

 Cámara de Comercio de Florencia	INFORME EJECUTIVO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	 Universidad de La Amazonia
FECHA: Junio de 2016	VERSIÓN: 1	PÁGINA 1/24

TÍTULO DEL PROYECTO:

RECOPIACIÓN Y PROPUESTA DE CERTIFICACIÓN DE COSTUMBRES MERCANTILES EN EL MUNICIPIO DE SAN VICENTE DEL CAGUÁN, FASE VIII: SECTOR COMERCIAL DE CACHARRERÍA Y SERVICIO DE HOSPEDAJE

INVESTIGADOR PRINCIPAL:

YUDY VIVIANA SILVA SALDAÑA

TIPO DE PROYECTO:

Asesoría, Investigación y Publicación

1.

OBJETIVO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

Determinar cuáles son las costumbres mercantiles no reguladas por la ley, cuyos hechos constitutivos sean de público conocimiento, uniformes, reiterados y que sirvan de parámetros normativos para las relaciones comerciales en el Municipio de San Vicente del Caguán.

Estudiar las costumbres mercantiles que existen en los diferentes sectores de la economía del Municipio de San Vicente del Caguán para establecer su posible certificación y reconocimiento jurídico local.

0

2. JUSTIFICACIÓN:

Los romanos hacían referencia a la *inveterata consuetudo oppinio iuris sive necessitatis*, para aducir a aquella práctica antigua que genera la opinión de estar necesariamente en presencia de una ley, es decir, que ha llegado a convertirse por el paso de los años y la aceptación social, en una fuerza vinculante para todos como si se tratase de una ley escrita.

De esta manera, se puede afirmar que la ley y la costumbre no son sino cauces y formas normativas diferentes a través de las cuales se manifiestan, concretan e integran en el ordenamiento jurídico los principios y valores, las ideas, creencias y sentimientos que constituyen el contenido y, al mismo tiempo, las exigencias del "ethos social".

Entonces, la observancia repetida, constante e inveterada de una regla de conducta, por la generalidad de miembros de una sociedad con la convicción de su obligatoriedad y su correspondencia con una necesidad socio-jurídica reconocida por esa comunidad, da lugar a una costumbre como forma natural, esencial, de manifestarse y de existir el derecho.

En términos de la costumbre mercantil es necesario mencionar que se hace referencia a los usos implantados por la colectividad y que son considerados por la misma ley como obligatorios. Esta forma de creación consuetudinaria ha dado origen a las legislaciones, formando así una especie de derecho no escrito, proveniente de la experiencia y en ella se fundamenta. Los usos o prácticas base de la costumbre son espontáneamente observados y se caracterizan por ser dinámicos y proporcionar una respuesta a las necesidades de la colectividad.

Las prácticas mercantiles, en el ámbito jurídico, han hecho aportes significativos al derecho comercial, por provenir de acciones consuetudinarias que inciden en las relaciones comerciales y, por ende, en los comportamientos económicos que materializan esos hechos en supuestos normativos.

En este sentido, dada la importancia de la costumbre en esta rama del derecho, su invocación y prueba están sujetas a normas y procedimientos en cuya aplicación las Cámaras de Comercio desempeñan un papel protagónico. De ahí que la costumbre mercantil se constituye en un relevante y alternativo medio de prueba, a través de la certificación que se expida para tal efecto, y que da certeza sobre la existencia de los elementos que la constituyen, pues con ella, los comerciantes de nuestra región pueden demostrar válidamente cuáles son

los dictados que por costumbre se llevan a cabo en este contexto, y que vincula a quienes desarrollan sus actividades en esta región.

De esta manera la trascendencia de la investigación sobre las costumbres mercantiles radica en que contribuye a regularizar las prácticas realizadas por los comerciantes, de modo que se sistematiza ese saber y, a su vez, se evitan o encauzan conflictos futuros, en el sentido que la certificación de dichas costumbres llega a tener la misma autoridad que la ley escrita.

Resulta evidente que la certificación de las costumbres mercantiles supone necesariamente un trabajo previo de identificación, confrontación y recopilación de las mismas, con el fin de brindar a la comunidad suficiente certeza sobre su existencia y alcance.

La delegación de esta actividad, en cabeza de las cámaras de comercio radica en la inmediatez que tienen respecto de tales prácticas, es decir, porque está conformada por quienes llevan a cabo usos mercantiles de manera permanente, dado que son quienes se mueven en el ámbito de los negocios cotidianamente, que sumado a su carácter asociativo y gremial y larga tradición, vincula su imparcialidad y seriedad en el ejercicio de esa función pública.

Para la observancia de estas obligaciones legales, la Cámara de Comercio de Florencia ha venido realizando una recopilación objetiva y sistemática de dichas costumbres. En este año, es de resaltar que la Cámara de comercio extendió sus alcances y promovió la certificación de costumbres mercantiles en el segundo municipio más grande del Departamento, este es San Vicente del Caguán, por lo que para iniciar con los estudios dentro de esta localidad, los sectores seleccionados corresponden a las cacharrerías y servicio de hospedaje.

