



2015

COSTUMBRE MERCANTIL

HORA DE SALIDA O CHECK OUT EN LOS HOTELES DE LA
REGION DEL MAGDALENA MEDIO Y NORDESTE
ANTIOQUEÑO

DIRECCIÓN JURÍDICA Y DE REGISTRO MERCANTIL



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

JUNTA DIRECTIVA 2014-2018

REPRESENTANTES DE LOS COMERCIANTES	
HERNANDO DE JESUS AVILA ETTIENNE	ARIOLFO ASDRUSBAL GONZALEZ
ANDRES FELIPE AGUDELO GOMEZ	AMPARO DEL SOCORRO LOPEZ MADRID
JULIA INES LOPEZ ACEVEDO	MANUEL JHAMILTON LLOREDA MENA
JESUS ALEJANDRO LOPERA RAMIREZ	JUAN DAVID LUJAN VELEZ
MIEMBROS DEL GOBIERNO	
RAUL MAURICIO GOMEZ GOMEZ	ABELARDO SUAREZ MONTOYA
FABIO BEDOYA ZULUAGA	
MESA DIRECTIVA	
RAUL MAURICIO GOMEZ GOMEZ	HERNANDO DE JESUS AVILA ETTIENNE
Presidente Junta	Vicepresidente Junta
ALVARO RIVERA ROJAS Presidente Ejecutivo	



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. ESTUDIO JURIDICO DE LA COSTUMBRE A INVESTIGAR	4
2.1 <i>La costumbre a investigar</i>	4
2.2 <i>Definiciones jurídicas y viabilidad</i>	4
3. OBJETIVOS	6
3.1 <i>Objetivo General</i>	6
3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	6
4. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO	6
4.1 <i>Generalidades</i>	6
4.2 <i>Características metodológicas</i>	7
4.3 <i>Cálculo de la Muestra Poblacional</i>	7
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS	9
5.1 <i>Generalidades</i>	9
5.2 <i>Reiteracion</i>	¡Error! Marcador no definido.
5.3 <i>Obligatoriedad</i>	13
5.4 <i>Vigencia</i>	14
5.5 <i>Publicidad</i>	14
6. CONCLUSIONES	17



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

1. INTRODUCCIÓN

El Código de Comercio, en su artículo 1, contempla en su primera norma, la posibilidad de que existan casos no regulados por la ley comercial, la cual rige para los comerciantes y los asuntos mercantiles; sometiendo este vacío a la analogía entre sus normas. No obstante, en razón de la dinámica comercial y las relaciones derivadas, la cual rebasa la Ley Colombiana, por lo que ésta ha previsto que no sólo exista una interpretación por analogía, es así que en el artículo 3 del mismo estatuto reza: “La Costumbre Mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contraríe manifiesta o tácitamente, y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deben regularse por ella”.

En este orden de ideas, el mismo código, expone la importancia que en materia comercial, a diferencia de otras ramas del derecho, le da a la *Costumbre Mercantil*, como una excepción dentro de nuestro ordenamiento jurídico. Para que ese conjunto de usos o prácticas sea considerada costumbre, debe existir el cumplimiento de unos requisitos; por lo anterior, las cámaras de comercio, de conformidad al artículo 86, numeral 5, del Código de Comercio, son las llamadas a recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas; asumiendo un papel fundamental en el discurrir económico y comercial.

Por supuesto, las cámaras, certifican la costumbre y por lo tanto, su responsabilidad va más allá de sólo compilarla, llega incluso a lo pertinente a su organización, y sistematización, de tal forma que le sirvan a todo aquel que se ve afectado o beneficiado de la misma dado que, de acuerdo con la ley comercial, una Cámara de Comercio puede certificar aquellas costumbres derivadas del discurrir de su jurisdicción y previamente recopiladas por la entidad.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

2. ESTUDIO JURIDICO DE LA COSTUMBRE A INVESTIGAR

2.1 La costumbre a investigar

Los temas que mancomunadamente se han escogido entre los Departamentos Jurídico y de Registro Mercantil, y Promoción y Desarrollo de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, es la hora de salida o check out en los hoteles de los municipios Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza; es decir, si existe o no una costumbre en la hora de salida o check out en los hoteles de la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

