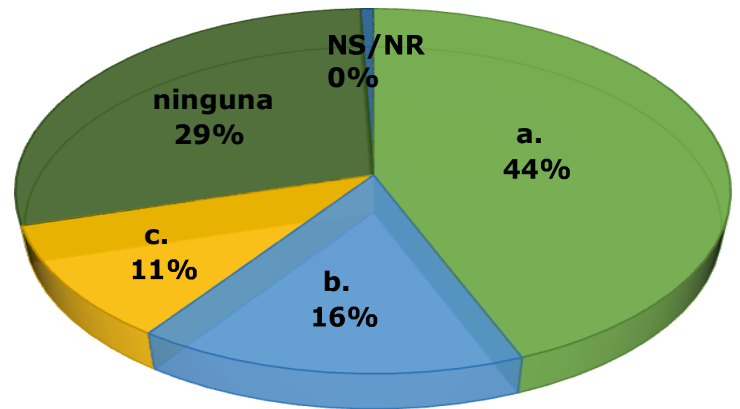


ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

### 7.2.8. Durante los últimos diez (10) meses, ¿Cuáles han sido sus estrategias comerciales?

- a. Estrategias publicitarias
- b. Estrategias de mercadeo
- c. Otra ¿Cuál?

El 44% de los comerciantes dijeron haber utilizado la publicidad como estrategia comercial, con el fin de mejorar e incrementar sus ventas y número de clientes; el 16% utilizan el mercadeo como la principal estrategia comercial;

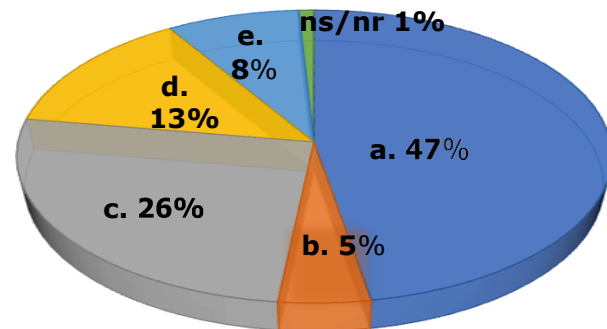


Mientras el 11% dice utilizar estrategias comerciales como: descuentos, promociones, precios bajos, ofertas en diferentes épocas del año, calidad en los productos, publicidad voz a voz, fidelización del cliente, incentivos con obsequios, ventas al por mayor, telemarketing. Mientras un 29% dijo no utilizar ninguna estrategia comercial y el 0.6% simplemente no sabe o no respondió a esta pregunta.

### 7.2.9. En aras de reactivar la dinámica comercial de la región ¿Qué acciones estaría dispuesto a realizar?

- a. Eventos masivos (ferias)
- b. Cambiar la actividad económica
- c. Estrategias innovadoras
- d. Formación en áreas de innovación y competencia
- e. Otra ¿Cuál?

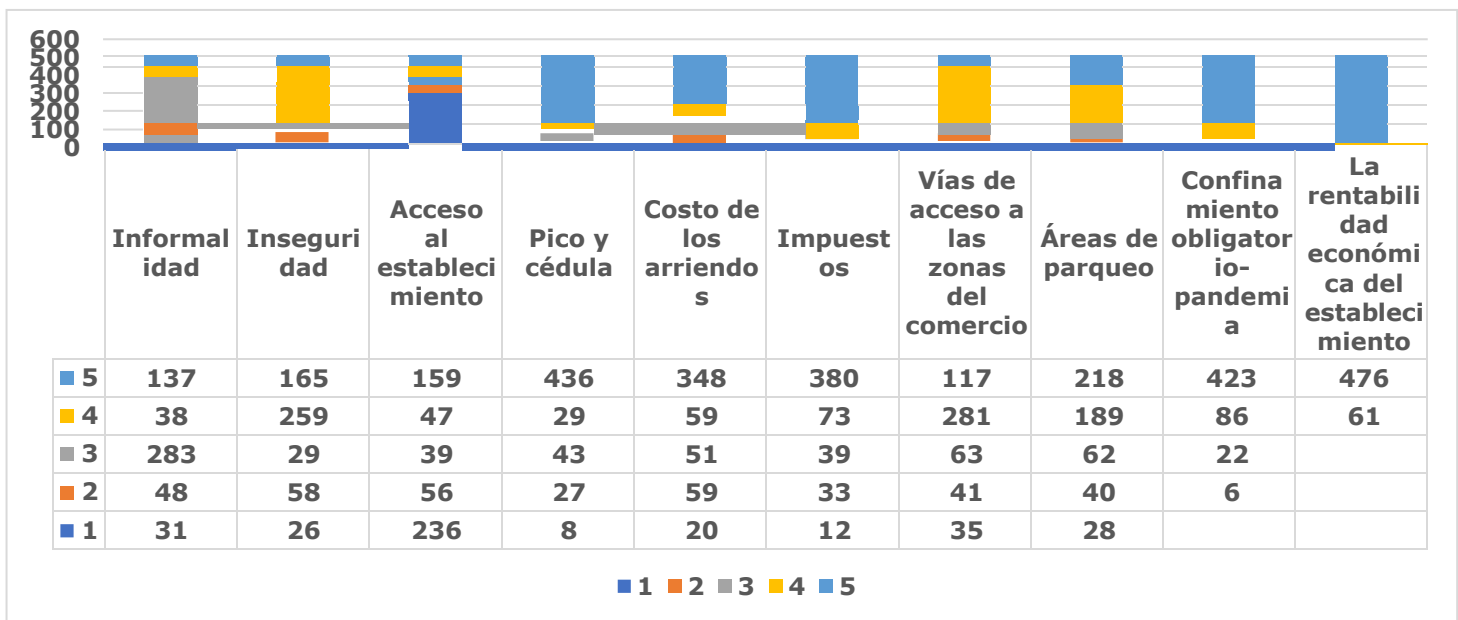
Al pedirles identificar algunos factores que puedan ayudar a reactivar el comercio en el sector de la región, el 47% manifestó que los eventos masivos sería la mejor opción para reactivar la dinámica comercial en el sector, el 26% dijo que crear estrategias innovadoras; seguido por el 13% se fueron por la opción de formación en áreas de innovación y competencia, el 5% de los comerciantes manifestaron que lo mejor es cambiar de actividad económica. Mientras un 8% dieron otras opciones que podrían reactivar el comercio como lo es: eliminación del pico y placa poblacional, incentivos tributarios, igualar condiciones con las grandes superficies, mejorar la accesibilidad, mejorar el servicio al cliente y disminuir la presencia de vendedores ambulantes.



