

GESTIÓN DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE LA COSTUMBRE MERCANTIL
SOBRE EL “COSTO POR ADMINISTRACIÓN” EN EMPRESAS INMOBILIARIAS
INSCRITAS EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO.

LEIDY JOHANA MARTA RUEDA

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
VILLAVICENCIO-META

2018

GESTIÓN DEL PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE LA COSTUMBRE MERCANTIL
SOBRE EL “COSTO POR ADMINISTRACIÓN” EN EMPRESAS INMOBILIARIAS
INSCRITAS EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO.

Informe final de pasantía profesional presentado para optar al título de
Administración de Empresas según la Resolución No. 007 de Abril 30 de 2014

LEIDY JOHANA MARTA RUEDA
CÓDIGO: 146003120

DIRECTOR:
HAWARD IBARGÜEN MOSQUERA

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
VILLAVICENCIO-META

2018

AUTORIDADES ACADÉMICAS

PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS

Rector Universidad de los Llanos

DORIS CONSUELO PULIDO DE GONZÁLES

Vicerrectora Académica

GIOVANNY QUINTERO REYES

Secretario General

RAFAEL OSPINA INFANTE

Decano Facultad de Ciencias Económicas

GIOVANNI ENRIQUE HERNÁNDEZ CASALLAS

Director de Escuela de Administración y Negocios

VICTOR JULIO VILLAMIZAR RODRIGUEZ

Director de Programa Administración de Empresas

Nota de Aceptación:

JAVIER DIAZ
Director Centro de Investigaciones
Facultad de Ciencias Económicas

HAWARD IBARGÜEN MOSQUERA
Director Trabajo de Grado

VICTOR JULIO VILLAMIZAR RODRÌGUEZ
Director De Programa

Jurado

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| Presentación..... | 9 |
| 1. Planteamiento del Problema | 11 |
| 2. Justificación | 13 |
| 3. Objetivos..... | 14 |
| 3.1 Objetivo General..... | 14 |
| 3.2 Objetivos Específicos | 14 |
| 4. Marco Referencial..... | 15 |
| 4.1 Marco Teórico | 15 |
| 4.2 Marco Conceptual..... | 18 |
| 4.2.1 Costumbre..... | 18 |
| 4.2.2 Administración..... | 19 |
| 4.2.3 Bien..... | 19 |
| 4.3 Marco Geográfico..... | 20 |
| 4.3.1 Departamento del Meta..... | 20 |
| 4.3.2 Departamento del Guainía..... | 21 |
| 4.3.3 Departamento del Vichada..... | 23 |
| 4.3.4 Departamento del Vaupés..... | 24 |
| 4.3.5 Municipio de Paratebueno | 25 |
| 4.4 Marco Legal..... | 26 |
| 4.4.1 Autoridad de la costumbre mercantil..... | 26 |
| 4.4.2 Preferencia de las estipulaciones contractuales..... | 26 |
| 4.4.3 Aplicación de tratados, convenciones y costumbres internacionales..... | 27 |
| 4.4.4 Prueba de usos y procesos..... | 27 |
| 4.4.5 Prueba de la costumbre mercantil..... | 27 |
| 4.4.6 Prueba de la costumbre mercantil extranjera | 27 |
| 4.4.7 Prueba de la costumbre mercantil internacional | 28 |
| 4.4.8 Requisitos exigidos por la ley mercantil para que una costumbre sea valida..... | 28 |
| 4.4.9 Clasificación de la costumbre | 30 |
| 4.5 Marco Institucional..... | 31 |

| | | |
|-----|--|----|
| 5. | Diseño Metodológico..... | 33 |
| 5.1 | Tipo de investigación..... | 33 |
| 5.2 | Diseño de la investigación..... | 33 |
| 5.3 | Fuentes de información..... | 33 |
| 5.4 | Población | 34 |
| 5.5 | Muestra | 34 |
| 5.6 | Recolección de datos | 35 |
| 5.7 | Procedimiento de muestreo..... | 35 |
| 5.8 | Análisis de datos | 35 |
| 6. | Productos por entregar | 36 |
| 7. | Resultados | 37 |
| 7.1 | Informe final de la práctica como costumbre mercantil | 37 |
| 7.2 | Lista de Chequeo de la Costumbre mercantil | 62 |
| 7.3 | Solicitud formal de certificación como costumbre mercantil | 63 |
| | Referencias | 64 |
| | Anexos | 72 |

Lista de Tablas

| | |
|-----------------------------------|----|
| Tabla 1 Productos a entregar..... | 36 |
|-----------------------------------|----|

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Mapa División Política Administrativa Departamento del Meta. | 21 |
| Figura 2 Mapa División Política Administrativa Departamento del Guainía..... | 22 |
| Figura 3 Mapa División Política Administrativa Departamento del Vichada | 23 |
| Figura 4 Mapa División Política Administrativa Departamento del Vaupés | 24 |
| Figura 5 Mapa División Política Administrativa Municipio de Paratebueno..... | 25 |
| Figura 6 Formula de Muestreo Aleatorio Simple. | 34 |

Presentación

La Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV) es una “Entidad gremial de derecho privado comprometida con el desarrollo integral de la región de la Orinoquia, que promueve la gestión empresarial, los mecanismos de solución de conflictos y la administración efectiva de los registros públicos; todo esto orientado hacia el mejoramiento continuo y la proyección de la entidad hacia el ámbito internacional”, (Cámara de Comercio de Villavicencio, 2017). De igual manera se entiende que:

“La jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio comprende todos los municipios de los departamentos del Meta, Vaupés, Vichada, Guainía y el Municipio de Paratebueno, en el Departamento de Cundinamarca”. (Decreto 622 , 2000) Modificado por el (Decreto 907 .art. 1, 2000)

En cumplimiento al código de comercio colombiano, en su artículo 86 el cual contempla las funciones de las Cámaras de Comercio en su ítem 5 ligado con el artículo 4 del (Decreto 2042 , 2014)“recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certifica la existencia de las mismas”.

De tal manera se contempla que las cámaras de Comercio poseen la facultad de certificar una práctica como costumbre mercantil, esto se lleva a cabo mediante expresa disposición legal, lo que a su vez implica investigar, revisar, calificar, verificar, certificar y conceptuar jurídicamente los usos y prácticas, con el fin de determinar la viabilidad de la certificación, teniendo en cuenta que la práctica no sea contraria a la ley y a las buenas costumbres.

Una vez se ha considerado que una práctica es determinada como costumbre, éstas procede a legalizar los usos que llevan a cabo los comerciantes de manera uniforme, pública y reiterada, en la jurisdicción a la que corresponda.

Los procesos de certificación como costumbre mercantil de los usos y prácticas de los comerciantes se pueden ejecutar ya sea mediante la solicitud del interesado (comerciante o agremiaciones) o por iniciativa particular de la Cámara de Comercio.

A partir de lo anterior y como lo evidencia la página web de la Cámara de comercio de Villavicencio, la entidad anteriormente mencionada ha llevado a cabo la certificación de costumbres en diversos sectores dentro de las cuales se pueden contemplar:

- Entrega de Ganado Bovino al aumento

- Comisión en la venta de inmuebles
- Venta por consignación
- Prima comercial en la venta de los establecimientos de comercio

El presente estudio es fruto del convenio existente entre la Cámara de Comercio de Villavicencio y la Universidad de los Llanos, donde estudiantes de dicha institución podrán aplicar sus conocimientos, habilidades adquiridas durante el desarrollo profesional, y personal en las diversas áreas en las cuales se ha formado, así como podrá el desarrollo de nuevas competencias, conocimientos y habilidades necesarias, adicionalmente se busca generar utilidad social, contribuyendo en el proceso agilizador de la certificación de una práctica como costumbre, así como se reforzaran los lazos creados mediante el convenio existente entre la Cámara de Comercio de Villavicencio y la Institución de Educación Superior Universidad de los Llanos.

De tal manera que el presente estudio de costumbre mercantil referente al costo por administración de bienes inmuebles analizará como se efectúa el cobro por concepto de administración de bienes inmuebles, verificará que esta práctica cumpla con los requisitos de costumbre mercantil y presentará los resultados del análisis ante la junta directiva de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

En cuanto al diseño metodológico adoptado para la investigación esté es de carácter descriptivo dada la amplia revisión teórica de doctrina y jurisprudencia sobre el derecho comercial, y la costumbre mercantil como fuente de derecho. Además, se ha adoptado un método investigativo analítico, ya que a partir de este se explicará los resultados recopilados a través de encuesta mediante entrevista telefónica y se procederá a analizar la información encontrada.

Cabe recalcar que para el desarrollo del presente estudio se ha tenido en cuenta el trabajo de grado denominado: Gestión de la certificación como costumbre mercantil de la práctica Cobro de hospedaje por anticipado en la industria hotelera de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio durante el primer semestre del 2016 (Sabala, 2016).

1. Planteamiento del Problema

El comportamiento de la dinámica inmobiliaria de acuerdo al estudio realizado por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC), el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), revelo que la dinámica inmobiliaria en el país ha estado presentando un comportamiento constante. A pesar de la desaceleración en el ritmo de crecimiento de los sectores que impulsan la economía, las actividades inmobiliarias y de alquiler de vivienda superaron las expectativas más optimistas para el año 2016, ya que de enero a septiembre del 2016 se presentó un crecimiento de 3,2%, lo cual jalonó la economía nacional y en donde su crecimiento agregado en el mismo periodo se ubicó en 1,9%. Por tal razón se espera que el sector inmobiliario se consolide para el presente año tanto en avalúos, ventas de inmuebles en estratos altos, estabilidad en los arrendamientos como en una mayor dinámica en el mercado de vivienda nueva usada. (Servicio de noticias del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 2017)

En cuanto al arrendamiento inmobiliario la Federación Colombiana de Lonjas de Propiedad de Raíz (FEDELONJAS, 2017) espera que el aumento del canon de arrendamiento adoptado por el sector inmobiliario sea el presentado por el Índice de Precios al Consumidor (IPC) siendo este el 5,75% (valor por el cual cerró la variación anual del IPC para el año 2016) (Perspectivas del Sector Inmobiliario , 2017). A pesar de que el incremento del canon es cobijado por (Ley 820, 2003) el artículo 18 de la presente ley contempla que “el precio mensual del arrendamiento será fijado por las partes en moneda legal pero no podrá exceder el uno por ciento (1%) del valor comercial del inmueble o de la parte de él que se dé en arriendo”. A partir de lo anterior se puede concluir que solo se tendrá en cuenta la aplicación del IPC en al aumento del canon de arrendamiento siempre y cuando esté no exceda el 1% del valor del bien inmueble.

A pesar de las expectativas que se tienen de la consolidación de las inmobiliarias en el país y su contribución en el impulso de la economía actual, el sector inmobiliario lleva a cabo la prestación de sus servicios de administración bajo el contrato de mandato tal como lo contempla (Rivera, 1997) reafirmado por q el Código Civil artículo 2142 en el cual se establece que “el mandato es un contrato en que una persona confía la gestión de uno o más negocios a otra, que se hace cargo de ellos por cuenta y riesgo de la primera”.

De igual manera se contempla que el “mandato puede ser gratuito o remunerado. En dado caso que se dé la remuneración está es determinada por convención de las partes (Código Civil art. 2143)

Al presentarse vacíos legales por concepto de cobro de administración de bienes inmuebles puede generarse la apatía por parte de las personas para adquirir en arrendamiento inmuebles a través de una inmobiliaria, así como se pueden contemplar disparidades entre el dueño del bien y la inmobiliaria dada la diversidad de valores que puede existir en el sector inmobiliario por concepto de cobro de administración.

A partir de lo anterior se evidencia que, aunque los diversos usos y prácticas de las inmobiliarias referentes al cobro de la administración que son desarrolladas en el sector, hasta el momento no se contempla evidencia de la existencia de una norma o ley que rija los cobros y tarifa generados por la empresa inmobiliaria por concepto de administración.

De seguir ejecutándose prácticas sin la existencia de una norma que las regule se pueden presentar disparidades entre las organizaciones pertenecientes al sector inmobiliario, y las personas que adquieren los servicios de estas. Así como el sector inmobiliario puede verse afectado por el decrecimiento de los usuarios por la adquisición del servicio.

En virtud de lo contemplado anteriormente el presente estudio busca gestionar la certificación como costumbre mercantil del costo de administración en inmobiliarias inscritas en la Cámara de Comercio de Villavicencio. A fin de unificar los criterios para el cobro de administración, generando así tranquilidad para todas las partes involucradas.

A partir de lo anterior se plantea lo siguiente: ¿Cómo se lleva a cabo la práctica comercial relacionada con el costo por administración que realizan las empresas inmobiliarias inscritas ante la Cámara de Comercio de Villavicencio?

2. Justificación

A partir de las problemáticas planteada se busca mediante la ejecución del presente estudio “Gestión del proceso de certificación de la costumbre mercantil “costo por administración” en empresas inmobiliarias inscritas en la cámara de comercio de Villavicencio”, se busca llenar cualquier vacío normativo con el fin de evitar que se presenten ambigüedades y disparidades que no permitan desplegar una adecuada y correcta aplicación de las prácticas inmobiliarias, así como conocer la situación actual que se está presentando en la aplicación de las prácticas anteriormente mencionadas.

En caso de ser necesario, la cámara de comercio serviría de mediadora dada la autoridad de ley comercial que esta posee permite disminuir costos, y mejora la comprensión de los contratos que se efectúen en dicho sector económico. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2017). Así como contribuirá en el cumplimiento de una de las funciones adscritas a las Cámaras de Comercio, siendo está recopilar y certificar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción. art.86 (Código de Comercio, 2017).

En cuanto a la Universidad de los Llanos la contribución que se da se presenta en primer lugar mediante la alianza que permite recopilar información para el desarrollo de las capacidades investigativas de los estudiantes involucrados lo cual brinda un aporte al desarrollo académico, económico y social de la región de la Orinoquia.

Finalmente, el desarrollo del presente proyecto beneficia a los estudiantes que realizan la investigación en la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante la formación académica y profesional en la institución de educación superior Universidad de Los Llanos, además, los estudiantes tendrán la oportunidad de conocer el comportamiento de empresas reales que contribuyen al desarrollo económico y social de la región.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Gestionar la certificación como costumbre mercantil del costo por administración en inmobiliarias inscritas en la Cámara de Comercio de Villavicencio.

3.2 Objetivos Específicos

- Analizar cómo se efectúa el costo por concepto de administración en inmobiliarias.
- Verificar que la práctica de costo por concepto de administración cumple con los requisitos de una costumbre mercantil.
- Presentar solicitud de certificación de la práctica costo por administración como costumbre mercantil a la junta directiva de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

4. Marco Referencial

La elaboración del presente marco de referencia tiene como propósito aportar al estudio el vínculo y la coherencia entre los elementos necesarios para un adecuado desarrollo de la investigación. Dentro del presente marco de referencia se encontrará el marco teórico, legal, conceptual, geográfico, e institucional.

4.1 Marco Teórico

La costumbre mercantil no cuenta con una amplia concepción teórica como consecuencia de su pertenencia al sistema jurídico y normativo nacional. No obstante, se contemplarán antecedentes de esta y la concepción de la costumbre desde diversas perspectivas.

