

COSTUMBRE MERCANTIL EN EL MUNICIPIO DE MAGANGUE- BOLIVAR

INVESTIGACION:

**Mirna Isabel Gordon Gordon
Gestor de Desarrollo Empresarial**

TEMA:

CAMBIO DE MEDICAMENTOS PRÓXIMOS A EXPIRAR



DICIEMBRE 2018

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	3
2. OBJETIVOS.....	4
2.1Objetivo General.....	4
2.2ObjetivosEspecíficos.....	4
3. COSTUMBRE MERCANTIL.....	5
3.1 Definición de Costumbre Mercantil.....	5
3.2 Requisitos Exigidos por el Código de Comercio.....	5
4. FUNCION DE LAS CAMARAS.....	6
5. RECOPIACION DE LA INFORMACIÓN.....	7
5.1 Aspectos más importantes de la investigación.....	8
5.2 Resultados de las Encuestas.....	9
6. CONCLUSIONES.....	12

1. INTRODUCCIÓN

La costumbre mercantil como fuente del derecho desempeña un papel fundamental principalmente en el ámbito comercial, como quiera que recurriendo a ella, se genera dinámica en los negocios y pueden ser usadas para dirimir conflictos entre las personas que hacen transacciones comerciales o mercantiles, bien sea ayudándolas a entender mejor esas operaciones o a comprender mejor contratos que se realizan entre las partes. Las prácticas mercantiles realizadas por los comerciantes son de vital importancia en el derecho comercial, dado que pueden adquirir la misma autoridad que la ley mercantil, siempre que cumplan ciertos requisitos y las Cámaras de Comercio correspondiente los certifiquen como Costumbre Mercantil.

En este sentido, para que una costumbre mercantil sea reconocida, deben tenerse en cuenta varias condiciones. Lo primero es que ese hábito social no debe ir en contra de ninguna ley o norma establecida en la regulación vigente. Además, se debe hacer siempre igual, es decir, que tenga uniformidad y que se haga repetidamente.

La Cámara de Comercio de Magangué desde el año 2005 viene llevando a cabo un proceso de investigación encaminado a recopilar y difundir entre la comunidad de Magangué y los municipios que integran su jurisdicción, tal es el caso de esta investigación cuyo objeto de estudio consistió en analizar con cuantos días de anticipación el sector farmacéutico devuelve los medicamentos que estén próximos a expirar a su proveedor o a las bodegas pertenecientes a su empresa.

El estudio que se realizó es el resultado de un proceso de investigación bajo la orientación de la dirección del Departamento Jurídico y de Registro, el resultado de este estudio cumple con los criterios de uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad, vigencia y conforme al derecho; lo que permite a la Cámara de Comercio cumplir con la función de certificar una Costumbre Mercantil.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer que el sector farmacéutico devuelve al proveedor o a la bodega los medicamentos que estén próximos a expirar.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Indagar con cuantos días de anticipación los establecimientos farmacéuticos devuelven los medicamentos que estén próximos a expirar.
- Verificar si la práctica mercantil descrita anteriormente cumple con los requisitos de acuerdo al código de comercio para ser certificada como una costumbre mercantil.

3. COSTUMBRE MERCANTIL

3.1. DEFINICIÓN

La costumbre jurídicamente se puede definir como: “La repetición de una determinada conducta, realizada por la generalidad de los miembros de un grupo social, de manera constante y uniforme; es pues, una conducta implantada en una colectividad y considerada por esta como jurídicamente obligatoria”. Nuestro ordenamiento jurídico, específicamente el Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) en su Artículo 3, define a la Costumbre de la siguiente manera:

La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contrarie manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella.

De las anteriores definiciones se puede concluir que la costumbre mercantil es un conjunto de prácticas que se repiten y aplican reiteradamente por una colectividad de personas frente a un hecho o tema determinado, que adquiere obligatoriedad por el hecho mismo de ser una norma creada para usos sociales, siempre que estas no sean contrarias a la ley y se ejecuten de manera reiterada, pública y uniforme.

3.2 REQUISITOS EXIGIDOS POR EL CÓDIGO DE COMERCIO PARA QUE UNA COSTUMBRE MERCANTIL SEA VÁLIDA

- ✓ **Uniformidad:** Los hechos que constituyen costumbre deben ser ejecutados de igual manera por el sector económico o grupo que realiza la práctica.
- ✓ **Reiteración:** La práctica o uso debe repetirse por un cierto tiempo, es decir, debe ser constante y no simplemente transitoria o esporádica.

- ✓ **Obligatoriedad:** La costumbre mercantil debe considerarse obligatoria por quienes la practican.
- ✓ **Publicidad:** La costumbre mercantil debe ser conocida ampliamente por las personas que la practican.
- ✓ **Vigencia:** La costumbre mercantil se debe estar practicando en la actualidad.
- ✓ **Conforme a derecho:** La costumbre no podrá en ningún caso ser contraria a la ley.
- ✓ **Materia mercantil:** La costumbre debe referirse a prácticas comerciales.

