CC BY

ISSN 2806-0326 (En linea) ISSN 1794-5216 (Impresa)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO HERRAMIENTA JURÍDICA Y SU APLICACIÓN AL DERECHO COMERCIAL+

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A LEGAL TOOL AND ITS APPLICATION TO COMMERCIAL LAW

María Catalina Córdoba Moncayo*
Juan Manuel Hoyos Aramburo**
María Valery Jurado Trujillo***
Santiago De la Ossa Rengifo****

Fecha de recepción: 3 de agosto de 2023
Fecha de aceptación: 25 de abril de 2024
Disponible en línea: 30 de junio de 2024

"Una computadora puede ser llamada inteligente si logra engañar a una persona haciéndole creer que es un humano".

-Alan Turing.

RESUMEN

El presente escrito busca, frente al gran impacto y reconocimiento que ha tenido la Inteligencia Artificial –particularmente ChatGPT– hacer un análisis de su implementación, y la viabilidad de la mis-

+ Todas las consultas encontradas en este texto se realizaron en mayo de 2023 utilizando ChatGPT versión 3.5.

* Estudiante de noveno semestre de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá D.C., Colombia). Contacto: cordobamc@javeriana.edu.co

** Estudiante de noveno semestre de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá D.C., Colombia). Contacto: hoyos-jmanuel@javeriana.edu.co

*** Estudiante de noveno semestre de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá D.C., Colombia). Contacto: mariajurado@javeriana.edu.co

**** Estudiante de noveno semestre de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá D.C., Colombia). Contacto: delaossa.s@javeriana.edu.co

ma, como herramienta o instrumento para conceptos relacionados con el derecho mercantil, particularmente frente a: fuentes, comerciante, acto de comercio y costumbre mercantil. Así, se hará una evaluación sobre lo establecido por la doctrina y la jurisprudencia en cada ámbito, con la respuesta que rinde ChatGPT cuando se le preguntan por dichos conceptos. Posterior a ello, se hará una reflexión que analizará las circunstancias éticas y morales de su utilización en un campo con una connotación ética superior, como lo es el derecho; para finalmente terminar con una conclusión, donde se examinará si sus respuestas, en conjunto, fueron correctas o no.

Palabras clave: Derecho Mercantil, inteligencia artificial, ChatGPT, fuentes del derecho comercial, costumbre mercantil, comerciante y acto de comercio.

ABSTRACT

The present text aims to analyze the implementation and feasibility of Artificial Intelligence, particularly ChatGPT, as a tool or instrument for concepts related to commercial law, given the significant impact and recognition that AI has had in recent times. The analysis will focus, particularly, on sources, traders, commercial acts, and commercial customs. The text will evaluate what the doctrine and jurisprudence in each area have said in comparison to the response that ChatGPT provides when asked about the same concepts. After that, an analysis will be made which examines the ethical and moral circumstances of its use in a field with greater ethical connotation as is the law; finally, a conclusion that evaluates whether its responses, on whole, were accurate or not.

Key words: Commercial Law, Artificial intelligence, ChatGPT, Commercial law sources, Commercial custom, Traders, and Commercial act.

1. INTRODUCCIÓN

La Inteligencia Artificial (en adelante "IA") no es un tema que haya aparecido recientemente; en realidad, se ha discutido y mencionado desde 1975[1]. No obs-

1 Oscar Antonio Morcela, *ChatGPT: La IA está aquí y nos desafía*, Revista Internacional De Ingeniería Industrial, No. 6, p.1, (2022).

tante, en noviembre de 2021, la empresa OpenAI publicó su primera versión de su "Generative Pre-Trained Transformer" conocido comúnmente como ChatGPT o ChatGPT-3 que, palabras más, palabras menos, es una aplicación generativa de texto, que utiliza IA para su cometido y que, desde el 22 de noviembre de 2022, puede ser usada por cualquier persona a través de un proceso de registro sencillo y libre de costos[2]. Adicionalmente, funciona con un "sistema basado en un modelo de lenguaje generativo, creado con 175 millones de parámetros y entrenado a partir de 8 millones de documentos"[3].

Así, a pesar de que su versión estable no salió sino hasta febrero del 2023[4], el aplicativo ha provocado toda una revolución[5]. Como indica Francisco Penalvo: "se estima que el mercado relacionado con la IA habría alcanzado un valor de 450 mil millones de dólares"[6]. Además, llegó al millón de usuarios en los primeros 5 días de su lanzamiento, superando los 100 millones de usuarios activos por mes en junio del 2023; dejando atrás a plataformas como TikTok, Facebook o Instagram.

De hecho, a mayo de 2023, grandes sujetos internacionales, como lo es la Unión Europea, ya está trabajando en una propuesta de ley sobre IA[7]. Sin dejar de mencionar que países como Italia, en occidente, ya tienen prohibido su uso, como también China, Corea del Norte, Rusia e Irán en oriente[7].

El programa ha tenido grandes avances en todos los dominios de aplicación entre ellos, "muchos vinculados al mundo del Derecho"[8]. Desde estudiantes, académicos, hasta profesionales han utilizado o probado alguna vez a ChatGPT. Pues sus funciones son, entre otras:

> *Generación de textos coherentes y bien estructurados, abarcando diferentes géneros narrativos y con diferente grado de extensión a partir de*

2 Francisco Penalvo, *La percepción de la Inteligencia Artificial en contextos educativos tras el lanzamiento de ChatGPT: Disrupción o pánico*, p.4, (2023).

3 Cristian M. Jofre, *ChatGPT, Inteligencia Artificial y Universidad. Nuevas tensiones, transformaciones y desafíos en la educación superior,* p. 2, (Sin fecha de publicación).

4 Penalvo, *supra* nota 2, p.4.

5 Morcela, *supra* nota 1, p.2.

6 Penalvo, *supra* nota 2, p. 5.

7 BBC News, *ChatGPT: Italia se convierte en el primer país occidental en bloquear el acceso al programa de inteligencia artificial*, (2023). Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias-65142505

8 Hugo Acciarri*, ChatGPT: Inteligencia Artificial como instrumento de aprendizaje y evaluación en la formación jurídica. Un modelo sencillo*, p.2. (2023).

> *una instrucción inicial simple. Resolución de problemas planteados y respuestas a preguntas específicas, devolviendo resultados coherentes y en su gran mayoría pertinentes*[9].

Como se desprende con facilidad, son herramientas de mucha utilización en el campo del derecho en general. Por lo anterior, este escrito plantea la hipótesis sobre si es adecuada, pertinente o siquiera posible la implementación de ChatGPT al contexto del derecho comercial. Busca resolver si la IA puede ser utilizada para trabajos de estudiantes de Universidad, conceptos de alguna Superintendencia, sentencias de los jueces, fuentes para académicos o inspiración para abogados litigantes. Nótese que todas las circunstancias mencionadas tienen algo común: necesitan de información práctica-teórica veraz para poder ser desempeñadas de manera idónea. Así, en fin, a través de la investigación realizada veremos si ChatGPT es capaz de responder a conceptos, casos prácticos y temas de controversia actual en el derecho mercantil de forma correcta.

Para ello, como metodología, primero se describirá qué entiende tanto la doctrina, como la jurisprudencia, de conceptos relacionados con el derecho comercial; particularmente se tratarán: (i) las fuentes del derecho mercantil, (ii) los comerciantes, (iii) el acto de comercio, y (iv) la costumbre. Posterior a ello, se indicará qué respondió ChatGPT cuando se le preguntó por dicho concepto y por un caso de aplicación práctica del mismo, para finalmente hacer un breve análisis sobre si es una respuesta adecuada o no. Finalmente, se dará una reflexión ética, seguido de una breve conclusión.

