



**COSTUMBRE MERCANTIL – SECTOR SERVICIOS**

**COBRO DE PENALIDADES O DEL VALOR TOTAL DEPOSITADO POR EL CONSUMIDOR O HUÉSPED, EN EL CASO DE RESERVAR POR UNA O VARIAS NOCHES Y NO PRESENTARSE A UTILIZAR LOS SERVICIOS RESERVADOS EN EL SECTOR HOTELERO DE LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE IPIALES**

**DICIEMBRE DE 2021**

## Contenido

Contenido.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
ESTUDIOS JURIDICOS .....	4
LA COSTUMBRE MERCANTIL.....	5
OBJETIVO GENERAL .....	5
OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	6
POBLACION OBJETIVO .....	6
Selección de la población y muestra .....	6
Muestra .....	7
METODOLOGIA .....	7
RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	8
ANÁLISIS Y TABULACION .....	8
<b>A. INTRODUCCION.</b> .....	9
<b>B. UNIFORMIDAD.</b> .....	9
<b>C. PUBLICIDAD.</b> .....	12
<b>D. CONFORME A DERECHO.</b> .....	13
<b>E. REITERACIÓN.</b> .....	16
VERIFICACIÓN DE REQUISITOS DE LA COSTUMBRE MERCANTIL.....	18
CONCLUSIONES .....	19
ANEXO No.1 .....	20
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b> .....	21

## **INTRODUCCIÓN**

El presente estudio tiene como objetivo verificar el resultado de la investigación realizada por el Centro de Estudios Económicos y el departamento de Registro Público de la Cámara de Comercio de Ipiales; publicación que se realizó con el fin verificar si la práctica “cobro de penalidades en caso de que un huésped no se presente al momento de realizar su reserva” puede ser constituida como costumbre mercantil; teniendo en cuenta que de esta manera y con ayuda de esta norma, se podrán solucionar problemas que se presenten en el futuro ocasionados por dicha práctica.

Para la Cámara de Comercio de Ipiales, la realización de este estudio y su posterior certificación como costumbre mercantil; servirá como apoyo para el cumplimiento de una de sus funciones según lo descrito en el artículo 86 del código de comercio, el cual obliga a las Cámaras a recopilar y certificar las costumbres mercantiles que tienen lugar dentro de la jurisdicción de la misma.

La investigación va dirigida al sector hotelero, más específicamente a los hoteles que se encuentran registrados en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, conformada por los municipios de Ipiales, Aldana, Contadero, Córdoba, Cuaspud, Cumbal, Guachucal, Gualmatán, Iles, Potosí, Puerres, Pupiales y Ricaurte, ya que es su actividad la que en este caso se considera mercantil.

## **ESTUDIOS JURIDICOS**

El Turismo es una industria esencial para el desarrollo de las entidades territoriales, regiones y provincias. Constituye un sector primordial para la economía de nuestro país y cumple una función social.

La importancia de esta industria llevó a que el Congreso de la Republica expidiera en Julio de 1996, la ley 300, conocida como la ley General de Turismo. A fecha 31 de diciembre de 2020 , nace una nueva ley, iniciativa de Mincomercio, la cual permite poner al turismo en la nueva senda de la reactivación económica después de un año supremamente difícil y lo más interesante de esta nueva Ley de Turismo, Ley 2068 de 2020, es que cuenta con unas medidas tributarias transitorias que serán de gran ayuda se encuentra la reducción del IVA en los tiquetes aéreos que pasará del 19% al 5% hasta el 31 de diciembre de 2022; suspensión transitoria del pago de la sobretasa a la energía para los prestadores de servicios turísticos de los subsectores hotelero, alojamiento, eventos y parques; la reducción transitoria del impuesto al consumo al 0% y la exención del IVA para servicios de hotelería y turismo hasta el 31 de diciembre de 2021. También se elimina el pago de la sanción para la reactivación del Registro Nacional de Turismo (RNT) hasta marzo de 2021.

Se entienden como prestadores de servicios turísticos, las personas naturales y jurídicas que habitualmente proporcionen, intermedio o contraten directamente con el turista, la prestación de servicios turísticos y que se encuentren inscritos en el Registro Nacional de Turismo-RNT.

Los prestadores de servicios turísticos pueden ser establecimientos hoteleros o de hospedaje, agencias de viajes y turismo, transportadoras de pasajeros, establecimientos de gastronomía, bares y negocios similares, establecimientos de arrendamiento de vehículos, empresas captadoras de ahorro para viajes, guías de turismo, y empresas del sistema de tiempo compartido.

Los hoteles o establecimientos hoteleros o de hospedaje son definidos como un conjunto de bienes destinados por una persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios al alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

La nueva ley General de Turismo define el hospedaje como un contrato de arrendamiento, de carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a esta actividad celebra con el propósito principal de prestar alojamiento a otra persona denominada huésped, mediante el pago del precio respectivo día a día, por un plazo inferior a 30 días.

Se observa que la Nueva ley General de Turismo y el código de comercio no establecen cual es el cobro que realiza el sector hotelero en caso de que un huésped o cliente reserve por una sola noche y no se presente a utilizar los servicios reservados.

