

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO DE COLOMBIA

Una aproximación a las cámaras de comercio, sus fortalezas y amenazas

Juan José Reyes Peña

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

2005

TABLA DE CONTENIDO

<u>I. INTRODUCCIÓN</u>	4
<u>II. NATURALEZA JURÍDICA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO</u>	7
A. LAS CÁMARAS COLOMBIANAS	7
B. LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN AMÉRICA	14
1. MÉXICO	14
C. LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN ESPAÑA	16
<u>III. FUNCIONES Y ACTIVIDADES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO COLOMBIANAS</u>	18
A. ACTUACIÓN COMO ÓRGANOS CONSULTIVOS.	19
B. ELABORACIÓN DE ESTUDIOS	20
C. REGISTROS PÚBLICOS.	21
D. COSTUMBRE MERCANTIL	29
E. ARBITRAJE Y CONCILIACIÓN	32
F. FERIAS Y EXPOSICIONES	33
G. ESTATUTOS	34
H. CAPACITACIÓN	35
I. DESARROLLO REGIONAL	38
J. INFORMACIÓN COMERCIAL	39
K. VEEDURÍA	41
L. CERTIFICACIÓN DIGITAL	43
<u>IV. FUNCIONES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN OTROS PAISES</u>	45
A. FUNCIONES Y PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN AMÉRICA LATINA	45

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

1. CHILE	45
2. PERÚ	53
3. MÉXICO	55
B. FUNCIONES Y ACTIVIDADES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN ESPAÑA	57
1. CÁMARA DE MADRID	57
<u>V. EL GOBIERNO DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO</u>	<u>65</u>
A. SISTEMA COLOMBIANO	65
B. EN ESPAÑA	75
1. QUIENES HACEN PARTE DE LAS CÁMARAS	75
2. ÓRGANOS DE GOBIERNO	76
3. CENSO ELECTORAL	80
C. EN LATINOAMÉRICA	81
1. CHILE	81
2. MÉXICO	83
<u>VI. LOS RECURSOS DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO</u>	<u>85</u>
A. ESPAÑA	85
B. COLOMBIA	86
<u>VII. PROPUESTAS</u>	<u>104</u>
A. GOBIERNO DE LAS CÁMARAS	104
B. LOS RECURSOS DE LAS CÁMARAS	105
C. ACTIVIDADES Y FUNCIONES DE LAS CÁMARAS	105
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	<u>107</u>

I. INTRODUCCIÓN

Las cámaras de comercio de Colombia han trabajado desde 1972 con un marco jurídico inadecuado que debe ser modificado al iniciar el siglo XXI

Entre los redactores del Código de Comercio existieron dos tendencias sobre la naturaleza y funciones de las cámaras y por tal razón estas entidades tienen características específicas que las hacen diferentes a las cámaras de los sistemas europeos y anglosajones.

Quienes vayan a analizar el desarrollo de las regiones colombianas en los últimos veinticinco años tendrán que detenerse en las cámaras de comercio. Son, la actualidad, un factor muy importante de articulación entre la nación, los gobiernos regionales y los gobiernos territoriales.

En nuestra opinión existen dos temas muy importantes que pueden llevar al traste con estas instituciones.

El primero de ellos es el de la naturaleza de los ingresos que el legislador llamó públicos y que han recibido la denominación de tasas.

Y el segundo el que establece la forma de gobernar a estas instituciones ya sea por inscritos o por afiliados.

Las cámaras de comercio recibieron en el año 1931 la responsabilidad del manejo de los registros públicos de comercio pero el estado colombiano no les entregó ningún recurso físico o dinerario para que desempeñaran esa actividad.

Estas instituciones desarrollaron actividades exitosas en la promoción del desarrollo regional porque contaban con recursos económicos que podían manejar de conformidad con los criterios administrativos privados y estaban dirigidas por unos empresarios con gran compromiso con su región.

El modelo funcionó sin ningún contratiempo hasta la mitad de la década de los años noventa.