A partir de lo anterior se procede a contemplar la historia de la Costumbre para lo cual es necesario mencionar que esta siempre ha estado presente en toda clase de comunidad y organización social, desde la época primitiva hasta el día de hoy Siglo XXI. (Medina, 2013)

El inicio de la Costumbre Mercantil proviene de la Institucionalización de esta como fuente de derecho por parte de los Romanos, a pesar de existir la conciencia de la importancia de un ordenamiento jurídico en toda sociedad política y económicamente organizada; esta sociedad vivió sin la necesidad de poseer un Derecho Escrito, durante más de medio milenio, hasta que apareció la primera Ley Escrita (Ascarelli, 1964)

En relación de lo anterior se contempla que durante años Roma vivió bajo las costumbres de sus ancestros, que en la Roma monárquica eran soluciones a la problemática de convivencia que habían ejecutado sus antepasados, ante situaciones y conflictos sociales concretos, y cuya vulneración era nefasta no solo para el agresor sino para su familia pues antes del cristianismo el Derecho estaba íntimamente ligado a la religión.

Como se ha mencionado anteriormente creación de la Ley de las XII Tablas se dio paso al derecho escrito donde la costumbre no perdió la importancia que tenía, sino que simplemente se elevaron a Derecho Positivo mediante la creación de normas.

De tal manera se puede contemplar la Costumbre como primera fuente del derecho, que con el paso del tiempo puede llegar a ser la Ley siendo esta principal fuente de Derecho (Noguera Labourde, 2010)

Sin embargo, la Costumbre mercantil se ha mantenido vigente, ya que cabe recordar que éstas han ido evolucionando hasta constituirse en las normas, leyes y reglamentos comerciales existentes en cada nación (Guzman, Turcios, & Marín, 2007).

Una vez se ha contemplado un poco de historia sobre la costumbre se procede hablar sobre está en la actualidad, desde el ámbito jurídico la costumbre 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” (Rubiano, 2009)

De igual manera (Barbero, 1967) la define como “una forma de producción de normas jurídicas que consiste en la repetición general, constante y uniforme, de un determinado comportamiento en determinadas circunstancias”.

Adicionalmente, Narváez García (como se citó en Dorado Torres & Padilla Támara, 2011) la define como:

Aquellas que tienen validez general porque son practicadas por una colectividad con la convicción de que son obligatorias, independientes de la voluntad de los contratantes, a la cual suplen. Las costumbres normativas tienen tanta importancia que su violación o desconocimiento por el juzgador de instancia da asidero al recurso extraordinario de casación.

De acuerdo al ámbito jurídico nacional colombiano en especial el decreto 410 de 1971 artículo 3 se contempla que la costumbre mercantil tiene la misma fuerza que la Ley Comercial, siempre y cuando no sea contraria a ésta de ninguna manera; sin embargo, el Artículo 8 del Código Civil establece que “la Costumbre en ningún caso tiene fuerza contra la Ley. No podrá alegarse el desuso para su inobservancia, ni práctica, por inveterada y general que sea”.

Para que una práctica comercial sea considerada costumbre es necesario que esta cumpla con los requisitos básicos de uniformidad, reiteración, publicidad, vigencia, obligatoriedad y legalidad.

Cuando se establece que una actividad reúne los elementos mencionados anteriormente la certificación de la práctica como costumbre mercantil se da de manera más ágil, una vez se determina que una práctica es considerada costumbre se puede clasificar dependiendo de su generalidad de observancia (local, general, extranjera e internacional); además la certificación de una práctica contribuye en la regulación de las mismas realizadas por los comerciantes, evitando

así la creación de futuros conflictos, así como puede llegar a tener la misma fuerza vinculante de una norma.

Por tal razón y como lo afirma Hernández Díaz (2010) la costumbre es un elemento que se encuentra ligada a la cultura de una comunidad, además de ser necesaria para la Constitución de una Nación, puesto que a partir de estos surgen diferentes reglas de comportamiento con fuerza de norma jurídica, para de esta manera formar el ordenamiento jurídico.

Adicionalmente cabe mencionar que durante el transcurso de los años la costumbre mercantil se ha complementado con estatutos de asociaciones comerciales, con el fin de regular las relaciones entre los profesionales asociados en pro de defender los intereses particulares, profesionales y del gremio en general, aportando de esta manera un nuevo contenido al ordenamiento y sistematización de las instituciones mercantiles. (Villa Villa & Herrera Tapias, 2007), así como constituye fuente de derecho que requiere de la aceptación general de la comunidad a la que pertenece y de obligatoriedad.

Se puede concluir entonces que “El vocablo costumbre implica una regla de conducta configurada durante un lapso más o menos largo en que los hechos constitutivos de la misma fueron adquiriendo notoriedad, hasta ser demostrativos de aceptación general.” (García, 2008). Donde el conjunto de usos o prácticas realizados por los comerciantes de manera uniforme, reiterada y pública que ha ocupado un destacado lugar en la evolución del derecho mercantil y en el desarrollo del mundo de los negocios. Así como la costumbre es fuente de derecho y creadora de normas jurídicas, y ostenta la misma autoridad que la ley mercantil (entendiéndose esta como “toda prescripción de carácter general que formula el Estado con observancia de ciertas ritualidades preestablecidas, para regular las relaciones entre los particulares, surgidas de las materias mercantiles” (Berdugo Garavito & Builes Vargas, 2013) 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.

4.2 Marco Conceptual

En busca de facilitar la comprensión del presente documento se procede a contemplar diversos aspectos que hacen parte de las prácticas inmobiliarias, así como conceptos referentes a la costumbre mercantil.

4.2.1 Costumbre.

En primer lugar, se es necesario contemplar a la costumbre mercantil como la forma mediante la cual se da certeza al conjunto de usos y prácticas que son realizadas en una comunidad y las cuales no se encuentran contempladas bajo alguna normatividad. A partir de lo anterior se evidencia que la relevancia que presenta la costumbre en el derecho comercial se da en que está puede adquirir la misma autoridad que la ley mercantil siempre y cuando las prácticas realizadas por comerciantes (en el caso del presente documento las inmobiliarias) posean ciertos elementos (que para efecto del presente estudio se contemplarán a la uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad, vigencia) y no contraríen la ley sin embargo para la cámara de comercio “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 reiterada, pública y uniformemente”. (Cámara de Comercio de Putumayo, 2017)

Como se ha mencionado anteriormente la costumbre se refiere a un conjunto de prácticas comerciales, entendiéndose a práctica comercial como “todo acto, conducta, manifestación, omisión o comunicación comercial, incluidas la publicidad y comercialización, que proceden de un comerciante y está directamente relacionado con la promoción, venta o suministro de un bien o servicio a los consumidores. (Grupo Wolters Kluwer, 2007).

De igual manera se ha contemplado a la costumbre como una forma de obrar del conjunto social que va surgiendo sin necesidad de una promulgación expresa, sin órgano que la declare, que la aplique y que la defienda. La obligatoriedad de esta se basa en que sea aceptada por dicho grupo social (Calleja, M., 1982) (Celano, B., 2009)

4.2.2 Administración.

La palabra administración proviene del latín ad y minister las cuales son definidos como dirección; tendencia y subordinación u obediencia respectivamente, la administración hace referencia al proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos y las actividades de trabajo a fin de alcanzar los fines planteados por la organización de manera efectiva. (Chiavenato, 2004)

La administración se puede contemplar como un proceso o una disciplina. Desde la perspectiva de disciplina es un organismo acumulado de conocimientos que incluye principios, teorías, conceptos. Sin embargo, la administración como proceso comprende funciones y actividades que los administradores deben llevar a cabo para lograr los objetivos de la organización.

A partir de lo anterior se contempla la definición de administración según los autores (Michael, Stewart, & Porter, 2006) en su libro "Administración" como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional".

Sin embargo para (Harold & Weihrich Heinz, 2004) la administración es considerada como "la dirección de un organismo social y su forma efectiva en alcanzar sus objetivos fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes".

4.2.3 Bien.

El libro segundo del Código Civil colombiano estipula las normatividades de los bienes, su dominio, posesión uso y goce.

A partir de lo anterior y se procede a entenderse que "los bienes consisten en cosas corporales o incorporeales. Corporales son las que tienen un ser real y pueden ser percibidas por los sentidos, como una casa un libro. Incorporeales las que consisten en meros derechos, como los créditos y las servidumbres activas" (Código Civil art. 653).

De tal manera que el bien inmueble hace referencia a aquellos elementos que tiene una situación fija y no pueden trasladarse de un lugar a otro, tal como lo evidencia el (Código Civil art. 656) los Inmuebles o fincas o bienes raíces son las cosas que no pueden transportarse de un

lugar a otro; como las tierras y minas, y las que adhieren permanentemente a ellas, como los edificios.

4.3 Marco Geográfico

El presente estudio abarcará la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio siendo está conformada por los departamentos del Meta, Guainía, Vichada, Vaupés y el municipio de Paratebueno en Cundinamarca. A partir de lo anterior se contempla algunos aspectos generales del territorio objeto de estudio.

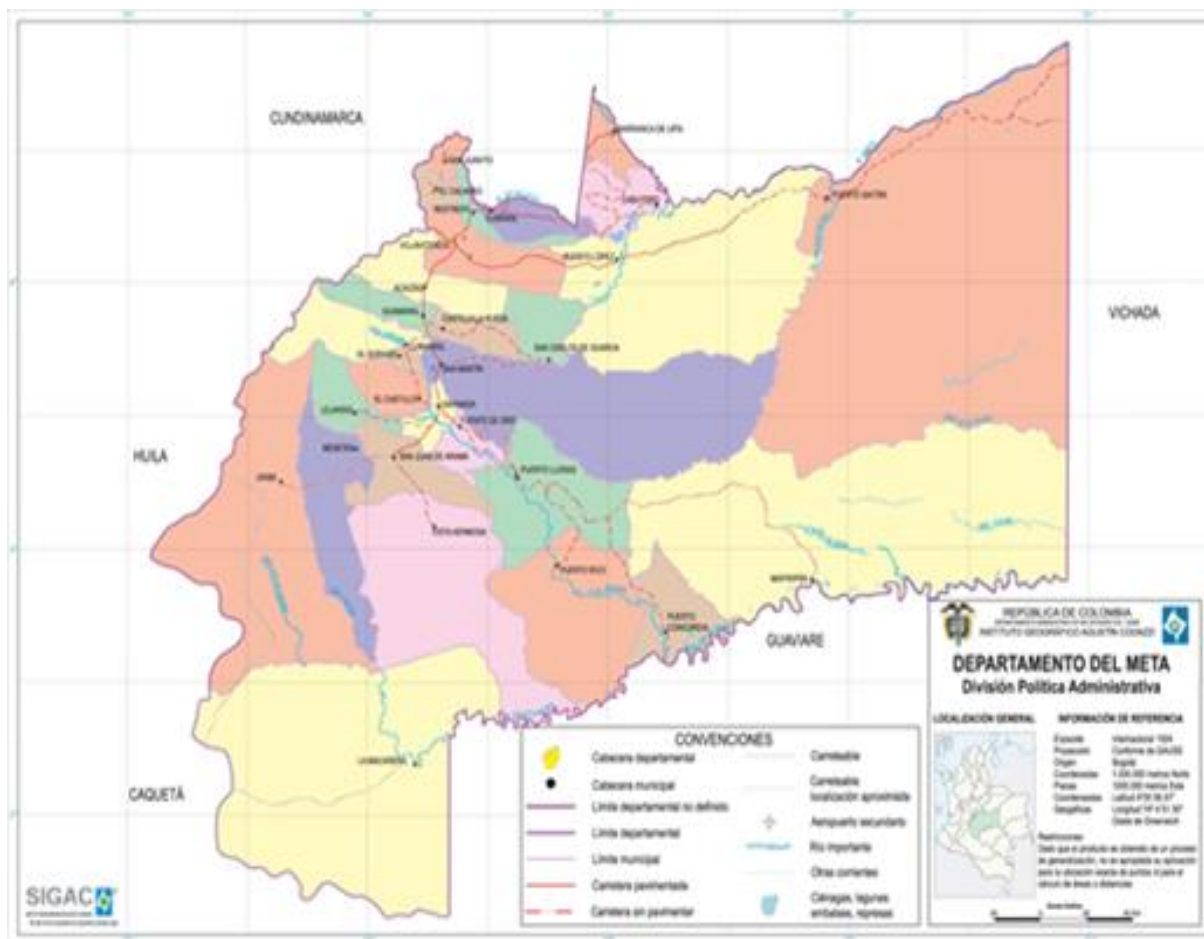
4.3.1 Departamento del Meta.

El Departamento del Meta se encuentra localizado en la región centro-oriental de Colombia entre $1^{\circ}32'30''$ y $4^{\circ}57'30''$ lat. Norte y entre los $71^{\circ}2'30''$ y $74^{\circ}57'00''$ long. Oeste de Greenwich, cuenta con 85 mil kilómetros cuadrados de extensión, es decir 8 millones 563.000 hectáreas, equivalentes al 7,5% del territorio nacional. La capital de este es el Municipio de Villavicencio. La ley 118 del 16 de diciembre de 1959 erigió al Meta como Departamento, constituyéndose en el decimoséptimo de la República de Colombia, empezando a funcionar el 1° de julio de 1960. (Gobernación del Meta, 2015)

De acuerdo a la proyección de la población departamental por área del 2005 al 2020 para el 2017 se estima una población de 998.146 habitantes distribuidos en 29 municipios.

En lo que respecta a la principal economía de la región fuente de riqueza es la explotación de hidrocarburos, seguida de la ganadería de extensión y la agricultura con cultivos tecnificados de arroz, cacao, forestales, caña y palma africana, además de cultivos tradicionales de yuca, plátano, cítricos, frutas, ente otros. Además, cuenta con minas de sal en ubicados en los municipios de Cumaral y Upia.

Figura 1 Mapa División Política Administrativa Departamento del Meta.