- El decreto 1074 de 2015 en su artículo 2.2.4.4.7.1. en su numeral 3, 8 y sucesivos, expresa que, de acuerdo a su reglamento interno, los prestadores de servicios turísticos deben indicar el funcionamiento de los sistemas de reservación y medios de confirmación y requisitos que deben cumplir los titulares cuando no sean ellos los que directamente vayan a hacer uso de su derecho.
- El decreto 1964 de 2016 en su modificación al artículo 2.2.4.4.12.4. del decreto 1074 de 2015 reglamenta la tarjeta de registro hotelero en la que determina en el numeral 5. Características del viaje de llegada y estancia; literal 5.5 los medios de reserva, sin embargo, no se especifica las penalidades.

## **LA COSTUMBRE MERCANTIL**

El numeral 5 del artículo 85 del Código de Comercio, ordena que las Cámaras de Comercio deben recopilar las costumbres mercantiles de su jurisdicción y certificar acerca de la existencia de las recopiladas. La Costumbre Mercantil es una fuente primaria del derecho comercial que hace referencia a los usos implantados por la colectividad y que son considerados por la misma ley como obligatorios.

La costumbre mercantil es un conjunto de prácticas que realizan los comerciantes de manera uniforme, pública, reiterada y cuenta con la misma autoridad de la ley mercantil, siempre y cuando no la contraríen de ninguna forma. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2006)

Una costumbre mercantil es una práctica que al repetirse a través del tiempo obtiene un signo de obligatoriedad dentro del conglomerado que la ejecuta, está a su vez debe ser pública, es decir conocida por todos los comerciantes del sector en donde se presente, uniforme, lo que significa que cada vez que se repita se haga de la misma manera, reiterada lo que quiere decir que se esté repitiendo durante un lapso significativo, y además no debe ser contraria a la ley ni a las buenas costumbres. Estas características están contenidas en el artículo 3 del Código de Comercio (Decreto 410 de 1971), en donde también se precisa que una vez certificada la costumbre mercantil, esta tendrá incluso el mismo poder que la ley comercial.

## **OBJETIVO GENERAL**

Establecer si existe una costumbre mercantil en el acto llevado a cabo por el sector hotelero de cobrar el valor total depositado por el consumidor o huésped, en el caso de reservar por una sola o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar si los propietarios de los establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, tienen el sistema de cobro de penalidad por no presentarse a su reserva.
- Indagar que tipo de penalidades se cobran en los hoteles ubicados en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales en el caso de reservar por una o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados.
- Verificar que la práctica de que los hoteles informen a sus clientes los términos y condiciones del cobro de penalidad en caso de no presentarse a su reserva en cumplimiento a los criterios de uniformidad, reiteración, obligatoriedad, vigencia y publicidad para ser certificada como costumbre mercantil.

## **POBLACION OBJETIVO**

Establecimientos comerciales de nivel urbano, del sector hotelero, de la ciudad de Ipiales y la jurisdicción que se encuentren, como requisito mínimo, matriculado o renovado a corte fecha 2021 en el registro de Cámara de Comercio de Ipiales.

La investigación será adelantada en la jurisdicción de la cámara de comercio de Ipiales más específicamente en los municipios de Ipiales, Aldana, Contadero, Córdoba, Cuaspud, Cumbal, Guachuca, Gualmatán, Iles, Potosí, Puerres, Pupiales y Ricaurte en el departamento de Nariño. Se explicarán más en detalle algunas características a continuación:

### **Selección de la población y muestra**

**Instrumento de recolección de datos:** Encuesta

**Sistema de selección de la muestra:** Aleatoria simple

**Población total:** 145 establecimientos hoteleros registrados ante Cámara de Comercio de Ipiales

**Probabilidad de éxito:** 50%

**Probabilidad de fracaso:** 50%

**Nivel de confianza:** 90%

**Margen de error:** 5%

**Muestra.**

Para determinar el número de encuestas a realizar o el número de establecimientos que se deben encuestar, se hará uso de la fórmula muestral la cual nos permite obtener una cantidad representativa de la población objeto de investigación.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Siendo: Z= Valor obtenido del nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

N= Tamaño de la muestra

E= Error muestral

Para efectos de la investigación, la fórmula muestral fue aplicada de manera genérica al total de los establecimientos hoteleros de cada uno de los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, esto con el fin de lograr encuestar a una cantidad representativa de cada uno de ellos, y por ende, obtener resultados más acertados.

Muestra	Porcentaje
81	100%

**METODOLOGIA**

De acuerdo con la metodología utilizada en la recopilación y certificación de la costumbre mercantil, la Cámara de Comercio de Ipiales desarrolló una serie de etapas que comprende entre otras actividades la identificación del grupo de estudio y las necesidades de información. En esta etapa se recogen la base de datos de los grupos objetivos que practican la costumbre a la cual se aplican encuestas personales. Lo anterior con el fin de verificar si la práctica estudiada reúne los requisitos de la costumbre: información, verificación, obligatoriedad, reiteración. Vigencia y publicidad.

