

RESOLUCION No 500

POR MEDIO DE LA CUAL SE APRUEBA LA COSTUMBRE MERCANTIL

**LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
CAMARA DE COMERCIO DE DOSQUEBRADAS**

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que es deber de la Junta Directiva de la entidad, identificar, investigar y promulgar métodos no regulados por las normas que beneficien el desarrollo comercial dentro del territorio.

SEGUNDO: Que dentro del sector metalmeccánico, los empresarios que proveen los servicios de elaboración de estructuras metálicas no cuentan con una regulación formal cuando cotizan sus diferentes obras

TERCERO: Que la Junta Directiva autorizó el desarrollo de una investigación que identificara y validara técnicamente dicha forma de cotizar.

CUARTO: Que en la investigación correspondiente se conocieron en detalle los alcances y condiciones de los Estructureros Metálicos, para realizar obras.

QUINTO: Que revisados los resultados se cumple con los principios de Generalidad, Reiteración, Uniformidad, Obligatoriedad, Legalidad y Publicidad.

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar para la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Dosquebradas, la Costumbre Mercantil para los empresarios que construyen Estructuras Metálicas de cotizar sus obras tomando el kilogramo como su patrón para la emisión del precio de la obra.

ARTICULO SEGUNDO: Promulgar esta nueva Costumbre Mercantil en la jurisdicción, como una herramienta válida para el desarrollo de este subsector de la economía local.

Comuníquese y cúmplase, dado a los 30 días del Mes de enero de 2023, según acta No 441



MAURICIO CASTILLO R
Presidente Junta Directiva



JOHN JAIME JIMÉNEZ S
Secretario

**COSTUMBRE MERCANTIL EN LOS PRESTADORES DEL SERVICIO DE
ELABORACIÓN DE ESTRUCTURAS METÁLICAS EN DOSQUEBRADAS**

JUAN SEBASTIAN BLANDON OROZCO

CÁMARA DE COMERCIO DE DOSQUEBRADAS

Diciembre 2022

CONTENIDO

1. Antecedentes
2. Alcances Normativos
3. Objetivo general.
 - 3.1 objetivos específicos.
 - 3.1.1 Identificar fuentes secundarias sobre el tema objeto en otras jurisdicciones de Colombia.
 - 3.1.2 Determinar el universo de la población objeto de estudio.
 - 3.1.3 Diseñar el instrumento de levantamiento de la información.
 - 3.1.4 Realizar prueba piloto para validación del instrumento.
 - 3.1.5 Aplicar el instrumento a una muestra representativa objeto de estudio.
 - 3.1.6 Tabular la información y analizar los resultados.
4. Interpretación normativa
5. Conclusión
6. Propuesta de Resolución

1. ANTECEDENTES

La costumbre mercantil como fuente del derecho desempeña un papel fundamental, principalmente en el ámbito comercial, como quiera que recurriendo a ella, se genera dinámica en los negocios, y así se puede evitar un futuro conflicto entre los comerciantes; y teniendo en cuenta que esta fuente del derecho fue la que dio nacimiento al derecho positivo, se hace necesario hacer un completo análisis sobre ella para poder llegar al punto en que se pueda hacer un uso alternativo de la Ley y la Costumbre Mercantil, lo que conllevaría a definir en qué casos se puede acudir a la Ley y en qué casos se puede hacer uso de la Costumbre Mercantil (Mendoza, 2003; Narváez, 2002)¹.

La Costumbre Mercantil, que se define como el conjunto de prácticas que se repiten y aplican reiteradamente por una colectividad de personas frente a un hecho o tema determinado, que adquiere obligatoriedad por el hecho mismo de ser una norma creada para usos sociales, siempre que estas no sean contrarias a la ley y se ejecuten de manera reiterada, pública y uniforme. Conforme al artículo 3° del Decreto 410 de 1971, el cual reza “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”.

Cabe resaltar que para probar de manera correcta la Costumbre Mercantil, se debe cumplir con los siguientes requisitos, los cuales están planteados de manera taxativa en el Artículo 179 del Código General del Proceso (Ley 1564 de 2012): “La costumbre mercantil nacional y su vigencia se probarán:

¹ LA COSTUMBRE MERCANTIL EN COLOMBIA COMO FUENTE DEL DERECHO: UN ESTUDIO SOBRE SU TEORÍA, PRÁCTICA Y USO A TRAVÉS DE LA JURISPRUDENCIA Y LA DOCTRINA. Harold Nicolás García Bautista. Universidad Católica De Colombia

1. Con el testimonio de dos (2) comerciantes inscritos en el registro mercantil que den cuenta razonada de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el Código de Comercio.
2. Con decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia, proferidas dentro de los cinco (5) años anteriores al diferendo.
3. Con certificación de la cámara de comercio correspondiente al lugar donde rija.