Cada uno de estos requisitos debe arrojar un mínimo del 70% de respuestas afirmativas para declararse como “probados”. Por último, la Junta Directiva de la Cámara pone a consideración la costumbre si esta parece estar acorde con el mínimo de requisitos, y si lo cree de esta manera, expide la certificación.

4. FUNCIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN LA RECOPIACIÓN DE LA COSTUMBRE MERCANTIL

Las Cámaras de Comercio son entidades sin ánimo de lucro, de naturaleza corporativa y gremial, encargadas de llevar el registro mercantil, el registro de proponentes y el registro de entidades sin ánimo de lucro, funciones que han sido señaladas por el legislador con base en la facultad que tiene para disponer que un determinado servicio o función pública sea prestado por un particular bajo las normas que para el efecto disponga.

De acuerdo con el artículo 86 numeral 5 del Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) es función de las cámaras de comercio “recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las

recopiladas”.

Tienen entonces, las cámaras un papel activo en el desarrollo de la actividad mercantil para lo cual deben idearse algún método que conduzca a una recopilación idónea y eficaz. Lo anterior, debe entenderse en el sentido de que las Cámaras de Comercio no sólo deben identificar una práctica sino organizarla y sistematizarla de manera tal, que forme un todo coherente a fin de que sirva a quienes pretendan hacerla valer como una práctica jurídica reconocida y para que contribuya eficazmente a la evolución del mismo derecho.

Por su lado, la función certificadora de la cámara se ejerce en el momento en que el usuario o tercero la requiere. Sin embargo, cabe anotar que de acuerdo con la ley comercial colombiana la certificación solo puede expedirse siempre que se cumplan dos condiciones: a) Si es una práctica local o regional: que se desenvuelve dentro del territorio de jurisdicción de la respectiva Cámara y b) Que ésta haya sido previamente recopilada por ella.

5. RECOPIACION DE LA INFORMACIÓN

Para el presente estudio de la costumbre mercantil, la Cámara de Comercio de Magangué desarrolló una investigación en una serie de etapas que comprenden entre otras actividades la identificación del grupo de estudio y las necesidades de información. En esta etapa se recogieron las bases de datos de los grupos objetivos que practican la costumbre y se selecciona una muestra representativa de población, a la cual se aplican encuestas personales. Esto con el fin de verificar si la práctica estudiada reúne los requisitos de la costumbre (Introductoria, Uniformidad, Obligatoriedad, Vigencia, Reiteración y Publicidad).

5.1 ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

Muestras Seleccionada: 16 establecimientos de comercio de personas Naturales y/o personas jurídicas.

Método de investigación: Muestreo

Metodología utilizada: Encuesta estructurada con aplicación personalizada.

Marco de investigación: Se utilizó la información de personas Naturales y Jurídicas inscritos en la Cámara de Comercio de Magangué, que realizan su actividad comercial en distintas partes del Municipio.

5.2 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

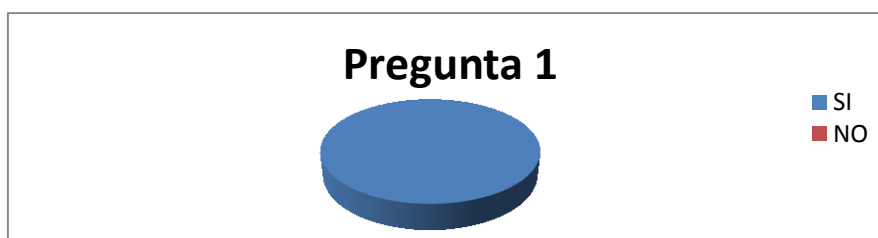
Los resultados de las encuestas aplicadas entre las que conforman la muestra seleccionada son los siguientes:

Tema: “Cambio de medicamentos próximos a expirar”

UNIFORMIDAD:

- 1) **Considera importante el hecho de cambiar los medicamentos que estén próximos a expirar?**

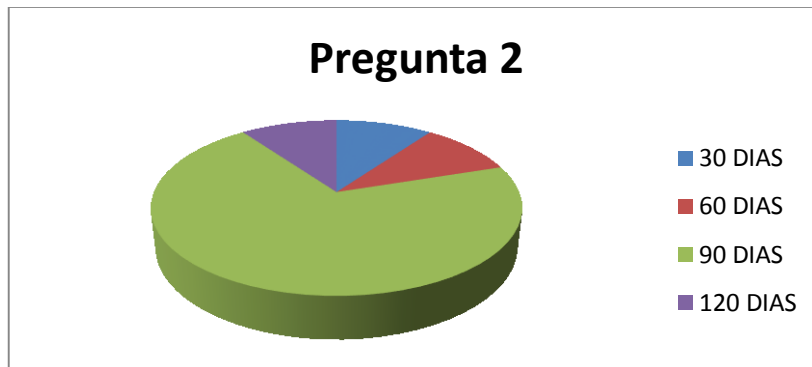
SI	16	100%
NO	0	0
TOTAL	16	100%



REITERACION:

2. **¿Teniendo en cuenta la fecha de expiración o vencimiento, con cuantos días de anticipación devuelven los medicamentos al proveedor o distribuidor?**