Fuente: (Instituto Geográfico Agustín Codazzi, 2003)

4.3.2 Departamento del Guainía.

El Departamento se encuentra situado al oriente del país, en la región de la Amazonía, localizado entre los $01^{\circ} 10' 17''$ y $04^{\circ} 02' 21''$ de latitud norte, y los $66^{\circ} 50' 44''$ y $70^{\circ} 55' 16''$ de longitud oeste. El departamento tiene una extensión territorial de 72.238 Km²

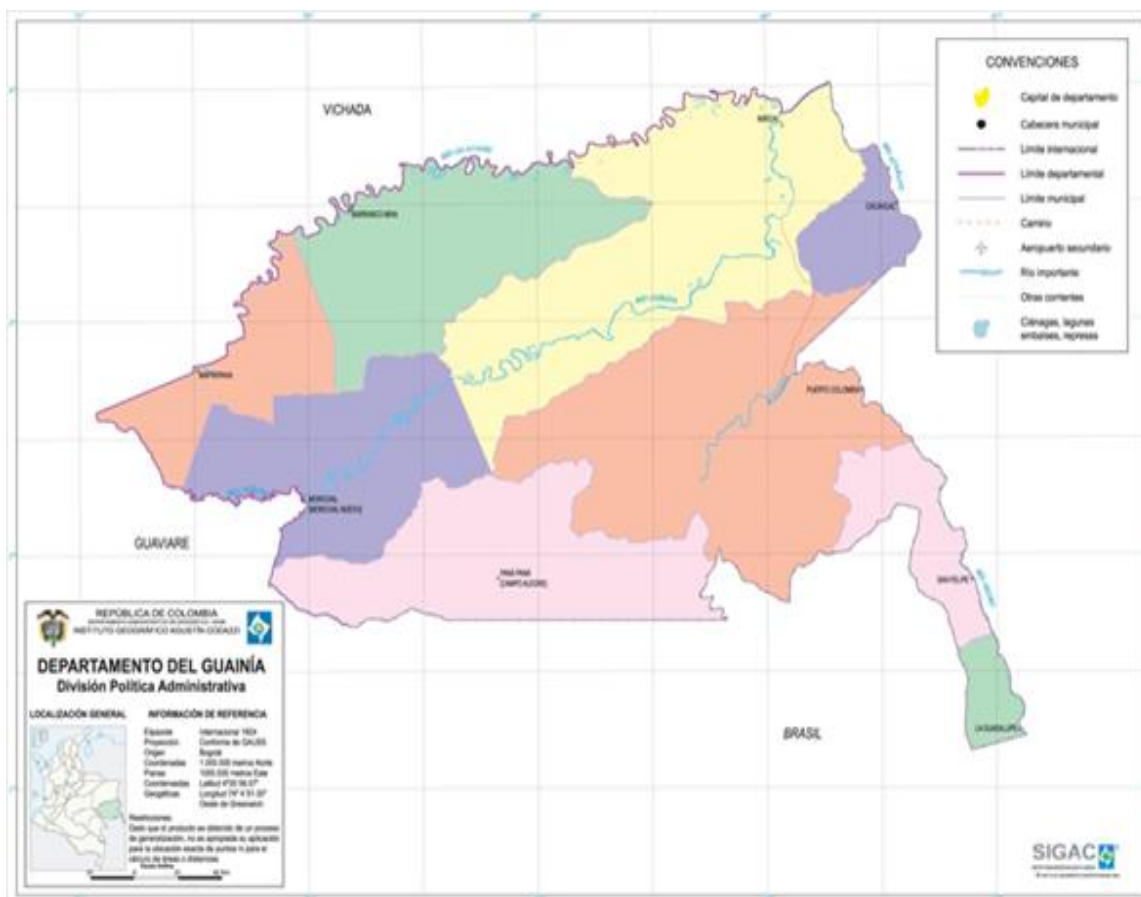
El departamento se encuentra limitado al norte con el departamento del Vichada, al oriente con los ríos Otavalo, Guainía, Negro y frontera con la República de Venezuela, al sur con la República del Brasil y al occidente con los departamentos del Guaviare y Vaupés.

En lo que respecta a la actividad económica del Departamento se encuentra basada en el comercio, la producción agrícola y pecuaria dirigida principalmente al autoconsumo o autoabastecimiento del Departamento. Otras de las actividades económicas de importancia son las

extractivas dentro de las cuales se contempla la recolección de peces ornamentales, la explotación de madera

La actividad económica del Departamento del Guainía se basa en el comercio de variados productos; pero al interior de los corregimientos, inspecciones y comunidades, la actividad es netamente agrícola (Yuca brava, plátano, cacao, maíz) y pecuaria (ganado bovino, aves de engorde, porcinos entre otros) y su producción es principalmente para el autoconsumo o autoabastecimiento del Departamento. Vale la pena recalcar que esta producción es insuficiente para la demanda al interior del departamento por lo cual se hace necesaria la introducción de productos del interior del país. (Gobernación del Guainía, 2017)

Figura 2 Mapa División Política Administrativa Departamento del Guainía



Fuente: (Gobernación del Guainía, 2012)

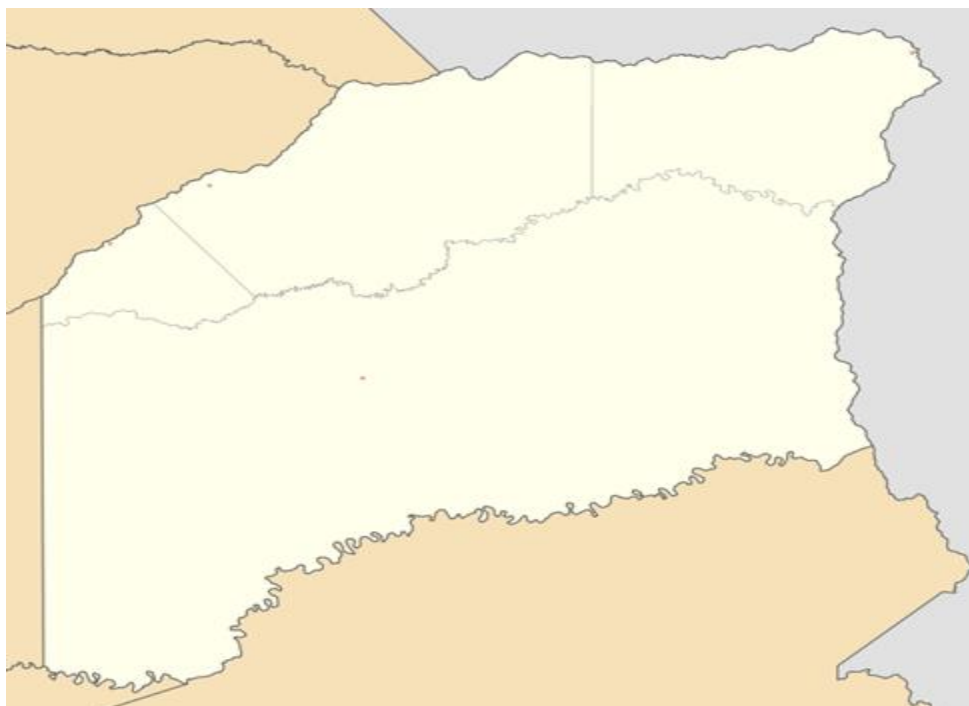
4.3.3 Departamento del Vichada.

El departamento de Vichada presenta como capital al municipio de Puerto Carreño. La superficie de 105.947 km². Está situado en la región oriental de Colombia, en la margen izquierda del Orinoco y derecha del río Meta en la así llamada altillanura.

El departamento del vichada tiene como principales actividades económicas a la ganadería, el comercio y la agricultura (para el autoconsumo), dentro de los productos agrícolas se destacan el algodón, maíz y el plátano, de igual manera la pesca constituye un importante renglón económico. En cuanto a la explotación minera se presentan perspectivas para la extracción de Titanio y la explotación petrolera. (Gobranación del Vichada , 2017)

En lo que respecta a la proyección poblacional del Departamento del Vichada para el año 2017 extraída del (DANE- Proyecciones de población departamental por área) se estima para el año 2017 una población de 75.468.

Figura 3 Mapa División Política Administrativa Departamento del Vichada



Fuente: (Gobernación del Vichada, 2017)

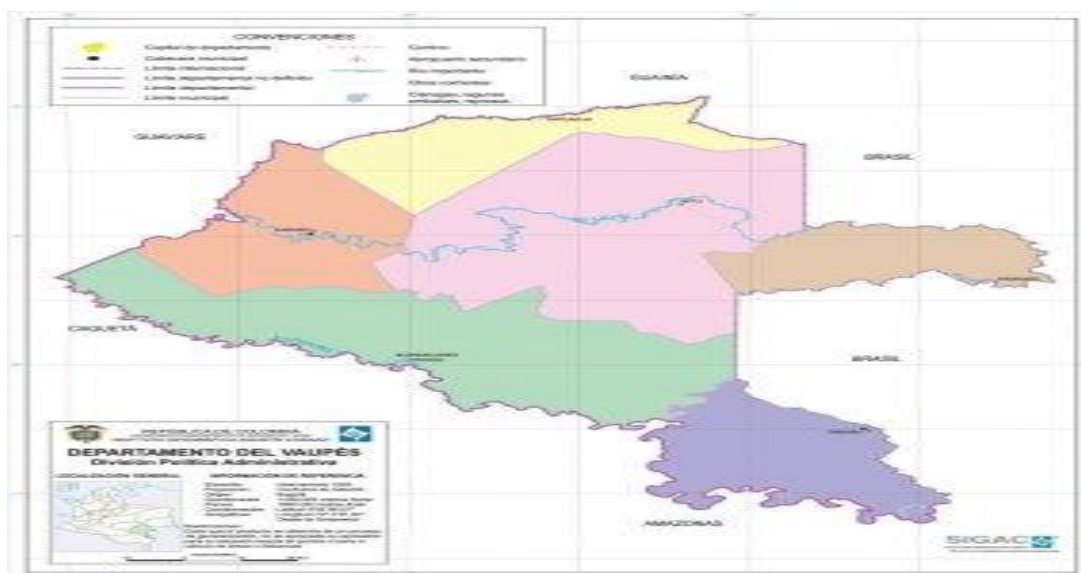
4.3.4 Departamento del Vaupés

El departamento del Vaupés tiene asignada al municipio del Mitú como su capital. En cuanto a su posicionamiento geográfico éste se encuentra ubicado al oriente del país en la región de la Amazonia, a una longitud de $74^{\circ} 4' 51.30''$ y una latitud $4^{\circ} 35' 56.57''$ Oeste de Greenwich. Cuenta con una extensión territorial de 54.135 Km².

La división geográfica otorga al Departamento la Limitación al norte con los departamentos de Guaviare y Guainía, al este con la República de Brasil, al sur con el río Apoporis que lo separa de los departamentos de Amazonas y Caquetá, y al oeste con los departamentos de Caquetá y Guaviare. (Gobernación del Vaupés, 2017)

La economía del departamento es basada en la agricultura cuyos productos principales son la yuca brava y dulce, el maíz, plátano, ñame y frutas silvestres. Además de lo mencionado anteriormente al interior del Departamento se hace explotación de recursos mineros como el oro, de igual manera es posible encontrar minerales como la ilmenita, tantalita y el coltán en bajo porcentaje de contenido.

Figura 4 Mapa División Política Administrativa Departamento del Vaupés



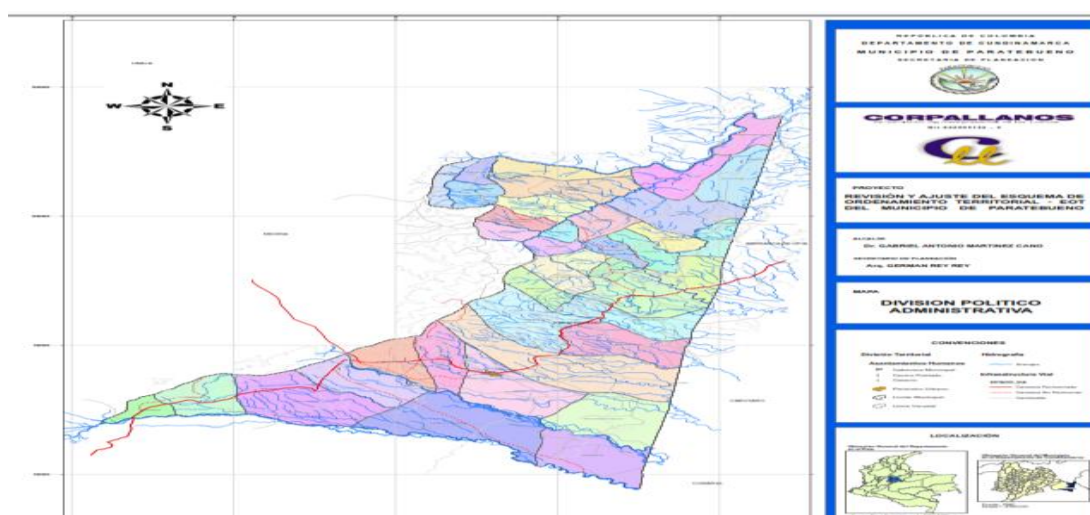
Fuente: (Gobernación del Vaupés, 2017)

4.3.5 Municipio de Paratebueno

El Municipio de Paratebueno se encuentra ubicado geográficamente a 4°22'23" de latitud norte y 73°13'17" de longitud oeste (IGAC, 1996) y forma parte de la provincia de Medina, lo cual está localizada al oriente del Departamento de Cundinamarca. Su creación se dio mediante la Ordenanza No. 36 del 30 de Noviembre de 1981 siendo segregado de los municipios de Medina y Ubalá. En cuanto a la extensión territorial cuenta con 883 Km², distribuidos de la siguiente manera: 879.5 km² en el área rural y 3,5 km² en área urbano y centros poblados. El Municipio está dividido políticamente administrativamente en la cabecera municipal, con cinco (5) Inspecciones y treinta y cinco (35) veredas.

En lo que respecta a la actividad económica del municipio este se dedica a la producción pecuaria donde se resalta la ganadería doble propósito, la agroindustria (palma Africana y el arroz). El municipio ha contemplado como fuente de desarrollo potencial el cultivo de frutales como lo son la piña, y cítricos, sin embargo, cabe resaltar que el cultivo de caucho es vista desde la perspectiva del Gobierno Nacional y Departamental será fuente de desarrollo sostenible y sustentable creadora de empleo y riqueza. (Alcaldía de Paratebueno , 2017)

Figura 5 Mapa División Política Administrativa Municipio de Paratebueno.



Fuente: (Alcaldía de Paratebueno, 2011)

4.4 Marco Legal

La normatividad que regula a las actividades comerciales en Colombia se encuentra contemplada en el código de Comercio colombiano expedido mediante el Decreto 410 del 27 de Marzo de 1971.

Sin embargo el objeto del presente estudio se encuentra enfocado en la Costumbre Mercantil, a partir de lo anterior se procede a realizar una breve revisión de la reglamentación que rige a la costumbre mercantil en Colombia, teniendo como base los artículos del 3° al 9° del código de Comercio, así como algunos artículos del Código Civil y la (Ley 1564, 2012) por la cual se expide el Código General del Proceso y se dictan otras disposiciones referentes a la costumbre.

4.4.1 Autoridad de la costumbre mercantil.

De acuerdo con el artículo 3° del Código de Comercio, la costumbre mercantil tendrá la igual autoridad que la ley comercial, siempre y cuando está no la contraríe, de manera manifiesta o implícitamente. Además, se contempla que los elementos 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.

Adicionalmente, en el artículo 8° del Código Civil se recalca acerca de la fuerza de la costumbre, resaltando que la costumbre en ningún caso tiene fuerza contra la ley.

4.4.2 Preferencia de las estipulaciones contractuales.

Las estipulaciones de los contratos válidamente celebrados preferirán a las normas legales supletivas y a las costumbres mercantiles (artículo 4 del Código de comercio), teniendo en cuenta el artículo 1602 del Código Civil en donde se estipula que todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por consentimiento mutuo o por causas legales.

4.4.3 Aplicación de tratados, convenciones y costumbres internacionales.

El Código de comercio en su artículo 7 contempla que los tratados o convenciones internacionales de comercio no ratificados por Colombia, la costumbre mercantil internacional que reúna las condiciones del artículo 3 del Código mencionado anteriormente, así como los principios generales del derecho comercial, podrán aplicarse a las cuestiones mercantiles que no puedan resolverse conforme a las reglas precedentes

4.4.4 Prueba de usos y procesos

De acuerdo con el artículo 178 Los usos y costumbres aplicables conforme a la ley sustancial deberán acreditarse con documentos, copia de decisiones judiciales definitivas que demuestren su existencia y vigencia o con un conjunto de testimonios.