Elementos de la costumbre mercantil

De acuerdo con las normas citadas, con la teoría general del derecho y con lo importante que es la costumbre mercantil para el ejercicio de la actividad mercantil, cabe señalar como elementos constitutivos de esta fuente normativa, los siguientes:

1. De tipo externo

Este elemento consiste en la existencia de una práctica o conducta en una forma general, pública, reiterada y uniforme, en una época y dentro de una zona territorial determinada.

- La generalidad se refiere al hecho de que la práctica o conducta debe hallarse lo suficientemente extendida dentro del grupo social concreto en el cual encuentra arraigo, no se trata de prácticas aisladas sino de comportamientos realizados por la mayoría de las personas que integran el grupo social.
- Por su parte, la publicidad se refiere a la necesidad de que la práctica o conducta respectiva se realice sin el más mínimo asomo o pretensión de clandestinidad, de tal manera que no sea objeto de ocultamiento alguno, las prácticas se pueden divulgar y por eso otras personas las conocen e inician con su práctica o implementación en sus metodologías de trabajo.
- La reiteración es un elemento temporal referente a la extensión de la práctica en el tiempo vale decir que la costumbre no surge de manera instantánea sino que requiere una repetición de la práctica en el transcurso del tiempo.

- La uniformidad, por su parte, se refiere al hecho de que la práctica es la misma en todos los casos, de tal suerte que presenta siempre un contenido idéntico y un mismo sentido.

Finalmente, debe tenerse presente que toda práctica social se desarrolla en un ámbito temporal y geográfico determinado, sobre los cuales habrá de indagarse –a efectos de su determinación– en la respectiva tarea de recopilación: ámbito territorial y tiempo desde el cual se desarrolla la práctica constitutiva de la costumbre. El ámbito territorial debe corresponder a la jurisdicción de la Cámara de Comercio que desarrolla el proceso de recopilación, distinguiendo en cada caso el municipio sobre el cual se realiza el estudio o investigación de la costumbre.

2. De tipo interno

Este elemento, designado comúnmente con la expresión latina *opinio juris*, es la conciencia existente en el grupo social respectivo sobre la obligatoriedad jurídica de la práctica constitutiva de la costumbre.

El elemento interno es el que diferencia las costumbres de los hábitos, que son una práctica reiterada pero sin conciencia de obligatoriedad. Un comportamiento repetido solo da origen a una norma cuando esa reiteración de actos se toma como guía para criticar a quienes no la siguen y para elogiar a quienes se ajustan a ella. Así las cosas, solo la conciencia de obligatoriedad en el grupo social genera la costumbre, en la medida en que puede derivar consecuencias de un comportamiento que está revestido con carácter de obligatoriedad, bien sea externa o interna, y que se torna vinculante de manera uniforme para el individuo y para el grupo social en general.

Cabe aclarar que la Costumbre Mercantil, rige respecto del territorio en donde se pretenda probar, en esa medida la parte que quiera hacer valer una Costumbre, deberá fijarse en el Listado de Costumbres Mercantiles, que haya certificado la Cámara de Comercio.

2. ALCANCES NORMATIVOS

Las Cámaras de Comercio en Colombia, como delegatarias legales de funciones públicas se constituyen en un modelo de colaboración público – privado a través de las cuales se realizan los fines constitucionales de promoción de la prosperidad general del empresariado, de la libertad de empresa como base del desarrollo nacional, de solidaridad y de participación en la vida económica nacional.

Las Cámaras de Comercio, son personas jurídicas sin ánimo de lucro, de carácter corporativo y gremial, sujetas en la ejecución de todos sus actos de administración, gestión y contratación al derecho privado, las cuales tienen como fines defender y estimular los intereses generales del empresariado en Colombia, y llevar los registros mercantil, de las entidades sin ánimo de lucro y el registro único de proponentes delegados legalmente, sin que formen parte integrante de la administración pública ni al régimen legal aplicable a las entidades que forman parte de la misma.