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

**7.2.10. Califique de 1 a 5, donde 1 no es representativa y 5 bastante representativa, los factores que afectan el desarrollo de su actividad económica**

FACTORES	1	2	3	4	5
Informalidad					
Inseguridad					
Acceso al establecimiento					
Pico y cédula					
Costo de los arriendos					
Impuestos					
Vías de acceso a las zonas del comercio					
Áreas de parqueo					
Confinamiento obligatorio-pandemia					
La rentabilidad económica del establecimiento					



Como se puede observar el año 2020 ha tenido altamente trascendencia dos hechos significativos la pandemia y las medidas de confinamiento obligatorio que van de la mano con los horarios de ingreso a instituciones y lugares públicos de acuerdo al orden de pico y cédula, obviamente esto ha conllevado a la disminuida rentabilidad de los establecimientos de comercio; cabe destacar que la política de manejo de los arrendamientos de flexibilidad del gobierno en cuanto a los cumplimientos de pago por parte de los arrendatarios no ha tenido relevancia alguna.

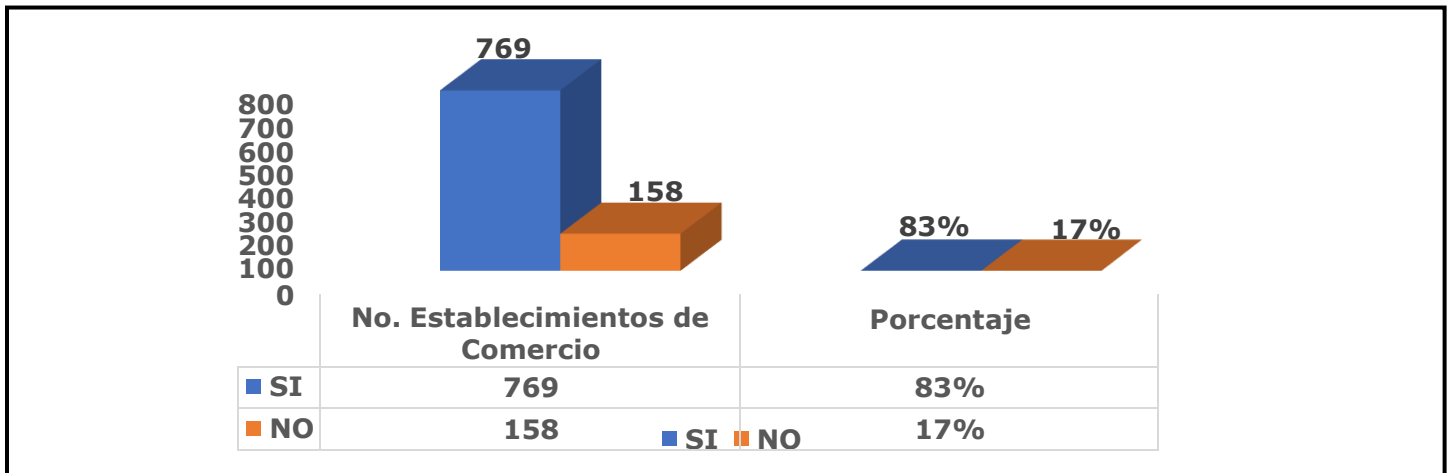
ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## 8. Aplicativo de encuesta, tabulación y análisis del estudio de verificación

Se recolectó la información única a un mínimo de 927 establecimientos comerciales tal como se calculó en el capítulo de la ficha técnica de este documento donde utilizando la fórmula estadística de población finita en Microsoft Office Excel y validando del marco geográfico jurisdicción Cámara de Comercio de Duitama, haciéndolo de manera aleatoria de acuerdo con método de escogencia en sorteo tabla de Microsoft Office Excel a capricho de numeración aleatoria de la tabla, y aplicando el método de impar y par e identificando la mayor parte de todos los sectores económicos esenciales como su actividad económica, antigüedad en el mercado, arrendamiento o propiedad entre otras, y el conocimiento del pago de indemnización por parte del arrendador si se usase la misma actividad económica por parte del nuevo arrendatario, si conoce el valor de la indemnización y su procedimiento de reclamación. La metodología utilizada por la Cámara de Comercio de Duitama, exige que las preguntas relacionadas con los requisitos de la costumbre (uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia), arrojen un porcentaje mínimo del 70% de las respuestas afirmativas. Los resultados de las encuestas aplicadas entre las personas que conforman la muestra seleccionada son los siguientes:

### 8.1. Reiteración

¿Su establecimiento de comercio es en arrendamiento?