2.2 Definiciones jurídicas y viabilidad

El artículo 3 del Código de Comercio, expresa que la Costumbre para que pueda ser fuente del Derecho Mercantil, debe poseer ciertos elementos, es decir, debe ser una fuente uniforme, pública, reiterada y que no contraríe las disposiciones legales vigentes.

a) Uniformidad: Este elemento se refiere a que las prácticas que constituyen una determinada costumbre sean iguales, que tengan la misma forma de presentación en el lugar o sitio donde rijan, que no sean contrarias ni ambiguas. Su objetivo consiste en determinar prácticas que no son observadas por la totalidad de las personas, sino solamente por aquellos dedicados a la actividad comercial.

b) Reiteración: Corresponde al tiempo durante el cual debe ser observado el comportamiento, no se admite un tiempo transitorio sino el necesario que permita apreciar la aceptación social en determinado lugar y actividad, ejercitándose constantemente como una regla.

c) Existe la necesidad de que sea conocida suficientemente por las personas o comerciantes involucrados en dicha actividad, esto lo denomina la ley como PUBLICIDAD, lo que se demuestra mediante el acatamiento y continuidad que le den los interesados a la observancia constante de este comportamiento. Igualmente es necesario que el comportamiento cumpla con la exigencia de estar conforme a Derecho, es decir no podrá ser contraria en ningún caso a la Ley.

d) La certeza, que significa la existencia real de la práctica, es decir, que sea susceptible de ser contada y aceptada por un grupo determinado, mediante un consenso general

e) Obligatoriedad. El comportamiento debe poseer autoridad dentro de los actores principales involucrados en la Costumbre, lo anterior significa que debe estar



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

dotada de obligatoriedad, dentro del desarrollo de la actividad comercial, conservándose independiente de la existencia de individuos sucesores.

f) Integración y Función normativa. Así mismo es procedente incluir el elemento de Integración, por cuanto complementa las disposiciones legales con reglas de comportamiento espontáneas creadas por la vida de los negocios, y por último una función normativa buscando llenar lagunas, poniendo a prueba su eficacia creadora como fuente de derecho.

Una de las industrias más destacadas en torno a la explotación del turismo es la que oferta los servicios de hospedaje o alojamiento. En esta materia es preciso remitimos al artículo 79 de la Ley 300 de 1996, que a la letra dice “El contrato de hospedaje es un contrato de arrendamiento, de carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a esta actividad celebra am 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.”

Según la definición literal de la Ley General de Turismo se entiende por establecimiento hotelero o de hospedaje el conjunto de bienes destinados por la 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 de alojamiento, mediante contrato de hospedaje.

Una revisión a la normatividad colombiana vigente -artículo 1192 y siguientes del Código de Comercio nos enseña algunos aspectos regulatorios generales sobre la terminación del contrato hospedaje, la responsabilidad en cuanto al depósito, la limitación de la responsabilidad, entre otros. Además señala que dicho contrato será mercantil, cuando el alojamiento y demás servicios se presten por empresas dedicadas a dicha actividad.

El análisis de la legislación mencionada y la mercantil en general, precisa la no existencia de un articulado que regule los términos específicos en que se desarrolla el contrato de hospedaje; como por ejemplo, la hora de salida de un huésped del hotel acción que puede determinar la terminación de las obligaciones contraídas por las partes involucradas.

Por efectos de esta investigación y a falta de ley comercial o civil aplicable directamente o por analogía, y de estipulación contractual, la costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial siempre que no la contraríe manifiesta tácitamente. La función de la costumbre en este caso es normativa y se le debe dar tal aplicación



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Establecer si es costumbre mercantil del sector hotelero fijar una hora de salida o Check out e informarla, es una práctica uniforme, conocida, reiterada y vigente, en el sector comercial de los municipios Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza.

3.2 Objetivos Específicos

- Investigar la hora en que los hoteles realizan el check out.
- Comprobar si la práctica mercantil antes descrita cumple los requisitos de uniformidad, reiteración, obligatoriedad, vigencia y publicidad para ser certificada como costumbre mercantil.

4. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

4.1 Generalidades

Las preguntas del instrumento de investigación se plantearon teniendo en cuenta los criterios que permiten certificar una costumbre mercantil (uniformidad, reiteración, vigencia, obligatoriedad, publicidad), una vez aplicado dicho instrumento a las personas identificadas en la base de datos de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, que pertenecen al grupo de estudio objeto de la investigación, se procede a determinar la existencia de la costumbre mercantil respecto a la hora de salida o check out en los hoteles de los municipios ubicados de Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza.

Después de realizar el trabajo de campo, aplicando el total de encuestas, estas se organizaron y tabularon mediante el paquete ofimático Microsoft Excel ®, el cual permite mediante fórmulas estadísticas, cuantificar las respuestas, establecer tablas de resultados y gráficos de la información obtenida.

Conforme a las encuestas realizadas en forma personal y telefónica, dentro de los diferentes municipios (objeto de la investigación) pertenecientes a la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño, bajo los criterios de certificación, y conociendo que el porcentaje mínimo exigido (70%) en las



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

respuestas afirmativas de la muestra, a continuación se presentan los resultados finales, que avalan el estudio de certificación de la costumbre mercantil.

4.2 Características metodológicas

- **Sujetos de Investigación**

129 hoteles y apartahoteles que representan la población universo de los establecimientos vigentes que se dedican a la explotación del servicio de hotelería en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño

- **Técnica de recolección de datos**

Muestreo aleatorio simple

- **Metodología**

Encuesta estructurada

- **Método de estudio**

Proceso de consulta personal o telefónica, para conocer la realidad de la actividad sucedida de los sujetos objeto de estudio, a través de una encuesta estructurada que se desarrolló previamente por el equipo investigador.

- **Período de recolección de los datos**

Entre el 27 de noviembre y el 11 de diciembre del año 2015

4.3 Cálculo de la Muestra Poblacional

Universo: Empresarios

Población: 129 hoteles y apartahoteles

Nivel de confianza: 95%

Margen de error: 5%

Se cuantifico el número total de establecimientos de comercio para el grupo de estudio, tomándose como población total o universo poblacional aquellos establecimientos vigentes que se dedican a la explotación del servicio de hotelería en los municipios de la jurisdicción de la Cámara de Comercio del Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

De esta forma, se extrajo el número de la muestra a la cual se aplicó la encuesta en un periodo de recolección comprendido entre el 27 de noviembre y el 11 de diciembre de 2015, basándose en el sistema de fórmula de distribución aleatoria se cuantifico la muestra poblacional conforme al número de encuestas a aplicar, así :

$$n = \frac{Z^{2\alpha/2} * Gx^2 * N}{E^2 [N - 1] + Z^{2\alpha/2} * Gx^2}$$

<i>De donde:</i>	n	→	Número de encuestas
	N	→	Universo de la población
	$Z^{2\alpha/2}$	→	Nivel de confianza.
	Gx^2	→	Varianza
	E^2	→	Error admitido

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2 * 275}{(0.05)^2 [275 - 1] + (1.96)^2 * (0.5)^2}$$

n= 129 encuestas



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 Generalidades

En adelante, la muestra de estudio que se tomara para la verificación de los criterios que permiten certificar la Costumbre Mercantil de la presente investigación, corresponde a 129 establecimientos vigentes que se dedican a la explotación del servicio de hotelería de los municipios de Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza; dado que estas personas representan el 97% de los encuestados, tienen un horario establecido para que el huésped entregue la habitación.

Cuadro 1: ¿el hotel tiene un horario establecido para que el huésped realice la entrega de la habitación o check out?

Respuesta	Número	Porcentaje
Si	125	97%
No	4	3%
TOTAL	129	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Gráfico 1: Personas naturales o jurídicas, que tienen un horario establecido para que el huésped entregue la habitación