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

La acción de estas instituciones comenzó a complicarse a partir de un fallo de 1995 emitido por la Corte Constitucional (Sentencia C- 167 abril 20 de 1995 Fabio Morón Díaz) en cual se declaró la exequibilidad del artículo 88 del Código de Comercio. Las consideraciones de la sentencia del Magistrado Fabio Morón y las interpretaciones de la Contraloría General de la República han creado una situación muy explosiva que les ha traído serias complicaciones a las cámaras.

Al tenor de esos considerandos los recursos percibidos por la prestación de los registros solamente podrán ser aplicados a la recuperación de los costos incurridos para realizar esas actividades.

El Código de Comercio y sus decretos reglamentarios asignan varias funciones a las cámaras de comercio y como quiera que no le establecen una remuneración por tales servicios se entiende que estos se cubren con las tarifas de los registros.

La aplicación de la teoría del doctor Fabio Morón, expuesta en los considerandos de la Sentencia mencionada implicaría la casi segura marginación del sector privado de las cámaras porque ya no encontrarían alicientes importantes para participar en sus juntas directivas. Solamente quedaría la motivación para preservar la calidad, transparencia y eficiencia de los registros.

El Código de Comercio estableció dos categorías de miembros para el gobierno de estas entidades. Después de superar unas cantidades mínimas para que las elecciones se pudiesen realizar entre los afiliados, estos tenían que ser al menos el diez por ciento de los comerciantes inscritos o matriculados en el 31 de marzo del año de la elección. Esta figura funcionó durante varios años aunque algunas cámaras no le dieron una verdadera trascendencia al carácter de afiliado, pero últimamente ha hecho crisis porque en el mundo las empresas grandes han desaparecido o se han fraccionado y han surgido muchas empresas muy pequeñas que buscan contratar con las empresas mayores o simplemente encontrar medios de subsistencia para sus dueños. El legislador, siguiendo las reglas del Código Civil para las asociaciones, le concede el mismo voto a la persona de cien mil pesos de activos que a la sociedad Bavaria S. A. .

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Para ser elegido en una junta directiva de una cámara es preciso hacer una campaña casi comparable a la elección de un concejo municipal.

No estamos en contra de una participación masiva de los empresarios pero creemos que el riesgo es grande de caer en manos de políticos profesionales y de esa manera desvirtuar la razón de ser de estas organizaciones.

Quienes disponen de más tiempo para hacer proselitismo generalmente no son verdaderos empresarios. Por diversas razones han tenido que matricularse en una cámara de comercio pero no tienen establecimiento de comercio y la mayor parte de su tiempo no está dedicado a las actividades mercantiles.

Las cámaras de comercio son de los empresarios y en su junta directiva tienen que estar los mejores representantes de los sectores más importantes de la economía regional. La clave puede estar en hacer forzosa esa representatividad.

En este escrito vamos a analizar con más detalle los problemas enunciados y vamos a sugerir fórmulas para salvar estos obstáculos y permitir que las cámaras colombianas puedan seguir prestando sus servicios.

No se trata, en ningún caso, de eludir controles sobre el manejo de fondos y mucho menos propiciar el gobierno de las cámaras de comercio por unas minorías ilustradas o no.

Me apoyo en experiencias personales de un poco menos de veinticinco años como responsable de una cámara de comercio y como partícipe activo de las discusiones y debates que ha tenido que afrontar la Confederación de Cámaras de Comercio CONFECÁMARAS.

II. NATURALEZA JURÍDICA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

A. Las cámaras colombianas

El Código de Comercio en su artículo 78 define así la naturaleza de estas organizaciones: “Las cámaras de comercio son instituciones de orden legal con personería jurídica, creadas por el Gobierno Nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde hayan de operar. Dichas entidades estarán representadas por sus respectivos presidentes.”.

El Código con su extraña descripción no tomó un partido claro entre las tendencias de los especialistas de derecho comercial.

Por fortuna la jurisprudencia y la doctrina fueron aclarando con el paso del tiempo los criterios y en la actualidad una discusión teórica sobre el tema parece estar superada.