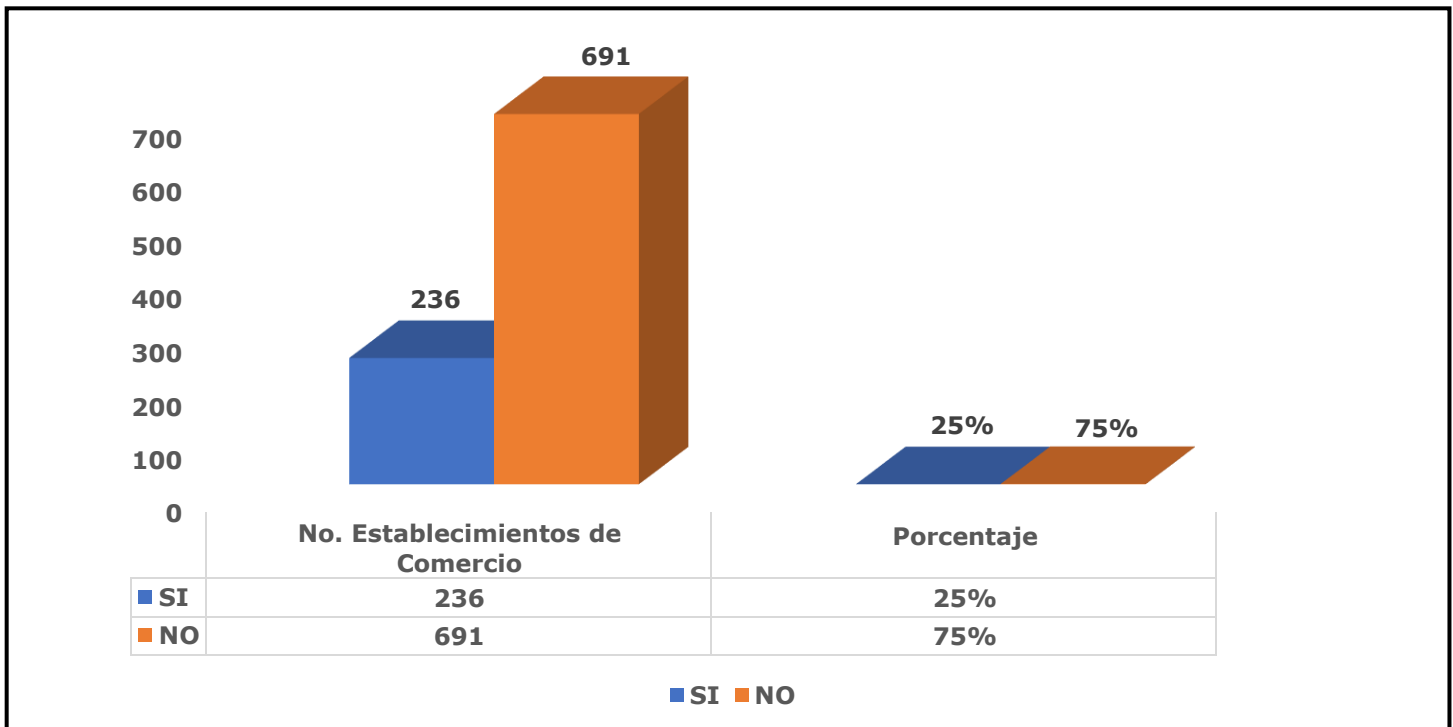


En esta variable de calificación de verificación es fundamental para el estudio, ya que la base de la indagación de esta práctica comercial es que exista un acuerdo mercantil-jurídico denominado "contrato de arrendamiento", independientemente que sea este en forma verbal o escrita, para este caso de un total de 927 entrevistas a los establecimientos de comercio el 83% tienen tomado el local comercial en arriendo correspondiente a 769 negocios y solamente un 17% tiene como propio el local para desempeñar la actividad comercial denominada "establecimiento de comercio".

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## 8.2. Obligatoriedad

¿En el contrato de arrendamiento establecido con el propietario arrendador del local comercial se ha fijado la obligación de parte de él efectuar el pago de una prima de indemnización en el caso dado de que usted desocupe el local y que el nuevo arrendatario coloque una misma actividad comercial que la suya?