2. FUENTES

Dice Osvaldo Pisani que el concepto de fuente de derecho consistirá en cuantos órganos constituyan la voluntad colectiva, que terminará siendo la expresión de la norma[10]. Particularmente, el mismo autor afirma que las fuentes del derecho mercantil son las leyes comerciales y los usos mercantiles, aclarando que el derecho civil no puede ser considerado fuente de derecho mercantil, pues este solo rige y aplica para ciertos casos comerciales, más no contribuye a generar preceptos del derecho mercantil propio[11].

Por esa misma línea, viendo el caso de Costa Rica, Octavio Torrealba indica que las fuentes formales del derecho comercial serán las mismas de todo

9 Jofre, *supra* nota 3, p. 3.

10 Osvaldo Pisani, *Elementos de derecho comercial*, 2ª Ed., Astrea, p. 162, (2014).

11 Ibid., p. 162.

derecho positivo: la ley y la costumbre. Dice también que el derecho civil no es fuente, pues es otra rama del derecho privado que se exterioriza en otro grupo de fuentes[12].

En Puerto Rico, con el Código de Comercio de 1932, J.J Santa-Pinter dice que las fuentes aplicables a los actos de comercio son tres: (i) normas del Código, (ii) usos de comercio y (iii) normas del Derecho común[13].

Terminando el apartado de derecho comparado, en México, Joaquín Rodríguez establece que, bajo el entendimiento de que fuente sea la forma de manifestarse el derecho, en el derecho mercantil mexicano las fuentes son la Ley y la costumbre mercantil. Aunque aclara que el derecho civil, si bien no es fuente, su Código de Comercio prevé la aplicación de dichas normas en materia mercantil[14].

Por último, en la doctrina colombiana, José Gabino Pinzón, en el volumen 1 de su libro de Derecho Comercial, sostiene que son fuentes de derecho mercantil, entendido por estas "actos concretos, creadores del derecho aplicable", la ley y los usos y costumbres[15]. Sin embargo, hay que aclarar, el Decreto 410 de 1971 menciona en su artículo 2 que: "En las cuestiones comerciales que no pudieren regularse conforme a la regla anterior, se aplicarán las disposiciones de la legislación civil"; así, en Colombia, se entiende a la ley civil como fuente subsidiaria[16].

Se ve, entonces, que el factor común a estas definiciones es: la ley y la costumbre mercantil. Vale hacer un par de aclaraciones de cada una. En primer lugar, respecto de la ley, Pisani plantea que ella es la fuente única e inmediata del derecho mercantil[17]. Gabino Pinzón, por su lado, afirma que se debe entender "Ley" desde un sentido amplio; así, comprende decretos, resoluciones, circulares, y, en general, "toda norma jurídica positiva cuyo cumplimiento sea obligatorio por emanar de un órgano competente"[18].

---

12 Octavio Torrealba, *Fuentes del Derecho Mercantil*. Revista de Ciencias Jurídicas, No. 5, p. 242-243, (1965)

13 J. J. Santa-Pinter, *Las Fuentes del Derecho Mercantil en Puerto Rico*, Journal of Inter-American Studies, No. 3, p. 338, (1964).

14 Joaquín Rodríguez, *Curso de Derecho Mercantil*, 19ª Ed., Editorial Porrúa, p.19, (1980).

15 José Gabino Pinzón, *Derecho Comercial, Cuestiones generales y quiebras*, vol.1, 1ª Ed., Editorial Temis, p. 13, (1957).

16 Código de Comercio (C.CO.), Decreto 410 de 1971, Artículo 2.

17 Pisani, *supra* nota 12, p. 104.

18 Gabino, *supra* nota 17, p. 13.

Enfocándonos desde un punto de vista más contemporáneo, Galgano menciona que la nueva fuente en materia comercial es la *Lex Mercatoria*, que va más allá de los límites del Estado, y que consiste en un derecho uniforme, espontáneo, administrado por tribunales arbitrales internacionales, que administra las relaciones globales comerciales. Además, afirma que hoy en día "El lugar de la ley lo ocupa en forma cada vez más amplia el contrato"[19].

Por el lado de la costumbre, Liliana Quiroz afirma que tanto la costumbre Secundum Legem, como la Contra Legem y Praeter Legem son todas fuentes de derecho mercantil[20]. Esta fuente se retomará en su propio apartado posteriormente.

Aun cuando los autores mencionados no contemplan el fenómeno contemporáneo denominado como "Constitucionalización del derecho privado"[21], este resulta de gran incidencia dentro de las fuentes del derecho comercial. Para el presente, solo basta comprender la definición de Fabricio Mantilla que se refiere a la "aplicación de las normas constitucionales de forma directa a las relaciones entre particulares, otrora regidas exclusivamente por el derecho privado"[22]. En ese orden de ideas, la Constitución, como indica el artículo 4 de la misma, por ser norma de normas, es fuente también del derecho mercantil[23].

Así, hasta ahora, tenemos: la Constitución Política, el derecho trasnacional, la ley comercial, las estipulaciones contractuales, la costumbre mercantil y la ley civil como fuente subsidiaria. Faltaría mencionar el artículo 7 del Código de Comercio que establece: "[l]os tratados o convenciones internacionales de comercio no ratificados por Colombia, la costumbre mercantil internacional que reúna las condiciones del artículo 3, así como los principios generales del derecho comercial, podrán aplicarse a cuestiones mercantiles que no puedan

19 Francesco Galgano, *La Globalización en el espejo del derecho*, Editorial Rubinzal - Culzoni, p. 41, (2005).

20 Galgano, *supra* nota 17, p. 41.

21 Sobre esto *ver*: La constitucionalización del Derecho privado y la acción de protección frente a particulares de Richard González Dávila; La constitucionalización del derecho privado: La verdadera historia del impacto constitucional en Colombia de Juan Jacobo Calderón Villegas; y La Constitucionalización del Derecho Privado de Jaime Alberto Arrubla Paucar.

22 Fabricio Mantilla, *La constitucionalización del derecho privado*, Revista oficial del poder judicial, No. 2, p. 247-248, (2007).

23 Constitución Política de Colombia de 1991 (C.P.), artículo 4. Considerando que el derecho trasnacional también es fuente importante en derecho mercantil colombiano; véase también la Decisión 486 del 2000, sobre propiedad industrial, de la Comunidad Andina, que constituye la regulación interna en ese ámbito en Colombia.

resolverse confirme a las reglas precedentes"[24]. Recapitulando, entonces, son fuentes auxiliares de derecho mercantil: los tratados internacionales no ratificados, la costumbre internacional y extranjera, y los principios generales del derecho comercial.

Ahora bien, pasemos a preguntarle a ChatGPT. Frente a la pregunta: "¿cuáles son las fuentes de derecho mercantil colombiano?", respondió:

ChatGPT

La Constitución Política de Colombia: La Constitución establece los principios generales que rigen el derecho mercantil en Colombia, además de las garantías y derechos fundamentales de las personas y empresas que realizan actividades comerciales.

El Código de Comercio: Este código regula las actividades comerciales en Colombia, incluyendo aspectos como el derecho societario, el derecho cambiario, el derecho de seguros y el derecho marítimo, entre otros.

Las leyes especiales: Además del Código de Comercio, existen otras leyes que regulan actividades comerciales específicas, como la Ley de Propiedad Industrial, la Ley de Competencia y la Ley de Turismo, entre otras.