Universo: establecimientos comerciales de nivel urbano, del sector hotelero, de la ciudad de Ipiales y la jurisdicción que, como requisito mínimo, se encuentren inscritos en el registro de la Cámara de Comercio de Ipiales. La investigación se realizó mediante muestreo por medio de encuestas digitales y tele mercadeo a los hoteles.

Método de recolección: según el artículo 3 del código de comercio, la práctica debe reunir las siguientes condiciones, las cuales están establecidas en la encuesta estructurada con aplicación personalizada. La encuesta está dividida en 6 módulos:

1. Introducción: se describe brevemente la costumbre mercantil que se pretende investigar.
2. Uniformidad: se pretende indagar la manera en que se realiza la costumbre por la población objetivo.
3. Reiteración: su objetivo es indagar si la práctica es constante en el tiempo.
4. Obligatoriedad: su objetivo es determinar si en caso que no se pacte nada con anterioridad la población objetivo practica la costumbre deliberadamente.
5. Vigencia: su objetivo es conocer si la práctica investigada es actualmente realizada.
6. Publicidad: se pretende indagar si la práctica es conocida y utilizada en el sector el cual es objeto de estudio.

Periodo de recolección: 19 al 26 de diciembre de 2021

Fuente de información: 90 hoteles

## **RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Teniendo en cuenta que el estudio se lleva a cabo en toda la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, la aplicación del instrumento se realiza de manera telefónica y a través de visitas personalizadas, esto con el fin de optimizar el tiempo y recursos.

## **ANÁLISIS Y TABULACIÓN**

Luego de haber recolectado los datos necesarios para la realización del presente estudio, se hace conveniente analizar los resultados obtenidos. Para lo cual se procede a tabular de manera independiente la información, con el fin de elaborar el informe estadístico que conlleva a la verificación de los requisitos indispensables para que la práctica en cuestión pueda ser catalogada como Costumbre Mercantil.

Para llevar a cabo la tabulación de los datos, obtenidos previamente mediante la aplicación del instrumento, se realizó en primer lugar una verificación del diligenciamiento de las encuestas aplicadas, posteriormente se realizó el ingreso de los datos a la plantilla elaborada para tal fin.

A continuación, se presentan los resultados globales de la tabulación:



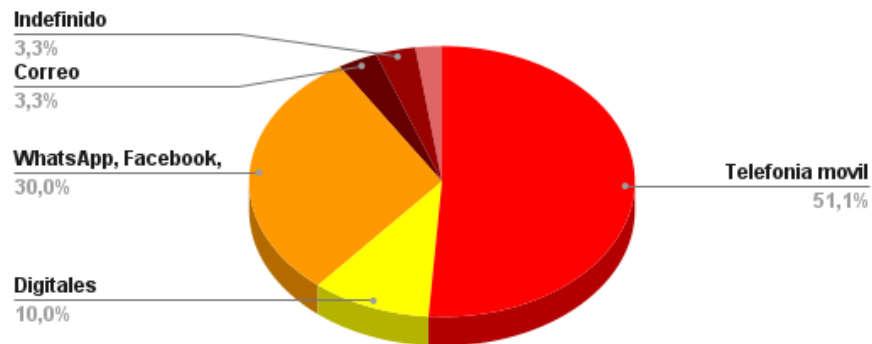
**A. INTRODUCCIÓN.**

Pregunta 1- ¿El hotel con qué medios cuenta para realizar las reservas?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No.1**

**MEDIOS POR LOS CUALES EL HOTEL HACE RESERVAS – COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de hoteles	Porcentaje
Canales de atención telefónica	46	51,11%
Digitales	9	10%
WhatsApp, Facebook,	27	30%
Correo	3	3,33%
Indefinido	3	3,33%
No aplica	2	2,22%
Total	90	100%



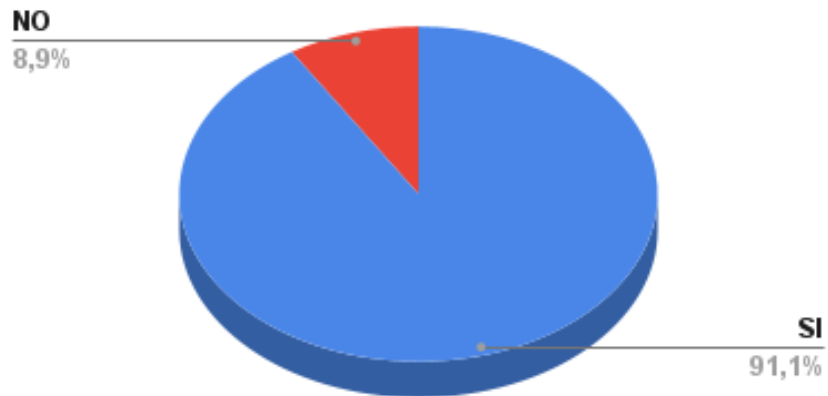
Teniendo en cuenta la tabla anterior, se evidencia que; el 51.11% de los encuestados usa canales de atención telefónica para hacer reservaciones, el 30% lo realiza a través de redes sociales (WhatsApp, Facebook), el 10% utiliza medios digitales como paginas o webs virtuales (Booking, Google, otros), el 3.33% utiliza correo para generar reservas virtuales, mientras el otro 3.33% NO han definido el medio de reservación, y en cuanto a el 2.22% no cuentan con ninguna plataforma para hacer reservaciones.