Las funciones de las Cámaras de Comercio del país se encuentran señaladas en el artículo 86 Código de Comercio, en el cual se establece: “Artículo 86. Las cámaras de comercio ejercerán las siguientes funciones: (...) 5. Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas; (...)”, en el mismo sentido, en el numeral 4 del artículo 2.2.2.38.1.4 del Decreto 1074 de 2015 señala que: “Artículo 2.2.2.38.1.4. Funciones de las cámaras de comercio. (...) 4. Recopilar y certificar la costumbre mercantil mediante investigación realizada por cada Cámara de Comercio dentro de su propia jurisdicción. La investigación tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se opongan a normas legales vigentes; (...)”. Por lo anterior, es claro que las Cámaras de Comercio tienen la responsabilidad de realizar la recopilación y certificación de las costumbres mercantiles locales mediante la investigación realizada a la población dentro de su jurisdicción, esta investigación tiene por objeto

establecer las prácticas o reglas de conducta de carácter comercial, observadas en forma pública, reiterada y uniforme, siempre que estas se encuadren conforme a las normas legales vigentes. Por lo que las Cámaras de Comercio cumplen con el importante rol en el proceso de consolidación de la costumbre mercantil, como fuente de derechos y obligaciones en las relaciones de los comerciantes

Para el cumplimiento de estos alcances planteados en la generalidad, las Cámaras de Comercio de Colombia se acogen a la normatividad colombiana en materia comercial, la cual se rige en principio por el decreto 410 del 27 de marzo de 1971, el cual fue expedido en ejercicio de las facultades extraordinarias otorgadas por el Congreso de la Republica en la ley 16 de 1968 numeral 15, luego de una muy extensa proliferación de conceptos, reuniones, consultas y decisiones que lograron al final de las mismas producir este documento regente para el comercio en el país.

En esta norma se precisa y confirma el carácter gremial de las Cámaras de Comercio el cual estará compuesto por comerciantes inscritos en el registro mercantil en donde en su artículo 85 les encomienda "Servir de órgano oficial de los intereses gremiales del comercio ante el gobierno y ante los comerciantes mismos".

También ratifica la función de llevar el registro mercantil y certificar sobre los actos y documentos en él inscritos y sobre "La existencia de Costumbres Mercantiles" recopiladas, las cuales ayudaran a las practicas legales de la ciudad o de la jurisdicción correspondiente, para lo cual la disposición de la entidad, particularmente de la Cámara de Comercio de Dosquebradas se evidencia a través del esfuerzo por identificar aquellas exigencias y actividades cotidianas que el comercio formal de la ciudad practica y requiere de esa formalización o identificación específica

En tal sentido el artículo 179 del Código General del proceso, ley 1564 de 2012, reconoce la prueba de la costumbre mercantil dentro de su cuerpo legal, la cual se probara:

1. Con el testimonio de 2 comerciantes inscritos en el Registro Mercantil que den cuenta razonable de los hechos y de los requisitos exigidos a los mismos en el código de Comercio
2. Con decisiones judiciales definitivas que aseveren su existencia proferidas dentro de los cinco años anteriores al diferente y
3. Con certificación de la Cámara de Comercio correspondiente al lugar donde se rija.

Para el efecto y en concordancia con lo expuesto en el Decreto 1074 de 2015 en su artículo 2.2.2.38.1.4 numeral cuatro, que versa sobre "Recopilar y certificar la costumbre mercantil mediante investigación realizada por cada Cámara de Comercio dentro de su propia jurisdicción. La investigación tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se opongan a normas legales vigentes"; "por otro lado el artículo 86 de código de comercio numeral 5 hace referencia a "Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas;

Costumbre Mercantil: Recopilar y certificar las costumbres Mercantiles locales mediante investigación realizada para cada cámara dentro de su propia jurisdicción.

Las investigaciones tendrán por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme y reiterada, siempre que no se opongan a las normas legales vigentes.

Con el fin de validar las prácticas habituales de los comerciantes o del sector correspondiente se hace necesario que la investigación de ese intercambio de bienes y servicios según la normatividad mencionada debe cumplir las siguientes condiciones:

Legalidad: que no sea contraria a ninguna ley o norma existente

Uniformidad: debe hacerse de manera idéntica o semejante en el sector donde se realice

Reiteración: que las personas lo hagan repetidamente y que sea de uso cotidiano

Publicidad: Que sea de amplio conocimiento para la producción de la industria

Obligatoriedad: que todas las personas que realizan esa práctica la reconocen

Vigencia: Se traduce en que la práctica sea realizable y permanente.

3. OBJETIVO GENERAL:

Identificar si existe costumbre mercantil “acerca del método y de la unidad de medida en los prestadores de servicio de elaboración de estructuras metálicas en la ciudad de Dosquebradas”.

3.1 Objetivos específicos:

1. Identificar fuentes secundarias sobre el tema objeto en otras jurisdicciones de Colombia.
2. Determinar el universo de la población objeto de estudio.
3. Diseñar el instrumento de levantamiento de la información.
4. Realizar prueba piloto para validación del instrumento.
5. Aplicar el instrumento a una muestra representativa objeto de estudio.
6. Tabular la información y analizar los resultados.

3.1.1 Identificar fuentes secundarias sobre el tema objeto en otras jurisdicciones de Colombia.

Se realizó identificación y revisión de fuentes secundarias sobre el tema objeto de estudio en otras jurisdicciones de Colombia, sin encontrar información alguna que contribuyera al análisis y profundización de la investigación, pudiendo suponer que esta Cámara es la primera que determinar analizar este subsector de la economía.