La jurisprudencia: Esta se refiere al conjunto de decisiones judiciales emitidas por los tribunales en casos relacionados con el derecho mercantil, y que sirven como fuente de interpretación y aplicación de las normas.

La doctrina: La doctrina comprende el conjunto de opiniones y estudios elaborados por juristas, académicos y expertos en derecho mercantil, y que también sirven como referencia para la interpretación y aplicación de las normas.

Los usos y costumbres comerciales: Estos son prácticas y convenciones que se han establecido en el mundo de los negocios y que son generalmente aceptadas en el ámbito empresarial. Pueden ser consideradas por los tribunales en caso de controversias comerciales.

Posterior a ello, se le hizo la pregunta: "¿Las fuentes que mencionas están por orden jerárquico?", a lo que respondió que ese orden ya puesto es por importancia o relevancia. Analicemos cada una:

En primer lugar, acierta al poner la Constitución Política como primera fuente del derecho mercantil, por las razones ya mencionadas. No obstante, no

24 C.CO., *supra* nota 18, artículo 7.

menciona el derecho trasnacional como fuente, por lo que ya estaría incurriendo en un yerro.

En segundo lugar, menciona el Código de Comercio y las Leyes Especiales, terminología que no resulta del todo necesaria, pues todo ello se podría embarcar bajo la categoría "Ley Mercantil". Pero, por lo menos, sí parece estar bien en su posición (debajo de la Constitución). No obstante, tampoco se ven criterios de actualidad como la nueva Lex Mercatoria o el tránsito de ley al contrato, señalados con anterioridad.

En tercer lugar, incurre en otro yerro al no mencionar las estipulaciones contractuales, establecidas como fuente auxiliar en el artículo 7 del Código.

En cuarto lugar, le da mayor jerarquía a la jurisprudencia y a la doctrina, que a la costumbre y los usos mercantiles, lo cual constituye un gran error. En ese sentido, es importante resaltar que ni la doctrina, ni el Código de Comercio colombiano, enuncian a la jurisprudencia y a la doctrina como fuente de derecho comercial; aunque, el artículo 230 de la Constitución Política sí los consagra como criterios auxiliares de la actividad judicial[25]. Es un desacierto, pues, como indica Maritza Osorio, el derecho comercial tiene su origen en la costumbre[26]; es decir, se trata de una fuente que ha acompañado esta rama del derecho desde el principio e incluso, como se mencionó arriba con Galgano, la nueva Lex Mercatoria recae principalmente en estos usos, prácticas espontáneas[27].

Por lo anterior, vemos que ChatGPT no aprueba el examen de fuentes del derecho mercantil. Únicamente acierta con la Constitución y la Ley; pero omite el derecho trasnacional y las estipulaciones contractuales (se podría discutir si también su falta de mención de la nueva Lex Mercatoria o el contrato, son errores). Menciona fuentes que no son consideradas como tal: la jurisprudencia y la doctrina. Y le da el peor escalón a una de las fuentes más importantes del derecho mercantil: la costumbre.

3. COMERCIANTE

Un comerciante en Colombia, según lo establecido en el artículo 10 del Código de Comercio, es una persona que de forma profesional se dedica a alguna activi-

25 C.P., *supra* nota 25, artículo 230.

26 Maritza Osorio, *Aspectos filosóficos del derecho comercial colombiano en el siglo XXI*, Pensamiento Jurídico, No. 48, pp. 59-101 (2018).

27 Galgano., *supra* nota 21, p. 41.

dad considerada como mercantil por la ley. Así, una persona natural que realiza actos jurídicos mercantiles con habitualidad y ánimo de lucro es considerada un comerciante. Por otro lado, para que la persona jurídica sea comerciante, se debe seguir un criterio de taxatividad, es decir: solo las sociedades comerciales, referidas en el Libro Segundo del Código mencionado y las empresas unipersonales[28].

De acuerdo con la Superintendencia de Sociedades, serán comerciantes aquellas personas naturales que ejerzan las actividades mercantiles contenidas en el artículo 20 del Código de Comercio, y se presumirán como tal por inscribirse en el registro mercantil, por abrir un establecimiento de comercio al público y por anunciarse como comerciante por cualquier medio[29]. Adicionalmente, menciona "(…) el hecho que otorga la calidad de comerciante a una persona es la realización por parte de ésta de actos de comercio de manera profesional, habitual y no ocasional"[30].

Según Guillermo Peña la definición del concepto de comerciante es tan compleja como la del acto mercantil, debido a que ambos conceptos están estrechamente relacionados, por lo que se vuelve complicado definir uno sin el otro[31]. Sin embargo, es importante destacar, como se mencionó anteriormente, que el hecho de que una persona adquiera la calidad de comerciante dependerá si se ejerce la actividad de forma profesional.

Al respecto de la profesionalidad, el Consejo de Estado ha dicho: "[p]ara que una persona sea considerada comerciante no basta con que ejecute alguna de las actividades relacionadas declarativamente en el artículo 20 del Código de Comercio, pues ante todo resulta indispensable que la realización de la respectiva actividad mercantil sea asumida por la persona en forma profesional. Connotación ésta que a su turno envuelve tanto la habitualidad como el ánimo de lucro de las operaciones".[32].

---

28 Es decir, la Sociedad Colectiva; la sociedad en comandita; la sociedad de responsabilidad limitada; y la Sociedad Anónima. Por otro lado, las empresas unipersonales fueron una figura creada por el artículo 70 de la Ley 222 de 1995. Posteriormente, mediante la Ley 1258 del 2008, se crearon las Sociedades por Acciones Simplificada y todas las sociedades unipersonales se debieron convertir en aquella.

29 Oficio 220- 116067 de 2021, *Régimen de insolvencia aplicable a persona natural comerciante*, Superintendencia de Sociedades, (3 de agosto de 2021).

30 Ibid.

31 Guillermo Peña, *Sujetos del derecho mercantil: los comerciantes,* Estudios de Derecho, p. 130-147 (1957).

32 Proceso S-148, Consejo de Estado, Sala Plena de lo Contencioso Administrativo, C.P. Jesús Maria Lemos Bustamante (27 de noviembre de 2000)

Con lo anterior, queda claro que los elementos que componen el carácter profesional son la habitualidad y el ánimo de lucro. Al respecto, Marcela Castro menciona que la habitualidad es la reiteración del ejercicio del comercio, su carácter sistemático y prolongado en el tiempo; mientras que el ánimo de lucro es la obtención de un provecho pecuniario como resultado del ejercicio de su actividad mercantil[33]. Es necesario que concurran estas dos características para que se configure el carácter profesional de la actividad y, por consiguiente, la calidad de comerciante frente a una persona natural.

Ahora, en cuanto a las personas jurídicas, como se mencionó anteriormente, estas adquieren tal calidad desde su constitución, pues la legislación colombiana considera personas jurídicas comerciantes a las sociedades comerciales y a la sociedad por acciones simplificada.

El fundamento de ello es que la profesionalidad solo es predicable en relación con las personas naturales, pues a la hora de determinar la naturaleza de una persona jurídica se verán otros aspectos. No compartimos la visión de Castro, cuando menciona que lo que establece la mercantilidad respecto a las sociedades es el objeto social, entonces serán comerciantes aquellas sociedades que se forman para la ejecución de actos o empresas mercantiles, sin depender de la habitualidad del ejercicio de estos actos[34], precepto que se ve en el artículo 100 del Código de Comercio. No concordamos con su visión, pues consideramos que, en cuanto a las personas jurídicas, su carácter mercantil está determinado por la forma societaria[35]. En el caso de las SAS, la Ley 1258 de 2008 dispone en su artículo 3 "La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial independientemente de las actividades previstas en su objeto social". Y, en el caso de las sociedades del Libro II, se refiere particularmente a esas formas societarias, no al objeto que las mismas tengan.