El Profesor Jaime Vidal Perdomo estudió detenidamente el tema antes del inicio de la vigencia del Código de Comercio (concepto del 11 de septiembre de 1970) y posteriormente el 19 de enero de 1993 emitió una nueva opinión a la luz de la Constitución de 1991¹.

Concluye el doctor Vidal en ese documento en lo siguiente: “Con fundamento en el análisis del Código de Comercio; en el examen del derecho comparado que se ha hecho; y en la revisión de las disposiciones constitucionales de 1991, concluyo que las Cámaras de Comercio no son establecimientos públicos. Son personas jurídicas de derecho privado, de carácter gremial, sometidas a las disposiciones especiales que las rigen, que ejercen ciertas funciones administrativas por virtud de la ley.”.

¹ NATURALEZA JURÍDICA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN COLOMBIA. Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio “CONFECÁMARAS”. Servicio de documentación S D N° 136

Lo público no es asunto que corresponda exclusivamente a la organización estatal y por ello existen desde hace mucho tiempo entidades privadas a las cuales se les ha confiado el cumplimiento de funciones públicas. Así ocurrió con el Banco de la República creado en 1923, el cual solo vino a nacionalizarse en 1973; ocurre con la Federación Nacional de Cafeteros y con muchas otras entidades de naturaleza privada a las cuales el ordenamiento jurídico les ha confiado el ejercicio de funciones públicas y que sin perder su condición de particulares tienen el carácter de autoridades, como lo determina el Código Contencioso Administrativo, para el cumplimiento de las mismas.

Ese también es el caso de las Cámaras de Comercio, las cuales desde comienzos del Siglo XX, son expresión constitucional de la denominada descentralización por colaboración, por cuya virtud, la ley les puede atribuir directamente el ejercicio de funciones públicas. Estas no son delegatarias de funciones públicas por parte de otras entidades ni con ellas se ha convenido o contratado el ejercicio o cumplimiento de funciones o servicios a cargo de entidades de derecho público.

La descentralización supone el traslado, por virtud de la Ley, de una función pública a una persona jurídica para que en lo sucesivo la ejerza de manera autónoma y con los recursos que se le entregan para cumplirla o a título de remuneración o compensación, pues al fin y al cabo se trata de la imposición de una carga pública que no se puede soportar ad honorem. La descentralización por servicios como la descentralización territorial, suponen el traslado o atribución de funciones entre sujetos de derecho público; en cambio, en la descentralización por colaboración, la atribución de funciones se hace en un particular, sin obtener su previo consentimiento o aceptación, por lo cual a partir de ese momento, debe asumir un deber o una carga que en todo caso no puede ser desproporcionada, excesiva y contraria, por lo mismo a la equidad y a la justicia, puesto que si lo es, no está obligado a soportarla sin contraprestación.

La Corte Constitucional ha reconocido que las Cámaras de Comercio no ostentan la calidad de una entidad pública y por lo tanto son personas jurídicas de derecho privado, en los siguientes términos:

"Las Cámaras de Comercio a las cuales se ha encargado el ejercicio de la anotada función, no son entidades públicas, pues no se avienen con ninguna de las especies de esta naturaleza contempladas y reguladas en la Constitución y la ley. Si bien nominalmente se consideran "instituciones de orden legal" (Código de Comercio. art. 78), creadas por el Gobierno, lo cierto es que ellas se integran por los comerciantes inscritos en su respectivo registro mercantil (Código. de Comercio). La técnica autorizatoria y la participación que ella reserva a la autoridad pública habida consideración de las funciones que cumplen las Cámaras de Comercio, no permite concluir por sí solas su naturaleza pública. Excluida la función de llevar el registro mercantil, las restantes funciones de las cámaras, su organización y dirección, las fuentes de sus ingresos, la naturaleza de sus trabajadores, la existencia de estatutos que las gobiernan, extremos sobre los cuales no es necesario para los efectos de esta providencia entrar a profundizar, ponen de presente que sólo a riesgo de desvirtuar tales elementos no se puede dudar sobre su naturaleza corporativa, gremial y privada"²