4.4.5 Prueba de la costumbre mercantil

En cuanto a la prueba de la costumbre mercantil esta se llevará a cabo como lo dispone el Código general del proceso en su artículo 179 donde se contempla que:

- 1) será necesario 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.

4.4.6 Prueba de la costumbre mercantil extranjera

La costumbre mercantil extranjera y su vigencia se acreditarán con certificación del respectivo cónsul colombiano o, en su defecto, del de una nación amiga. Para expedir el certificado dichos funcionarios solicitarán constancia a la cámara de comercio local o a la entidad equivalente, en dado caso que la constancia no se otorgue en las entidades mencionadas anteriormente, se solicitara la constancia a dos (2) abogados del lugar con reconocida

honorabilidad, especialistas en derecho comercial. De igual manera se podrá probar mediante dictamen pericial rendido por la persona o institución experta debido a su conocimiento o experiencia en cuanto a la ley de un país o territorio, con independencia de si está habilitado para actuar como abogado allí.

4.4.7 Prueba de la costumbre mercantil internacional

La prueba de la costumbre mercantil internacional se llevará a cabo mediante la copia de la sentencia o laudo en que una autoridad jurisdiccional internacional la hubiere reconocido, interpretado o aplicado. También se probará con certificación de una entidad internacional idónea o mediante dictamen pericial rendido por persona o institución experta debido a su conocimiento o experiencia.

4.4.8 Requisitos exigidos por la ley mercantil para que una costumbre sea válida

- Según el Código de comercio:

En los términos establecidos en el artículo 3º del Código de Comercio, para considerarse una práctica como costumbre Mercantil se deben reunir las siguientes condiciones:

- Uniformidad: Los hechos económicos que constituyen costumbre mercantil deben ser ejecutados de igual manera por el sector económico ó grupo que realiza la práctica
- Reiteración: las prácticas 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.
- Publicidad: La Costumbre Mercantil debe ser conocida por el conglomerado social o por el grupo en el cual opera, es decir, debe ser notoria o conocida por quienes se encuentran regulados por ella para que pueda ser aceptada como norma de derecho (Velásquez, 1996).
- Vigencia: la práctica debe de estar ejecutándose en la actualidad.

- Legalidad: La costumbre no puede en ningún caso ser contraria a la Ley, ya que de lo contrario sería un uso o practica antijurídico al contrariar la normatividad presente en el artículo 3 del Código de Comercio, el artículo 8 del Código Civil y el artículo 13 de la ley 153 de 1887. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2011)

- Según la doctrina:

Generalmente la Costumbre mercantil se ha reconocido bajo dos elementos principales para su surgimiento a la vida jurídica un elemento material y objetivo y otro psicológico o subjetivo.

- Requisitos objetivos:

En esta categoría, se mencionan los criterios de uniformidad, reiteración, publicidad, generalidad y que se trate de una materia mercantil.

Además de lo contemplado anteriormente se contempla al 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” (entendiéndose moral cristiana como la moral general, o moral social). En cuanto a la generalidad se refiere esta es definida por (Rocco, Alfredo, 1960) como “La generalidad se define como el cumplimiento de la práctica por “todos o casi todos los que tengan motivo o posibilidad para realizarla”

- Elementos Subjetivos:

Este elemento generalmente hace referencia a la “opinio juris”, es decir, la costumbre mercantil deberá desarrollarse de manera consiente y ser contemplada como obligación (obligatoriedad) para todos aquellos que la practiquen. De tal manera todos aquellos que la observan estén dispuestos a cumplir sus disposiciones en cualquier circunstancia. (Cámara de Comercio de Sogamoso, 2010)

4.4.9 Clasificación de la costumbre

La costumbre mercantil posee diversas maneras de clasificación tal como lo presenta el estudio sobre costumbre mercantil denominado Venta por consignación (separado) en las actividades de ventas y electrodoméstico, ropa y calzado de la ciudad de Ipiales (Jaramillo, 2014) se establece lo siguiente:

- Desde el punto de vista de contenido
 - Contra Legem o costumbre opuesta a la Ley: No puede abolir 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: llena vacíos de la ley
- Según el ámbito de aplicación (territorio)
 - Costumbre Local. Hace referencia aquella costumbre que rige en un sitio o zona geográfica determinada.
 - Costumbre Nacional. O general: es aquella costumbre que rige a toda la nación es la observada en todo o en gran parte del territorio nacional. De acuerdo al artículo 96 del Código de Comercio las Cámaras de Comercio “servirán de órgano consultivo de las confederadas en cuanto se refiera a sus funciones y atribuciones, con el fin de unificar el ejercicio de las mismas, recopilar las costumbres que tengan carácter nacional...”
 - Costumbre extranjera: Se trata de una costumbre vigente en otro país. La utilidad de estas se presenta en servir como fuente de interpretación de las convenciones celebradas en el extranjero para ser ejecutadas en nuestro país, o viceversa.
 - Costumbre internacional: Es aquella costumbre que rige en varios países que están agrupados por un tratado internacional o que tienen características comunes.

- Desde el punto de vista interpretativo, integrador o creador (funciones)
 - Costumbre Interpretativa o convencional. Es aquella que fija el alcance de las estipulaciones contractuales no acordadas explícitamente; Supone una manifestación tácita de la voluntad. La función interpretativa la costumbre mercantil busca ayudar en la comprensión de frases técnicas, explicar el sentido de algunas palabras, así como contribuir en la interpretación de contratos y actos que han sido ejecutados por los comerciantes. 5 del Código de Comercio donde se establece que “Las costumbres mercantiles servirán, además, para determinar el sentido de las palabras o frases técnicas del comercio y para interpretar los actos y convenios mercantiles”.
 - Costumbre Integradora. Opera como parte de la ley; la función integradora surge ante la remisión directa de una norma mercantil a la costumbre, con el fin de completar la norma.
 - Costumbre Creadora o Normativa. Aplica ante la necesidad de llenar vacíos presentes en la ley comercial a fin de regular un determinado aspecto de la vida de los negocios. A falta de norma escrita, se convierte en norma de derecho que suple la voluntad de los contratantes, aunque ignoren su existencia.

(Cámara de Comercio de Cali, 2014)

A partir de las razones anteriores es entendida a la Costumbre como una práctica uniforme, reiterada y pública que desempeña un papel fundamental en el ámbito comercial ya que al recurrir a ésta se crea dinámica en los negocios y se puede evitar un futuro conflicto entre los comerciantes.

4.5 Marco Institucional

Mediante el convenio No. 099 de 2014 efectuado entre la Universidad de los Llanos y la Cámara de Comercio de Villavicencio se procede a desarrollarse la presente investigación en las instalaciones principales de la Cámara de Comercio de Villavicencio ubicada la AV. 40 24^a -71 del Barrio 7 de agosto en la ciudad anteriormente mencionada. Teniendo en cuenta lo anterior se procede a contextualizar de acerca de Cámaras de comercio.

En primer lugar, se contempla que las Cámaras de Comercio de acuerdo al artículo 78 del Código de comercio son instituciones de orden legal con personería jurídica creadas por el gobierno nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar, son representadas por sus respectivos presidentes. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente la creación de la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV) se dio a través del (Decreto 306 , 1962) del 10 de febrero de 1962, no obstante, su funcionamiento inicio el 1 de mayo de 1962 teniendo como actividad principal llevar el Registro Público de los comerciantes de su jurisdicción y representar los intereses de los mismos ante el Gobierno Nacional. (Cámara de Comercio de Villavicencio, 2017)

La CCV es una entidad gremial de derecho privado, comprometida con el desarrollo integral de la Orinoquia, mediante la promoción de la gestión empresarial, mecanismos de solución de conflictos y la administración efectiva de los registros públicos; orientados hacia el mejoramiento continuo y la proyección de la entidad hacia el ámbito internacional.

Adicionalmente que observa que la proyección de la entidad se encuentra enfocada en ser un modelo en prestación de servicios, comprometida con el desarrollo empresarial y regional, que responda con competitividad al entorno de la internacionalización.

Las funciones delegadas a las cámaras de comercio, se encuentran consagradas en el artículo 86 del código de comercio, en el (Decreto 1520 art. 5, 1978) ,en el decreto 898 del 2002 , además de las nuevas funciones de registro que se les ha atribuido a las Cámaras de Comercio a raíz de la expedición del Decreto Ley 019 de 10 de enero de 2012, en virtud de lo dispuesto en el artículo 166 del presente Decreto, las cuales empezaron a regir a partir del 1º de Marzo del 2012.

Dentro de las funciones contempladas en la normatividad mencionada anteriormente cabe resaltar la promoción del desarrollo económico y social para el cual la CCV ha desarrollado diversas actividades que permiten promover el bienestar de la comunidad empresarial dentro del espíritu de la libre iniciativa privada y con criterio social, siendo depositaria y divulgadora de fe pública, actuando como órgano de los intereses generales de la misma, promoviendo el desarrollo socioeconómico y sirviendo de fuente de información.

5. Diseño Metodológico

Teniendo en cuenta que el diseño metodológico es la descripción de la metodología con la cual se va a ejecutar el presente estudio se contempla lo siguiente:

5.1 Tipo de investigación

El tipo de estudio utilizado para desarrollar la investigación es el de carácter descriptivo, dada la amplia revisión teórica de doctrina y jurisprudencia sobre el derecho comercial, la costumbre mercantil como fuente de derecho en el sector inmobiliario. El método de investigación es analítico porque se espera iniciar con el estudio explicando las partes específicas que lo identifican y a partir de estas llegar a la explicación total del problema.

5.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación a utilizar es de carácter no experimental-transversal de tipo descriptivo.

5.3 Fuentes de información

La ejecución del presente estudio requiere del uso de información primaria y secundaria, la fuente de información primaria estará constituida a partir de la información suministrada por los establecimientos legalmente registrados como inmobiliarias, identificadas en la Base de datos denominada Activos Act Inmobiliaria L6810 L6820 junio, suministrada por la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV).

En cuanto a la información secundaria se tomó como punto de partida del estudio, la base de datos mencionada anteriormente suministrada por la CCV, de donde se obtuvo el total de la población objeto de estudio y la información para efectuar el respectivo contacto con la misma.

5.4 Población

Para el desarrollo del presente estudio se contemplarán aquellas inmobiliarias que se encuentren inscritas ante la Cámara de comercio de Villavicencio, a partir de lo anterior se evidencia que el presente estudio cubija los municipios del Dpto. del Meta, Vichada, Guainía, Vaupés y el municipio de Paratebueno en Cundinamarca.

Para obtener la información anterior se contemplarán a las personas o establecimientos de comercio señalados en la base de datos Activos Act Inmobiliaria L6810 L6820 junio de 2017 cuya actividad principal sean actividades inmobiliarias que para efecto de este estudio serán 246 distribuidas en los diferentes municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

5.5 Muestra

Una vez establecida la población objeto de estudio, el tamaño de la muestra se determina por medio del método estadístico muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% a un margen de error del 5% y un nivel de heterogeneidad del 50%.

Figura 6 Formula de Muestreo Aleatorio Simple.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)e^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

Z^2 = nivel de confianza

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

e^2 = margen de error

N = población

A partir de lo anterior se establece lo siguiente:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 246}{((246 - 1) * (0,05)^2) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 150$$

Fuente: Elaboración propia.

La muestra obtenida abarca el 61% de la población objeto de estudio.

5.6 Recolección de datos

Se realizará un estudio de revisión documental con el propósito de reunir la información más importante para la construcción del marco referencial, una vez construido se procede a diseñar la encuesta la cual contendrá preguntas de selección múltiple con única respuesta pues se consideró como el sistema más acertado para indagar sobre los aspectos relevantes de las prácticas comerciales objeto de estudio.

La obtención de los datos será llevada a cabo mediante entrevista telefónica, puesto que esta herramienta permitirá abarcar toda la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

5.7 Procedimiento de muestreo

Se aplicará la técnica de muestreo estratificado, teniendo en cuenta la distribución de las inmobiliarias según su ubicación por municipio.

5.8 Análisis de datos

Los resultados obtenidos en las encuestas, se tabularán y graficarán utilizando las herramientas de Excel, con el fin de interpretar y extraer la información que será la base estratégica del estudio y por ende del desarrollo de los objetivos específicos del proyecto.

6. Productos por entregar

A continuación, se contemplan los productos a entregar teniendo en cuenta los objetivos propuestos


Tabla 1 Productos a entregar

| <i>OBJETIVO</i> | <i>ACTIVIDADES</i> | <i>PRODUCTO</i> |
|---|---|--|
| Analizar cómo se efectúa el cobro por concepto de administración en inmobiliarias. | Elaboración informe final de la práctica como costumbre mercantil | Informe final de la práctica como costumbre mercantil |
| Verificar que la práctica de cobro por administración cumple con los requisitos de la costumbre mercantil | Selección población y muestra | Lista de chequeo requisitos costumbre mercantil |
| | Elaboración del instrumento | |
| | Aplicación del instrumento | |
| | Tabulación de la información | |
| | Elaboración informe estadístico | |
| Presentar el análisis de la práctica realizada por las inmobiliarias como costumbre mercantil ante la junta directiva de la Cámara de Comercio de Villavicencio | Presentación del informe final a la junta directiva de la CCV | Solicitud formal de certificación como costumbre mercantil |

Fuente: Elaboración propia.

7. Resultados

7.1 Informe final de la práctica como costumbre mercantil

| | |
|---|--|
|  <p>CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO <i>Construyendo Región</i></p> | <p>CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO</p> <p>Estudio de costumbres mercantiles</p> <p>“Costo por administración”</p> <p>Sector Inmobiliario</p> |
| | <p>INFORME FINAL</p> |

Costumbre Por Certificar: “Costo por administración”

Tabla de Contenidos

| | | |
|-----|---|----|
| 1. | Necesidad de la información..... | 40 |
| 2. | Viabilidad Jurídica | 41 |
| 3. | Objetivos | 44 |
| 3.1 | Objetivo General | 44 |
| 3.2 | Objetivos específicos | 44 |
| 4. | Diseño Metodológico..... | 45 |
| 4.1 | Muestra..... | 45 |
| 4.2 | Procedimiento de muestreo | 46 |
| 5. | Elaboración del instrumento | 47 |
| 6. | Recolección de datos..... | 47 |
| 7. | Tabulación de la información | 48 |
| 8. | Informe estadístico..... | 49 |
| 8.1 | Análisis de la información | 59 |
| 9. | Verificación de los requisitos de costumbre mercantil | 60 |
| 10. | Conclusiones | 61 |
| 7.2 | Lista de Chequeo de la Costumbre mercantil | 62 |
| 7.3 | Solicitud formal de certificación como costumbre mercantil..... | 63 |
| | Referencias | 64 |
| | Anexos..... | 72 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Estratificación de la muestra. | 47 |
| Tabla 2. Formulario encuesta | 72 |
| Tabla 3. Tabulación de la información..... | 48 |
| Tabla 4. Verificación de los requisitos..... | 60 |

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Formula muestreo aleatorio simple | 46 |
| Figura 2. Pregunta 1. Introdutoria | 51 |
| Figura 3. Pregunta 2. Uniformidad | 52 |
| Figura 4. Pregunta 3. Publicidad..... | 53 |
| Figura 5. Pregunta 4. Publicidad (informativa) | 54 |
| Figura 6. Pregunta 5. Reiteración | 55 |
| Figura 7. Pregunta 6. Obligatoriedad..... | 56 |
| Figura 8. Pregunta 7. Vigencia. | 57 |
| Figura 9. Pregunta 8. Vigencia (informativa) | 58 |

1. Necesidad de la información

De conformidad con lo observado en el artículo 20 del Código de comercio en el cual se establecen los actos, operaciones y empresas mercantiles, así como en el artículo 21 de la misma norma en donde se contempla como acto mercantil a “todos los actos de los comerciantes relacionados con actividades o empresas de comercio, y los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de obligaciones comerciales”. Con relación a lo anterior se entiende como comerciante “las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.” Artículo 10 del (Decreto 410 de 1971, s.f.)