La tarea de recopilar las diversas costumbres mercantiles implica una ardua labor de investigación, esfuerzo y compromiso, ya que es necesario indagar, analizar, y explorar aquellos hechos que han determinado una práctica comercial concreta con carácter de regla jurídica o que han llevado también a su desuso por no satisfacer los requerimientos del tráfico incesante de las interrelaciones económicas, o sencillamente, por tratarse de simples usos sin convicción de obligatoriedad.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y SUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN:

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
Florencia-Caquetá

La deficiencia de fuentes de información actualizada, sistematizada y disponible sobre la vida comercial del Municipio de San Vicente del Caguán que conduzca a certificar las posibles prácticas, a generar datos importantes para la gestión pública y privada, dentro de un extenso y relevante campo de investigación pero pequeño en su conocimiento, conlleva a que en la mayor parte de los municipios del país, no se hayan determinado con exactitud las prácticas mercantiles de los diferentes sectores productivos ni mucho menos certificado.

Aunado además, a lo cambiante de las relaciones mercantiles, este hecho dificulta a su vez, verificar si en la actualidad continúan vigentes las mismas costumbres de hace algunos años entre nuestros comerciantes, cuáles han cambiado o se han consolidado. Así pues, de acuerdo con el artículo 86 del Código de Comercio, la investigación tendrá por objeto establecer cuáles son las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme y reiterada, siempre que no se opongan a normas legales vigentes que tienen su realización en el ámbito geográfico del municipio de San Vicente del Caguán.

La hipótesis de trabajo con la cual iniciamos la investigación, es que sí existe, efectivamente, una serie de actos y prácticas entre quienes ejercen profesionalmente el comercio en los campos del sector de cacharrerías y servicio de hospedaje, y que estos actos y prácticas respectivas, requieren ser analizados y cotejados para ser certificados por la Cámara de Comercio y que sirvan por tanto, de fuente de derecho apta para resolver las diferencias que envuelven las actividades mercantiles, lo que a su vez nos permite cimentar las bases para una investigación de mayor envergadura sobre las características, historia y dinámicas de cada sector en nuestra región.

4. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN:

El estudio se ubica en una práctica social no formalizada, para nuestro caso, la realizada por los comerciantes en sus actividades cotidianas. Un contexto que permite comprender con profundidad las situaciones concretas y orientarlas hacia una práctica social formalizada sin que sea necesariamente regulativa. Así planteados los conceptos, se desarrolló un tipo de investigación de corte histórico (descriptivo) y hermenéutico.

Para llevar a cabo el trabajo se desarrollaron las siguientes fases: Planteamiento del problema, Identificación de las necesidades de información, determinación del universo y de la muestra (dimensionamiento del trabajo), instrumentos para la recolección de la información (estructuración, elaboración y pilotaje de los instrumentos; aplicación de los instrumentos; procesamiento sistematizado de la información), análisis y crítica de la información y discusión interdisciplinaria de los resultados y conclusiones.

5. BREVE HISTORIA CARACTERIZACIÓN DE LOS SECTORES:

5.1 . ANTECEDENTES DEL SECTOR

Desde inmemorables tiempos el hombre ha vivido en sociedad, siendo esto necesario para la subsistencia del individuo, es por ello que ha buscado beneficios como trabajar en sociedad, generando ganancias recíprocas, que propicien la necesidad de establecer un intercambio comercial. El cual, en épocas remotas se conoció como el trueque dando origen a la actividad económica distribución y comercialización de una gran variedades de productos, específicamente de "cacharro" ¹.

Ahora trasladándonos a nuestro Departamento del Caquetá, específicamente a su segundo municipio más grande, San Vicente del Caguán, es menester indicar que el comercio se ha desarrollado de manera "expansiva". En el año 1880 comenzó a ser poblado por unas pocas personas, las cuales se aventuraron en estas tierras prometedoras que habían sido pobladas anteriormente principalmente por grupos indígenas tales como: Huitotos y Koreguaje². Los primeros pobladores de este lugar, se asentaron en las calles que hoy son constituidas como el centro de este municipio, buscando suplir sus necesidades y generar ganancias.

En los años setenta aparecieron una serie de vendedores informales, estacionarios o también llamados ambulantes, los cuales se dedicaban a la venta de vasijas, cacharro, entre variedad de productos.

Luego de un significativo crecimiento de este tipo de vendedores, y debido a los requerimientos del ente municipal, en los años noventa se vieron en la necesidad de conformar y consolidar un sindicato de vendedores ambulantes, llamado "SINVAECA"⁴, el cual buscó la organización de este grupo de personas, dando origen a unas de las agrupaciones más importantes existentes en el municipio hasta la fecha.

Por medio del sindicato se presentó a la administración municipal, una maqueta reflejo, de lo que sería el espacio físico ideal para desarrollar su actividad económica, sin embargo al traspasar de los años las dificultades aumentaron y en la actualidad puede apreciarse que no se ejecutó ni una sola parte del proyecto.