3.1.2 Determinar el universo de la población objeto de estudio.

Para determinar el universo del presente estudio, se tomó como base inicial los datos aportados desde el registro mercantil de la entidad de las personas jurídicas y naturales, se revisaron las cuatro actividades desde el código CIUU registradas, realizando el debido filtro llegando a determinar el universo 27 unidades empresariales jurídicas y naturales.

3.1.3 Diseñar el instrumento de levantamiento de la información.

Se diseñó como instrumento metodológico una encuesta, la cual se aplicará a la muestra seleccionada.

**CAMARA DE COMERCIO DE DOSQUEBRADAS
COSTUMBRE MERCANTIL
INSTRUMENTO PRODUCTORES
Diciembre 2022**

Objetivo: identificar acerca del método y de la unidad de medida en los prestadores de servicio de elaboración de estructuras metálicas en la ciudad de Dosquebradas”.

Empresa _____

Nombre de quien responde la encuesta _____

Dirección _____
Email _____ Celular _____
Nombre del RL y/o Gerente _____
Email _____ Celular _____

1. A qué tipo de empresa presta sus servicios de elaboración de estructuras metálicas:

Sector público _____ Sector privado _____
Constructoras _____
ONG (Asociaciones, fundaciones, corporaciones)
Otro cual _____

2. Cuáles son los rangos de valores que regularmente lo contrata

Entre 1 y 10 SMMLV _____
Entre 11 y 100 SMMLV _____
Entre 101 y 1000 SMMLV _____
Mayor de 1001 SMMLV _____

3. Cuál es el plazo promedio de entrega de los productos

Entre 1 y 30 días _____
Entre 31 y 90 días _____
Entre 91 – 120 días _____
Mayor de 121 días _____

4. Cuantos colaboradores están vinculados en su empresa

--

Entre 1 y 5 _____ Entre 6 – 10 _____ Entre 11 y 50 _____ Mayor de 51 _____
5. Cuál es el método de cotización
Por kilogramo _____ Por Metros lineales _____ Por Metros Cuadrados _____ Otro cuál _____
6. Cómo cotiza usted en:
Pesos _____ Dólares _____ SMMLV _____
Otro cuál _____

3.1.4 Realizar prueba piloto para validación del instrumento.

Con el fin de validar el instrumento metodológico se realizó prueba piloto aplicando la encuesta, permitiendo verificar su entendimiento y detectar la falta de capacitación del personal que va a encuestar.

3.1.5 Aplicar el instrumento a una muestra representativa objeto de estudio

Teniendo claro la población objeto de estudio, se procedió a hallar la muestra aplicando la fórmula cuando el universo es finito, es decir, conocemos el total de la población y deseamos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula es:

- N = Total de la población
- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en su investigación use un 5%)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Aplicada la formula la muestra total son **20 encuestas** a realizar, obteniendo un 95% de confianza en los resultado, con un 5% de incertidumbre.

El instrumento se aplicó de forma telefónica y presencial realizando visitas a algunos empresarios, las cuales contemplo 12 empresas jurídicas y 8 empresas personas naturales. A continuación se relacionan las empresas a las cuales se les aplicó el instrumento metodológico.

- Vertical Estructuras S.A.S Cille 17 7-38
verticalestructuras@gmail.com
- Serrano Proyectos estructurales BIC calle 18 9ª36 Alejandro
serranohuertas@gmail.com
- Aluminios santi S.A.S Cille 21 25 – 86 aluminiossanti@hotmail.com
- Agali cortes CNC y Estructuras S.A.S Cra 16 bis 31-25
agalicortescnc@gmail.com
- Esmon S.A.S Cra 16 b 29 – 164 esmonestructuras@gmail.com
- Pame Ingeniería S.A.S. calle 25 20 - 82
pameingenieriasas@gmail.com
- Estructuras y Proyectos DIGACOL S.A.S. calle 27 33 c 17
digacol@outlook.com