Y leamos lo que ha dicho la Sala de Consulta y Servicio Civil del Consejo de Estado sobre la naturaleza de las cámaras:

"Ahora bien, el artículo 68 de la ley 489 de 1998, que constituye el actual estatuto de la administración pública, menciona dentro de las entidades descentralizadas del orden nacional a "las demás entidades creadas por la ley o con su autorización, cuyo objeto principal sea el ejercicio de funciones administrativas, la prestación de servicios públicos o la realización de actividades industriales o comerciales, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio", y se pudiera pensar que tal extensión del concepto de entidad descentralizada comprende a las Cámaras de Comercio, en la medida en que son creadas por el gobierno ciertamente, pero porque lo autoriza la ley, y cumplen las funciones administrativas de los registros mercantil, de proponentes y de las entidades privadas sin ánimo de lucro, de las cuales derivan los

² Corte Constitucional. Sala Plena. Sentencia C – 144 de 1993. M.P.: MP Eduardo Cifuentes Muñoz. Posición reiterada por la misma corporación judicial en la Sentencia C - 167 de 1995.

servicios públicos de certificación y publicidad. Sin embargo, no entran en esa categoría por cuanto las personas que las integran son los comerciantes particulares y la finalidad de la institución es la de agremiarlos para lograr su unidad y la defensa de sus intereses comunes.

Además, para una interpretación armónica de la ley, la norma atrás citada debe ser relacionada con el literal g) del numeral 2º del artículo 38 de la misma ley, el cual indica que integran la rama ejecutiva del poder público, en el orden nacional, dentro del sector descentralizado por servicios, “las demás entidades administrativas nacionales con personería jurídica que cree, organice o autorice la ley para que formen parte de la rama ejecutiva del poder público”, con lo cual se observa que la entidad creada debe ser administrativa, esto es, estatal, y las Cámaras de Comercio no lo son, dado que sus componentes son personas particulares que ejercen profesionalmente el comercio”³

En conclusión, el Decreto 898 de 2002 señaló: “Artículo 1º. Las Cámaras de Comercio son personas jurídicas, de derecho privado, de carácter corporativo, gremial y sin ánimo de lucro, integradas por los comerciantes matriculados en el respectivo registro mercantil. Son creadas de oficio o a solicitud de los comerciantes mediante acto administrativo del Gobierno Nacional y adquieren personería jurídica en virtud del acto mismo de su creación, previo cumplimiento de los requisitos legales exigidos para el efecto.”

Queda resuelto, entonces, un tema muy importante sobre la naturaleza jurídica de las cámaras colombianas.

Sin embargo, a partir de leyes expedidas en la década de 1990 (Ley 6 de 1992) los recursos provenientes de los registros asignados a las cámaras de comercio llegan casi hasta el 90% del presupuesto anual de esas entidades, con excepción de algunas

³ Consejo de Estado. Sala de Consulta y Servicio Civil. Concepto No. 1308 de 1º de diciembre de 2000. C.P.: César Hoyos Salazar.

de ellas que antes de la vigencia de esa Ley habían hecho inversiones en activos cuyos rendimientos les generan ingresos privados importantes.

Con el paso del tiempo los ingresos denominados públicos serán cada vez mayores y si se acepta la tesis en el sentido de que esos ingresos acrecientan una especie de “patrimonio público” de las cámaras, se estará llegando a una completa estatización de estas organizaciones.

Dijimos en nuestra introducción que el estado colombiano entregó el registro público de comercio a las cámaras en 1931 y no les facilitó ningún recurso para desempeñar esa función.

Nos correspondió ofrecer colaboración a varios empresarios que tenían en sus manos un Decreto de creación de una cámara de comercio y nada más. Los empresarios debían hacer toda la inversión de adecuación de sede, contratación de personal, compra de equipos y programas de computador. Y de hecho así sucedió en varias ciudades intermedias en los últimos años.