**B. UNIFORMIDAD.**

Pregunta 2- ¿Cuándo un cliente va a realizar su reserva se le informa de los términos y condiciones del servicio?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No. 2**  
**RECEPCIÓN DEL HUÉSPED E INFORME DEL SERVICIO – COSTUMBRES**  
**MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
SI	82	91.1%
NO	8	8.9%
Total	90	100%

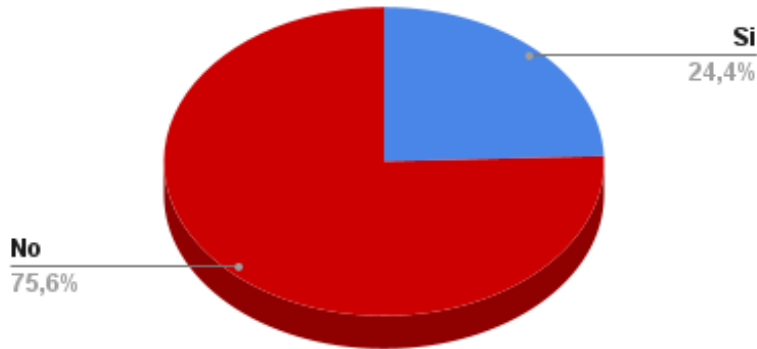


Mientras el 91.1% de los Hoteles encuestados afirman informar de los términos y condiciones del servicio, el resto de los hoteles encuestados, específicamente el 8,9% no hace referencia a indicar la anterior información a sus huéspedes, afirmando que manejan clientes fijos los cuales conocen la política que maneja el hotel al respecto.

Pregunta 3- ¿El hotel cuenta con políticas internas de cobros de penalidad en caso de que el cliente o huésped no se presente a su reserva?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No. 3**  
**MANEJO DE POLÍTICAS DE COBROS POR LA NO PRESENTACIÓN A UNA**  
**RESERVA – COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
Si	22	24.4%
No	68	75.6%
Total	90	100%



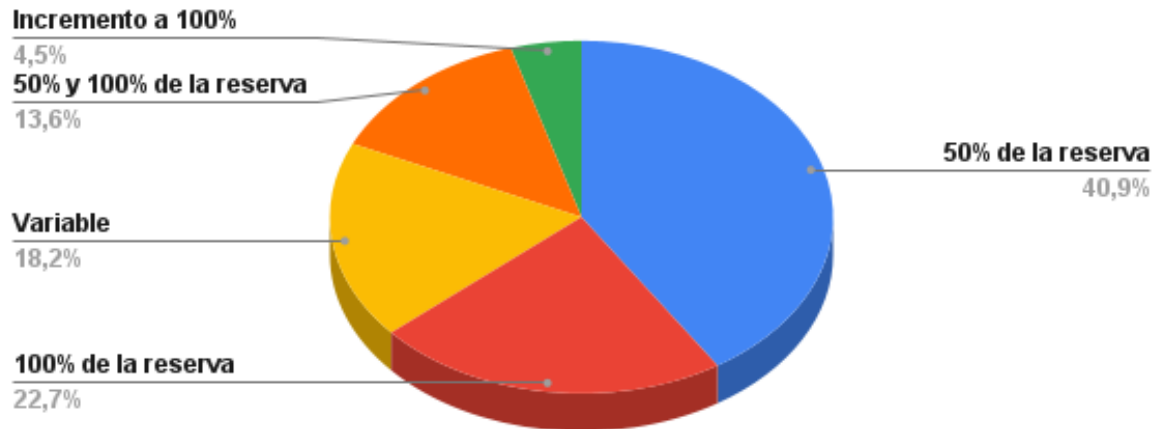
Como se puede apreciar, mientras un 24.4% de los encuestados afirma desempeñar la prestación de un servicio, en la cual se maneja una política de cobro en caso de que un huésped NO se presente a una reserva, esto no sucede con el 75.6% de los encuestados, ya que los mismos afirman no practicar este tipo de políticas al generar consecuencias que podrían disminuir su actividad comercial.

4- ¿Si usted respondió afirmativamente la pregunta anterior, ¿Qué tipo de penalidad utiliza en caso de que el huésped o persona no se presente a la reserva?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No. 4**

**TIPO DE PENALIDAD A CAUSA DE LA NO PRESENTACIÓN A UNA RESERVA – COSTUMBRES MERCANTILES -**

Respuestas	Numero de comerciantes	porcentaje
50% de la reserva	9	40,91%
100% de la reserva	5	22,73%
Variable	4	18,18%
Se cobra 50% o 100% dependiendo del Tipo de Huésped	3	13,64%
En la próxima oportunidad se incrementa un 100% el valor	1	4,54%
Total	22	100%



Teniendo en cuenta la variabilidad de respuesta se estableció que del total de las 22 personas, el 40,91% de los encuestados que presentan alguna clase de penalidad de cobro penalizan con un 50% del total de la reservación, el 22,73% penaliza a sus huéspedes con un 100% de la reserva, el 18,18% afirma desempeñar un cobro variable cuyo valor es acordado en conjunto al huésped, en cuanto al 13,64% realizan un cobro tanto de la totalidad de la reserva como del 50% de la misma dependiendo del tipo de cliente o huésped, como caso especial, el 4,54% de los hoteles maneja una política la cual consiste en incrementar al 100% el valor de la reserva para la siguiente ocasión de reserva.