- Diseños y Estructuras S.A.S. calle 25 20 - 82 dyestructurassas@gmail.com
- Construcciones e ingeniería Ermetales S.A.S. calle 8 29 b 27 ermesbello37@gmail.com
- Axxis Diseño y Construcción S.A.S. Calle 31 16 -37 gerencia.axxissas@gmail.com
- Metálicas Otavalo S.A.S. cra 16 52 - 63 metalicasotalvaro@hotmail.com
- Industrias J:C cille 44 17-40 jaimedejesuscorrea-zapata@gmail.com
- Estructuras Metálicas López mz 8 casa 1 villa Alexandra diegoalejandro451@gmail.com
- Industrias JC cille 44 17 -40 jolandejesuscorreazapata@gmail.com
- Aluminio Ruiz mz 2 casa 23 barrio Cesar agosto Lopez nelna1960@hotmail.com
- Guillermo Estrada Sánchez Incometal 2 cra 23 8 -33 guillestrada@hotmail.es
- Metálicas Júpiter Diagonal 71 18 -09 nena.1205@hotmail.com
- Estructuras Metálicas Urbanización Diego Jaramillo casa 10 pipegutri1332@gmail.com
- Jorge Mario Vélez Henao mz 19 casa 13 piso 2 campestre D formasyambientes@gmail.com
- Mario Erney quintero cra 16 52- 63 marioqvalencia@hotmail.com

3.1.6 Tabular la información y analizar los resultados.

La metodología utilizada para la recopilación y análisis de la costumbre mercantil en el municipio de Dosquebradas se desarrolló por medio de una investigación que comprendió:

- Uso de la base de datos de comerciantes matriculados en la Cámara de Comercio de Dosquebradas por Risaralda.

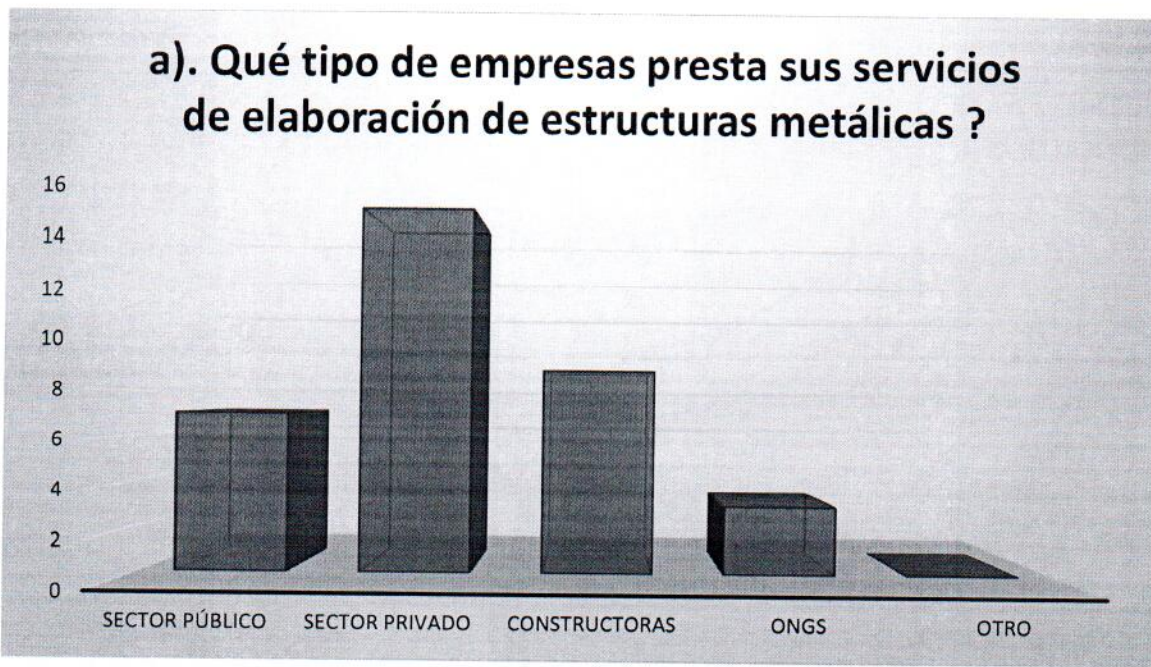
- Identificación del grupo de estudio y la necesidad de la información, seleccionando una muestra representativa de la población, la cual correspondió a quienes dentro del censo empresarial se le realizaron preguntas específicas.
- Al segmento seleccionado se le aplicó la encuesta vía telefónica, indagando si la costumbre mercantil objeto de estudio, cumple con los requisitos de: uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia, para así determinar si constituye una costumbre mercantil.
- El período de recolección de la información estuvo comprendido entre el 10 al 20 de diciembre de 2022.
- Se aplicó el instrumento a la totalidad de la muestra por vía telefónica y algunas visitas, las cuales contemplo 12 empresas jurídicas y 8 empresas personas naturales.

Resultados de la aplicación del instrumento

a) ¿A qué tipo de empresa presta sus servicios de elaboración de estructuras metálicas?