En virtud de lo contemplado anteriormente el ejercicio del comercio (o de los actos y operaciones mercantiles) ha influido en el desarrollo de lenguajes, usos o prácticas que no son ejecutadas por el común de la gente sino por personas de un determinado sector. Se presenta a la costumbre mercantil como parte esencial del derecho comercial, ya que la certificación de una práctica como costumbre contribuye en la regulación de las mismas realizadas por los comerciantes, y de esta forma llena vacíos normativos con el fin brindar mayor seguridad jurídica a las relaciones entre comerciantes. En este caso se contemplará aquellas ejecutadas por el sector inmobiliario en lo referente a costo por administración

2. Viabilidad Jurídica

Una vez se contempló llevar a cabo la gestión de la certificación como costumbre mercantil de la práctica “costo por administración” realizado por las inmobiliarias inscritas ante la cámara de Comercio de Villavicencio, se procedió a realizar la revisión a la normativa pertinente.

En primera instancia se afirmó de acuerdo al Código de Comercio que las actividades inmobiliarias son consideradas mercantiles evidenciado esto en el artículo 20 Ítem 4 donde se establece que “la adquisición o enajenación, a título oneroso, de establecimientos de comercio, y la prenda*, arrendamiento, administración y demás operaciones análogas relacionadas con los mismos” adicionalmente el artículo 21 en el cual se especifican los actos y operaciones mercantiles, indica lo siguiente “se tendrá así mismo como mercantiles todos los actos de los comerciantes relacionados con actividades o empresas de comercio, y de los ejecutados por cualquier persona para asegurar el cumplimiento de las obligaciones comerciales entendiéndose como comerciante a las “personas que profesionalmente se ocupan de alguna de las actividades que la ley considere mercantiles” art. 10. (Decreto 410 , 1971)

Posteriormente se procede a realizar la revisión al nuevo régimen de arrendamiento de vivienda urbana (Ley 820, 2003) en el cual se establecen las obligaciones especiales de las partes (arrendador- arrendatario) donde se establece un sistema regulatorio equitativo de la actividad (art. 28 al 31). Adicionalmente esta normatividad crea algunas pautas aplicables al derecho comercial y controla el ejercicio del derecho de los arrendadores, así como clasifica los contratos de arrendamientos de acuerdo con el fin y la calidad de las partes, los presupuestos para establecer el canon de arrendamiento, las causales generales y especiales de terminación del contrato, así como regula lo relacionado con el pago de servicios públicos, la obligatoriedad de la matrícula de arrendadores y establece los requisitos de la acción de restitución o lanzamiento y el control y vigilancia del arrendamiento, así como las sanciones respectiva. (Villa Villa & Tapias Herreras)

En el decreto (Decreto 2770 , 1976) se dictan las disposiciones sobre control de precios de arrendamientos en las áreas urbanas, de igual manera se hizo consulta al decreto (Decreto 1919, 1986) sobre arrendamientos urbanos.

Adicionalmente se vio en la necesidad de contemplar que una agencia inmobiliaria para el cual son personas jurídicas de derecho privado que se obligan frente a otra persona natural o jurídica de manera continuada a promover actos u operaciones de comercio por cuenta ajena o a promoverlos y concluirlos por cuenta y en nombre ajeno como intermediario independiente, sin asumir, salvo pacto en contrario, el riesgo y ventura de tales operaciones, siendo el arrendamiento una de las actividades ejercidas por estos desde el momento en que un propietario o apoderado de ésta, consigna un inmueble para que sea arrendado a un tercero hasta que éste lo devuelve al agente para que a su vez lo entregue al propietario (Montoya, 1991) . Esta operación de administración es llevada a cabo por o los agentes inmobiliarios a través de un contrato de mandato.

El contrato anteriormente mencionado presente en el (Código Civil , 1873) título XXVIII del artículo 2142 al 2199, contempla la normatividad pertinente acerca de la administración del mandato, las obligaciones del mandante y la terminación del mandato. Cabe resaltar al Art. 2143 ya que en este se estipula que “el mandato puede ser gratuito o remunerado. La remuneración es determinada por convención de las partes, antes o después del contrato, por la ley o por el juez”.

Adicional a la revisión normativa se procedió a consultar las costumbres mercantiles existentes a nivel nacional a fin de observar si está práctica (Costo por Administración) se ha certificado por otras Cámaras de Comercio del País. A lo anterior se obtuvo como resultado:

- La Cámara de comercio de Pasto ha certificado como costumbre mercantil la “Remuneración por la gestión y administración en el contrato de arrendamiento de bienes inmuebles realizado por las inmobiliarias en la ciudad de pasto” (Cámara de Comercio de Pasto).
- La Cámara de Comercio de Barranquilla estableció que en el Distrito Especial Industrial y Portuario de Barranquilla es costumbre mercantil que “cuando un agente inmobiliario celebre por cuenta del propietario de un inmueble un contrato de arrendamiento, cobre una comisión mensual equivalente al 10% de canon por la administración del contrato de arrendamiento. (Aprobada en marzo 2 de 2006).” (Cámara de Comercio de Barranquilla, 2014)

- La Cámara de Comercio de Santa Marta se registró que “En el Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta es costumbre mercantil que cuando un agente inmobiliario celebre por cuenta del propietario de un inmueble un contrato de arrendamiento, reciba una comisión mensual equivalente al 10% de canon por la administración del contrato de arrendamiento.” (Cámara de Comercio de Santa Marta, s.f.)

De acuerdo con lo consultado anteriormente se observa que la práctica “costo por administración” es viable a proceder en la gestión de certificación como costumbre mercantil en la Cámara de comercio de Villavicencio pues no hay normativa que regule la práctica anteriormente mencionada y existe evidencia de que está ha sido certificada por otras Cámaras de comercio a nivel nacional.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Certificar como costumbre mercantil la práctica “costo por administración” llevada a cabo por las inmobiliarias inscritas en la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

3.2 Objetivos específicos

Dar cumplimiento a la función asignada a las cámaras de comercio mediante el numeral 5 del artículo 86 del Código de Comercio. “Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas”

Verificar que la práctica mercantil cumpla con los requisitos de uniformidad, reiteración, obligatoriedad, vigencia y publicidad para ser certificada como costumbre.

4. Diseño Metodológico

El desarrollo del presente estudio se contemplará a las personas naturales y establecimiento de comercio señalados la base de datos Activos Act Inmobiliaria L6810 L6820 junio de 2017 cuya actividad principal sean actividades inmobiliarias de Villavicencio, a partir de lo anterior se evidencia que el presente estudio cubija los municipios del Dpto. del Meta, Vichada, Guainía, Vaupés y el municipio de Paratebuena en Cundinamarca.

Teniendo en cuenta que el diseño metodológico es la descripción de la sistemática con la cual se va a ejecutar el presente estudio se contempla lo siguiente:

Tipo de investigación: investigación es el de carácter descriptivo

Diseño de la investigación: no experimental-transversal de tipo descriptivo.

Fuentes de información:

Información primaria: información suministrada por los establecimientos y personas naturales legalmente registrados como inmobiliarias identificadas en la Base de datos denominada Activos Act Inmobiliaria L6810 L6820 junio, suministrada por la Cámara de Comercio de Villavicencio (CCV).

Información secundaria: se tomó como punto de partida del estudio, la base de datos mencionada anteriormente, de donde se obtuvo el total de la población objeto de estudio y la información para efectuar el respectivo contacto con la misma

Población: 246 personas naturales u establecimientos de comercio registrados ante Cámara de Comercio de Villavicencio y cuya actividad principal sean actividades inmobiliarias

4.1 Muestra

Una vez establecida la población objeto de estudio, el tamaño de la muestra se determina por medio del método estadístico muestreo aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% a un margen de error del 5% y un nivel de heterogeneidad del 50%.

Figura 1. Formula muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1)e^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Dónde:

n = tamaño de la muestra

Z^2 = nivel de confianza

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

e^2 = margen de error

N = población

A partir de lo anterior se establece lo siguiente:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,50 * 0,50 * 246}{((246 - 1) * (0,05)^2) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 150$$

Fuente: Elaboración propia.

La muestra obtenida abarca el 61% de la población objeto de estudio.

4.2 Procedimiento de muestreo

Se aplicará la técnica de muestreo estratificado, teniendo en cuenta la distribución de las inmobiliarias según su ubicación por municipio.

Tabla 1. Estratificación de la muestra.

| <i>Municipio</i> | <i>Muestra</i> |
|----------------------|----------------|
| Villavicencio | 111 |
| Cumaral | 1 |
| Acacias | 12 |
| San Carlos de Guaroa | 1 |
| Barranca de Upia | 2 |
| Mitú | 2 |
| Puerto López | 3 |
| Granada | 7 |
| Puerto Carreño | 7 |
| Puerto Gaitán | 1 |
| Puerto Inírida | 1 |
| Restrepo | 2 |
| Total | 150 |

Fuente: Elaboración propia.

5. Elaboración del instrumento

El instrumento encuesta cuenta con preguntas de selección múltiple con única respuesta pues se consideró como el sistema más acertado para indagar sobre los aspectos relevantes de las prácticas comerciales objeto de estudio, las preguntas se han elaborado teniendo en cuenta los elementos objetivos y subjetivos necesarios para que una práctica sea considerada como costumbre mercantil. (véase Tabla 2. Formulario encuesta en anexos)

6. Recolección de datos

La amplitud geográfica de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio hace necesario que la aplicación de la encuesta se lleve cabo telefónicamente, a fin de realizar la optimización de los recursos.

El diseño y aplicación del instrumento permitirá la recolección de la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos planteados en el presente estudio.

7. Tabulación de la información

Los resultados obtenidos en las encuestas se tabularán y graficarán utilizando las herramientas de Excel, con el fin de interpretar y extraer la información que será la base estratégica del estudio y por ende del desarrollo de los objetivos específicos del proyecto.

A continuación, se contemplan los resultados obtenidos:

Tabla 2. Tabulación de la información

| Ítem | Pregunta | Respuesta | | | Total |
|------|--|-----------|----|-----------|-------|
| 1 | Introdutoria | | | | |
| | ¿Utiliza en sus servicios el cobro por concepto de administración de un bien inmueble? | Si | No | | 150 |
| | | 117 | 33 | | |
| 2 | Publicidad | | | | |
| | ¿Tiene usted conocimiento de que el costo establecido por administración es cobrado por todas las empresas inmobiliarias ubicadas en la región? | Si | No | | 150 |
| | | 113 | 37 | | |
| | ¿Utiliza herramientas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación para dar a conocer a los posibles usuarios el costo por concepto de administración | Si | No | No aplica | 150 |
| | | 35 | 82 | 33 | |
| 3 | Reiteración | | | | |
| | ¿La organización siempre ha llevado a cabo la misma forma para determinar el valor del costo por administración? | Si | No | No aplica | 150 |
| | | 113 | 4 | 33 | |
| 4 | Obligatoriedad | | | | |
| | ¿La inmobiliaria lleva a cabo el cobro por concepto de administración sin importar el tipo de inmueble? | Si | No | No aplica | 150 |
| | | 116 | 1 | 33 | |
| | Vigencia | | | | |
| | ¿Durante el desarrollo de su actividad económica en algún momento ha dejado de realizar el cobro | Si | No | No aplica | 150 |
| | | | | | |

| | | | | | | | |
|-------------|--|--------------------------------------|--|---|---------------|-----------|-------|
| 5 | por administración? | | 12 | 105 | 33 | | |
| | ¿Desde hace cuánto viene implementando el cobro por la administración de un bien inmueble? | | De 0 a 5 años | Más de 5 años | No aplica | 150 | |
| | | | 82 | 35 | 33 | | |
| Uniformidad | | | | | | | |
| 6 | ¿Cómo determina la inmobiliaria el valor del costo por administración? | A partir del valor del bien inmueble | Ubicación de la propiedad dependiendo de la zona o territorio (rural o urbana) | De acuerdo con el estrato donde se encuentra ubicada la propiedad | Valor mercado | No aplica | Total |
| | | 5 | 2 | 1 | 105 | 33 | 150 |

Fuente: Elaboración propia.