Pese a lo anterior, en el transcurrir de los años, alrededor del centro del Municipio estos vendedores, consolidaron su actividad económica y se posesionaron de locales comerciales, generando con ello la aparición de los primeros establecimientos mercantiles de cacharrería, tal es el caso del almacén "Cacharrería Yenny" o "Las Burbujas". Cabe resaltar, que estos establecimientos de Comercio, a pesar que cambian de propietario, no desaparecen, pues su enorme transcendencia y conocimiento del sector, alinean la historia del Municipio, generando un desarrollo progresivo y considerable, es tanto así, que los principales trabajadores de estos establecimientos han asentado sus costumbres en este municipio.

5.2. Caracterización Sector cacharrerías

Los diferentes establecimientos mercantiles que poseen como objeto comercial la venta de cacharro, se caracterizan por ofrecer dentro de su establecimiento comercial variedad de productos, lo que les ha permitido mantenerse y consolidarse como fuertes comerciantes en el Municipio.

Otro aspecto a resaltar de este sector, es la evolución que ha venido presentando respecto a la formalización de la actividad, pues como se reseñó

anteriormente, esta actividad se venía incursionando de manera ambulatoria o estacionaria y fue desarrollada inicialmente por alrededor de 10¹ vendedores ambulantes, actualmente se desarrolla por alrededor de 76 establecimientos comerciales.

Ahora, en el desarrollo y ejecución de la investigación se apreció que en algunos establecimientos de comercio, los propietarios desempeñaban otras labores, como ganadería y agricultura, por lo que la encuesta fue resuelta en varios casos por quienes estaban encargados como los vendedores y/o administradores del establecimiento.

5.3. Historia Sector dedicado al servicio de hospedaje

Una de las necesidades básicas del ser humano es dormir. El mundo alberga millones de viajeros que deciden recorrer los más remotos rincones del universo. Tanto es así, que se crearon establecimientos de comercio con la denominación de hoteles y/o residencias.

En el Departamento de Caquetá, Colombia; a diferencia de los 31 restantes departamentos, se caracteriza por estar conformado por indígenas y colonizado por diferentes personas que reúnen la conformación del resto de regiones del país. Tal es caso del municipio San Vicente del Caguán, Caquetá quienes sus primeros pobladores fueron indígenas pertenecientes a las etnias Huitoto, Koreguaje y Tama, quienes sobrevivieron hasta principios del siglo XX .

“El poblado fue fundado el 27 de septiembre de 1897 por Juan Vicente Quesada, José María Camargo Gabriel Perdomo, Nepomuceno Perdomo y el fraile capuchino Marcelo, en uno de los campamentos sobre la ribera del río Caguán donde se establecieron los caucheros que buscaban transportar su producción entre Puerto Rico (Caquetá) y San Juanito, hoy Algeciras (Huila). Este lugar sirvió como refugio de los caucheros que transitaban desde Puerto Rico, y de las agrupaciones de siringueros, personas dedicadas a la extracción de la quina, que cargaban víveres y suministros para poder subsistir durante las jornadas de trabajo.

En 1900, los principales jefes del mercado crearon los trazos para formar las primeras calles del caserío. Su nombre se le dio en honor a Juan Vicente Quesada, quien estableció el sitio para el pueblo y realizó el trazo del mismo. La

¹ Información suministrada por la administradora del establecimiento comercial “Las Burbujas” San Vicente del Caguán.

primera casa fabricada que dio paso al casco urbano fue la de José María Camargo, cuyas paredes eran de guadua y su techo de palmicha con molienda y lechería.

En agosto de 1905 fue creado el corregimiento del Caguán dentro de la Intendencia del Alto Caquetá y tuvo como capital a San Vicente. Sin embargo, la consolidación de San Vicente de Caguán como poblado se vivió con la fundación de la «Sociedad Colonizadora del Caguán», creada en 1912 en Neiva por un ciento de socios. Su principal objetivo era el de buscar la explotación de la ganadería en este territorio, para lo cual ofrecieron a los caucheros retirados o fracasados ganado del Huila a cambio de la preparación y limpieza de los potreros, sembrando pastos de óptima calidad. En 1917 llegó a San Vicente del Caguán la Compañía Shell de Petróleos, quien exploró y encontró yacimientos de petróleo crudo en el sitio denominado Inspección Los Pozos”².

Así las cosas, y avanzando en el tiempo en los años 60 en razón al gran tránsito de personas exteriores al municipio de San Vicente, el sector Hotelero ofrecía servicio de hospedaje en catres³, servicio por el cual se cobraba a lo que hoy en día equivale a mil (\$1000) pesos, y constaba de una sola habitación con un solo catre o una sola habitación con varios catres.

Al transcurrir del tiempo, la primera residencia constituida como tal fue la residencia “las Sanchezas” (actualmente no existe), posteriormente como las más antiguas que permanecen en la actualidad están, Hotel Nutivara, Hotel Metropolis, Hotel Pacande, y Hotel Yarí.