Teniendo claro lo anterior, cuando se le pregunta a ChatGPT: ¿Qué es un comerciante en Colombia?, dice lo siguiente:

---

33 Marcela Castro, *Derecho comercial (actos de comercio, empresas, comerciantes y empresarios*), 2ª. Ed, Universidad de los Andes/Temis, p. 207, (2016).

34 Ibid., p. 213.

35 Ley 1258 de 2008, Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada, (5 de diciembre de 2008)

ChatGPT

En Colombia, un comerciante se define como una persona natural o jurídica que se dedica de manera habitual a la compra y venta de bienes o servicios, con el fin de obtener ganancias y beneficios económicos.

De acuerdo con el Código de Comercio colombiano, para ser considerado comerciante es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Ejercer la actividad de manera habitual: El comerciante debe realizar actividades comerciales de manera constante y repetitiva, con el objetivo de obtener ganancias económicas.
- Realizar actividades comerciales de forma profesional: El comerciante debe llevar a cabo sus actividades comerciales de manera organizada y profesional, con el fin de garantizar la calidad de los bienes o servicios que ofrece.
- Realizar actividades comerciales con ánimo de lucro: El comerciante debe tener como objetivo principal obtener ganancias económicas a través de sus actividades comerciales.

Al contrastar la respuesta de la IA con la construida previamente, concuerda con el hecho de que una persona adquiera la calidad de comerciante dependerá si la actividad se hace de forma profesional; no obstante, la definición de profesionalidad no va de acuerdo con lo propuesto anteriormente, pues la toma como un requisito adicional a la habitualidad y ánimo de lucro, siendo estas precisamente lo que componen la profesionalidad.

Adicionalmente la respuesta es insuficiente y tiene otros errores. En primer lugar, limita la actividad comercial a "la compra y venta de bienes o servicios". Mientras que el artículo 20 del Código de Comercio enumera una larga serie de actividades que son consideradas actos de comercio, siendo la mencionada por ChatGPT una dentro de muchas más. Además, es importante destacar que esta lista no es taxativa, ya que existen otras actividades que también pueden ser consideradas actos de comercio, y reducir la actividad mercantil a un solo acto, sería incurrir en un yerro.

El segundo desacierto viene cuando parte que esa definición y elementos, aplica tanto para personas naturales como para las jurídicas. Pues, aunque distingue que hay estas dos categorías dentro del ámbito mercantil, no establece los preceptos mencionados anteriormente para determinar la calidad de comerciante respecto de personas jurídicas.

De esta manera, la respuesta de la IA se queda corta frente a la definición construida anteriormente, si bien no es del todo equivocada, pues alcanza a establecer las características de la persona natural comerciante, excluye elementos importantes (como la precisión para el régimen de sociedades comerciales y las sociedades por acciones simplificadas), y limita la labor comercial a una

sola actuación mercantil. Por lo que la respuesta de ChatGPT, en principio, es insuficiente para poder ser aplicada en el ámbito jurídico.

4. ACTO DE COMERCIO

Marcela Castro, importante doctrinante colombiana en la materia del derecho comercial, menciona que lo que define si un acto es comercial o no es la voluntad del legislador, pues es él quien los clasifica en un listado que incluye una gama muy variada de operaciones usuales en la vida de los negocios[36].

Del mismo pensar que la autora citada es el doctrinante José Gabino Pinzón, el cual tiene una definición legalista de lo que es un acto de comercio, pues se refiere a que estos son las operaciones enumeradas por el código por disposición expresa del legislador[37].

Sin embargo, Marcela Castro, consciente de que definir un concepto como "la voluntad del legislador" no es suficiente, trae a colación una serie de factores que que pueden hacer que un acto sea de carácter comercial. Entre estos podemos ver (i) el ánimo de lucro y la calidad especulativa que presentan las partes, (ii) los actos que buscan poner en contacto a productores y consumidores, es decir aquellos actos de intermediación, (iii) los actos que se realizan con carácter empresarial, es decir los que ocurren en desarrollo de una actividad económica organizada, con carácter masivo y reiterado, y (iv) el carácter patrimonial y, en general, oneroso de los mismos[38].

El primero de los factores que propone Castro, es decir, el ánimo de lucro y la calidad especulativa, se repite en la obra de Francesco Galgano, el cual menciona que lo fundamental a la hora de entender qué es un acto de comercio es que este sea realizado con fines lucrativos[39].

En el mismo sentido, el ya citado Gabino Pinzón, menciona que todas las actividades que el legislador listó en el código persiguen una mayor producción de beneficios para las partes que lo realizan, es decir que las actividades persiguen un ánimo de lucro[40].

---

36 Castro, *supra* nota 36, p. 9.

37 Gabino, *supra* nota 17, p. 124

38 Castro, *supra* nota 36, pp. 11-15.

39 Fransesco Galgano, *Derecho Comercial, El empresario*, vol. 1, Editorial Temis, (1999).

40 Gabino, *supra* nota 17, p. 25.

Sin embargo, hay otros autores como Raymundo Fernández y Osvaldo Gómez, que no coinciden con que el ánimo de lucro sea algo que determine la comercialidad de un acto. Al respecto mencionan que la ley imprime la comercialidad a ciertas materias prescindiendo de la voluntad de los sujetos que los realizan[41], lo que significa que, para estos autores, lo que hace comercial a un acto no son aspectos subjetivos como el ánimo de lucro o lo que especulen las partes, sino los aspectos puramente objetivos del acto en sí.

Otro autor que no parece estar de acuerdo con el factor del ánimo de lucro, y que también critica el factor de intermediación es Rodrigo Ocampo Ossa. Este menciona que existen muchos actos considerados mercantiles en los cuales no hay un lucro directo o inmediato y otros en los que la intermediación no existe o es solo un aspecto puramente accidental, como los contratos de colaboración o asociación[42]. Por ende, es claro que para este autor el ánimo de lucro y la intermediación existentes en un acto de comercio no son factor determinante del mismo.

Pero, no solo la doctrina ha criticado la propuesta de determinar un acto de comercio de acuerdo al ánimo de lucro de las partes, pues también la Corte Constitucional en la sentencia C-268 del 2021, ha dicho que si bien las fundaciones, asociaciones y corporaciones no distribuyen dividendos ni utilidades entre sus asociados, (no evidenciándose así un ánimo de lucro subjetivo) ello no significa que no puedan desarrollar actividades de comercio[43], pues es claro que la intención que tengan las partes a la hora de llevar a cabo un acto de comercio no es lo que hace que este adquiera su mercantilidad. Por ende, gracias a lo expuesto por la doctrina y la Corte Constitucional, queda claro que el ánimo de lucro no es un factor determinante a la hora de evaluar la mercantilidad de un acto.

Pasemos ahora a la definición que propone el gran doctrinante italiano Alfredo Rocco[44]. Para este autor el acto de comercio es un concepto difícil de definir. Rocco menciona que a pesar de que llegar a un concepto unitario de lo que se entiende por acto de comercio es complicado, es una necesidad, pues la lista de lo que se entiende por actos de comercio es de carácter no taxativo[45].

---

41 Raymundo Fernández Y Osvaldo Gómez, *Tratado Teórico-Práctico de Derecho Comercial,* Editorial Temis, pp. 209-210, (1988).