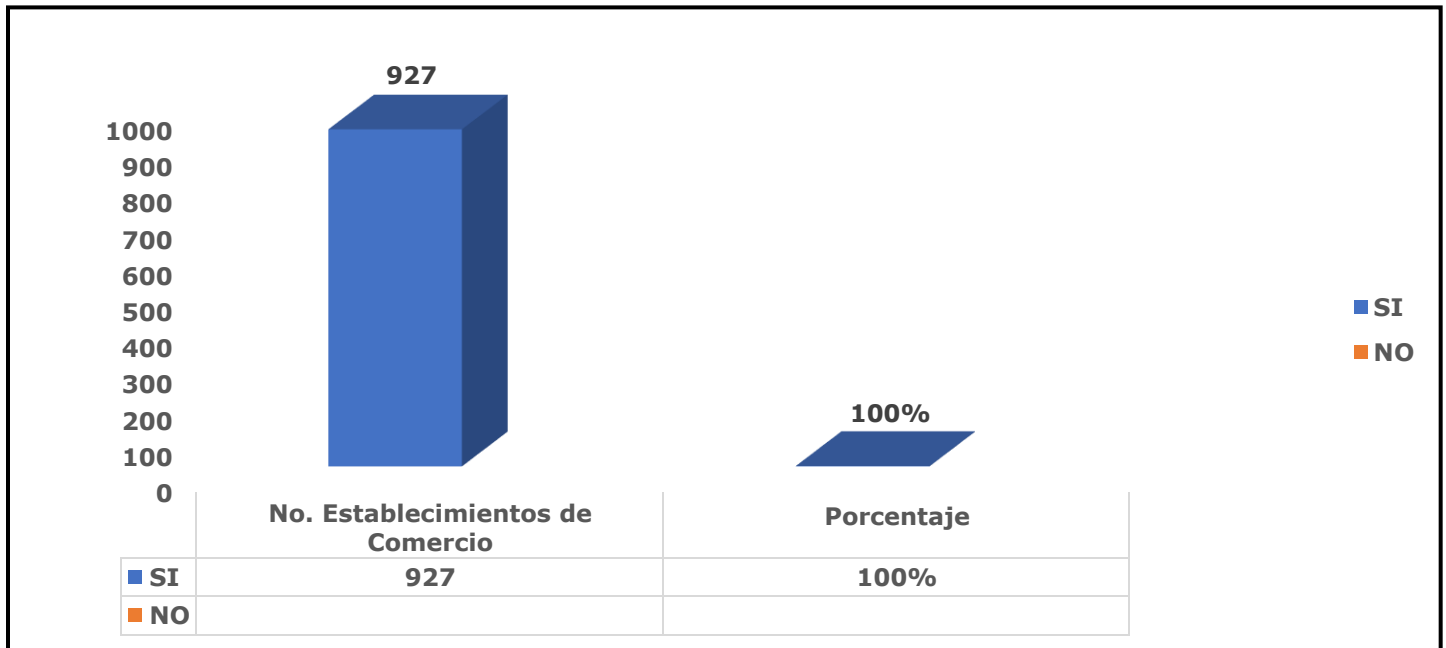


Para esta variable de indagación y verificación es esencial hacer saber que del total de los negocios que han tomado en arrendamiento un local comercial, existe una parte significativa en que el acuerdo mercantil-jurídico lo han realizado de manera verbal lo cual ya de por si descarta que se fije una cláusula en el mismo que describa en letra menuda un acuerdo tanto de las dos partes para que en el se describa lo fundamentado en el artículo 522 del Código de Comercio referente a la responsabilidad y cumplimiento de pago de primas de indemnización. Para este evento solamente el 25% representado en numero de 236 establecimientos de comercio en el contrato de arrendamiento han fijado la responsabilidad del pago de una prima de indemnización por algunas de la partes que para el caso se denominan arrendador o propietario y arrendatario; en cambio más del 75% de los negocios representados en un numero de 691, no han tomado en cuenta en la letra menuda de los contratos de arrendamiento fijar algún tipo de cláusula de fijar una responsabilidad del pago de una prima de indemnización ante cualquier suceso en la modificación en los términos del contrato.



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

**8.2.1.** ¿Considera usted que se debe respetar en el contrato de arrendamiento entre el propietario del local comercial y el arrendatario, el derecho que se contempla en el artículo 522 del Código de Comercio de reconocerle el pago de una prima de indemnización en el caso de que un nuevo arrendatario coloque la misma actividad comercial en el local que funciona el establecimiento de comercio?

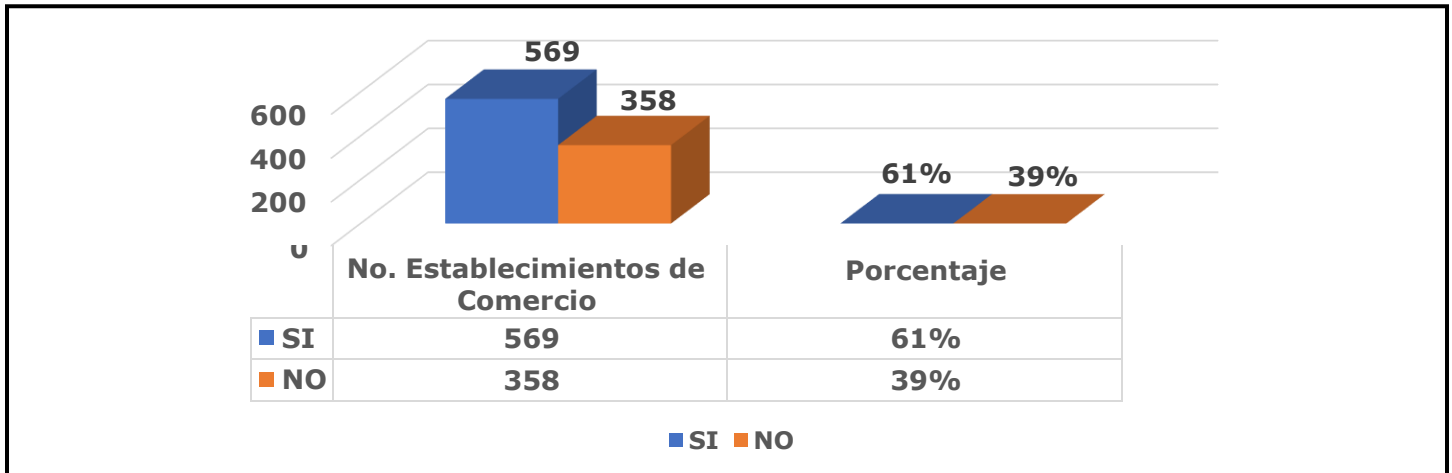


Toda la comunidad mercantil representada acá en 927 establecimientos de comercio que corresponden al 100% indagados por unanimidad consideran en forma absoluta que se hace fundamental establecer en un acuerdo mercantil-jurídico denominado "el contrato de arrendamiento" fijar obligatoriamente el inciso "responsabilidad de las partes tanto arrendador como arrendatario de asumir el pago de una prima de indemnización tal y como lo considera el artículo 522 del Código de Comercio sobre la causales sobre los derechos y deberes de las dos partes en caso de irrespetar el acuerdo fundamental y que para el caso en mención reconocer el valor por llegar a colocar una misma actividad comercial por parte de un nuevo arrendatario.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

### 8.3. Publicidad

¿Cree usted que la práctica comercial del derecho que el antiguo arrendatario reciba el pago de una prima de indemnización por parte del propietario en caso de que el nuevo arrendatario coloque la misma actividad comercial que la del antiguo arrendatario es conocida y utilizada por parte de los comerciantes una vez fijen el contrato de arrendamiento y que está contemplado en el artículo 522 del Código de Comercio?