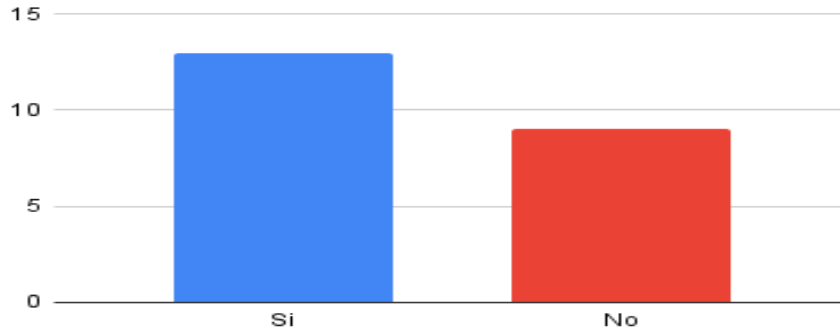
### C. PUBLICIDAD.

Pregunta 5- ¿En su hotel se encuentra visible a través de redes sociales o medios de comunicación la política de cobro de penalidad en caso de que el huésped o persona no se presente a la reserva? Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No.5**

**LA POLÍTICA DE COBRO SE ENCUENTRA VISIBLE PARA EL HUÉSPED - COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
Si	13	59.09%
No	9	40.9%
Total	22	100%



Como bien se evidencia, el cobro que realizan cada uno de los 22 hoteles, solamente el 59.09% de los mismos mantienen la información de cobro por la no asistencia a una reserva dentro de sus páginas web o redes sociales, sin embargo, el 40.9% de estos no da a conocer la política de cobro a través de los anteriores medios, por consiguiente, estos hoteles que informan de sus condiciones de cobro de manera presencial junto con los términos y condiciones del servicio.

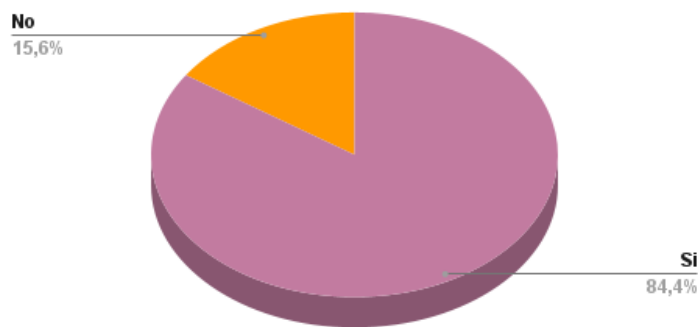
**D. CONFORME A DERECHO.**

Pregunta 6- ¿Usted permite la cancelación de reservas en su establecimiento?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No. 6**

**CANCELACIÓN DE RESERVAS PERMITIDAS Y NO PERMITIDAS - COSTUMBRES MERCANTILES -**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
Si	76	84.4%
No	14	15.6%
Total	90	100%



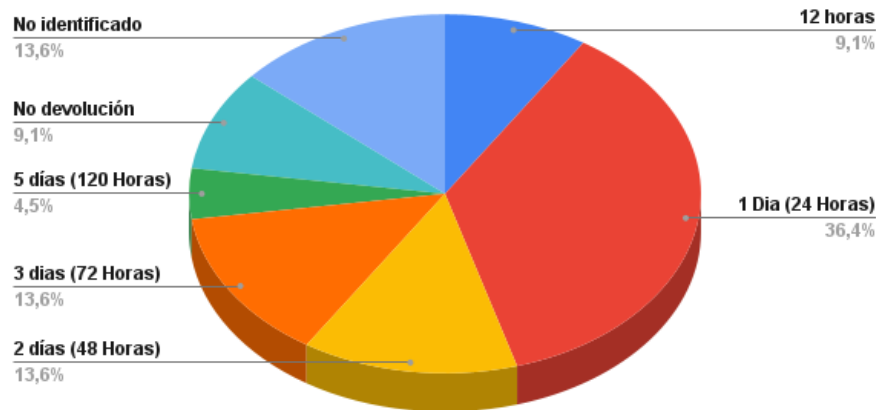
En este caso el 84.4% de los 90 hoteles permiten la cancelación de reservas en sus establecimientos, en cambio el 15.6% de la totalidad de los encuestados NO permiten la cancelación de reservas, puesto que en si estos NO hacen reservas debido a la baja circulación de clientes, mientras que otros advierten en sus condiciones de servicio, evitar cancelar una reserva.