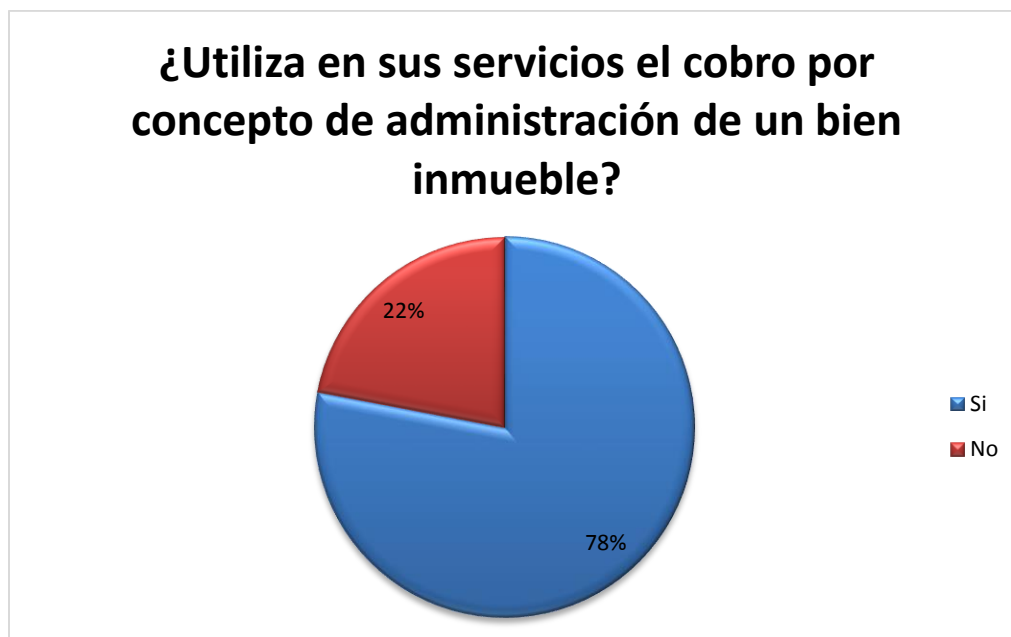
8. Informe estadístico

El siguiente informe contempla los resultados obtenidos a través de la encuesta llevada a cabo vía telefónica a las personas naturales y establecimientos de comercio ubicadas dentro de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio y cuya actividad principal son el desarrollo de actividades inmobiliarias. A partir de lo anterior cabe destacar a los municipios de Villavicencio, San Carlos de Guaroa, Acacias, Cumaral, Barranca de Upía, Mitú, Puerto López, Granada, Puerto Carreño y Restrepo.

| Pregunta 1. Introdutoria | | |
|--|------------|------------|
| ¿Utiliza en sus servicios el cobro por concepto de administración de un bien inmueble? | Frecuencia | Porcentaje |
| Si | 117 | 78% |
| No | 33 | 22% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Total | 150 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Figura 2. Pregunta 1. Introdutoria

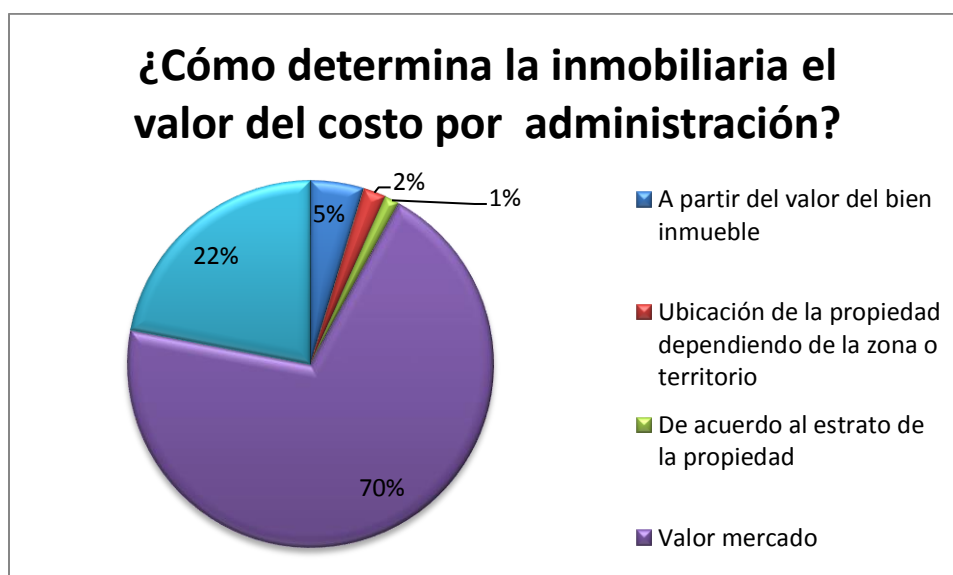


Fuente: Elaboración propia.

Los datos obtenidos describen que el 78% de los encuestados llevan a cabo el cobro por concepto de administración de bienes inmuebles, no obstante, el 22% no lleva a cabo esta práctica debido a que las actividades inmobiliarias son realizadas con bienes propios o solo se dedican a la compraventa.

| Pregunta 2. Uniformidad | | |
|--|------------|-------------|
| ¿Cómo determina la inmobiliaria el valor del costo por administración? | Frecuencia | Porcentaje |
| A partir del valor del bien inmueble | 7 | 5% |
| Ubicación de la propiedad dependiendo de la zona o territorio (rural o urbana) | 3 | 2% |
| De acuerdo con el estrato donde se encuentra ubicada la propiedad | 2 | 1% |
| Valor Mercado | 105 | 70% |
| No aplica | 33 | 22% |
| Total | 150 | 100% |

Figura 3. Pregunta 2. Uniformidad

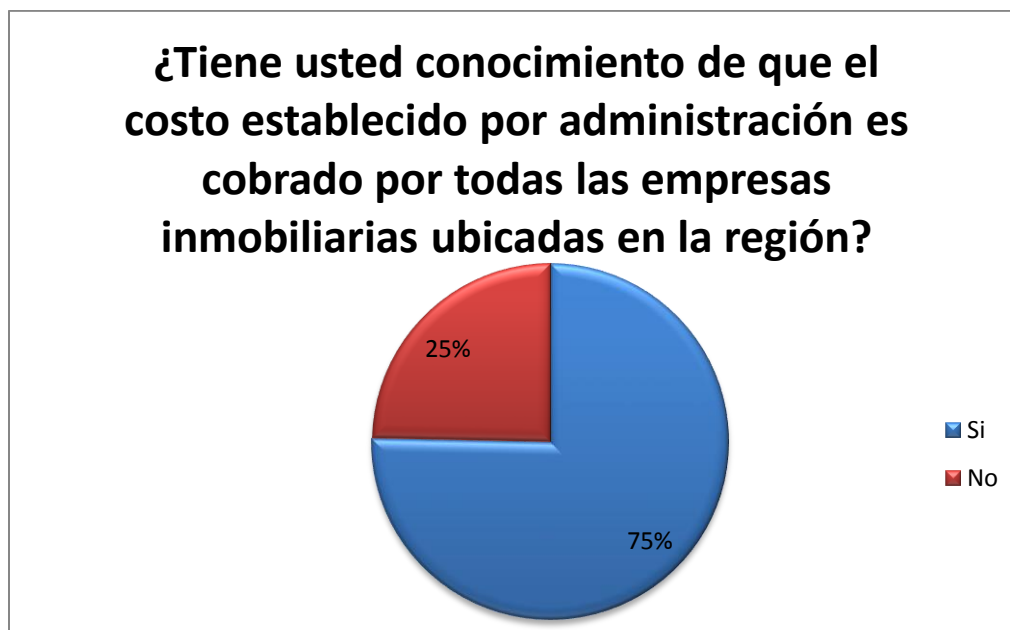


Fuente: Elaboración propia.

El costo por administración de bienes inmuebles es determinado en un 70% por el valor que existe en el mercado, de los cuales se tuvo registro de valores que van desde un 2% hasta 13%, siendo el 10% el valor más representativo del mercado inmobiliario. En menor medida se evidencia que la determinación del costo por administración se lleva a cabo teniendo en cuenta el valor del bien inmueble, la ubicación del mismo (zona rural o urbana), o de acuerdo a su estrato, mostrando porcentajes de 5%; 2%; y 1% respectivamente. Cabe añadir que el 22% de la población encuestada no aplica este costo debido a que sus actividades inmobiliarias son dirigidas a la compra, venta, o arrendamiento de bienes propios.

| Pregunta 3. Publicidad | | |
|---|------------|-------------|
| ¿Tiene usted conocimiento de que el costo establecido por administración es cobrado por todas las empresas inmobiliarias ubicadas en la región? | Frecuencia | Porcentaje |
| Si | 113 | 75% |
| No | 37 | 25% |
| Total | 150 | 100% |

Figura 4. Pregunta 3. Publicidad



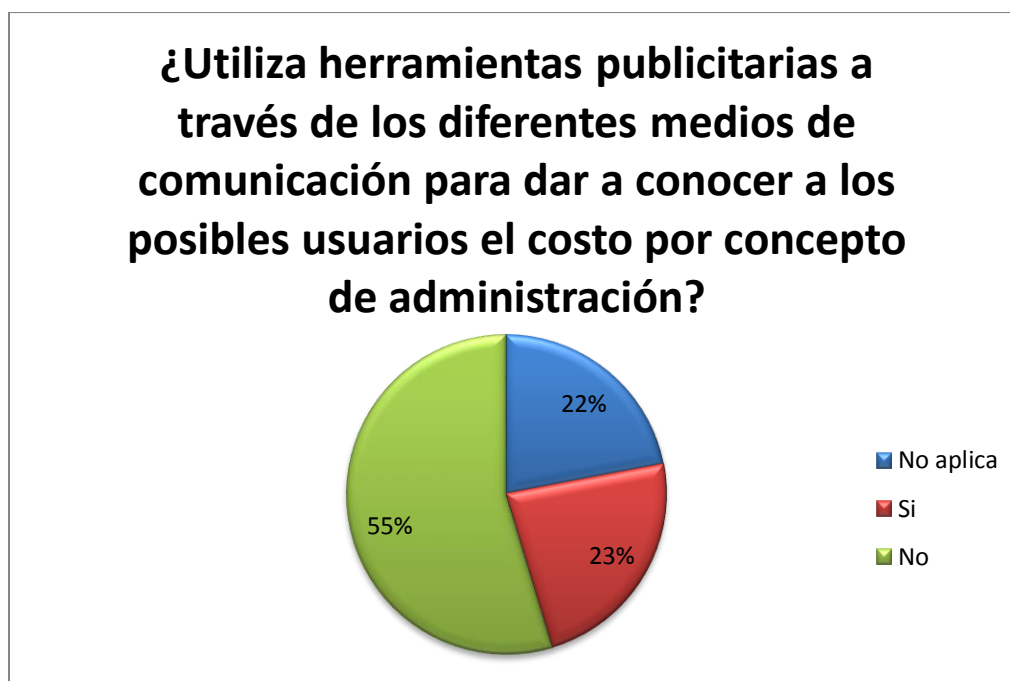
Fuente: Elaboración propia.

El 75% de los encuestados tiene conocimiento de que el costo por administración es realizado por las inmobiliarias ubicadas en su territorio, esto se debe a que algunas empresas dedicadas a esta actividad comercial realizan reuniones y capacitaciones para mantenerse al tanto del mercado inmobiliario. Por otro lado, el porcentaje restante desconoce los servicios inmobiliarios que su competencia presenta ante el público acerca de este costo.

| Pregunta 4. Publicidad (pregunta informativa) | | |
|---|------------|------------|
| ¿Utiliza herramientas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación para dar a conocer a los posibles usuarios el costo por concepto de administración? | Frecuencia | Porcentaje |
| Si | 35 | 23% |
| No | 82 | 55% |
| No aplica | 33 | 22% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Total | 150 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Figura 5. Pregunta 4. Publicidad (informativa)



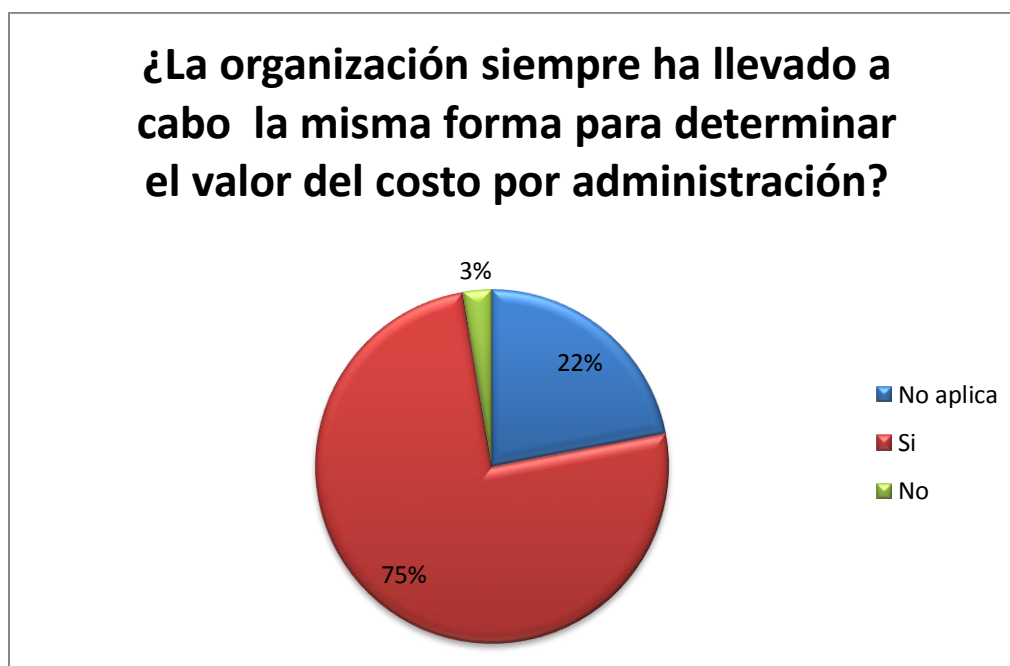
Fuente: Elaboración propia.

Según la encuesta, el 55% de las inmobiliarias no utilizan herramientas publicitarias para dar a conocer al público el costo por administración que ellos manejan. El 23% restante da a conocer a sus posibles usuarios el costo por administración a través de circulares, periódicos, páginas web, volantes, internet entre otros medios y el 22% restante son inmobiliarias dedicadas a la compra y venta o manejan bienes propios.

| Pregunta 5. Reiteración | | |
|--|-------------------|-------------------|
| ¿La organización siempre ha llevado a cabo la misma forma para determinar el valor del costo por administración? | Frecuencia | Porcentaje |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 113 | 75% |
| No | 4 | 3% |
| No aplica | 33 | 22% |
| Total | 150 | 100% |

Figura 6. Pregunta 5. Reiteración



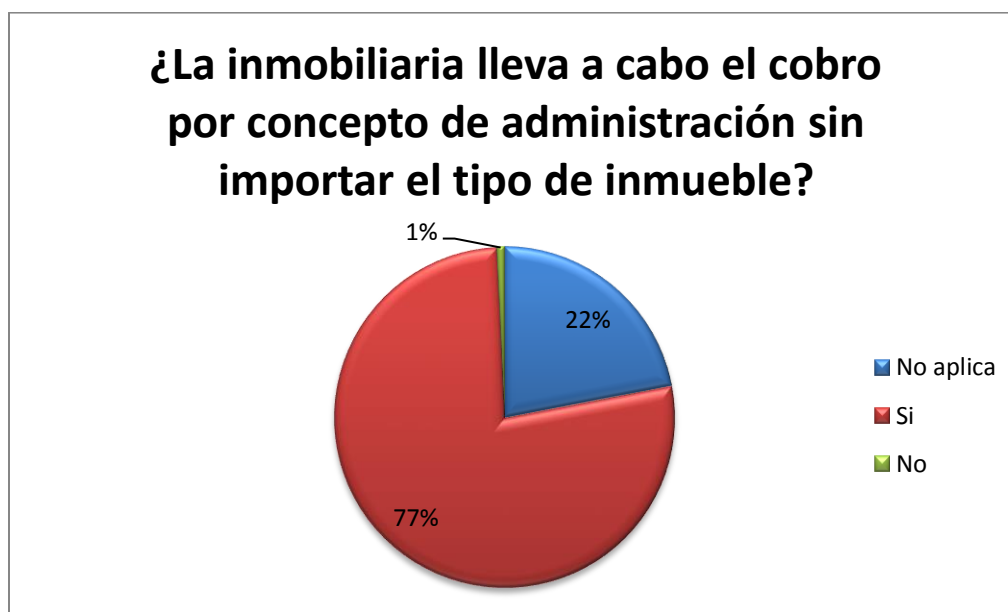
Fuente: Elaboración propia.

El 75% de los individuos encuestados manifestaron que desde que iniciaron su actividad económica han llevado a cabo el mismo instrumento para determinar el costo por administración de finca raíz. Por otra parte, el 3% de las inmobiliarias ha variado el método para calcular el costo por administración y el 22% de las personas naturales o establecimiento de comercio encuestados no aplican.

| Pregunta 6. Obligatoriedad | | |
|---|-------------------|-------------------|
| ¿La inmobiliaria lleva a cabo el cobro por concepto de administración sin importar el | Frecuencia | Porcentaje |

| | | |
|-------------------|------------|-------------|
| tipo de inmueble? | | |
| Si | 116 | 77% |
| No | 1 | 1% |
| No aplica | 33 | 22% |
| Total | 150 | 100% |

Figura 7. Pregunta 6. Obligatoriedad.