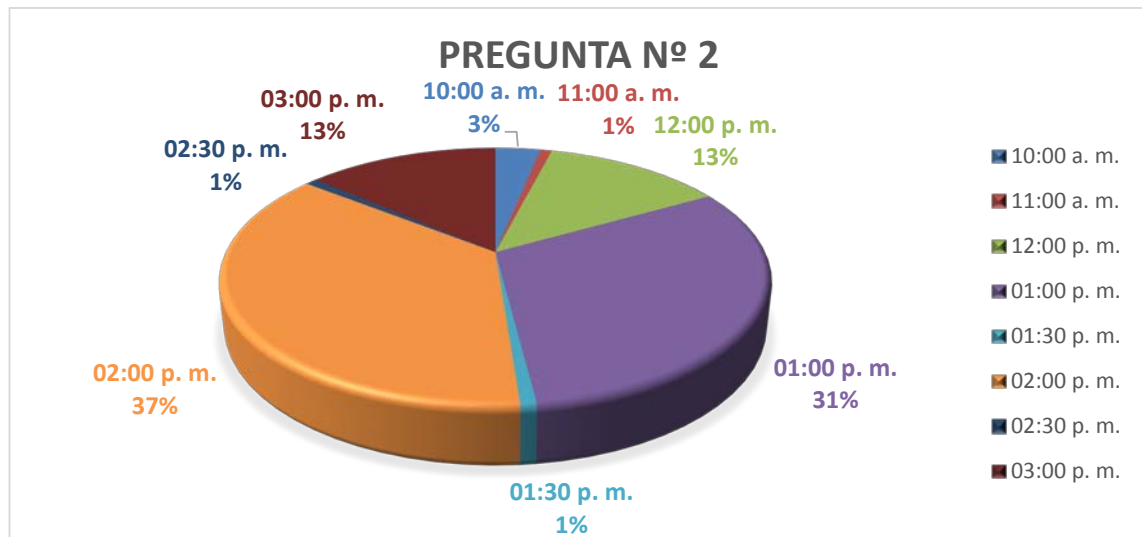
CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

Cuadro 2: ¿cuál es el horario establecido por el hotel para que el huésped realice la entrega de la habitación o check out?

Respuesta	Número	Porcentaje
10:00 a. m.	4	3%
11:00 a. m.	1	1%
12:00 p. m.	16	13%
01:00 p. m.	39	31%
01:30 p. m.	1	1%
02:00 p. m.	46	37%
02:30 p. m.	1	1%
03:00 p. m.	17	13%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.
Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Gráfico 2: Horario establecido por el hotel para entregar la habitación



Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.
Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

5.2 Reiteración

Por medio de la encuesta aplicada, también fue posible establecer en un 97% que existe una hora de salida o check out en los hoteles de los municipios de la jurisdicción de la cámara de comercio, se evidenció que es una práctica conocida y reiterada en el sector comercial de los municipios objeto de estudio.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

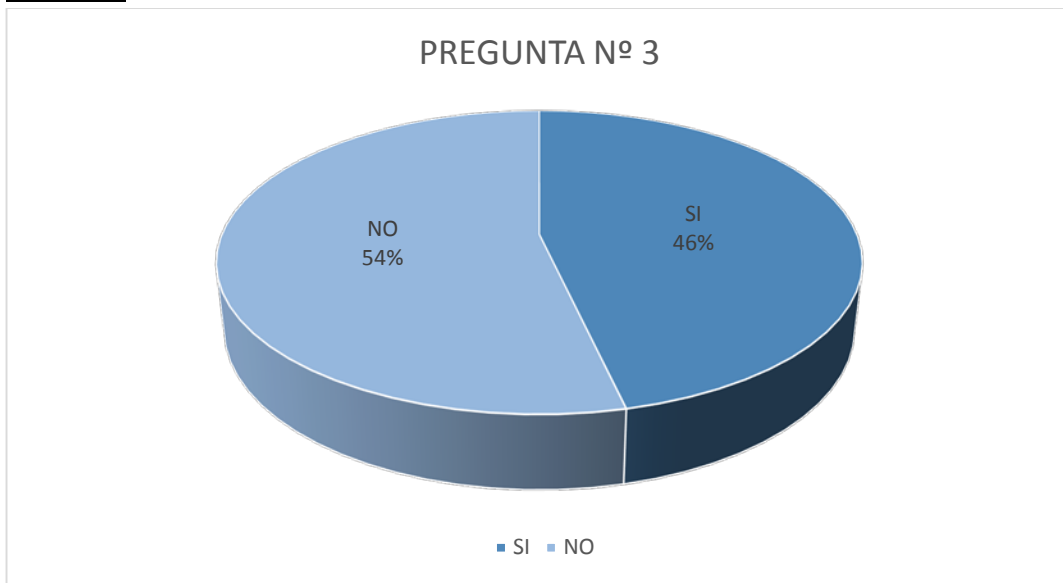
Cuadro 3: ¿le exige siempre el hotel al huésped que entregue la habitación o haga check out en un horario determinado?