5.4. Caracterización dedicada al servicio de hospedaje:

Los establecimientos de comercio que ofrecen servicio de hospedaje, se caracterizan por brindar acomodación a las personas que sin importar la hora necesitan un lugar para descansar, o en su defecto dormir por uno o varios días. En los últimos años, el incremento de huéspedes en el municipio de San

² Historia de los Primeros pobladores y fundación municipio del San Vicente del Caguán. Tomado de <http://www.sanvicentedelcaguan-caqueta.gov.co/presentacion.shtml>

³ Diccionario de la Real Academia Española.

Catre: Que tiene lecho de tela o de cuerdas entrelazadas, y armazón compuesta de dos largueros y cuatro pies cruzados en aspa y sujetos con una clavija para poderlo plegar.

Vicente del Caguán ha ido en constante crecimiento, ello en razón a las exploraciones petroleras y demás actividades mercantiles. Por tal motivo esto conllevó al aumento de residencias y/o hoteles en la misma localidad.

Aunado a ello, es de resaltar que San Vicente termina convirtiéndose en un gran atractivo ecoturístico, pues si bien es cierto su extensión territorial conforma la gran reserva amazónica, cuenta con parques naturales de vital importancia para el ecosistema y una de sus vías conduce al río de los 5 colores.

En la presente investigación, además del análisis de las costumbres, se busca establecer las características de los comerciantes que desarrollan esta actividad, sin embargo, no se pudieron determinar todas las esperadas, ya que el personal encuestado fue principalmente quienes realizan la labor de recepcionistas, toda vez que los empresarios no se encontraban a disposición.

6. RESULTADOS OBTENIDOS:

Identificación y recopilación de costumbres mercantiles

La investigación ha logrado identificar y recopilar las prácticas o usos que se constituyen en verdaderas costumbres mercantiles del sector Cacharrerías y del sector de servicio de hospedaje en el Municipio de San Vicente del Caguán, por reunir las condiciones para ser invocadas como normas supletivas de las relaciones jurídicas entre los comerciantes de dichos sectores, consistentes en:

6.1. Cacharrerías

- a. Los cambios de productos se ha constituido dentro de las prácticas mercantiles como un beneficio previsto por los comerciantes para sus clientes, buscando siempre una satisfacción y la consolidación de una relación comercial. Es de resaltar que esta práctica se desarrolla por cuestiones diferentes a temas de garantía, se contempla la posibilidad de cambiar los productos por razones como falta de convencimiento del cliente u otros factores

SECTOR	PRÁCTICA MERCANTIL
CACHARRERÍAS	CAMBIO DE MERCANCÍA
I. EXPLORATORIA	

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

1. ¿Se realiza Cambio de mercancía?	
1.1. Sí	73%
1.2. No	27%
1.3. No sabe/ No responde	0%
2. ¿Existe alguna salvedad para realizar el cambio de mercancía?	
2.1. Sí	67%
2.2. No	6%
2.3. No Aplica	27%
2.4. No sabe/No responde	0%
3. ¿En qué condiciones debe estar el producto para hacer el cambio?	
3.1. Buen estado	63%
3.2. Sin destapar	10%
3.3. No sabe/ No responde	0%
3.4. No aplica	27%
4. ¿Cuál es el rango de tiempo que tiene el cliente para solicitar el cambio de la mercancía?	
4.1. Entre 1 y 5 días	14%
4.2. Entre 6 y 10 días	42%
4.3. Entre 11 y 15 días.	17%
4.4. No aplica	27%
4.5. No sabe/No responde	0%
II. REITERACIÓN	
1. ¿La práctica mercantil de aceptar el cambio de mercancía excepto por la salvedad, se realiza de manera habitual?	
1.1. Sí	67%
1.2. No	6%
1.3. No aplica	0%
1.4. No sabe/ No responde	0%
III. VIGENCIA	
1. ¿Cuánto tiempo hace que realiza esta práctica mercantil?	
1.1. 1 a 3 años	8%
1.2. 4 a 10 años.	29%
1.3. Más de 10 años	36%
1.4. No aplica	27%
1.5. No sabe / No responde	0%
IV. UNIFORMIDAD	
1. ¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimiento del sector?	
1.1. Sí	63%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

1.2. No	10%
1.3. No aplica	27%
1.4. No responde	0%
V. OBLIGATORIEDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida debería ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
1.1. Sí	58%
1.2. No	15%
1.3. No sabe/ No responde	0%
1.4. No aplica	27%
VI PUBLICIDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida es conocida y utilizada por todos los comerciantes del sector?	
1.1. Sí	70%
1.2. No	3%
1.3. No aplica	27%
1.4. No sabe	0%

- b. Los comerciantes previendo la comodidad para sus compradores establecen cierto tipo de servicios como la de encargar o solicitar a sus proveedores productos que sean requeridos por las personas. La finalidad de la venta por encargo se encamina a satisfacer las necesidades de los clientes, brindándole un servicio efectivo y de confiabilidad.