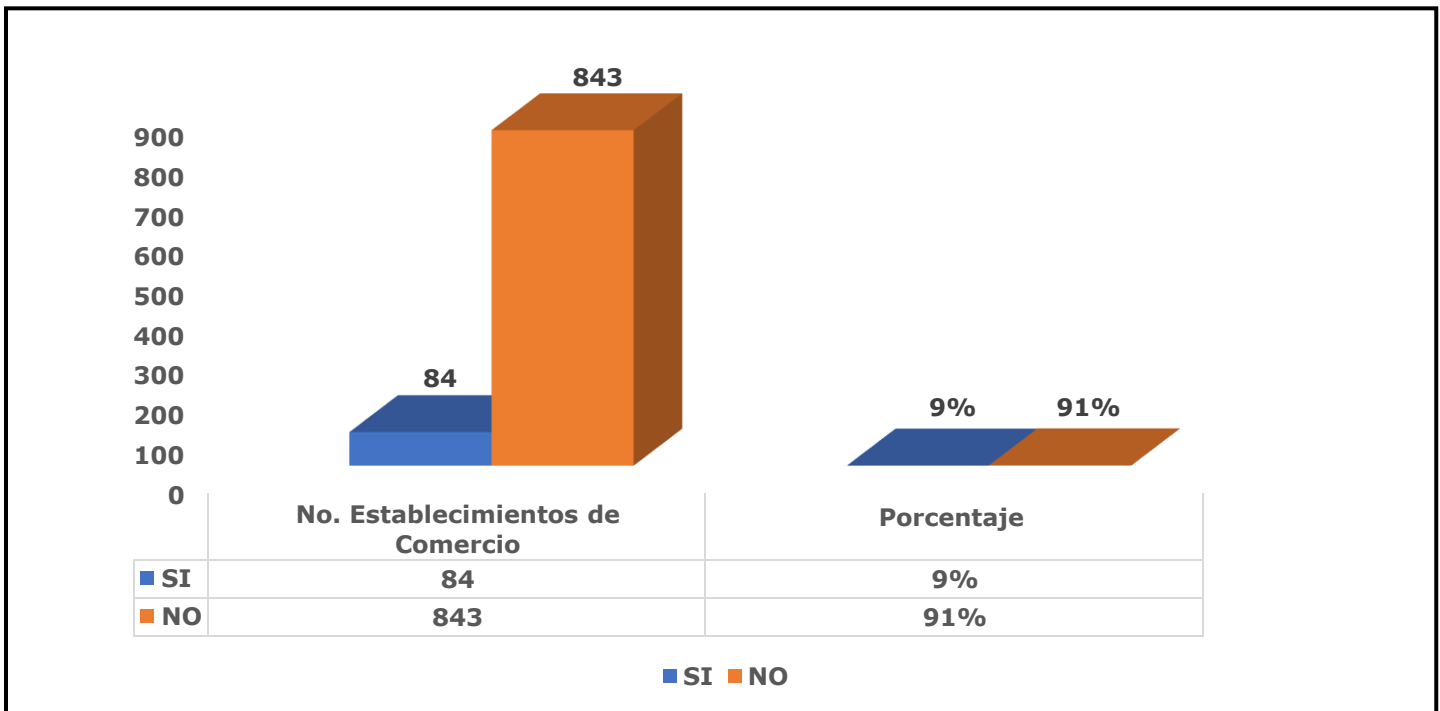


El derecho comercial a nivel general enfatiza en que exista en realidad meramente reconocido un acuerdo mercantil-jurídico referente a la toma de un local comercial para que allí funcione un establecimiento de comercio, de este se desprende que en cada uno del articulado de obligaciones y derechos tanto de parte del arrendador-propietario como del arrendatario se describan los puntos a determinar en cuanto al término del contrato, el valor del canon de arrendamiento, el plazo fijado para dicho pago en forma mensual, el lugar donde se realiza el contrato, y lo que tiene que ver con las modificaciones arbitrarias, el cumplimiento del acuerdo mercantil-jurídico y las posibles primas de indemnización hacen más hincapié en lo que es la prórroga del contrato de arrendamiento y el no previo aviso a solicitud del arrendador-propietario de decirle con tiempo y por escrito que no efectuará dicha prórroga y que para esto se reconocerá una prima de indemnización. De lo anterior desprende el que por eso en la indagación no se conozca por parte del 61% de los establecimientos comerciales entrevistados representados en un número de 569, cual es el derecho que tiene a su haber el antiguo arrendatario de reconocérsele un pago de prima de indemnización en el caso de que funcionare un establecimiento comercial de la misma actividad que la de este; solamente el 39% representados en un número de 358 establecimientos de comercio tienen conocimiento del componente total del artículo 522 del Código de Comercio que describe y cita el pago de primas de indemnizaciones dentro de esta lo que se refiere al pago por parte del propietario-arrendador en el dado caso que en su local comercial entre a funcionar una misma actividad comercial por un número arrendatario.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