Sector público	7	20 %
Sector privado	16	46 %
Constructoras	9	26 %
ONGs	3	8 %
Otro	0	0
TOTAL	35	100%

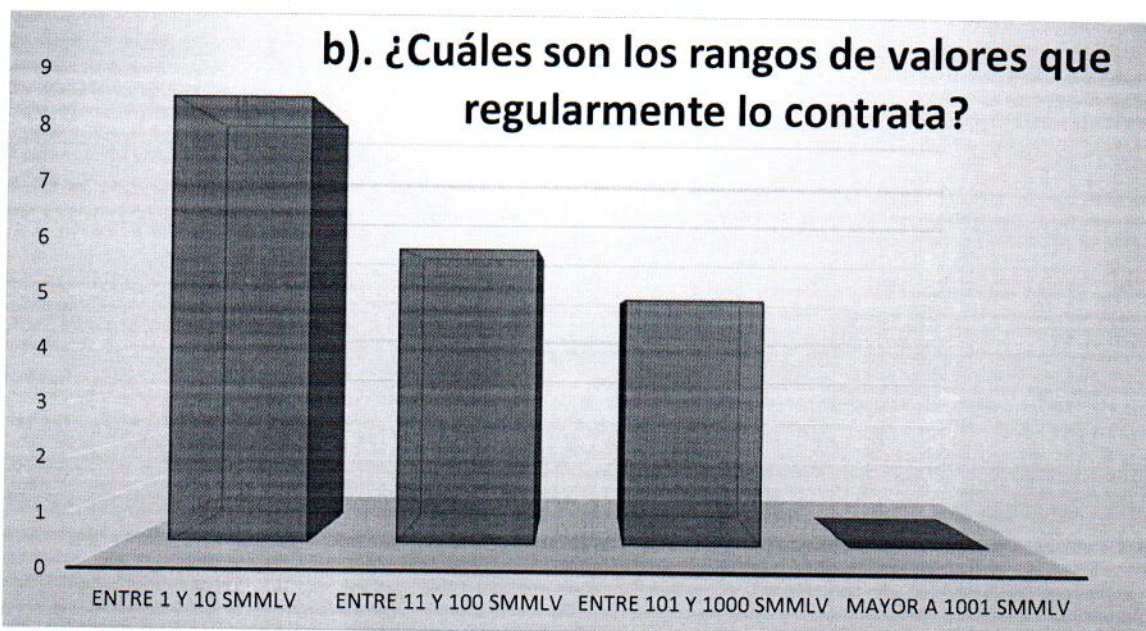
a). Qué tipo de empresas presta sus servicios de elaboración de estructuras metálicas ?



La población encuestada manifestó en su mayoría, 80% contratar con el sector privado, sin embargo, también cabe resaltar que varios respondieron trabajar con el sector público a través de los contratista que prestan el servicio de elaboración de estructuras metálicas directo con el estado, es decir, su labor la hacen también a través de la subcontratación.

b) ¿Cuáles son los rangos de valores que regularmente lo contrata?

Entre 1 y 10 SMMLV	9	45%
Entre 11 y 100 SMMLV	6	30%
Entre 101 y 1000 SMMLV	5	25%
Mayor a 1001 SMMLV	0	0%
TOTAL	20	100%



Según el universo de los prestadores de servicio de estructuras metálicas, son pequeñas empresas, siendo para la gran mayoría, 45% de los encuestados la contratación oscilar entre 1 y 10 smmlv, ya que sus clientes normalmente son los consumidores directos de hogares o pequeños establecimientos, y para otra parte importante de la población el 30% sus negocios se concretan entre 11 y 100 smmlv, cuando lo hacen frecuentemente para obras.

c)Cuál es el plazo promedio de entrega de los productos?

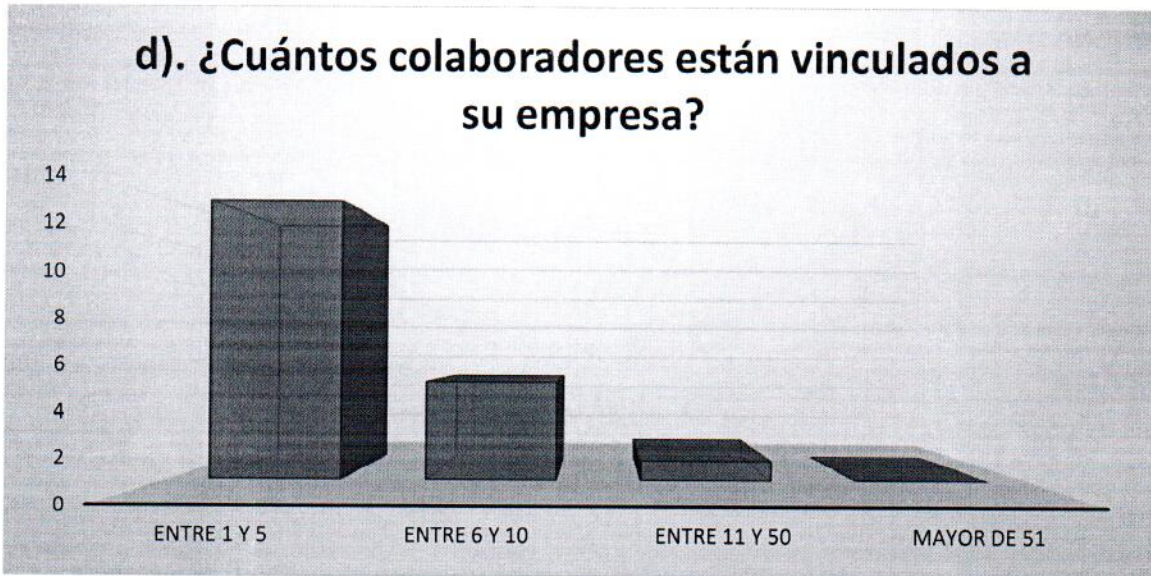
Entre 1 y 30 días	9	45%
Entre 31 y 90 días	10	50%
Entre 91 y 120 días	1	5%
Mayor a 121 días	0	0%
TOTAL	20	100%