SECTOR	PRÁCTICA MERCANTIL
CACHARRERÍAS	VENDER PRODUCTOS POR ENCARGO/PEDIDO
I. EXPLORATORIA	
1. ¿Se realiza la práctica mercantil de vender productos por encargo/pedido?	
1.1. Sí	83%
1.2. No	17%
1.3. No sabe/ No responde	0%
2. ¿Qué condiciones deben darse para que se realice este tipo de ventas?	
2.1. Alto valor del producto	90%
2.2. Escasez del producto en el mercado	0%
2.3. Solicitud de encargo	83%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

2.4 No sabe/No Responde	0%
2.5 No aplica	17%
3. ¿Cuánto es el plazo máximo, para la entrega del producto encargado?	
3.1. 10-20 días	25%
3.2. 20-30 días	48%
3.3. 30-60 días	10%
3.4. No aplica	17%
3.5. No aplica	0
4. ¿Quién sufraga del flete del producto?	
4.1. Vendedor	83%
4.2. Comprador	0%
4.3. Ambos.	0%
4.4. No aplica	17%
4.5. No sabe/No responde	0%
5. ¿Cuál es la forma de pago del producto que ha sido encargado?	
5.1. La totalidad una vez encargado	52%
5.2. Pago de la mitad del producto	31%
5.3. Pago total una vez entregado	0%
5.4. No Aplica	17%
5.5. No sabe/No responde	0%
6. ¿Qué sucede con el dinero dado en anticipo, si en el plazo pactado, no llega el producto?	
6.1 Se devuelve el dinero	81%
6.2 Se pierde el dinero	0%
6.3 Se devuelve la mitad	0%
6.4 Se da cambio por otro producto	2%
6.5 No aplica	17%
6.6. No Sabe/ No responde	0%
7. ¿Qué sucede si el producto encargado, no cumple con las condiciones requeridas	
7.1. Se devuelve el dinero	52%
7.2. Se encarga nuevamente	31%
7.3. No aplica	17%
7.4. No sabe/ no responde	0%
8. Si se encarga nuevamente, quién sufraga los gastos del pedido.	
8.1 Vendedor	62%
8.2 Comprador	21%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

8.3 No aplica	17%
8.3 No sabe/No responde	0%
II. REITERACIÓN	
1. ¿La práctica mercantil vender productos por encargo/pedido, se realiza de manera habitual?	
1.1. Sí	81%
1.2. No	2%
1.3. No aplica	17%
1.4. No sabe/ no responde	0%
III. VIGENCIA	
1. ¿Cuánto tiempo hace que realiza esta práctica mercantil?	
1.1. 1 a 3 años	31%
1.2. 4 a 10 años	21%
1.3. Más de 10	31%
1.4. No aplica	17%
1.5. No sabe/no responde	0%
IV. UNIFORMIDAD	
1. ¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimiento del sector?	
1.1. Sí	79%
1.2. No	4%
1.3. No aplica	17%
1.4. No sabe/No responde	0%
V. OBLIGATORIEDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida debería ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
1.1. Sí	73%
1.2. No	10%
1.3. No aplica	17%
1.4. No sabe no responde	0%
VI. PUBLICIDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida es conocida y utilizada por todos los comerciantes del sector?	
1.1. Sí	79%
1.2. NO	4%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

1.3.No aplica	17%
1.4.N/R	0%

- c. Las facilidades otorgadas por los proveedores para sus clientes han permitido que estos puedan efectuar sus pagos en diferentes modalidades. Una de las tantas modalidades que se ha desarrollado es el crédito, el cual ha permitido el suministro de los diferentes establecimientos de los comerciantes, cuando no cuentan con un los recursos económicos para cancelarlo de contado, esta modalidad es una facilidad de pago que genera grandes ganancias a los comerciantes de San Vicente del Caguán.

SECTOR	PRÁCTICA MERCANTIL
CACHARRERÍAS	Venta de los productos a crédito
I. EXPLORATORIA	
1. Las mercancías que se compran a los proveedores generalmente se pagan	
1.1. De contado.	25%
1.2. A crédito.	75%
2. ¿Si la forma de pago es a crédito, de cuánto es el plazo otorgado por los proveedores para su pago?	
2.1. Un Mes	63%
2.2. Dos Meses	10%
2.3. Tres Meses	2%
2.4. No Aplica	25%
2.5. No sabe/No responde	0%
3. ¿Existe algún tipo de descuento, recargo/ multa por el no pago a tiempo o por el pago oportuno a los proveedores, respectivamente?	
3.1. Sí	10%
3.2. No	65%
3.3.No aplica	25%
3.4. No sabe /No responde	0%
4. ¿Cuál es el porcentaje del recargo o multa cuando no se le paga al proveedor dentro del plazo establecido?	