42 Rodrigo Ocampo Ossa, Derecho del comercio: introducción al derecho comercial colombiano, pp. 22-25 (1982).

43 Sentencia C-268 de 2021, Corte Constitucional, (11 de agosto de 2021)

44 ALFREDO ROCCO, *Principios de Derecho Mercantil,* Editora Nacional, pp. 149 -151 (1966).

45 Ibid

Partiendo de esto, Rocco trae la siguiente definición de lo que es un acto de comercio: "[a]cto mercantil es todo aquel en que se ejecuta un cambio indirecto, o, lo que es lo mismo, todo acto de interposición en el cambio sea cual sea el objeto y la forma de ese cambio"[46]. De esta definición evidenciamos que para Rocco lo que le da la comercialidad a un acto es que este sea llevado a cabo mediante la intermediación de las partes, por lo que se encuadraría en el segundo factor mencionado por Marcela Castro.

Pasando ahora al autor Jorge Ortega Torres, este nos proporciona tres categorías para entender los actos de comercio:

> Los actos de comercio por su naturaleza. Estos actos se consideran comerciales en razón de sus caracteres intrínsecos, del fin perseguido por quien los realiza.
>
> Los actos de comercio por su forma. La determinación estos actos de comercio se da por su naturaleza intrínseca. El carácter comercial resulta de la forma que las partes hayan dado a sus convenciones. Ejemplos: letra de cambio, sociedades anónimas y de responsabilidad limitada.
>
> Actos de comercio por relación o accesorios. Todo acto ejecutado por un comerciante en interés de su comercio es comercial, aunque no lo sea por su naturaleza o por su forma.[48]

De estas categorías que nos propone Ortega podemos ver tres factores para determinar qué es un acto de comercio: (i) la intención con que se celebró, lo cual se encuadra con el ánimo de lucro y el ánimo especulativo que mencionaba Castro, (ii) las calidades objetivas del acto en sí, de las cuales el mejor ejemplo es el título valor, y (iii) la calidad subjetiva de quién los realiza (el comerciante) y para qué los realiza (para el interés de su actividad comercial).

Pasando ahora a la jurisprudencia de la Sala de Casación Civil de la Corte Suprema de Justicia, vemos que se adopta una definición que, en principio, es similar a la que Castro y Gabino nos proponían, pues mencionan que acto de comercio es aquel que se encuadre en el listado del artículo 20 del Código[47]; sin embargo, al igual que Castro, la Corte entendió que esa definición se quedaba corta, pues es bien sabido que la enumeración del citado artículo es enunciativa, por lo que tener un concepto claro de lo que es un acto de comercio es algo que resulta necesario. De ahí que la Corte proporcionó una definición que ayuda a

46 Rocco, supra nota 43, pp. 193-194

47 Sentencia 4602, Corte Suprema de Justicia de Colombia, (7 de febrero de 1996).

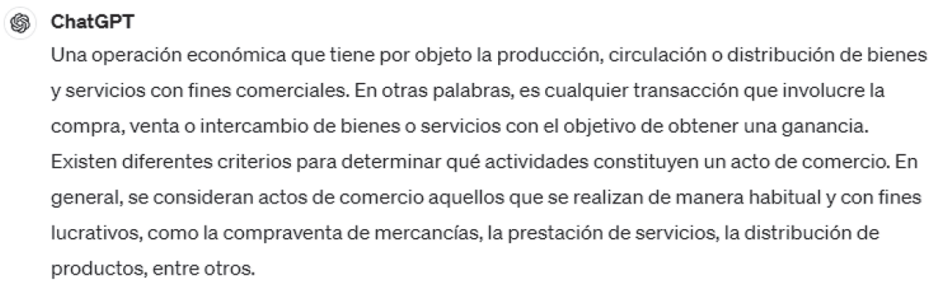
distinguir cuándo un acto que no se encuadra en el listado del artículo 20 es comercial. Dicha definición es la siguiente:

> Basta que exista ánimo especulativo para que el acto deba tenerse como mercantil, y ese ánimo especial se descubre si la actividad correspondiente es realizada con los riesgos, las proporciones y la publicidad propia del ejercicio con sentido lucrativo de una función mediadora en el intercambio de bienes muebles o inmuebles, siendo entendido desde luego que aun cuando el beneficio perseguido no se logre o se le reduzca a proporciones de escasa significación en términos económicos, no por ello el negocio efectuado deja de ser comercial[48].

Por ende, vemos que la jurisprudencia ha tenido una definición de acto de comercio en la cual se hace remisión expresa al listado del artículo 20; entendiendo que esta enunciativa, se proponen elementos como el ánimo especulativo o el ánimo de lucro para entender cuándo un acto no enumerado puede llegar a ser mercantil.

Cerrando ya este apartado queda claro que la definición de acto de comercio es diversa, ya que esta puede darse atendiendo textualmente a lo que el legislador proponga en el listado del artículo 20; entendiéndolo con base en ciertos factores como el ánimo de lucro, la intermediación o los actos de empresa; o, categorizándolos para entenderlos desde un aspecto objetivo, que responda únicamente al acto como tal, y otro subjetivo, que atienda a las calidades de los actores. Sin embargo, hay ciertos criterios que se repiten, como lo es el listado legal, la intermediación, los aspectos objetivos del acto (como sería el hecho de que el acto se celebre con un título valor), el ánimo especulativo y el ánimo de lucro.

Ya teniendo una definición, o mejor, unos conceptos y factores generales, por parte de la doctrina y jurisprudencia, pasemos a ChatGPT, el cual define el acto de comercio como:



48 Ibid.

De esta definición podemos evidenciar tres aspectos a priori. El primero es que esta IA se refiere a actos que tengan por objeto la producción, circulación o distribución de bienes y servicios con fines comerciales; el segundo es que se tenga el objetivo de obtener una ganancia, es decir, que exista un ánimo de lucro; y, el tercero, es que los actos se realicen de forma habitual y con fines lucrativos.

Del primero de los aspectos evidenciados, vemos que la doctrina no habla en ningún momento de que el acto de comercio busque alguno de estos objetos. Una razón que existe para esta exclusión es que hay actos de comercio que se quedarían por fuera si se tomara esta primera parte de la definición de ChatGPT, como, por ejemplo, la intervención como asociado en la constitución de sociedades mercantiles o los actos que tengan por medio un título valor. Por ende, vemos que esta primera parte de la definición resulta ambigua y excluye algunos actos de comercio como el mencionado.

Pasando ahora al segundo aspecto, vemos que ChatGPT utiliza uno de los factores que propuso Marcela Castro: el ánimo de lucro que tienen las partes en el acto de comercio. Respecto a este punto no pensamos extendernos mucho, pues ya quedó por sentado que tanto la doctrina como la jurisprudencia han sido críticos de este factor. De ahí que esta segunda parte de la definición que nos dio la IA se quede corta en su intento de definir los actos de comercio.

Y, mirando la última parte de la definición aportada por ChatGPT, vemos que en este punto se da el mayor desacierto de esta IA, pues, como mencionamos en el apartado anterior, la habitualidad y el ánimo de lucro no definen a los actos de comercio, sino que, por el contrario, son factores que definen a los comerciantes. Por ende, este punto de la definición resulta desacertado con respecto al concepto que buscaba definir.

Habiendo dividido la definición de ChatGPT en tres partes, las cuales en su turno analizamos con base a lo dicho por la doctrina y la jurisprudencia, vemos que la definición de la IA, en lo que respecta a actos de comercio, no logró ajustarse a lo dicho ni por esta ni por aquella.