Pregunta 7- ¿Con cuánto tiempo de anticipación permite cancelar las reservas?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No.7**

**TIEMPO PARA EVITAR POLITICA DE COBRO – COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
12 horas	2	9,1%
1 Día de Antelación (24 Horas)	8	36,36%
2 días de antelación (48 Horas)	3	13,63%
3 días de antelación (72 Horas)	3	13,63%
5 días de antelación (120 Horas)	1	4,54%
No devolución	2	9,1%
No identificado	3	13,63
Total	22	100%



En general el 36,36% de los 22 hoteles que respondieron a la anterior pregunta se encuentra que estos manejan una disponibilidad de devolución por cancelación de reserva mínima de 24 horas, de la misma manera el 13.63% permite una cancelación con devolución mínima de 2 días de anticipación, el 13.63% de los hoteles recalcan que para que exista una devolución, la cancelación de reserva debe realizarse como mínimo de tres días de anticipación, un 9,1% de las respuestas afirmo permitir una cancelación con mínimo de 12 horas de antelación, otro 9,1% de los encuestados NO realizan la devolución del dinero independientemente del tiempo, una minoría o el 4,54% que

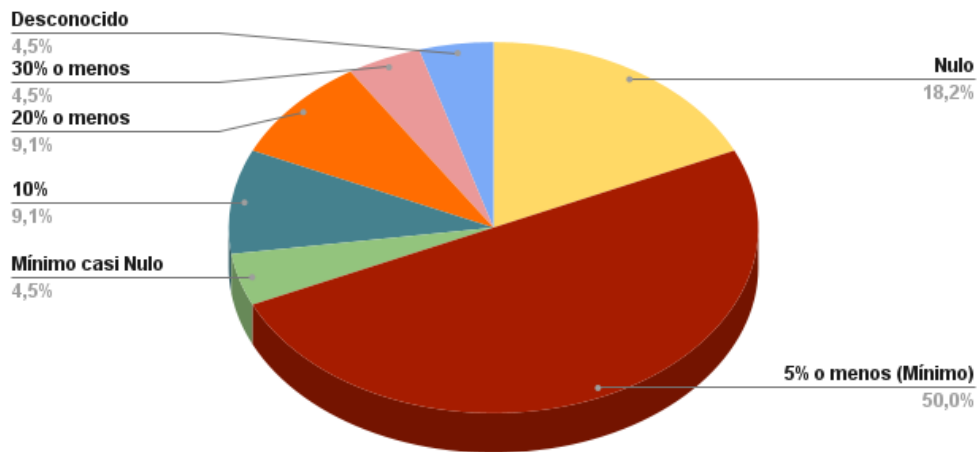
corresponde a 1 solo hotel que realiza una devolución del dinero si la reserva se cancela con 5 días de antelación, finalmente el 13,63% respondió que no a identificado un tiempo exacto

Pregunta 8- ¿Qué porcentaje de sus clientes solicita cancelación con anticipación?, Los encuestados respondieron lo siguiente:

**CUADRO No.8**

**CLIENTES QUE CANCELAN CON ANTICIPACIÓN – COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
Nulo	4	18,18%
5% o menos (Mínimo)	11	50%
Mínimo casi Nulo	1	4,54%
10%	2	9,1%
20% o menos	2	9,1%
30% o menos	1	4,54%
Desconocido	1	4,54%
Total	22	100%



Según la tabla en el 18,18% de los encuestados se evidencia que no se ha presentado ninguna cancelación de reserva hasta el momento, el 4,54% le corresponde a hoteles que presentan una cantidad de cancelaciones casi inexistente, mientras el 50% de ellos presentan un índice sumamente bajo pero constante con el transcurso de los meses, el 9,1% presentan un índice constante de 10 de cada 100 clientes cancelan una reservación, el 9,1% de los hoteles en cuestión cancelan con más frecuencia (20 de cada 100 clientes aproximadamente), mientras que el 4,54% del sector hotelero encuestado presenta índices altos de cancelación de reservas superiores al 20% de cancelaciones mensuales, finalmente el 4,54% de la población encuestada no conoce o no sabe su índice de cancelaciones debido a la afección respecto a la frontera y/o pandemia.

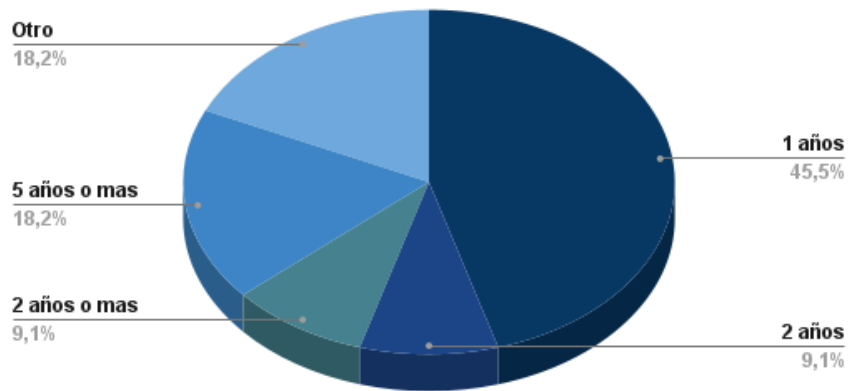
**E. REITERACIÓN.**

Pregunta 9- ¿Desde hace cuánto tiempo usted cobra la penalidad por la cancelación de las reservas? Los encuestados respondieron los siguiente:

**CUADRO No.9**

**TIEMPO INICIAL DE LA POLÍTICA DE COBRO POR LA NO PRESENTACIÓN A UNA RESERVA – COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
1 años	10	45.45%
2 años	2	9.1%
2 años o mas	2	9.1%
5 años o mas	4	18.18%
Otro	4	18.18%
Total	22	100%



Se evidencia que de los 22 Hoteles que manejan una política de cobro que: El 45.45% de estos vienen aplicando este método desde ya hace un año, sin embargo el 9.1% manejan esta política desde ya hace 2 años, otro 9.1% tienen esta penalidad hacia sus huéspedes desde poco más de 2 años, mientras que el 18.18% de los 22 hoteles cobran esta penalidad desde hace 5 años o más, para finalizar hay otro 18.18% que debido a la nueva apertura de sus negocios o reciente aplicación de una política de cobro es inferior a 1 año pero superior a 3 meses .

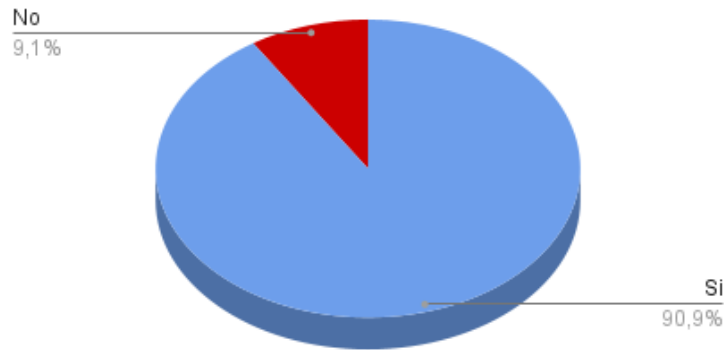


Pregunta 10- ¿Considera que la práctica de “cobrar un valor por el consumidor o huésped, en el caso de reservar por una o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados”, es conocida y utilizada en el sector hotelero de la ciudad Ipiales y la jurisdicción de la Ex provincia de Obando?, Los encuestados respondieron los siguiente:

**CUADRO No.10**

**LA POLÍTICA DE COBRO ES CONOCIDA Y UTILIZADA POR EL SECTOR HOTELERO – COSTUMBRES MERCANTILES –**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
Si	20	90,9
No	2	9,1
Total	22	100%



Según la encuesta de las 90 respuestas, el 40% de los encuestados afirmaron conocer la utilización de cobro en el sector hotelero de una penalización por la no asistencia a una reserva, sin embargo, otro 40% afirma que la política de cobro NO es conocida dentro del sector hotelero tanto de Ipiales o de la ex provincia de Obando, sino por una minoría, y el 20% restante no responde o no sabe al respecto.

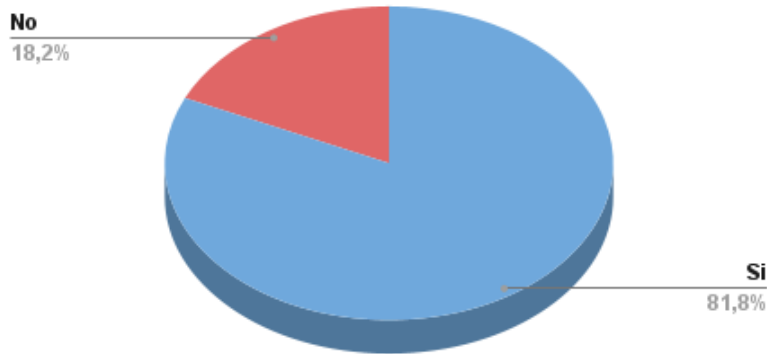
Pregunta 11- ¿Considera que la práctica de “cobrar un valor por el consumidor o huésped, en el caso de reservar por una o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados”, es conocida por los turistas o visitantes que utilizan el servicio en la ciudad Ipiales y la jurisdicción de la Ex provincia de Obando?

**CUADRO No.11**

**LA POLÍTICA DE COBRO ES CONOCIDA POR LOS TURISTAS – COSTUMBRES MERCANTILES -**

Respuestas	Numero de Hoteles	Porcentaje
Si	18	81,81%
No	4	18,18%

No responde No sabe	22	100%
---------------------	----	------



Según las 90 respuestas, el 36.7% de hoteles afirman que sus turistas conocen la penalización por no asistencia a una reserva, mientras que el 37.8% de los hoteles negó esta afirmación y el 25.5% de los hoteles restantes no respondieron o no conocían sobre el tema al respecto.

### **VERIFICACIÓN DE REQUISITOS DE LA COSTUMBRE MERCANTIL**

Tomando como base los resultados obtenidos, se procede a verificar cada uno de los requisitos de la costumbre mercantil, teniendo en cuenta que las respuestas del estudio deben arrojar un porcentaje mínimo del 70% de respuestas afirmativas.