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
Florencia-Caquetá

4.1. Entre 1 y 3 %	0%
4.2. Entre 4 y 8 %	0%
4.3. Entre 9 y 14 %	0%
4.4. Entre 15 y 20 %	0%
4.5. Otro	0%
4.6. N/ A	100%
5. ¿Cuál es el recargo o multa cuando no se paga oportunamente?	
5.1. Entre 1 y 3 %	4%
5.2. Entre 4 y 8 %	2%
5.3. Entre 9 y 14 %	2%
5.4. Entre 15 y 20 %	2%
5.5. N/ A	90%
5.6. No sabe/ No responder	0%
6. ¿Cuál es el porcentaje del descuento en el pago oportuno de la mercancía al proveedor ?	
6.1. Entre 1 y 3 %	0%
6.2. Entre 4 y 8 %	0%
6.3. Entre 9 y 14 %	0%
6.4. Entre 15 y 20 %	0%
6.5. N/ A	100%
6.6. No sabe/ No responder	0%
7. ¿ El proveedor, otorga un descuento por el pago de contado de los productos vendidos ?	
7.1. Sí	17%
7.2. No	8%
7.3. N/ A	75%
7.4. No sabe/ No responder	0%
8. ¿ A cuánto equivale este descuento ?	
8.1. 5%	4%
8.2. 10%	2%
8.3. 15%	2%
8.4. N/ A	92%
8.5. No sabe/ No responder	0%
II.REITERACIÓN	

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

1. ¿ La práctica mercantil, se realiza de manera habitual?	
1.1 Sí	92%
1.2 No	8%
1.3 No aplica	0%
1.4 No sabe/ No responder	0%
III .VIGENCIA	
1. ¿Cuánto tiempo hace que realiza esta práctica mercantil?	
1.1. 1 a 3 años	21%
1.2. 4 a 10 años.	58%
1.3. Más de 10 años	21%
1.4. No sabe / No responde	0%
IV. UNIFORMIDAD	
1. ¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimiento del sector?	
1.1. Sí	96%
1.2. No	4%
1.3. No sabe / No responde	0%
V. OBLIGATORIEDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida debería ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
1.1.Sí	92%
1.2 No	8%
1.3 No sabe/ No responde	0%
VI. PUBLICIDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida es conocida y utilizada por todos los comerciantes del sector?	
1.1. Sí	92%
1.2.No	8%
1.3. No sabe / No responde	0%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

6.2 Sector de Hospedaje.

- A. El establecer la hora de salida en los establecimientos de comercio que pertenecen al sector hospedaje, ha permitido mayor tranquilidad tanto para los huéspedes como para los comerciantes en tener claridad hasta que hora permanecerá el huésped en el habitación, aunado ello el precio total que debe pagar por el servicio adquirido.

SECTOR	PRÁCTICA MERCANTIL
SERVICIO DE HOSPEDAJE	HORA DE SALIDA/ CHECK OUT
I. EXPLORATORIA	
1. ¿Existe una hora de salida / Check out que debe respetarse por el usuario?	
1.1. Sí	100%
1.2. No	0%
1.3. No sabe / No responde	0%
2. ¿Cuál es la hora de salida?	
2.1. 8:00 am -10:00 am	0%
2.2. 10 am - 12:00 m	10%
2.3. 12:00 m- 2:00 pm	90%
2.4. 2:00 pm- 4:00 pm	0%
2.5. NA	0%
3. ¿ En caso de exceder la hora del check out, se cobra un dinero adicional ?	
3.1. Sí	36%
3.2. No	64%
3.3. No aplica	0%
II. REITERACIÓN	
1. ¿ La práctica mercantil, se realiza de manera habitual?	
1.1 Sí	94%
1.2 No	3%
1.3 No sabe/ No responder	3%
III.VIGENCIA	
1. ¿Cuánto tiempo hace que realiza esta práctica mercantil?	
1.1 1 a 3 años	15%
1.2 4 a 10 años.	38%
1.3 Más de 10 años	47%
1.4 No sabe / No responde	0%
IV UNIFORMIDAD	
1. ¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimiento del	

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

sector?	
1.1 Sí	97%
1.2 No	3%
1.3 No sabe / No responde	0%
V. OBLIGATORIEDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida debería ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
1.1 Si	90%
1.2 No	10%
1.3 NA	0%
1.4 No sabe/ No responde	0%
VI PUBLICIDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida es conocida y utilizada por todos los comerciantes del sector?	
1.1 Si	95%
1.2 No	5%
1.3 NA	0%
1.4 No sabe / No responde	0%

B. Guardar el equipaje es el servicio que le ofrece el comerciante al huésped una vez ha cumplido con el check out, y que por uno u otro motivo el cliente debe guardar su equipaje por un lapso determinado mientras puede regresar por el. Este se ofrece pensando en la comodidad y tranquilidad del cliente.