Y no solo es que la definición que nos dio ChatGPT tuviera elementos cuestionables si se miran a la luz de lo ya expuesto, sino que también se echaba en falta algunos criterios como la intermediación, el ánimo especulativo, los actos llevados a cabo por empresas, el listado del artículo 20, entre otras.

5. COSTUMBRE

La costumbre mercantil parte de la interacción social entre comerciantes, de un espacio determinado, y ha sido definida como el conjunto de prácticas que se

llevan a cabo de manera uniforme, reiterada y pública y que tendrá la misma fuerza que la ley mientras que no sea contraria a ella[49]. La costumbre se puede aplicar a los actos de comercio cuando no existan fuentes de mayor jerarquía aplicables al caso[50].

Esto se encuentra en consonancia con la jurisprudencia de la Corte Constitucional que, en la sentencia C-486/93 hace alusión a la costumbre mercantil como fuente de derecho y explica que esta emana de la misma voluntad del pueblo y, por lo mismo, tiene valor jurídico[51]. Aun cuando la costumbre mercantil no se encuentra en el primer escalón del orden jerárquico de fuentes, esta se mantiene dentro de las principales por su aporte al sistema jurídico y la misma flexibilidad y efectividad que conlleva al estar atada directamente a la práctica real de los comerciantes[52].

Según Julien Bonnecase, la costumbre surge a partir de dos tipos de elementos, unos materiales que se refieren concretamente a la práctica por la cual se resuelve una situación jurídica y otro psicológico que parte de la convicción de la obligatoriedad que esta conlleva para quienes recurren a la práctica[53]. Estos elementos también son llamados objetivos y subjetivos respectivamente[54].

Dentro de los elementos objetivos se encuentra: (i) uniformidad, entendido como práctica similar observada por las personas; (ii) reiteración, lo cual implica que la práctica se debe llevar a cabo a lo largo del tiempo de forma constante; (iii) publicidad, que se refiere a que sea reconocido por el grupo en el cual opera la costumbre; y (iv) vigencia, que apunta a la "permanencia en el tiempo" de la costumbre, es decir, que esta se practique en la actualidad[55].. Por otro lado, solo hay un elemento subjetivo, que se refiere a la conciencia de obligatoriedad de la costumbre[56].

---

49 Código de Comercio (C.CO.), Decreto 410 de 1971, Artículo 3.

50 Castro, *supra* nota 36, p. 172.

51 Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-486 de 1993 (M.P. Eduardo Cifuentes Muñoz: Octubre 28 de 1993).

52 Oscar Rios, *Derecho comercial general: curso elemental y nociones básicas*, 1ª Ed., Ríos Silva Abogados, p. 126, (2007).

53 Julien Bonnecase, *Elementos de Derecho Civil, tomo 1*, Cárdenas Editor y Distribuidor, p, 71, (1985).

54 Carlos Espinosa, *Del uso convencional a la costumbre mercantil como norma jurídica*, Revista de Derecho Privado No. 25, p. 109, (2000).

55 Harold García, *La costumbre mercantil en Colombia como fuente del derecho: un estudio sobre su teoría, practica y uso a través de la jurisprudencia y la doctrina*, Universidad Católica de Colombia, p.14, (2016).

56 Ibid., p. 14.

Estos elementos también pueden ser comprendidos como requisitos para que se reconozca la existencia de una costumbre mercantil; sin embargo, es necesario aclarar que solamente la uniformidad, reiteración y publicidad están mencionados de forma expresa en el Código de Comercio y tanto la vigencia, como la obligatoriedad, son requisitos que se han desarrollado principalmente por la doctrina[57].

En este orden de ideas, la Cámara de Comercio aclara que existen tres tipos de costumbre: *secundum legem*, *praeter legem* y *contra legem*. La costumbre *secundum legem* se refiere a aquella costumbre que regula o complementa comportamientos descritos en la ley, la costumbre *praeter legem* regula comportamientos que no han sido reconocidos de forma expresa por la ley y ha adquirido fuerza por la práctica de la comunidad, y, finalmente, la costumbre *contra legem* es la costumbre que se refiere a comportamientos que van en contra de la ley[58]. Estos tres se explican de acuerdo con la relación que tiene la costumbre con la ley.

Ahora bien, frente a la última cabe aclarar que, si bien la costumbre se ata directamente al comportamiento social, el ordenamiento jurídico determina que aun si la norma está en desuso esta no se podrá inobservar en preferencia de la costumbre[59]. No obstante, esta se puede igual considerarse fuente de derecho, pues como dice Liliana Quiroz, se encuentra "facultada por el pueblo" y puede llegar a derogar una norma escrita[60].

Con respecto a la costumbre mercantil, la doctrina también ha establecido una clasificación con respecto a un ámbito territorial o geográfico, dentro del cual encontramos cuatro tipos: la costumbre local, nacional, extranjera e internacional. La costumbre local hace alusión a las prácticas desarrolladas en un lugar determinado del país; la nacional rige en todo el país; la extranjera es la costumbre de otro país y la internacional es la costumbre que se ejerce en varios países[61]. Esta clasificación tiene una aplicación preferente: la costumbre local siempre va a primar, y, cuando esta no exista, se podrá aplicar la nacional[62]. Con

57 Ibid., p. 22.

58 Cámara De Comercio De Bogotá, *ABC costumbre mercantil*, p. 5, (2021).

59 En este caso hacemos remisión al artículo 8 del Código Civil, en el cual se dispone 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".. *Ver.* Erika Vargas, *La costumbre mercantil en Colombia*, Universidad de la Sabana, p. 11, (2010).

60 Quiroz, *supra* nota 22, p. 17.

61 Ibid., p. 18.

62 Ibid., p. 18.

respecto a la internacional y la extranjera, como se mencionó anteriormente, estas son fuentes auxiliares de derecho y solamente se puede acudir a ellas cuando se hayan agotado las fuentes principales[63].

Hecho este panorama que presenta la doctrina sobre la costumbre mercantil, es posible acudir a la IA y la definición que presenta ChatGPT sobre la costumbre mercantil:

ChatGPT

En el derecho colombiano, la costumbre mercantil es una fuente del derecho comercial que se refiere a las prácticas comerciales que se han vuelto habituales y generalizadas en un determinado sector o región. La costumbre mercantil se considera una fuente del derecho comercial cuando no existe una ley o regulación específica que rija una situación comercial determinada. Para que la costumbre mercantil tenga fuerza legal, se deben cumplir ciertos requisitos. En primer lugar, la costumbre debe ser constante, uniforme y generalizada en un área geográfica o sector específico. Además, debe haber sido aceptada por los comerciantes como una práctica obligatoria. Por último, la costumbre no debe ser contraria a la ley, la moral o el orden público.

Teniendo en cuenta esta información podemos afirmar que, inicialmente, la IA presenta una definición adecuada de la costumbre mercantil. Sin embargo, frente a los requisitos de la misma no es acertada, puesto que se refiere a la costumbre como obligatoria, constante, uniforme y generalizada en un área determinada. Esto se separa de la doctrina, en tanto que no menciona el carácter de publicidad y vigencia que requiere la costumbre mercantil. Adicionalmente, suma a los requisitos usuales la generalización, parámetro que solo algunos doctrinantes mencionan, y normalmente se refiere a la generalidad de la práctica o a que la generalidad debe extenderse a todo el conglomerado social sobre el que recaiga la práctica[64]. Por otro lado, si bien la IA confunde la reiteración con la constancia, estos se pueden entender como sinónimos.