Respuesta	Número	Porcentaje
SI	58	46%
NO	67	54%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Gráfico 3



Datos: La presente investigación. 6 de octubre al 7 de noviembre del 2014.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Cuadro 4: cuando se registra un huésped en el hotel ¿el empleado que lo atiende le informa siempre la hora de corte diario o check out?

Respuesta	Número	Porcentaje
SI	121	97%
NO	4	3%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

Gráfico 4: Es conocida y utilizada la práctica de informar la hora de salida al huésped



Datos: La presente investigación. 6 de octubre al 7 de noviembre del 2014.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

5.3 Obligatoriedad

El 99% de las personas encuestadas, indican que es deber del hotel informar al huésped la hora de entrega de la habitación o el check out

Cuadro 5: ¿considera usted que el hotel debe informar al huésped, una vez que se registra, la hora de entregar la habitación o check out?

Respuesta	Número	Porcentaje
SI	124	99%
NO	1	1%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

Gráfico 5: Tiempo de conocimiento de la práctica en el sector comercial, de los municipios objeto de estudio.



Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

5.4 Vigencia

El 93% de las personas encuestadas, indican que en la actualidad se encuentra vigente la práctica de entregar la habitación por parte del huésped en el horario establecido

Cuadro 6: ¿considera usted que en la actualidad la práctica mercantil de entregar la habitación o check out por parte del huésped en el horario establecido por el hotel se encuentra vigente?

Respuesta	Número	Porcentaje
Si	116	93%
No	9	7%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

Gráfico 6



Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.
Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

Cuadro 7: ¿desde hace cuánto tiempo el hotel estableció el horario para que el huésped entregue la habitación o haga check out?

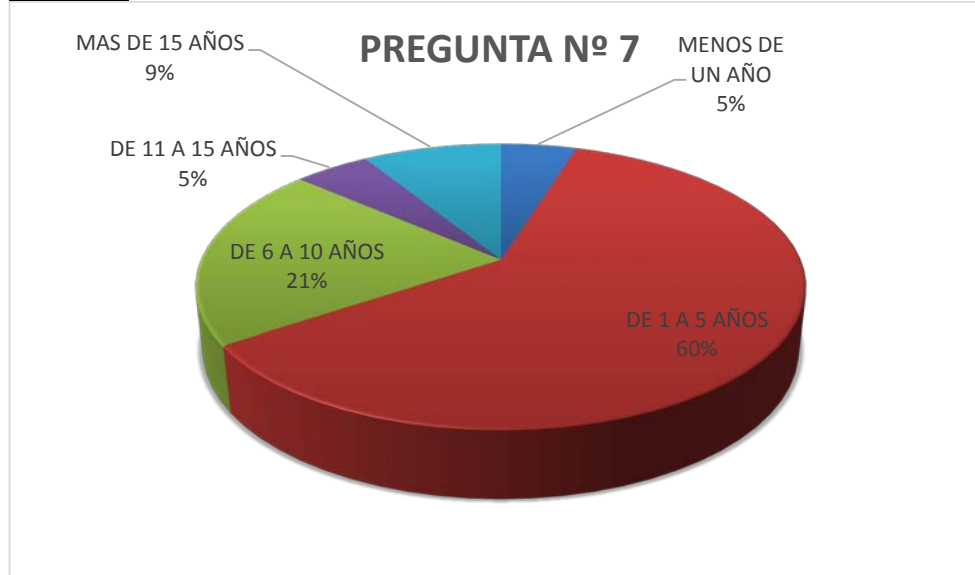
Respuesta	Número	Porcentaje
MENOS DE UN AÑO	6	5%
DE 1 A 5 AÑOS	76	60%
DE 6 A 10 AÑOS	26	21%
DE 11 A 15 AÑOS	6	5%
MAS DE 15 AÑOS	11	9%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.
Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

Gráfico 7



Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.
Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.