SECTOR		PRÁCTICA MERCANTIL	
SERVICIO DE HOSPEDAJE		GUARDAEQUIPAJE	
I. EXPLORATORIA			
1. ¿Se realiza la práctica mercantil de guardar equipajes?			
1.1. Sí		95%	
1.2. No		0%	
1.3. No sabe / No responde		5%	
2. ¿El servicio de guarda equipajes es gratuito?			
2.1 Sí		95%	
2.2 No		0%	
2.3 No Aplica		5%	
3. ¿El servicio es ofrecido a?			
3.1 Los Clientes		95%	

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

3.2	Cualquier persona	0%
3.3	No aplica	5%
4	¿Cuál es el tiempo máximo por el que la persona puede guardar las maletas?	
4.1	Entre 1 y 15 días	5%
4.2	Entre 15 y 30 días	90%
4.3	Entre 30 y 60 días	0%
4.4	Entre 60 y 120 días	0%
4.5	NA	5%
5	¿A la persona que decida guardar las maletas en el establecimiento, se expide algún tipo de constancia?	
5.1	Sí	40%
5.2	No	50%
5.3	No Aplica	5%
5.4	No sabe/ No Responde	5%
6	En caso de pérdida de la maleta el establecimiento le responde al huésped	
6.1	Sí	85%
6.2	No	10%
6.3	No Aplica	5%
6.4	No sabe/ No Responde	0%
II. REITERACIÓN		
7	¿La práctica mercantil se realiza de manera habitual?	
7.1	Sí	90%
7.2	No	5%
7.3	NA	5%
7.4	No sabe/ No Responde	0%
III. VIGENCIA		
1.	¿Desde hace cuánto tiempo se encuentra vigente la práctica mercantil referida?	
1.1.	De 1 a 3 años	25%
1.2.	De 4 a 10 años	25%
1.3.	Más de 10 años	45%
1.4.	NA	5%
1.5.	No sabe/ No Responde	0%
IV. UNIFORMIDAD		
1.	¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimientos de comercio?	
1.1.	Sí	90%
1.2.	No	5%
1.3.	NA	5%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

1.4. No sabe/ No responde	0%
V.OBLIGATORIEDAD	
1. ¿Considera que la práctica referida debe ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
1.1. Sí	75%
1.2. No	20%
2.3 NA	5%
2.4 No sabe/ No responde	0%
VI PUBLICIDAD	
1. ¿La práctica mercantil referida es conocida y aplicada por todos los establecimientos del sector?	
1.3. Sí	90%
1.4. No	5%
1.5. NA	5%
1.6. No sabe/ No responde	0%

C. La práctica mercantil de cobrar una tarifa fija por cama, es con la finalidad de establecer un precio estándar para la comunidad que desee tomar el servicio de hospedaje, ya que existe una confianza por parte de los clientes hacia los comerciantes en el sentido que esperan que siempre le cobren el mismo precio durante todo el año, en el especial las personas del sector rural.

SECTOR	PRÁCTICA MERCANTIL
SERVICIO DE HOSPEDAJE	TARIFA FIJA POR CAMA
I. EXPLORATORIA	
1. ¿Se realiza la práctica mercantil de cobrar una tarifa fija por cama?	
1.1 Sí	90%
1.2 No	10%
1.3 No sabe / No responde	0%
2. ¿Cuántas personas pueden ocupar una cama?	
1. 1	5%
2. 2	82%
3. 3	3%
4. Otra	0%
5. N.A	10%
3. ¿Se realiza la práctica mercantil de cobrar una tarifa fija visible?	
3.1 Sí	10%
3.2 No	80%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

3.3 NA	10%
4 ¿Las tarifas fijan varían?	
4.1 Semestralmente	8%
4.2 Anualmente	74%
4.3 NA	10%
4.4 No sabe / No responde	8%
II. REITERACIÓN	
5 ¿La práctica mercantil se realiza de manera habitual?	
5.1 Sí	85%
5.2 No	5%
5.3 NA	10%
5.4 No sabe/ No Responde	0%
III. VIGENCIA	
2. ¿Desde hace cuánto tiempo se encuentra vigente la práctica mercantil referida?	
2.1. De 1 a 3 años	20%
2.2. De 4 a 5 años	20%
2.3. Más de 10 años	50%
2.4. NA	10%
2.5. No sabe/ No Responde	0%
IV. UNIFORMIDAD	
2. ¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimientos de comercio?	
2.1. Sí	87%
2.2. No	3%
2.3. NA	10%
2.4. No sabe/ No responde	0%
V. OBLIGATORIEDAD	
2. ¿Considera que la práctica referida debe ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
2.1. Sí	85%
2.2. No	5%
2.5 NA	10%
2.6 No sabe/ No responde	0%
VI PUBLICIDAD	
1. ¿La práctica mercantil referida es conocida y aplicada por todos los establecimientos del sector?	
2.3. Sí	87%
2.4. No	3%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

2.5. NA	10%
2.6. No sabe/ No responde	0%

D. El trato preferencial con algunos clientes, se da en el entendido en que son personas que habitualmente toman el servicio de hospedaje y por tal motivo se les realiza normalmente algún tipo de descuento, los clientes más comunes son las personas del sector rural de San Vicente del Caguán. Así mismo las prerrogativas otorgadas permiten que el cliente preferencial recomiende el establecimiento de comercio y traiga consigo más huéspedes.