Por medio de los resultados obtenidos en la encuesta realizada a 90 establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales, podemos evidenciar que la práctica realizada por los hoteles de cobrar penalidades en su servicio en caso de no presentarse un huésped o cliente **NO cumple** con el porcentaje requerido para ser aprobado como Costumbre Mercantil en todos los requisitos.

## CONCLUSIONES

- Se logró identificar cuáles de los propietarios de los establecimientos hoteleros de la jurisdicción de la cámara de comercio de Ipiales, tienen el sistema de cobro de penalidades en la reserva en caso de no presentarse un huésped.
- Se evidencio a los establecimientos hoteleros, afiliados a cámara de comercio de Ipiales que serían objeto de la investigación.
- Se evaluó la práctica acopiada a través de encuestas y de una investigación documental dentro del trabajo de campo, a fin de determinar si reunía las condiciones para constituirse en costumbre mercantil.
- Se Indagó sobre el tipo de penalidades que se cobran en los hoteles ubicados en la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Ipiales en el caso de reservar por una o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados.

ANEXO No.1

**CUESTIONARIO 2021**

Información, verificación, obligatoriedad, vigencia y publicidad.

- 1) ¿El hotel con qué medios cuenta para realizar las reservas?
  - a) Digitales
  - b) Puntos físicos
  - c) Canales de atención telefónica
  - d) Intermediarios
  - e) Otro ¿Cuál?
  
- 2) ¿Cuándo un cliente va a realizar su reserva se le informa de los términos y condiciones del servicio?
  - a) si
  - b) no
  
- 3) ¿el hotel cuenta con políticas internas de cobros de penalidad?
  - a) si
  - b) No

En caso de responder afirmativamente la pregunta anterior,

- 4) ¿Qué tipo de penalidad utilizar en caso de que el huésped o persona no se presente a la reserva?  
\_\_\_\_\_

- 5) ¿Usted permite la cancelación de reservas en su establecimiento?
  - A) si
  - B) no
  
- 6) ¿Con cuánto tiempo de anticipación permite cancelar las reservas?
  - a) Mínimo un 1 día (24 horas) de antelación
  - b) Mínimo 2 días (48 horas) de antelación
  - c) Mínimo una semana de antelación
  - d) Otro ¿Cuál?
  
- 7) ¿Si permite la cancelación de reservas con costo, cuales el valor aprox exigido?
  
- 8) ¿Qué porcentaje de sus clientes solicita cancelación con anticipación?
  
- 9) ¿Desde hace cuánto tiempo usted cobra la penalidad por la cancelación de las reservas?
  - a) 1 año
  - b) 2 años
  - c) Más de 2 años
  - d) Más de 5 años

- 10) ¿Considera que la práctica de “cobrar el valor total depositado por el consumidor o huésped, en el caso de reservar por una o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados”, es conocida y utilizada en el sector hotelero de la ciudad Ipiales y la jurisdicción de la Ex provincia de Obando?

## **AUTORIZACIÓN PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES**

En cumplimiento de las disposiciones de la ley 1581 de 2011 y del decreto reglamentario 1377 de 2013 que desarrollan el derecho de habeas data, solicitamos su autorización para que la Cámara de Comercio de Ipiales (en adelante la “Cámara”), en calidad de responsable del tratamiento pueda recopilar, almacenar, archivar, copiar, analizar, usar y consultar los datos que se señalan a continuación. Estos datos serán recolectados por la alianza con las siguientes finalidades, todas relacionados con las actividades de la alianza y el ejercicio de su objetivo:

- 1) Llevar a cabo las encuestas y demás objetivos educativos y académicos establecidos por la cámara.
- 2) Informar de manera oportuna a los empresarios y comerciantes sobre las actividades de la Cámara. Así como sobre las costumbre mercantiles, en especial, el cobro del valor total depositado por el consumidor o huésped, en el caso de reservar por una o varias noches y no presentarse a utilizar los servicios reservados.
- 3) Atención de requerimiento de autoridades y suministrar información a entidades administrativas, judiciales y publicas autorizadas por la ley.

## **LISTA DE REFERENCIAS**

Confecamaras. (2020). La costumbre mercantil recopilada por la red de Cámaras de Comercio.

Cámara de Comercio de Villavicencio. (2017). Costumbre mercantil: cobro de hospedaje por anticipado en la industria hotelera de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Villavicencio. Recuperado de: <https://repositorio.unillanos.edu.co/handle/001/1248>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). ABC de la costumbre mercantil. Biblioteca Digital. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3320/EI%20ABC%20de%20la%20costumbre%20mercantil.pdf?sequence=1>

Presidencia de la República de Colombia. Decreto 410 de 1971. Por el cual se expide el Código de Comercio. Marzo 27 de 2005. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

Asociación Hotelera y Turística de Colombia - COTELCO. (15 de 03 de 2016). Sala de prensa. Obtenido de Hotelería entre los sectores con mayor crecimiento en 2015: <http://www.cotelco.org/sala-de-prensa/noticias/hoteleria-entre-los-sectores-conmayor-crecimiento-en-2015-2016-3-11/>