### 8.4. Uniformidad

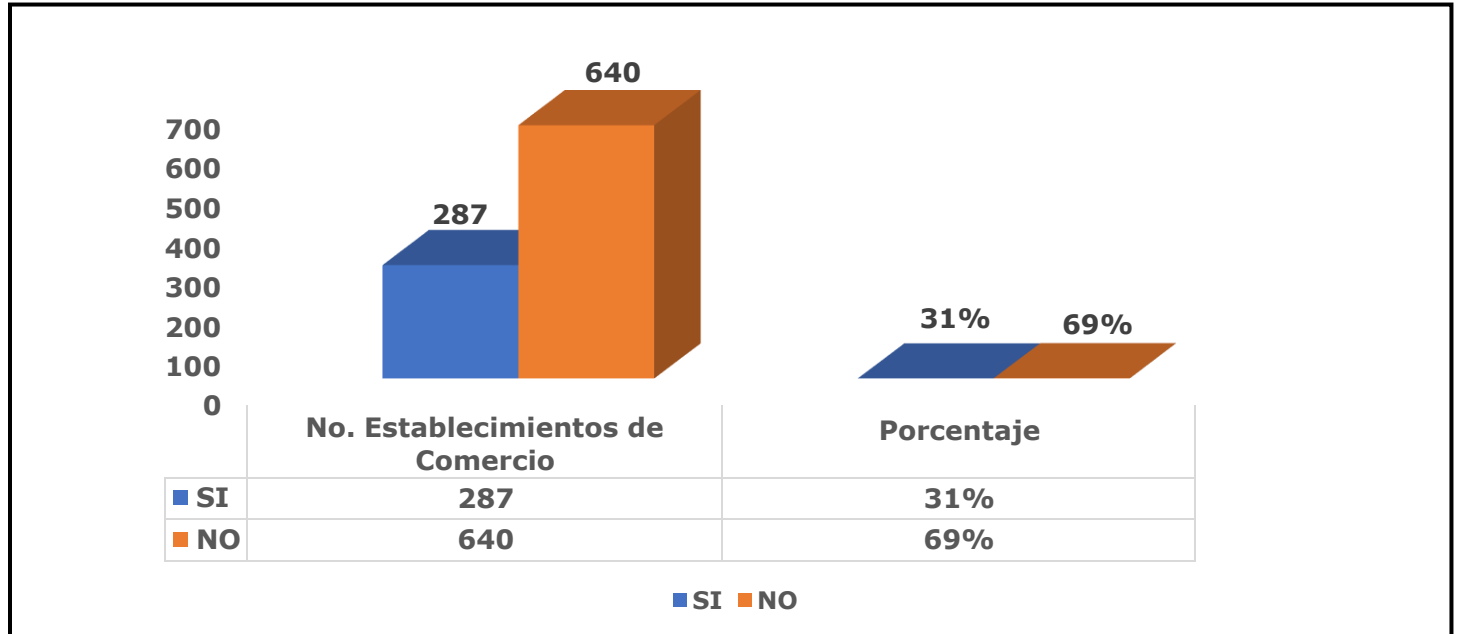
¿En el contrato de arrendamiento que se fija entre el propietario o arrendador del local comercial y usted como arrendatario se fija un valor en el caso que se le reconozca el derecho al pago de la prima de indemnización que un nuevo arrendatario coloque la misma actividad comercial?



El 91% de los establecimientos de comercio representados en un número de 843 afirman que no se fija ningún tipo de valor de prima de pago de indemnización por dos razones fundamentales, la primera por en el Código Civil en lo que hace referencia las condiciones de cual tipo de contrato de arrendamiento fijado entre dos parte consecuente a ocupar un espacio físico de una locación y donde se determine un desacuerdo del mismo o una arbitrariedad por una de las partes la ley comercial ha fijado un valor de 1.5 salarios mínimos cuando se incumpla un desistimiento en la celebración del contrato; la otra razón a fundamentar es que se tiene claro que bajo otras circunstancias el interesado tendrá que realizar un proceso de solicitud jurídico-mercantil donde hasta allí no se ha determinado ningún valor de pago de prima de indemnización por algún perjuicio o no reconocimiento de un derecho tanto sobre el local comercial y su ocupación como el funcionamiento en su actividad por parte del establecimiento, de allí que solamente afirman si reconocer un valor de pago prima de indemnización contemplado en el artículo 522 del Código de Comercio, de parte de ellos se habla de un periodo de los ingresos brutos que ha percibido un establecimiento comercial.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

**8.4.1.** ¿Conoce usted como arrendatario de cuanto es el valor monetario de la prima de indemnización y el proceso para su reclamo en caso de tener el derecho contemplado en el artículo 522 del Código de Comercio?



En esta variable de indagación ya se ha fundamentado en la anterior en que en alto porcentaje por parte de los establecimientos de comercio no se conoce valor alguno que se haya fijado en un pago de prima de indemnización en el eventual caso que se haga valido el derecho que un arrendatario antiguo tiene el de porque una misma actividad comercial haya empezado a funcionar en el antiguo local comercial en que este tenía funcionando su negocio, y no está bien fijado ni conocido cual es el proceso que se inicia para que en el caso se desee hacer valer este derecho; por eso el 69% de los entrevistados representados en un número de 640 establecimientos de comercio no saben cuanto es el valor de pago de prima de indemnización por hacer cumplir el derecho contemplado en el artículo 522 del Código de Comercio que hace referencia al "Pago por parte del arrendador-propietario y el nuevo arrendatario, en que se le pague al antiguo arrendatario equivalente a la indemnización a reconocérsele por arrendar el local comercial para la misma actividad comercial que se venia desarrollando por el antiguo arrendatario".