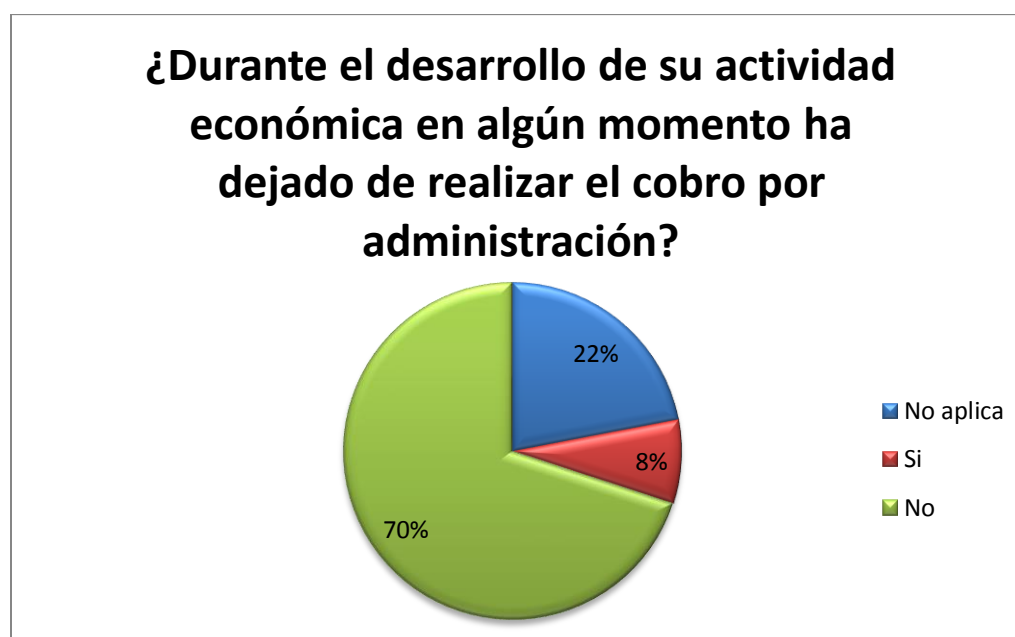
Fuente: Elaboración propia.

El 77% respondió que siempre han llevado a cabo este tipo de cobro sin importar el bien inmueble que tuviese por administración, el 1% de la población encuestada tiene en cuenta el tipo de bien inmueble para determina el costo, sin embargo, el 22% restante no aplica ya que está conformado por personas naturales o establecimientos de comercio que realizan actividades inmobiliarias que no incluyen esta práctica.

| Pregunta 7. Vigencia | | |
|--|------------|------------|
| ¿Durante el desarrollo de su actividad económica en algún momento ha dejado de realizar el cobro por | Frecuencia | Porcentaje |
| | | |

| | | |
|-----------------|------------|-------------|
| administración? | | |
| Si | 12 | 8% |
| No | 105 | 70% |
| No aplica | 33 | 22% |
| TOTAL | 202 | 100% |

Figura 8. Pregunta 7. Vigencia.



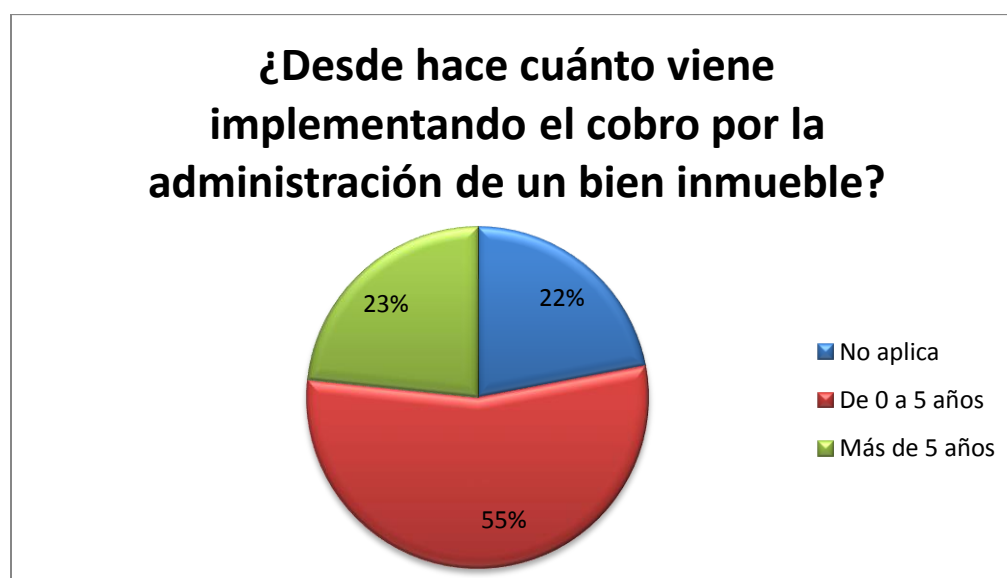
Fuente: Elaboración propia.

El 70% de los encuestados contemplaron que el cobro por concepto de administración se ha llevado a cabo sin ningún tipo de interrupción, no obstante, un 8% de las personas naturales y establecimientos encuestados afirmaron que en algún momento han dejado de realizar esta práctica. El 22% restante no aplica a esta pregunta.

| Pregunta 8. Vigencia (Pregunta informativa) | | |
|--|------------|------------|
| ¿Desde hace cuánto viene implementando el cobro por la administración de un bien | Frecuencia | Porcentaje |
| | | |

| | | |
|---------------|-------------|-------------|
| inmueble? | | |
| De 0 a 5 años | 82 | 55% |
| Más de 5 años | 35 | 23% |
| No aplica | 33 | 22% |
| Total | 150% | 100% |

Figura 9. Pregunta 8. Vigencia (informativa)



Fuente: Elaboración propia.

El 23% de los encuestados han llevado a cabo el costo por administración en un periodo superior a 5 años, adicionalmente se observa en un 55% que las personas naturales o establecimientos de comercio que realizan esta práctica la han implementado en un periodo menor a 5 años. El 22% restante de la población encuestada no aplica a la solución de esta pregunta puesto que no llevan a cabo esta práctica dentro de su actividad mercantil.

8.1 Análisis de la información

- El 22% de la muestra objeto de estudio no aplica a la solución del cuestionario (encuesta) ya que su actividad mercantil está orientada a la compra y venta de bienes inmuebles o se dedican al arrendamiento de bienes propios. Esta actividad es evidenciada principalmente en territorios con menor interacción económica en temas inmobiliarios tales como Mitú, Puerto Carreño, entre otros.

- El 75% de los encuestados tiene conocimiento de que el costo por administración es realizado por las inmobiliarias ubicadas en su territorio, porcentaje conformado tanto por las empresas que realizan el costo por administración, como por las entidades que no lo llevan a cabo.

- Algunas de las organizaciones inmobiliarias dan a conocer a sus posibles usuarios el costo por administración a través de circulares, periódicos, páginas web, volantes, e internet. En cambio, la mayoría de las inmobiliarias prefieren brindar esta información personalmente.

- El 77% de las inmobiliarias que aplicaron la encuesta afirmaron que siempre han llevado a cabo el cobro por administración sin importar el bien inmueble. Adicionalmente se observa que el 75% ha llevado a cabo el mismo instrumento para determinar el costo por administración, siendo el valor mercado el porcentaje con mayor acogida.

- El 70% de los encuestados contemplaron que el cobro por concepto de administración se ha llevado a cabo sin ningún tipo de interrupción, no obstante, aquellos que afirmaron haber dejado de realizar esta práctica en alguna ocasión apreciaron a la renovación como la causa.

9. Verificación de los requisitos de costumbre mercantil

Una vez se obtuvo la información necesaria a través del formulario encuesta (tabla 2), procede a unificar y verificar los resultados obtenidos de cada uno de los requisitos necesarios para certificar una práctica comercial como costumbre mercantil.

Tabla 3. Verificación de los requisitos

| Requisitos de la Costumbre mercantil | % Requerido para aprobación | % obtenido |
|---|--|-------------------|
| Publicidad | | 75% |
| Reiteración | | 75% |
| Obligatoriedad | 70% | 77% |
| Vigencia | | 70% |
| Uniformidad | | 70% |


Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada al 61% de la población objeto de estudio, se evidencia que la práctica “Costo por administración” presenta en cada uno de los requisitos de la costumbre mercantil, el porcentaje necesario para ser aprobada como costumbre.

10. Conclusiones

- El costo por concepto de administración en el sector inmobiliario es una práctica que se efectúa de acuerdo con los elementos exigidos para ser considerada como Costumbre Mercantil por la Cámara de Comercio de Villavicencio.
- El costo por concepto de administración cumple con los requisitos de una costumbre mercantil, porque, es una práctica conocida, aceptada, actual, frecuente y es ejecutada de igual manera en el sector económico inmobiliario.

7.2 Lista de Chequeo de la Costumbre mercantil

|  CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO <i>Construyendo Región</i> | | Cámara de Comercio de Villavicencio Registros Públicos Estudio de Costumbres Mercantiles | |
|--|---|---|---|
| Objetivo | | Verificar que la práctica de cobro por concepto de administración cumple con los requisitos de una costumbre mercantil. | |
| Requisitos | | Porcentaje Obtenido | Conclusión |
| Uniformidad | La práctica debe ser ejecutada de igual manera por el sector económico ó grupo que realiza la práctica. | 70% | El costo por administración es una práctica determinada a partir del valor mercado |
| Publicidad | La práctica debe ser conocida por el conglomerado social o por el grupo en el cual opera | 75% | El costo por administración es una práctica conocida y pública por las inmobiliarias en la jurisdicción de la CCV |
| Reiteración | La práctica debe tener una tradición y no pueden ser transitorias u ocasionales. | 75% | El costo por administración es una práctica es repetitiva en la jurisdicción de la CCV |
| Obligatoriedad | La práctica deberá desarrollarse de manera consiente y ser contemplada como obligación para todos aquellos que la practiquen. | 77% | El costo por administración es una práctica contemplada como obligatoria para aquellos que la ejecutan |
| Vigencia | La práctica debe de estar ejecutándose en la actualidad | 70% | El costo por administración es una práctica que se encuentra actual |
| Conclusión | A partir de lo anterior se contempla que la práctica "Costo por Administración" es llevada a cabo por personas naturales o establecimientos de comercio que desarrollan como actividad principal actividades inmobiliarias ante la Cámara de Comercio de Villavicencio, cumple con los requisitos para ser catalogada y certificada como costumbre mercantil. | | |

En Constancia se Firma a los ____ días del Mes de _____ del año 2017

Directora de Registros Públicos

7.3 Solicitud formal de certificación como costumbre mercantil

Villavicencio, Meta

Señores:

Junta directiva cámara de comercio de Villavicencio

Asunto: solicitud certificación costumbre mercantil

A partir del convenio No.99 del 2012 realizado entre la Cámara de Comercio de Villavicencio y la Universidad de los Llanos, se llevó a cabo el estudio de viabilidad como costumbre mercantil de la práctica denominada “Costo por administración” llevada a cabo a personas naturales y establecimientos de comercio cuya actividad principal son actividades inmobiliarias ubicadas en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio, comprendida está por los departamentos del Meta, Vichada, Guainía, a Vaupés y el municipio de Paratebueno (Cundinamarca).

Teniendo en cuenta lo anterior se busca cumplir una de las funciones de las Cámaras de comercio plasmadas en el artículo 86 del código de comercio siendo está “Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas”.

De tal manera se solicita observar los resultados del estudio y determinar si la práctica “Costo por Administración” cumple con los requisitos para ser considerada como costumbre mercantil en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio.

Agradeciendo de antemano la atención prestada

Johana Marcela Guevara
Directora Registros Públicos

Referencias

- Cámara de Comercio de Villavicencio. (19 de 05 de 2017). CCV. Obtenido de <http://www.ccv.org.co/site/la-camara/quienes-somos/>
- Alcaldía de Paratebueno . (2017). *paratebueno-cundinamarca.gov.co*. Obtenido de <http://www.paratebueno-cundinamarca.gov.co/index.shtml>
- Alcaldía de Paratebueno. (2011). *paratebueno-cundinamarca.gov.co*. Obtenido de http://paratebueno-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/39303633613231643436393664353162/DR_21_DIVISION_POLITICO_ADMINISTRATIVA_2011.pdf
- Ascarelli, T. (1964). *Iniciación al estudio del Derecho Mercantil*. (Boshc, Ed.) Obtenido de <http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf>
- Barbero, D. (1967). *Sistema del derecho privado*. Buenos Aires: Ediciones Jurídicas Europa - América.
- Berdugo Garavito, J. M., & Builes Vargas, S. (2013). *Derecho Mercantil*. (E. U. Medellín, Ed.) Obtenido de <http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf>
- Bolsa de Valores de Colombia. (s.f.). *BVC*. Obtenido de http://www.bvc.com.co/pps/tibco/portalbvc/Home/Empresas/IR/Reconocimiento_IR?action=dummy
- Calleja, M. (1982). *La costumbre mercantil en Colombia como fuente de derecho definitivo*. Obtenido de [La costumbre como fuente del derecho. Argentina: Universidad Nacional de Lomas de Zamora: http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf](http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf)
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). *abc de la Costumbre Mercantil*. Obtenido de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3320/EI%20ABC%20de%20la%20costumbre%20mercantil.pdf?sequence=1>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). <http://www.ccb.org.co>. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Transformar-Bogota/Costumbre-Mercantil>

- Cámara de Comercio de Cali. (2014). *www.ccc.org.co*. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/minisite-costumbre/para-que-sirve-certificar-una-costumbre-mercantil/>
- Cámara de Comercio de Putumayo. (2017). *CCputumayo.org.co*. Obtenido de <http://ccputumayo.org.co/site/costumbre-mercantil/>
- Cámara de Comercio de Sogamoso*. (2010). Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:z0Wa81Nric0J:camarasogamoso.org/wp-content/uploads/2014/09/COSTUMBRE_MERCANTIL_2010.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co
- Cámara de Comercio de Villavicencio. (2017). *ccv.org.co*. Obtenido de <http://www.ccv.org.co/site/la-camara/historia/>
- Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño. (24 de Octubre de 2011). *Costumbre Mercantil*. Obtenido de http://www.cmmna.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=155
- Celano, B. (2009). *La costumbre mercantil en Colombia como fuente de derecho definitivo*. Obtenido de Dos estudios sobre la costumbre. México: Ediciones Fontamara: <http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf>
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Séptima Edición ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Código Civil art. 1602. (s.f.). *encolombia.com*. Obtenido de Del Efecto de las Obligaciones: <https://encolombia.com/derecho/codigos/civil-colombiano/codcivillibro4-t12y13/>
- Código Civil. (2017). *www.oas.org*. Obtenido de https://www.oas.org/dil/esp/codigo_Civil_Colombia.pdf
- Código Civil art. 653. (s.f.). *encolombia.com*. Obtenido de <https://encolombia.com/derecho/codigos/civil-colombiano/codcivillibro2-t1/>
- Código Civil art. 656. (s.f.). *encolombia.com*. Obtenido de Cap I. De las Cosas Corporales: <https://encolombia.com/derecho/codigos/civil-colombiano/codcivillibro2-t1/>
- Código Civil art.8. (s.f.). *secretariasenado.gov.co*. Obtenido de Fuerza de la Costumbre: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_civil.html