Vamos al Decreto 1252 de junio 13 de 1990: ARTICULO 1o. El Gobierno Nacional podrá crear de oficio o a petición de los comerciantes, Cámaras de Comercio para la cual se deberá acreditar en ambos casos los siguientes requisitos:

- a) Las condiciones económicas-sociales, la importancia comercial y las necesidades de la región donde haya de operar a través de los estudios que para el respecto se considere pertinente.
- b) Que la jurisdicción de la nueva Cámara de Comercio esté conformada por uno (1) ó mas municipios, cuyo número total de habitantes no sea inferior a doscientos cincuenta mil (250.000), circunstancia que se acreditará mediante certificación expedida por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
- c) Presupuesto anual, superior a los trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales, debidamente justificado, de acuerdo con lo que se espera percibir por concepto de matrículas, inscripciones, certificaciones y otros servicios que pretenda establecer la nueva Cámara de Comercio.

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

d) Contar con no menos de quinientos (500) comerciantes, con matrícula vigente, domiciliados en la jurisdicción de la Cámara de Comercio que se pretende crear. Este requisito deberá acreditarse mediante listado certificado por la respectiva Cámara de Comercio de la cual se desprenderá.

e) Que la nueva Cámara de Comercio cuente con no menos de ochenta (80) peticiones formales de afiliación, presentados ante el Comité promotor de la Nueva Cámara de Comercio.

f) Número de matriculados y afiliados y valor del presupuesto de la Cámara de Comercio de la cual se desprenderá lo que se pretende crear, teniendo en cuenta que aquella deberá conservar por lo menos el ochenta por ciento (80%) de sus matriculados y de sus afiliados y un presupuesto no inferior al ochenta por ciento (80%) del aprobado para el año inmediatamente anterior.

En el caso de los registros se presentó un caso de descentralización por colaboración, porque la ley les confirió el derecho de percibir unos recursos que desde su creación siempre han constituido sus ingresos ordinarios. Como lo ordena la Constitución Política, no puede haber descentralización de funciones sin la previa asignación de los recursos para desarrollarlas o cumplirlas. En este caso, como se trata de ejercer funciones públicas, de interés público o de interés general, respecto de las cuales existe un interés directo de las autoridades públicas, la ley dispuso desde 1931 que obtenga para ello unos recursos que son sus ingresos ordinarios y que destina para el cumplimiento de tales funciones y actividades.

En otras palabras, como el estado no podía o no quería dar recursos, se facilitó un sistema de tarifas para que estas instituciones pudieran funcionar y cumplir con todas sus funciones y desarrollar sus actividades.

La Corte Constitucional en su sentencia **C-091/97** afirmó: "En el caso de las cámaras de comercio, que no son entidades públicas sino de naturaleza "corporativa, gremial y privada", la ley les atribuye funciones públicas, entre ellas las de llevar el registro mercantil y certificar sobre los actos y documentos en él inscritos, recopilar las costumbres mercantiles y certificar sobre la existencia de las recopiladas, y servir de

tribunales de arbitramento. Al atribuirles tales funciones, la misma ley regula su ejercicio.

Para asignar funciones públicas a los particulares, la Constitución no exige que ellos expresen su consentimiento previamente. En el caso de las cámaras de comercio, por ejemplo, es evidente que una de éstas no podría negarse a llevar el registro mercantil, del mismo modo que un ciudadano sólo puede excusarse de cumplir la función de jurado electoral cuando tenga causa justa, prevista en la ley. En síntesis, **la ley puede asignar funciones públicas a los particulares, sin obtener su previo consentimiento.**

Tampoco exige la Constitución que la ley establezca una específica retribución para el particular que ejerza funciones públicas. Al fin y al cabo, ésta es una forma de "participar en la vida política, cívica y comunitaria", **que es uno de los deberes a que se refiere el artículo 95 de la Constitución.** En el caso de los comerciantes que recaudan el impuesto al valor agregado (IVA), y en el de quienes, al hacer un pago, retienen en la fuente, la ley no ha previsto una retribución por tal gestión, porque ésta es, sencillamente, un deber de participación, conexo con la actividad que ellos desarrollan.