287 establecimientos de Comercio que representan el 31% de los entrevistados han manifestado conocer el valor de pago de una prima de indemnización en el caso de hacer valido el derecho por parte del antiguo arrendatario, manifestando que es el valor de los ingresos brutos correspondientes a un periodo mensual de productividad y que el proceso de inicio se hace a manera de conciliación bien sea en la Cámara de Comercio o en su defecto en la notaria de la jurisdicción del negocio.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

## 8.6. Conclusión del estudio de verificación

Que la Cámara de Comercio de Duitama en cumplimiento de la función establecida en el numeral 5 del artículo 86 del código de comercio, y luego de que se adelantó la investigación jurídica y mercantil en la cual se verificó si la práctica mercantil denominada "si existe un acuerdo entre el propietario del local comercial y el nuevo arrendatario, consistente en que este último le pague al antiguo, una prima equivalente a la indemnización que tendría que pagar el propietario por arrendar el local para desarrollar la misma actividad comercial que estaba ejecutando el antiguo arrendatario cumple los requisitos de ley y si se encuentra viable certificarla como **costumbre mercantil**.

Que la metodología utilizada por la Cámara de Comercio de Duitama, exige que las preguntas relacionadas con los requisitos de la costumbre (uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia), arrojen un porcentaje mínimo del 70% de las respuestas afirmativas. Los requisitos de las encuestas aplicadas entre las personas que conforman la muestra seleccionada son los siguientes:

REQUISITOS	PORCENTAJES RESPUESTAS	RANGO DE	CUMPLE
	AFIRMATIVAS	REFERENCIA	
REITERACIÓN	83%	70%	SI
OBLIGATORIEDAD	63%	70%	NO
VIGENCIA	100%	70%	SI
PUBLICIDAD	61%	70%	NO
LEGALIDAD	100%	70%	SI
UNIFORMIDAD	40%	70%	NO

No todos los criterios adoptados en la metodología arrojan un promedio porcentual superior al 70%, por lo que se concluye que en este estudio de indagación, verificación y análisis **NO EXISTE UNA COSTUMBRE MERCANTIL**, referente la práctica comercial denominada "ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO".

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

En Colombia se hace reiterativo hablar sobre el derecho a validar y reclamar la llamada prima comercial en los contratos de arrendamiento de los locales comerciales, es más, entre los comerciantes, sin ser abogados, es una práctica usual, el pago de la prima en este tipo de contratos. Las preguntas que para el estudio de verificación se deben resolver son: ¿Cómo se liquida?, ¿Cómo se reclama?, ¿Debe está pactada en los contratos de arrendamiento de un local comercial, para ser reconocida en favor del arrendatario?, ¿Cuántas primas existen?, ¿Quién debe reclamar la prima? La justificación del por qué en el título del estudio de verificación se acentúa el término de **local comercial** por el de **establecimiento de comercio**, es que hay una interpretación errada de las normas comerciales, primero, el arrendatario confunde lo que es un local comercial con un establecimiento de comercio; es decir, el negocio de un restaurante, papelería, ferretería, etc. Es un establecimiento de comercio; mientras que el local comercial es el área o espacio donde se encuentra ubicado el establecimiento de comercio, lo que significa que son dos realidades económicas diferentes.

Según el oficio No. 220081958, expedido por la Superintendencia de Sociedades, "el local comercial es el espacio físico donde se ofrecen bienes o servicios", en el mismo sentido el oficio indica que "... aunque no estén reglamentados, por locales comerciales", comúnmente se entienden aquellos locales donde funcionan establecimientos de comercio, esto es el lugar físico en el cual el comerciante tiene sus artículos o el conjunto de bienes que conforman el establecimiento de comercio, v.gr. puntos de venta, tiendas o comercio, que es el lugar que se atienden a clientes de manera presencial, ya sea para vender productos o prestarles algún servicio". Teniendo claro que el local comercial es el espacio físico donde el comerciante, ejecuta su actividad comercial, la prima viene siendo la valorización del negocio, la acreditación del lugar, el good Will, el buen nombre, el cual nace a la vida jurídica en favor del arrendatario del local comercial, después de estar ocupado el local comercial y ejecutado sus actividades comerciales por más de dos años, es preciso aclarar que no hay norma que conceptúe esta figura jurídica, es más no existe una norma que defina los criterios y requisitos de la prima en los contratos de arrendamiento, por lo que esta situación obliga acudir a validar la práctica como costumbre y a la jurisprudencia.

Se define claramente que la prima "es el precio que paga un comerciante por ingresar a un mercado competitivo, la otra situación que se presenta es al esfuerzo constante e interrumpido del arrendatario cuando "se ha acreditado mercantilmente un establecimiento de comercio; de otro lado se conceptúa el método utilizado para valorar una empresa, que esta funcionando y es "el valor de la empresa en marcha menos el valor de sus activos, previo el pago de sus pasivos", existe una siguiente determinación de valor que llama más la atención, toda vez que se centra no en la actividad que realiza el comerciante, si no en la ubicación geográfica del inmueble, es más es la georreferenciación que pueden hacer la personas del local comercial, cuando se dice en jurisprudencia que "el crédito mercantil de un negocio de comercio es el factor fundamental de renta relacionado con la tenencia temporal del inmueble donde funciona.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

Como se puede ver de parte de los comerciantes no es fácil darle precio a la prima cualquiera que pueda considerarse el en el contrato de arrendamiento, toda vez que es un activo intangible del negocio o establecimiento, en razón que hace relación a la acreditación del local comercial, al mercadeo y la publicidad invertido por el arrendatario, sus buenas prácticas comerciales, la visibilidad del negocio, lo que se llama comúnmente good Will, buen nombre o prima de negocio.

Para calcular el valor de la prima se puede acudir a varios métodos, el primero es el más usado, y es mirar en el sistema contable del establecimiento de comercio, el valor de los activos, pasivos, ingresos y egresos que se ha tenido durante los dos últimos años, y conciliar la indemnización entre las partes lo que se llama prima de negocio, esto es más cuantitativo que cualitativo. Existe un segundo método y mucho utilizado por la jurisprudencia y es valorar el negocio a través de la estimación económica de los activos intangibles, esto se logra utilizando como herramientas no solo la contabilidad del negocio sino también la proyección financiera.