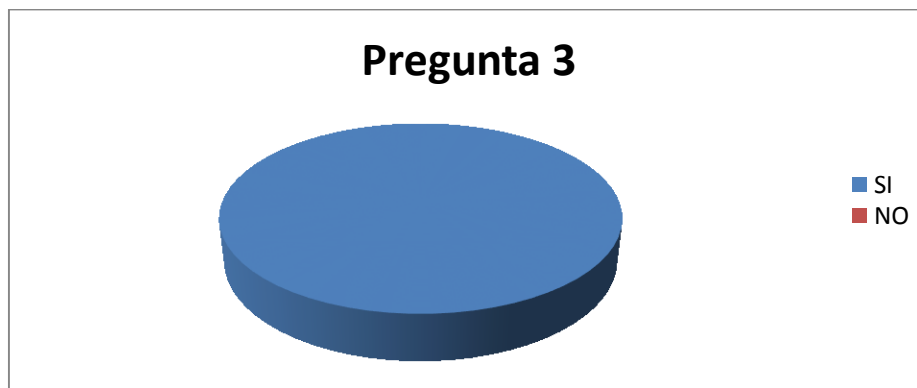
30 DIAS	1	6%
60 DIAS	1	6%
90 DIAS	13	82%
120 DIAS	1	6%
TOTAL	16	100%



OBLIGATORIEDAD:

3. ¿Considera usted que se debe avisar al proveedor o distribuidor con antelación?

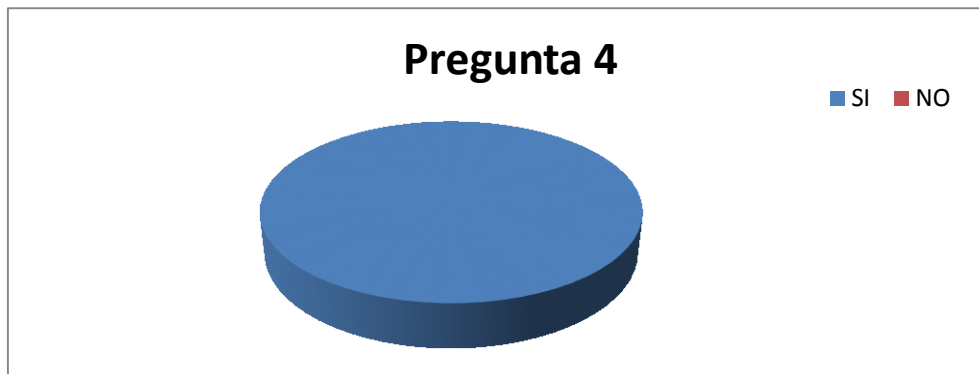
SI	16	100%
NO	0	0%
TOTAL	16	100%



PUBLICIDAD:

4. El proveedor o distribuidor le cambia los medicamentos que estén próximos a expirar sin ningún inconveniente?

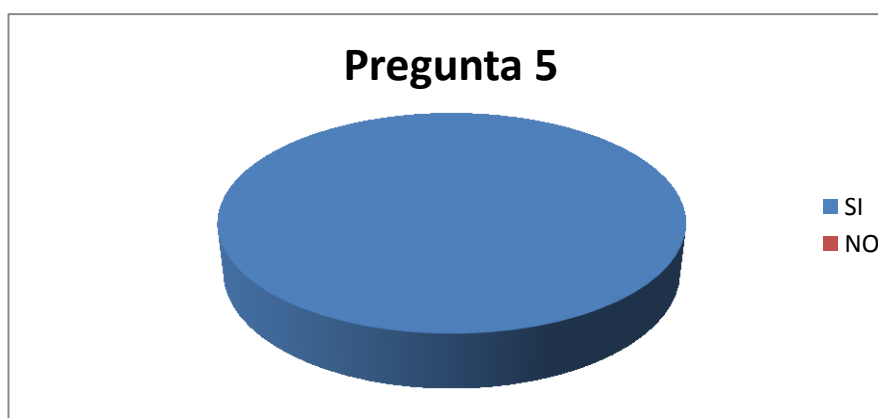
SI	16	100%
NO	0	0
TOTAL	16	100%



VIGENCIA:

5. ¿Cree usted que la práctica mercantil descrita anteriormente es conocida y utilizada por los establecimientos farmacéuticos de esta región?

SI	16	100%
NO	0	0%
TOTAL	16	100%



CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta que el Código de Comercio señala que una costumbre mercantil para que sea válida debe cumplir con los criterios de uniformidad, vigencia, reiteración, obligatoriedad y publicidad y que cada uno de estos requisitos deben arrojar un 70% de respuestas afirmativas para declararse aprobada, se concluye que en el municipio de Magangué existe la costumbre mercantil en los establecimientos farmacéuticos de devolver a bodega o a los proveedores los medicamentos 90 días antes de que estos expiren.

En la actualidad, se considera que esta práctica cada vez es más común, conocida y utilizada en los establecimientos farmacéuticos en la ciudad de Magangué.

CARACTERISTICAS	PORCENTAJE
UNIFORMIDAD	100%
REITERACION	82%
OBLIGATORIEDAD	100%
PUBLICIDAD	100%
VIGENCIA	100%