De acuerdo a las respuestas e información que aportaron las diferentes personas encuestadas la mayor parte de sus servicios los deben entregar en menos de un mes, pero cuando se trata de estructuras de mayor complejidad y tamaño lo hacen en 90 días y unas pocas veces mayor a este tiempo.

d) ¿Cuántos colaboradores están vinculados a su empresa?

Entre 1 y 5	14	70%
Entre 6 y 10	5	25%
Entre 11 y 50	1	5%
Mayor de 51	0	0%
TOTAL	20	100%



Reiterando que la mayoría de las empresas objeto del presente estudio son pequeñas empresas, así mismo es el número de colaboradores permanentes que tienen vinculados, sin embargo, cuando el trabajo contratado amerita mayor tiempo o complejidad vinculan personal a través de la contratación por obra o labor.

e) ¿Cuál es el método de cotización?

Por kilogramo	12	40%
Por metros lineales	9	30%
Por metros cuadrados	7	23%
otro cual	2	7%
TOTAL	30	100%

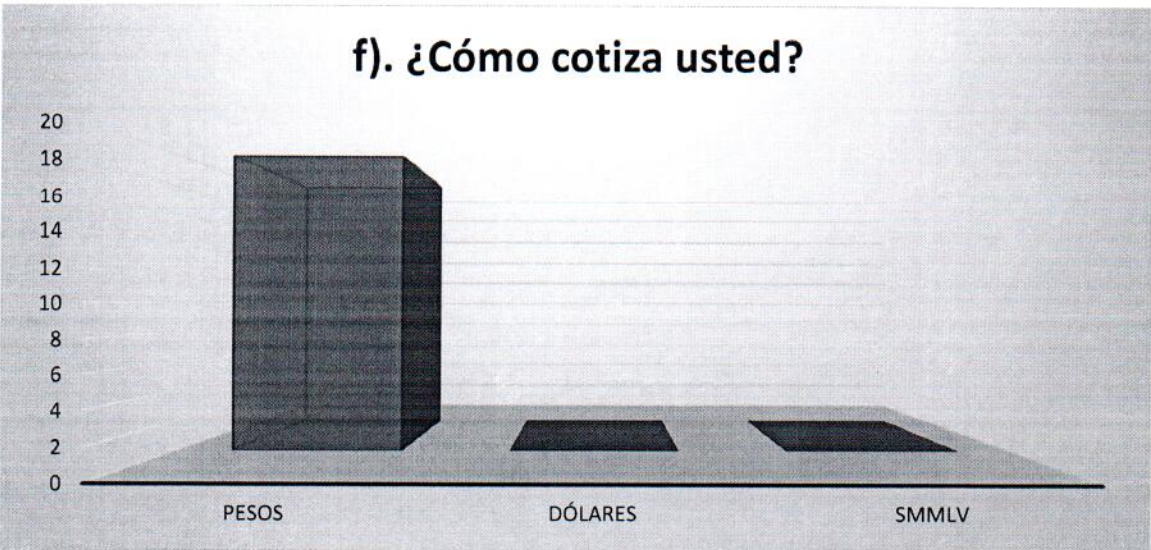


Las repuestas de los encuestados fueron consistentes en todos en manifestar que al momento de realizar sus cotizaciones de estructuras metálicas lo realizan en kilogramos, mientras que cuando son productos como pasamanos y barandas lo hacen por metros lineales y si son puertas y ventanas por metros cuadrados.

Hubo dos casos particulares en decir, que algunas veces negocian con sus clientes en que ellos pagan los materiales y la empresa solo cobra o cotiza la mano de obra.

f) ¿Cómo cotiza usted?