De igual manera se determina el tráfico de la clientela, la vigencia del establecimiento de comercio, el sector de la economía, la reforma tributaria existente, los impuestos, entre otros, quien hace esta valoración es un profesional financiero con conocimiento y experticia en valorización de activos intangibles, preferiblemente economista o ingeniero financiero. No se hace necesario para el reconocimiento de la prima que este pactada en el "contrato de arrendamiento" del local comercial, toda vez que esta norma es una práctica comercial, lo cual otorga el derecho al arrendatario de manera intrínseca, caso contrario es que exista una cláusula en el contrato de arrendamiento del local comercial, que prohíba la misma o indique que el arrendatario voluntariamente renuncia a reclamar la indemnización por concepto de prima de negocio.

En la estimación de los perjuicios se incluirán, además del lucro cesante sufrido por el comerciante, los gastos indispensables para la nueva instalación, las indemnizaciones de los trabajadores despedidos con ocasión de la clausura o traslado del establecimiento y el valor actual de las mejoras necesarias y útiles que hubiere hecho en los locales entregados.

El inmueble respectivo quedará especialmente afecto al pago de la indemnización, y la correspondiente demanda deberá ser inscrita como se previene para las que versan sobre el dominio de inmuebles.» es fundamental decir que cuando la ley no ha dispuesto el monto de un pago de indemnización, ya sea en cánones de arrendamiento, salarios mínimos u otras formas, quien la pretenda debe probar y tasar el perjuicio tanto en un proceso de conciliación que obligatoriamente se dará para el caso en la Cámara de Comercio.



ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

El pago de la prima de indemnización de daños y perjuicios es tasada por peritos si luego de restituido el local, el arrendador no inicia las obras que prometió, no da el destino indicado dentro de los tres meses siguientes a la fecha de entrega o si arrienda los locales o los utiliza para establecimientos que realicen actividades similares a las que tenía el antiguo arrendatario. El procedimiento para resolver las diferencias entre las partes contractuales al momento de renovar el contrato por voluntad de la ley comercial es verbal, aunque no se debe descartar la conciliación ante un centro autorizado para obtener la restitución.

En el caso consultado sería distinto si el arrendador mediante conciliación acceda voluntariamente a: pagar una suma de dinero, por la compra el establecimiento, lo que incluye el valor de la prima (good will) buen nombre del establecimiento y prestigio de cara a la clientela; pagar por la entrega anticipada a la fecha de vencimiento o, finalmente, conciliar en aras de obtener la restitución a que el arrendador otorgue un lapso de tiempo a favor del arrendatario para que lo disfrute exento de renta.

Hay que estimar que a nivel de conciliación entre un arrendador-propietario y un antiguo arrendatario la indagación en los establecimientos de las notarias afirman que dichas entidades no son competentes para legitimar una actividad de conciliación donde se hace referencia a un desacuerdo comercial o mercantil, dicha solicitud se hace recomendación de dirigirse al centro de conciliación de la Cámara de Comercio.

En cuanto a la Cámara de Comercio de Duitama se obtuvo la siguiente respuesta a la solicitud e información histórica de conciliaciones "Cámara de Comercio de Duitama - Centro de Conciliación: En respuesta a su solicitud, me permito informale que en los periodos de 2019 y 2020, solo se han recibido 2 solicitudes de conciliación, referentes a la prima de indemnización a la que se hace referencia. Lo que destaca que no hay un representativo conocimiento del derecho contemplado en artículo 522 del Código de Comercio, la otra razón es que no existe una reiteración a hacer valido el derecho de pago de indemnización para ser considerada como una práctica recurrente que lleve a ser certificada como Costumbre Mercantil.

En la indagación se obtiene que en el proceso eventual de demanda sobre hacer valido el pago de prima de indemnización referente al artículo 522 del Código de Comercio y que contempla en uno de sus incisos "El pago de una prima de indemnización cuando entre el propietario de un local comercial y el nuevo arrendatario colocan una misma actividad comercial que venían desarrollando el antiguo arrendatario" está se radica en la oficina del palacio de justicia denominada "admisión de procesos civiles y administrativos" generalmente siendo estudiada por este ultimo donde un Juez de Circuito determina si hay lugar de ser admisible o denegada", si es lo primero se citarán a las dos partes donde el Juez si da razón a la demanda dará orden de hacer un peritaje del valor real de los daños y perjuicios.

ESTUDIO DE VERIFICACIÓN SI ES COSTUMBRE MERCANTIL QUE EXISTA UN ACUERDO ENTRE EL PROPIETARIO DEL LOCAL COMERCIAL Y EL NUEVO ARRENDATARIO, CONSISTENTE EN QUE ESTE ÚLTIMO LE PAGUE AL ANTIGUO, UNA PRIMA EQUIVALENTE A LA INDEMNIZACIÓN QUE TENDRÍA QUE PAGAR EL PROPIETARIO POR ARRENDAR EL LOCAL PARA DESARROLLAR LA MISMA ACTIVIDAD COMERCIAL QUE ESTABA EJECUTANDO EL ANTIGUO ARRENDATARIO

La Cámara de Comercio de Duitama en cumplimiento de la función establecida en el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio y luego de haber adelantado el estudio de indagación Jurídica, Comercial y Mercantil en la cual verificó que la práctica comercial no puede ser certificada como costumbre mercantil dado lo siguiente, no cumple con el aprobatorio sobre el valor igual o superior valor del 70% referente a la obligatoriedad, la publicidad y la uniformidad al no ser plenamente bien identificada dentro del sector comercial y en el territorio que conforma su jurisdicción.