SECTOR	PRÁCTICA MERCANTIL
SERVICIO DE HOSPEDAJE	CLIENTE PREFERENCIAL
I. EXPLORATORIA	
1. ¿Se realiza la práctica mercantil de catalogar algunos clientes como preferenciales?	
1.1 Sí	90%
1.2 No	0%
1.3 No sabe / No responde	10%
2. ¿ En cuantas oportunidades una persona debe contratar el servicio de hospedaje para ser catalogada como un cliente preferencial?	
2.2 1 a 5 veces al mes	5%
2.3 5 a 10 veces al mes	75%
2.4 10 a 20 veces al mes	10%
2.5 N.A	10%
2.6 No sabe/ No responde	0%
3. ¿Se dan prerrogativas (privilegio) exclusivas a los clientes preferenciales?	
3.1 Sí	90%
3.2 No	0%
3.3 N.A	10%
4. ¿A los clientes preferenciales, se les otorga descuentos especiales?	
4.1 Hasta 5%	75%
4.2 Hasta 10%	15%
4.3 Hasta 15%	0%
4.4 Hasta 20%	0%
4.5 NA	10%
4.6 No sabe / No responde	0%
5. ¿A los clientes preferenciales, se les permite un sistema de crédito?	
5.1 Sí	25%
5.2 No	65%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
 Florencia-Caquetá

5.3 NA	10%
5.4 No sabe / No responde	0%
6. ¿Cuál es el plazo que se concede para pagar el precio del crédito otorgado?	
6.1 10 a 20 días	18%
6.2 20 a 30 días	2%
6.3 30 a 60 días	5%
6.4 N.A	75%
6.5 No sabe/ No responde	0%
7. ¿Cuándo se permite el sistema de crédito, se efectúa algún tipo de recargo?	
7.1 Sí	8%
7.2 No	17%
7.3 NA	75%
7.4 Nos sabe/ No responde	0
8 ¿A cuánto equivale el recargo aplicado al sistema de crédito?	
8.1 Hasta el 5%	8%
8.2 Hasta el 10%	0%
8.3 Hasta el 15%	0%
8.4 NA	92%
8.5 No sabe/No responde	0%
II. REITERACIÓN	
9. ¿La práctica mercantil se realiza de manera habitual?	
9.1. Sí	85%
9.2. No	5%
9.3. NA	10%
9.4. No sabe/ No Responde	0%
III. VIGENCIA	
3. ¿Desde hace cuánto tiempo se encuentra vigente la práctica mercantil referida?	
3.1. De 1 a 3 años	14%
3.2. De 4 a 10 años	38%
3.3. Más de 10 años	38%
3.4. NA	10%
3.5. No sabe/ No Responde	0%
IV. UNIFORMIDAD	
3. ¿La práctica mercantil señalada es conocida y aplicada por todos los establecimientos de comercio?	
3.1. Sí	90%
3.2. No	0%
3.3. NA	10%

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
Florencia-Caquetá

3.4. No sabe/ No responde	0%
V.OBLIGATORIEDAD	
3. ¿Considera que la práctica referida debe ser obligatoria para todos los comerciantes del sector?	
3.1. Sí	87%
3.2. No	3%
6. NA	10%
7. No sabe/ No responde	0%
VI PUBLICIDAD	
1. ¿La práctica mercantil referida es conocida y aplicada por todos los establecimientos del sector?	
3.3. Sí	90%
3.4. No	0%
3.5. NA	10%
3.6. No sabe/ No responde	0%

7. IMPACTOS DEL PROYECTO:

Teniendo en cuenta que este es el primer estudio que se realiza en un municipio diferente a Florencia, debe precisarse que éste proyecto impactó de manera positiva los comerciantes del municipio de San Vicente del Caguán, en el sentido que identificaron un acercamiento de la cámara de comercio para con ellos, percibieron la materialización de su derecho de participación y a su vez se establecieron unas costumbres que permitieron a los comerciantes contar con un medio probatorio adecuado y pertinente para resolver o prever los conflictos que la regla consuetudinaria regula.

8. RESTRICCIONES:

En la región se carece de muchas fuentes de información reales y actuales, que permitan tomar las decisiones adecuadas para optimizar los procesos socioeconómicos que tienen lugar en este territorio, y los mismos comerciantes son reacios a suministrarla por unos temores infundados en eventuales sanciones fiscales, administrativas y pecuniarias que la misma pueda aparejar, o por desconfianza en el uso de la información con fines diferentes, por lo que se sugiere una campaña de promoción y apertura a la información que permita ampliar la caracterización de los sectores y sus costumbres.

PROYECTO COSTUMBRES MERCANTILES
Florencia-Caquetá

Así mismo, el presupuesto para llevar a cabo las próximas fases de la investigación debería ser ampliado, de modo que se pueda sistematizar el saber comercial y preservarlo para generaciones futuras, pues se trata de una investigación que involucra aspectos históricos, sociológicos, mercantiles y jurídicos, es pionera en el país.