Si comparamos la postura de la doctrina y de ChatGPT sobre las distintas clasificaciones de la costumbre mercantil, nuevamente es posible decir que no es muy acertado. Al preguntar cómo se clasifica la costumbre mercantil, la divide en supletoria e interpretativa, lo cual es incorrecto; sin embargo, al aclarar que se explique la clasificación de la costumbre mercantil de acuerdo con su relación con la ley, la IA se refiere a la costumbre complementaria, supletoria y derogatoria:

63 C.CO., *supra* nota 18, artículo 7.

64 Espinosa, *supra* nota 55, p. 12.

ChatGPT

Costumbre mercantil complementaria: Esta categoría abarca las prácticas comerciales que complementan o aclaran una disposición legal ya existente. Aunque estas costumbres no poseen fuerza vinculante de manera independiente, pueden ser empleadas como herramientas para la interpretación o aplicación de la ley comercial.

Costumbre mercantil supletoria: Estas prácticas comerciales entran en juego cuando no existe una disposición legal específica que aborde una situación particular. En tales casos, la costumbre mercantil adquiere un valor jurídico propio, permitiendo su uso para resolver controversias comerciales en sustitución de la ley.

Costumbre mercantil derogatoria: Esta se refiere a prácticas que entran en conflicto con disposiciones legales específicas, teniendo el potencial de derogar o invalidar dichas leyes. En estas circunstancias, la costumbre mercantil se impone sobre la ley comercial y puede ser aplicada para resolver controversias, incluso en contraposición a la normativa existente.

Si bien la supletoria se asocia en definición a la costumbre *praeter legem* y la complementaria a la *secundum legem*, la costumbre derogatoria se aparta de la definición doctrinal de la costumbre *contra legem*; IA define la derogatoria como "aquellas prácticas comerciales que entran en conflicto con una disposición legal específica y que pueden derogar o invalidar esa disposición. Es decir, implica que la costumbre puede ir en contra de la ley y, aún más, tener preferencia sobre ella, lo cual, como se explicó previamente, es incorrecto.

Por otro lado, al preguntar a ChatGPT sobre la clasificación de la costumbre mercantil por ámbito de aplicación territorial, la IA desconoce la existencia de la costumbre extranjera, pero es acertada al presentar el concepto de la costumbre local, nacional e internacional.

En síntesis, es posible afirmar que la IA logra reconocer elementos básicos que corresponden a la costumbre mercantil y dar una idea general sobre qué significa; no obstante, no es precisa con los términos que utiliza y desconoce componentes importantes que la doctrina establece. En otras palabras, ChatGPT no logra ser una fuente 100% confiable a la hora de plantear conceptos jurídicos.

6. REFLEXIÓN ÉTICA

Antes de nuestras conclusiones, consideramos que es relevante mencionar las posibles implicaciones éticas, jurídicas y morales que se desprenden del uso de esta IA. Como mencionamos en la introducción de este artículo, ChatGPT es una IA generativa, es decir que, con base en documentos que sus "coders" usan

para "alimentar" a esta IA, es que ella puede llegar a definir los conceptos que presentamos a modo de ejemplo, así como millones preguntas más.

Por lo tanto, vemos que se plantea un problema, pues ChatGPT responde a nuestras preguntas con base en el conocimiento recopilado por miles de autores, los cuales, a pesar de ser la base del conocimiento de esta IA, no son citados por esta. Con lo anterior, se ve con facilidad uno de los principales problemas que suscita actualmente la IA, pues cuando a ChatGPT se le hace una pregunta sobre una definición o concepto, este brinda una respuesta que no se origina en su conocimiento propio, sino en el estudio, investigación y publicación de un autor (que no se menciona).

Además de que esto ya es un problema de por sí, otro inconveniente que se presenta es lo difícil que es detectar un trabajo realizado por una IA, tanto si lo revisa una persona experta en el tema o si se utilizan plataformas anti-plagio[65]. Por lo que, si la IA no cita las fuentes que utilizó, es muy difícil saber de dónde ha sacado esta su información.

Sin embargo, Micaela Mantegna, menciona que podría argumentarse que las computadoras "leen" los datos para extraer conclusiones sobre la distribución estadística en forma similar a cuando un humano "lee" un libro y extrae información relevante del mismo[66]. En este caso, las elaboraciones posteriores que no impliquen una reproducción verbatim o similitudes que no alcancen la vara de "similaridad sustancial" que requiere la infracción autoral, pertenecen al reino libre de la inspiración para una nueva creación[67]. Compartir esta posición llevaría a descartar la necesidad de que una IA cite sus fuentes, eliminando el posible problema jurídico que sumariamente mencionamos.

Ahora bien, pasando al tema concreto que buscamos tratar en este artículo, tenemos que referirnos a la responsabilidad ética de los actores jurídicos a la hora de utilizar un concepto dado por ChatGPT para dictar una sentencia o proferir un auto. El autor norteamericano Jeffrey M. Shaman, menciona que los operadores judiciales deben evitar deshonestidad y la apariencia de incorrección en todas sus actividades[68]. Sin embargo, teniendo en cuenta lo que menciona

65 Fernando Juca-Maldonad, *El impacto de la inteligencia artificial en los trabajos académicos y de investigación,* Vol 6, Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 289-296, (2023).

66 Micaela Mantegna, *Creatividad computacional, inteligencia artificial generativa y derechos de autor,* Tesis de maestría en la Universidad de San Andrés, p. 69, (2020).

67 Mantenga, *supra* nota 66. p. 69.

68 Jeffrey M. Sharman, *Ética judicial: independencia, imparcialidad e integridad,* Banco interamericano de desarrollo, p.8*,* (1966)

Gonzalo Ulloa, las herramientas de IA no deben figurar ni citarse como autor o coautor, ya que no pueden asumir las responsabilidades que conlleva la autoría[69].

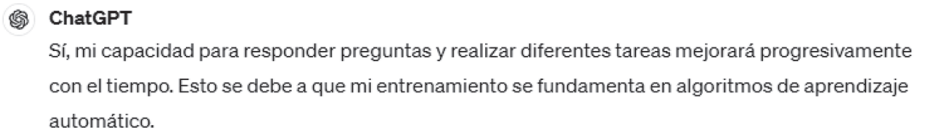
Podría entonces deducirse que un juez, por ejemplo, que utiliza un concepto que le dio una IA, al no tener que citarlo, podría incurrir en una conducta deshonesta. Sumándole que, si este operador judicial no realiza verificaciones manuales del resultado generado por IA, podría incurrir en graves incongruencias a la hora de proferir cualquier pronunciamiento judicial en donde se haya basado en lo dicho por una IA[70].

A este respecto, el ya citado Shaman, menciona que el error legal descarado, el error legal motivado por mala fe, o un modelo continuo de errores legales se consideran como violaciones que podrían conllevar a sanciones disciplinarias para un juez[71].

7. CONCLUSIONES

Finalmente, analizando los resultados obtenidos durante la investigación, nos encontramos ante un panorama no tan prometedor. Las respuestas que ChatGPT ofreció en ningún caso fueron perfectas; por el contrario, en los apartados de fuentes, comerciantes y acto de comercio fueron bastantes desacertadas, incurriendo en graves yerros. Por ello, consideramos que no es adecuado el uso de la IA en el ámbito mercantil.