- Código Civil Colombiano. (2017). *XXVI art. 1973*. Obtenido de <https://encolombia.com/derecho/codigos/civil-colombiano/codcivillibro4-t26/>
- Código de Comercio. (2017). *alcaldiabogota.gov.co*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- Código de Comercio art.3. (s.f.). *encolombia.com*. Obtenido de Autoridad de la Costumbre mercantil-Costumbre local- Cosumbre general: <https://encolombia.com/derecho/codigos/comercio-colombiano/codcomerciotitulopreliminar/>
- Código de Comercio art.6. (s.f.). Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- Código de Comercio Decreto 410. (1971). *www.supersociedades.gov.co*. Obtenido de art.4: <http://www.supersociedades.gov.co/superintendencia/normatividad/leyes/Leyes/C%C3%B3digo%20de%20Comercio%20Decreto%20410%20de%201971.pdf>
- Código general del proceso . (2012). *alcaldiabogota.gov.co*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=48425>
- Comisión de Regulación de Energía y Gas. (s.f.). *Energía Eléctrica: Estructura del Sector*. Obtenido de <http://www.creg.gov.co/index.php/es/sectores/energia/estructura-energia>
- Comité de Dirección. (25 de Noviembre de 2013). SEGUNDA ETAPA - Reglamento de enajenación para la recepción de aceptaciones dentro del programa de anajenación de las acciones de propiedad de la Nación- Ministerio de Hacienda y Crédito Público en ISAGEN S.A. E.S.P. Bogotá.
- Congreso de Colombia. (11 de Julio de 1994). Ley 143 de 1994. Bogotá, D.C. Obtenido de http://www.upme.gov.co/Normatividad/Upme/Ley_143_1994.pdf
- Consejo Nacional de Operación del Sector Eléctrico. (8 de Enero de 2010). Obtenido de http://www.cnogas.org.co/documentos/Evolucion_Problematica.pdf
- Consejo Nacional de Operación del Sector Eléctrico. (s.f.). *CNO*. Obtenido de <http://www.cno.org.co/content/quienes-somos>
- Decreto 1520 art. 5. (26 de Julio de 1978). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Obtenido de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/13610/Decreto%201520%20de%201978.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Decreto 2042 . (2014). *Sistema Único de Información Normativa*. Obtenido de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1390070>

- Decreto 2223. (1983). *Sistema Único de Información Normativa*. Obtenido de [http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Decretos/1421134?fn=document-frame.htm\\$f=templates\\$3.0](http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Decretos/1421134?fn=document-frame.htm$f=templates$3.0)
- Decreto 306 . (10 de Febrero de 1962). *Sistema Único de Información Normativa*. Obtenido de [http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Decretos/1070190?fn=document-frame.htm\\$f=templates\\$3.0](http://www.suin-juriscol.gov.co/clp/contenidos.dll/Decretos/1070190?fn=document-frame.htm$f=templates$3.0)
- Decreto 3817. (1982). *Sistema Único de Información Normativa*. Obtenido de <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1537583>
- Decreto 410. (27 de Marzo de 1971). *alcaldiabogota.gov.co*. Obtenido de Código de Comercio: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>
- Decreto 622 . (2000). <http://www.supersociedades.gov.co>. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/36018/capitulo_45_jurisdccion_de_las_camaras_de_comercio:
<http://www.supersociedades.gov.co/superintendencia/normatividad/Documents/Decreto%20622%20de%202000.pdf>
- Decreto 907 .art. 1. (2000). *Ministerio de Desarrollo Económico*. Obtenido de <http://www.camarasai.org/images/documentos/normatividad/9DECRETO-907-DE-2000.pdf>
- Enciclopedia de Economía. (s.f.). *La gran Enciclopedia de Economía*. Obtenido de Uso Mercantil: <http://www.economia48.com/spa/d/uso-mercantil/uso-mercantil.htm>
- FEDELONJAS. (2017). <http://www.fedelonjas.org.co>. Obtenido de <http://www.fedelonjas.org.co/sector-inmobiliario-en-2017-crecera-por-encima-de-la-economia-nacional/>
- Fernandez, P. (Noviembre de 2008). Método de Valoración de Empresas. Obtenido de Universidad de Navarra.
- Fernandez, P. (noviembre de 2008). Obtenido de <http://www.iese.edu/research/pdfs/di-0771.pdf>
- García, J. I. (2008). *Introducción al Derecho Mercantil* (10 Ed. . ed.). Bogotá D.C: Ed. Legis .
- Gobernación del Guainía. (2012). [guainia.gov.co](http://www.guainia.gov.co). Obtenido de http://www.guainia.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1365272

- Gobernación del Guainía. (2017). *guainia.gov.co*. Obtenido de http://www.guainia.gov.co/informacion_general.shtml
- Gobernación del Meta. (2015). *meta.gov.co*. Obtenido de <http://www.meta.gov.co/web/content/nuestro-departamento>
- Gobernación del Vaupés. (2017). *vaupes.gov.co*. Obtenido de http://www.vaupes.gov.co/informacion_general.shtml
- Gobernación del Vaupés. (2017). *vaupes.gov.co*. Obtenido de http://www.vaupes.gov.co/informacion_general.shtml#geografia
- Gobernación del Vichada. (2017). *vichada.gov.co*. Obtenido de http://www.vichada.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=1370701
- Gobranación del Vichada . (2017). *vichada.gov.co*. Obtenido de http://www.vichada.gov.co/informacion_general.shtml#economia
- Grupo Wolters Kluwer. (2007). <http://www.wolterskluwer.es>. Obtenido de Código Derecho de la Información y Publicitario. : <http://www.wolterskluwer.es/nuestras-marcas/la-ley.html>
- Grupo Wolters Kluwer. (2007). *Código Derecho de la Información y Publicitario*. Las Rozas (Madrid): LA LEY.
- Guzmán, B. I., Turcios, M. M., & Marín, S. V. (Febrero de 2007). Universidad Francisco Gavidia. *Monografía: Usos y costumbres mercantiles*. San Salvador, El Salvador.
- Guzman, I. B., Turcios, M. M., & Marín, S. V. (2007). *Monografía: Usos y costumbres mercantiles*. San Salvador, El Salvador.: Universidad Francisco Gavidia.
- Harold, K., & Weihrich Heinz. (2004). *Administración una Perspectiva Global* (12a. Edición, ed.). de McGraw-Hill Interamericana.
- Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (2003). *IGAC*. Obtenido de <http://www.gifex.com/fullsize2-en/2009-09-17-5891/Meta-Department-2003.html>
- ISAGEN S.A. E.S.P. (Febrero de 2007). *Cientes: Soluciones en Generación*. Obtenido de <https://www.isagen.com.co/clientes/>
- Jaramillo, V. D. (2014). Venta por consignación (separado) en las actividades de ventas y electrodomestico, ropa y calzado de la ciudad de Ipiales. 10-11. Ipiales. Obtenido de file:///C:/Users/LEIDYJOHANA/Downloads/2_Costumbre_final_2014.pdf
- Junta Directiva de ISAGEN S.A. E.S.P. (18 de Diciembre de 2015). Acuerdo No. 149.

- Ley 153. (1887). *www.alcaldiabogota.gov.c*. Obtenido de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=15805>
- Ley 1564. (2012). Obtenido de Código General del Proceso: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=48425>
- Ley 820. (2003). *Confederación Colombiana de Consumidores*. Obtenido de <http://www.ccconsumidores.org.co/index.php/legislacion/19-legislacion/43-ley-820-de-2003-arrendamiento-de-inmuebles>
- López, J. N. (2012). Valoración de Empresas. En U. P. Valencia. Valencia.
- Mayorga, C. (Marzo de 2011). Valoración de empresas. Universidad técnica de ambato.
- Medina, J. V. (2013). Derecho comercial. Parte General. (Temis., Ed.) Bogotá D.C. Obtenido de <http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf>
- Michael, H., Stewart, B., & Porter. (2006). *Administración* (Novena Edición ed.). Pearson Educación.
- Ministerio de Desarrollo Económico. (24 de Mayo de 2001). *DECRETO 958 DE 2001*. Obtenido de <http://basedoc.superservicios.gov.co/ark-legal/SSPD/details;jsessionid=06D3842C0C1E74F0EAB37A1D678B0CC8?docId=35e0959e-af30-442e-856b-fadcd8b41b97&channel=%2fC%2fCOMISION+INTERSECTORIAL+DE+SERVICIOS+PUBLICOS+DOMICILIARIOS&subEspacio=>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (30 de Julio de 2013). Decreto 1609.
- Ministerio de Minas y Energía. (17 de Junio de 2013). *Decreto 1260 del 2013*. Obtenido de Comisión de Regulación de Energía y Gas: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2013/Documents/JUNIO/17/DECRETO%201260%20DEL%2017%20DE%20JUNIO%20DE%202013.pdf>
- Modelo de Convenio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos*. (s.f.). Obtenido de <http://www.pgrweb.go.cr/DOCS/NORMAS/1/VIGENTE/L/2010-2019/2010-2014/2010/10E4D/D5CBF.HTML>
- Noguera Labourde, R. (2010). *Introducción general al derecho*. (U. S. Arboleda., Ed.) Bogotá . Obtenido de <http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20>

MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf

Ochoa, F. N. (2008). *Contrato de arrendamiento. Proceso de restitución del inmueble* (Décima tercera ed.). (L. J. Sanchez, Ed.) Medellín, Colombia: Librería Jurídica Sanchez. Obtenido de http://odin.ces.edu.co/Contenidos_Web/41027675.pdf

Perspectivas del Sector Inmobiliario . (2017). *Fincaraíz.com.co*. Obtenido de <https://www.fincaraiz.com.co/perspectivas-del-sector-inmobiliario-para-2017-noticia-718.aspx>

Reforma de Estatutos, Escritura Número: Dos mil cuatrocientos treinta (2430) (Notaría Veinte del círculo de Medellín 07 de Julio de 2016).

Revilla Madrid, I. (2005). Aportes de la organización para la cooperación y el desarrollo económico en la protección al consumidor en el contexto del comercio electrónico. *Frónesis: Vol. 12, No. 3*, 121-139.

Rivera, J. F. (1997). *eltiempo.com*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-601964>

Rocco, Alfredo. (1960). *Principios de Derecho Mercantil. Parte general* (10ª edición ed.). Editora nacional .

Rubiano, A. (2009). *La costumbre mercantil nacional*. Obtenido de Cámara de Comercio de Bogotá:
<http://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14012/4/LA%20COSTUMBRE%20MERCANTIL%20EN%20COLOMBIA%20COMO%20FUENTE%20DE%20DERECHO%20%28DEFINITIVO%29.pdf>

Sabala, L. P. (2016). *Gestión de la certificación como costumbre mercantil de la práctica Cobro de hospedaje por anticipado en la industria hotelera de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio durante el primer semestre del 2016*. Villavicencio.

Sergio Rodriguez. (s.f.). *camarasogamoso.org*. Obtenido de http://camarasogamoso.org/wp-content/uploads/2014/09/COSTUMBRE_MERCANTIL_2010.pdf

Servicio de noticias del Instituto Geográfico Agustín Codazzi. (2017). <http://noticias.igac.gov.co>. Obtenido de <http://noticias.igac.gov.co/dinamica-inmobiliaria-riohacha-fue-la-segunda-mas-significativa-pais-2016/>

Sicart, Á. M. (2013). *Valoración de Empresas*. Obtenido de http://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000223.pdf

Superintendencia Financiera de Colombia. (2016). *Indice de Bursatilidad Accionaria*.

Supervalores. (Septiembre de 2010). *Indice de Bursatilidad Accionario*. Obtenido de <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/indice-bursatilidad-accionaria.pdf>

Terra, M. P. (Noviembre de 2008). *Valoración de empresas: Una revisión de los métodos actuales*. Obtenido de <http://www.ort.edu.uy/facs/pdf/documentodetrabajo41.pdf>

Unidad de Planeación Minero Energética. (29 de Diciembre de 1992). *UPME*. Obtenido de <http://www.upme.gov.co/QUpme.html>



Universidad EAFIT. (2014). *Reporte Financiero*. Medellín: Reportes Burkenroad.

Villa Villa, S., & Herrera Tapias, B. (2007). La costumbre mercantil en el ámbito marítimo de Barranquilla. *Revista de Derecho* N° 28, 346-363.

Anexos

Anexo 1. Formulario de Encuesta

Tabla 4. Formulario encuesta

| | | |
|--|---|---|
|  <p>CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO <i>Construyendo Región</i></p> | <p>Cámara de Comercio de Villavicencio</p> <p>Estudio de Costumbre mercantil</p> <p>“Costo por Administración”</p> |  <p>UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS</p> |
| Nombre del establecimiento | | |
| Municipio | | |
| Introdutoria | | |
| <p>1) ¿Utiliza en sus servicios el cobro por concepto de administración de un bien inmueble? Si ___ No ___</p> | | |
| En caso de que la respuesta sea negativa responda solo la pregunta 3 | | |
| Uniformidad | | |
| <p>2) ¿Cómo determina la inmobiliaria el valor del costo por administración?</p> <p>a) A partir del valor del bien inmueble</p> <p>b) Ubicación de la propiedad dependiendo de la zona o territorio (rural o urbana)</p> <p>c) De acuerdo con el estrato donde se encuentra ubicada la propiedad</p> <p>d) Valor Mercado</p> <p>e) No aplica</p> | | |
| Publicidad | | |
| <p>3) ¿Tiene usted conocimiento de que el costo establecido por administración es cobrado por todas las empresas inmobiliarias ubicadas en la región? Si ___ No ___</p> | | |

| |
|---|
| <p>4) ¿Utiliza herramientas publicitarias a través de los diferentes medios de comunicación para dar a conocer a los posibles usuarios el costo por concepto de administración?</p> <p>Si ___ No___</p> <p>No aplica___</p> <p>Cuales: _____</p> <p>_____</p> |
| Reiteración |
| <p>5) ¿La organización siempre ha llevado a cabo la misma forma para determinar el valor del costo por administración?</p> <p>Si ___ No___</p> <p>No aplica ___</p> |
| Obligatoriedad |
| <p>6) ¿La inmobiliaria lleva a cabo el cobro por concepto de administración sin importar el tipo de inmueble?</p> <p>Si___ No___</p> <p>No Aplica ___</p> |
| Vigencia |
| <p>7) ¿Durante el desarrollo de su actividad económica en algún momento ha dejado de realizar el cobro por administración?</p> <p>Si___ No___</p> <p>No Aplica ___</p> |
| <p>8) ¿Desde hace cuánto viene implementando el cobro por la administración de un bien inmueble?</p> <p>a) De cero a cinco años</p> <p>b) Más de cinco años</p> <p>No Aplica___</p> |

Fuente: Elaboración propia.