Pesos	20	100%
Dólares	0	0%
SMMLV	0	0%
TOTAL	20	100%



El 100% de los encuestados expresaron realizar sus cotizaciones en pesos colombianos

Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas

Los datos que revelan los instrumentos aplicados, evidencian en el subsector analizado, que las practicas regulares ejercidas dentro del mismo, para la jurisdicción producen efectos directos en el mercado, generando con ello una serie de beneficios a los diferentes usuarios, quienes se aprecia que en la ciudad, poseen un mercado cautivado por el producto, el cual trasciende en los nuevos modelos productivos, no solo a través de contrataciones directas, sino a través de sistemas de subcontratación, lo cual facilita sustancialmente las posibilidades empresariales, tanto en costo como en tiempo; las obras requeridas por los clientes en esta línea, generan especiales ahorros y hacen que tanto el constructor como el dueño de una bodega o una residencia no tenga que contaminar el objeto de su negocio, implementando una serie de herramientas y conocimientos, que no solo son específicas, sino que requieren de una infraestructura particular, por ello, el desarrollo de este tipo de empresa ha generado la creación y matricula de un importante número de organizaciones corroborada en esta investigación.

Resaltamos en la información recibida de los empresarios, que el principal cliente es el sector privado, representado en un 80%, sin embargo, los contratos con el sector público se posicionan con el 20 % constituyéndose en una fuente de usuarios significativa.

El 75 % de la muestra la representan obras inferiores a 100 SMMLV ,las cuales en un 95 % son finalizadas en un plazo no mayor a 90 días, lo cual permite una rotación en el año de mayor nivel y eficiencia.

Estas empresas en un 95%, tienen una planta de colaboradores máximo de 10 personas, obteniendo con ello una clara posibilidad de adaptación al tipo de contrato que se obtenga.

Definitivamente la principal forma de cotización en los estructureros metálicos se basa en el kilogramo, representado en un 40 %, medida que se multiplica por el peso total requerido y con énfasis específico en obras de estructura, pues para otro tipo de obras metálicas en donde se incorpora otras aplicaciones solicitadas por el cliente la opción de cotización que asciende a un 30% constituyéndose en la segunda posibilidad es aquella aplicada a través de cotización según metros lineales y eventualmente también se utiliza el método de cotizar por metro cuadrado.

4. INTERPRETACION NORMATIVA

De acuerdo con los diferentes aportes legales, que se advierten alrededor de una posible Costumbre mercantil e interpretando las características específicas que las mismas deben contener los siguientes detalles desde la esencia que ofrece la norma a saber:

LEGALIDAD: Esta investigación ratifica que no contraviene ningún tipo de mandato u ordenamiento legal existente, por el contrario, complementa y aclara las posiciones de forma de cobro de los empresarios a sus respectivos clientes o potenciales usuarios, tanto públicos como privados.

GENERALIDAD: Se aprecia que existe en esta práctica, debido a que la misma se efectúa en todos los casos, de tal forma que todos los sectores ofertados realizan el modelo de contratación y su forma tiene dicho componente.

OBLIGATORIEDAD: Los empresarios del sector de las estructuras metálicas de la jurisdicción, reconocen según las regulaciones que a Costumbres Mercantiles se refieren, que esta práctica es recurrente en su sub-sector y la reconocen y usan como medio transaccional.

REITERACION: Los empresarios incluido en esta investigación, confirman la practica en todo tiempo, buscando y usando siempre el patrón de cotización, el cual hasta la fecha lo realizan sin ningún sustento formal o legal, en las diferentes contrataciones que vienen realizando.

UNIFORMIDAD: Se aprecia que existe igualdad en los métodos de cotización y en específico para Estructuras Metálicas, tanto en casas de habitación como en edificios y bodegas, lo cual es similar, pues su esencia y sistema productivo coincide en todos los casos.

PUBLICIDAD: Para el acceso a la información, todos los clientes tienen posibilidad sin restricción y es general, no se detecta ningún asomo de limitaciones, pudiéndose compartir libremente a cualquier usuario o público en general.

5. CONCLUSION

De acuerdo con el análisis realizado en donde se incorpora las bases normativas, las respuestas de los diferentes constructores de las estructuras y de los requerimientos de ley:

Se concluye que existe COSTUMBRE MERCANTIL, en cuanto a la unidad de medida en las cotizaciones de los prestadores del servicio de estructuras metálicas la cual se basa en kilogramos; en lo que respecta a estructuras lineales, es decir, pasamanos, barandas, se realiza optando por cotizar en metros lineales y productos como ventanas, puertas a través del patrón de metros cuadrados, evidenciándose por lo tanto, que existe uniformidad, reiteración, vigencia y publicidad según el producto requerido.