Pese a lo anterior, y como se mencionó a lo largo del texto, ChatGPT funge como una herramienta utilizada por millones de personas de distintos campos que, bien o mal, ha llegado para quedarse, y el derecho no es la excepción. Frente a la pregunta "¿irás mejorando progresivamente con el tiempo?" respondió:



Así, aun podremos decir, con cierto pesar, al menos por ahora, que la inteligencia artificial no va a reemplazar la labor de los abogados, pero sí serán reemplazados los abogados que no sepan implementar la inteligencia artificial.

---

69 Gonzalo Ulloa Valnzuela, *El desafío del uso de la inteligencia artificial para la elaboración de literatura científica: el caso de ChatGPT, un debate abierto,* vol. 63, núm. 1, Cuadernos Médicos Sociales, pp. 27-31, (2023)

70 Ibid., p. 28.

71 Sharman, *supra* nota 69, p. 9.

REFERENCIAS

- ACCIARRI, Hugo. ChatGPT: Inteligencia Artificial como instrumento de aprendizaje y evaluación en la formación jurídica. Un modelo sencillo, p.2. (Sin fecha de publicación).
- BBC NEWS, *Italia se convierte en el primer país occidental en bloquear el acceso al programa de inteligencia artificial*, (2023). Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias-65142505
- BERT GORDIN, HENK TEN HAVE, *ChatGPT: evolution or revolution?,* Medicine, Health Care and Phylosophy, (2023).
- BONNECASE, Julien. *Elementos de Derecho Civil, tomo 1*, Cárdenas Editor y Distribuidor, p, 71, (1985).
- CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, *ABC costumbre mercantil*, p. 5, (2021). Recuperado de: https://www.ccb.org.co/Costumbre-Mercantil
- CASTRO DE CIFUENTES, Marcela. *Derecho comercial: Actos de comercio, empresas, comerciantes y empresarios*. (Univ. De los Andes, Bogotá. 2013).
- CHATGPT, comunicación personal, consultado el 15 de mayo de 2023.
- CÓDIGO DE COMERCIO COLOMBIANO [CCO]. Decreto 419 de 1971. Arts.2, 7 y 20. Junio 16 de 1971 (Colombia).
- CONSEJO DE ESTADO. Sala de lo Contencioso Administrativo. Sección Tercera. Proceso 26103 (C.P. Ramiro Saavedra Becerra; Julio 2 de 2007).
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA [Const], Arts. 4 y 230.Julio 7 de 1991 (Colombia).
- CORTE CONSTITUCIONAL, Sala Plena (11 de agosto de 2021). Sentencia C-269 de 2021 [M.P. Ortiz, G.]
- CORTE CONSTITUCIONAL, Sala Plena. (28 de octubre de 1993). Sentencia C-486 de 1993 [M.P. Cifuentes, E.].
- CORTE SUPREMA DE JUSTICIA, Sala de Casación Civil. Proceso 23471 (M.P. José María Esguerra; Marzo 21 de 1977).
- CORTE SUPREMA DE JUSTICIA, Sala de Casación Civil. Proceso 4602 (M.P. Carlos Esteban Jaramillo; 7 de febrero de 1996).
- DIÁZ ARCE, Dariel. *IA Vs Turnitin: implicaciones para el plagio académico,* Vol. 8, No. Revista Cognosis, (2023).
- ESPINOSA, Carlos. *Del uso convencional a la costumbre mercantil como norma jurídica*, Revista de Derecho Privado No. 25, p. 109, (2000).
- FERNÁNDEZ, Raymundo Y GÓMEZ, Osvaldo. Tratado Teórico-Práctico de Derecho Comercial, (Depalma, 1985, Buenos Aires).
- FORBES, COLOMBIA. *Abogado usó ChatGPT para demandar a Avianca, pero todo salió mal,* (2023). Recuperado de: https://forbes.co/2023/06/09/actualidad/abogado-uso-chatgpt-para-demandar-a- avianca-pero-todo-salio-mal
- GALGANO, Francesco. *Derecho Comercial, El empresario,* I, Ed. Temis, (Bogotá, 1999).
- GALGANO, Francesco. *La Globalización en el espejo del derecho*, Ed. Rubinzal - Culzoni, (2005).

- GARCÍA, Harold. *La costumbre mercantil en Colombia como fuente del derecho: un estudio sobre su teoría, practica y uso a través de la jurisprudencia y la doctrina*, Ed. Universidad Católica de Colombia, (2016).
- JOFRE, Cristian M. ChatGPT, Inteligencia Artificial y Universidad. Nuevas tensiones, transformaciones y desafíos en la educación superior, p.2, (Sin fecha de publicación).
- JUCA-MALDONADO, Fernando *El impacto de la IA en los trabajos académicos y de investigación,* vol. 6, Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 289-296, (2023).
- LEY 1258 DE 2008, Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada. Diciembre 05 de 2008. DO. Nº 47194.
- MANTEGNA, Micaela. *Creatividad computacional, IA generativa y derechos de autor* (Tesis de maestría en la Universidad de San Andrés, 2020).
- MANTILLA, Fabricio. *La constitucionalización del derecho privado*, Revista oficial del poder judicial, No.2, (2007).
- MORCELA, Oscar Antonio. ChatGPT: La IA está aquí y nos desafía, (2022).
- OCAMPO OSSA, Rodrigo. *Derecho del Comercio: Introducción al Derecho Comercial Colombiano,* (Ediciones Confecámaras, Bogotá, 2013).
- ORTEGA TORRES, Jorge. *Código de Comercio Terrestre*, Ed.Temis, (Bogotá, 1956).
- OSORIO, Maritza. *Aspectos filosóficos del derecho comercial colombiano en el siglo XXI*, Pensamiento Jurídico, No. 48, pp. 59-101 (2018).
- PENALVO, Francisco La percepción de la Inteligencia Artificial en contextos educativos tras el lanzamiento de ChatGPT: Disrupción o pánico, p.4(2023).
- PEÑA, Guillermo. *Sujetos del derecho mercantil: los comerciantes,* Ed. Estudios de Derecho, (1957).
- PINZÓN, José Gabino. *Derecho Comercial,* Vol. 1, *Cuestiones Generales y Quiebras*, Ed. Temis, (Bogotá, 1957).
- PISANI, Osvaldo *Elementos de derecho comercial*, 2ª Ed., Astrea, (2014).
- QUIROZ, Liliana *La prima comercial en los establecimientos de comercio como fuente de costumbre mercantil*, Universidad Autónoma Latinoamericana, (2015).
- RIOS, Oscar. *Derecho comercial general: curso elemental y nociones básicas*, 1ª Ed., Ríos Silva Abogados, (2007).
- ROCCO, Alfredo. *Principios de Derecho Mercantil,* Editora Nacional, (México D.F, 1966).
- RODRIGÍUEZ, Joaquín *Curso de Derecho Mercantil*, 19ª Ed., Editorial Porrúa, (1980).
- SANTA-PINTER, J. J. Las Fuentes del Derecho Mercantil en Puerto Rico, Journal of Inter-American Studies, No. 3, (1964).
- SHARMAN, Jeffrey M. *Ética judicial: independencia, imparcialidad e integridad*, Banco interamericano de desarrollo, (Washington D.C, 1966)
- TORREALBA, Octavio Fuentes del Derecho Mercantil. Revista de Ciencias Jurídicas, No. 5, p. 242-243, (1965)
- ULLOA VALENZUELA, Gonzalo. *El desafío del uso de la IA para la elaboración de literatura científica: el caso de ChatGPT, un debate abierto,* vol. 63, núm. 1, Cuadernos Médicos Sociales, 27-31, (2023).
- VARGAS, Erika. *La costumbre mercantil en Colombia*, Ed. Universidad de la Sabana, 11, (2010).