5.5 Publicidad

Entre los establecimientos de comercio que desarrollan la actividad de hospedaje respecto a la hora de salida o check out en los municipios de Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza; es conocida esta práctica. Se encontró que el 58% de las personas encuestadas, consideran que es una práctica conocida y utilizada en la actualidad

Cuadro 8: ¿considera usted que la práctica mercantil de entregar la habitación en el horario establecido por el hotel o check out constituye una costumbre conocida y utilizada dentro del sector hotelero en la sub región del mmna?

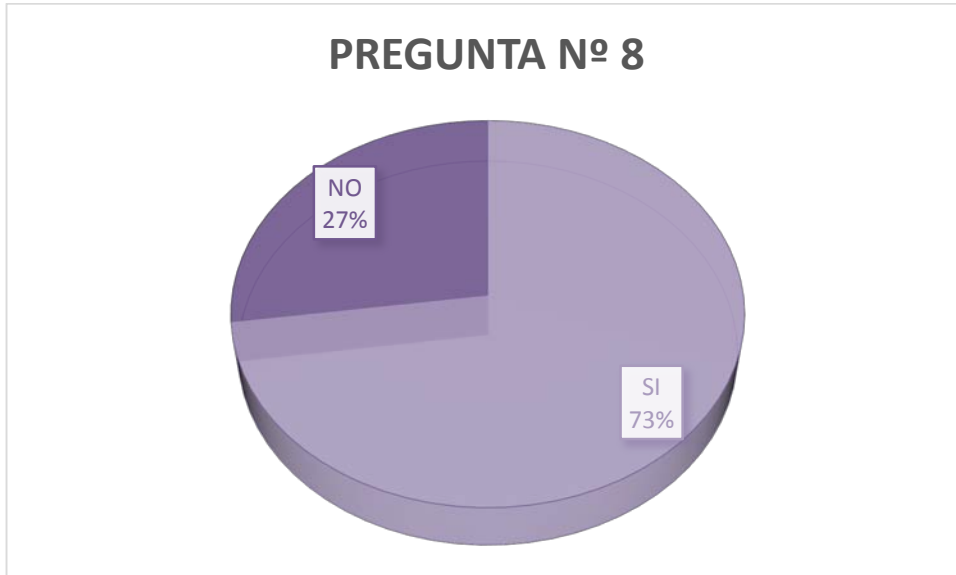
Respuesta	Número	Porcentaje
SI	91	73%
NO	34	27%
TOTAL	125	100%

Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.
Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

Gráfico 8:



Datos: La presente investigación. 27 de noviembre al 11 de diciembre del 2015.

Fuente: Cámara de Comercio de Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño.



CÁMARA DE COMERCIO DEL MAGDALENA MEDIO Y
NORDESTE ANTIOQUEÑO
Nit 800.029.972-2

6. CONCLUSIONES

El análisis y validación de las encuestas requiere la elaboración de un informe estadístico en el cual se debe verificar, entre otros aspectos que las preguntas relacionadas con los requisitos exigidos para la certificación de una costumbre mercantil (identificación de la práctica, uniformidad, reiteración, obligatoriedad, publicidad y vigencia), deben de arrojar un porcentaje mínimo del 70% de respuestas afirmativas.

Para la presente investigación, donde se está certificando la existencia de la costumbre mercantil respecto a la hora de salida o check out en los hoteles de los municipios ubicados de Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza, los resultados obtenidos fueron los siguientes (ver cuadro 9):

Cuadro 9: Resultados obtenidos, en los criterios de validación de una costumbre mercantil.

Criterio	Resultado	Diferencia con el criterio (70%)
<i>Identificación de la Práctica</i>	97%	27%
<i>Reiteración</i>	97%	27%
<i>Obligatoriedad</i>	99%	29%
<i>Vigencia</i>	93%	23%
<i>Publicidad</i>	73%	3%

Como se puede observar, cada uno de los criterios adoptados en la metodología arroja un porcentaje superior al 70% de respuestas afirmativas, por lo que se concluye que en los municipios de Amalfi, Anorí, Cisneros, El Bagre, Maceo, Puerto Berrío, Puerto Nare, Puerto Triunfo, Remedios, San Roque, Segovia, Vegachí, Yolombó, Yondó y Zaragoza, es costumbre establecer la hora de salida o check out en los hoteles