Cumplir así este deber, sin una específica retribución, no quebranta la justicia ni la equidad: por el contrario, las realiza, porque es una expresión de la solidaridad social. Y no puede afirmarse, en general, que el ejercicio de la función pública represente un perjuicio para el particular, porque no lo hay en el servicio a la comunidad. Sólo podría haberlo si la función asignada implicara una carga excesiva, desproporcionada, y contraria, por lo mismo, a la equidad y a la justicia.”.

Más adelante analizaremos como esta última afirmación de la Corte puede volverse realidad si una parte muy importante de los recursos de las cámaras pasa al Estado como quieren algunos sin decirlo aún de manera explícita.

A pesar de la opinión del la Corte Constitucional, creemos que no se puede comparar el caso de la retención en la fuente y el recaudo del impuesto del valor agregado con la función delegada de los registros. Los impuestos mencionados se cobran por el ejercicio de las actividades que desarrolla el empresario.

El manejo de los registros no es de la esencia de las cámaras. Solamente les fue asignado en el año 1931 cuando varias de ellas tenían más de veinte años de creadas. En este escrito veremos la gran cantidad de actividades que realizan las cámaras en países donde no tienen la responsabilidad de los registros.

Las cámaras administran los registros no solamente porque la Ley les asignó ese encargo. Lo hacen porque desean certeza en los negocios y los registros contribuyen a ello y porque quieren hacer acciones que redunden en beneficio de los comerciantes y de la región en donde desarrollan su actividad.

B. Las cámaras de comercio en América

1. México⁴

La Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones del 20 de diciembre de 1996 reglamenta estas instituciones.

Es importante hacer unas definiciones para precisar los conceptos aplicables a las cámaras de esa nación

Cámaras. Son de comercio e industria, aquellas que se constituyan por comerciantes e industriales con el número que determina la ley, pudiendo ser Cámara de Comercio o Cámara de Comercio en Pequeño; específica de industria o genérica de industria con circunscripción nacional; o Cámara genérica o específica de industria con circunscripción regional, y que reúnan los requisitos establecidos en la propia ley.

Confederaciones. Son aquellas que se constituyan por Cámaras que representen la actividad comercial e industrial y que reúnan los requisitos establecidos en la ley.

Empresa. Esta ley entiende por empresa a todas aquellas personas físicas o morales que realicen actividades comerciales, industriales o de servicios, en uno o varios establecimientos.

⁴ <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/90/art/art11.htm>

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Se exceptúan. A los locatarios de mercados públicos que realicen exclusivamente ventas al menudeo, y a las personas físicas que efectúen actividades empresariales en puestos fijos o semifijos, ubicados en la vía pública, o vendedores ambulantes.

Naturaleza

Las Cámaras y sus Confederaciones son instituciones de interés público, autónomas, con personalidad jurídica y patrimonio propios. Son órganos de consulta y colaboración del Estado. No tienen ánimo de lucro y no pueden hacer de realizar actividades religiosas y partidistas; desarrollarán, exclusivamente, las actividades propias de su objeto.

Objeto

Cámaras. Representar y defender los intereses generales del comercio o la industria; ser órganos de consulta y colaboración del Estado; diseñar y ejecutar políticas, programas e instrumentos que faciliten la expansión de la actividad económica del país; promover, dentro de su circunscripción y giro, las actividades de sus empresas; defender los intereses particulares de sus afiliadas; operar el Sistema de Información Empresarial Mexicano; actuar como árbitros, peritos o síndicos con relación a las actividades comerciales o industriales; prestar los servicios que determinen sus Estatutos; los destinados a satisfacer necesidades de interés general que les sean autorizados o concesionados por la administración pública, y las demás actividades derivadas de su naturaleza, de sus Estatutos y las que les fijen otros ordenamientos legales.

Confederaciones. Su objeto es representar los intereses generales de la actividad comercial o industrial; procurar la solución de controversias de sus confederadas; actuar como árbitro a través de su comisión; establecer relaciones de colaboración con instituciones afines extranjeras; diseñar, conjuntamente con sus confederadas, los procedimientos para la autorregulación de niveles de calidad de los servicios que presten las Cámaras y aplicarlos; coadyuvar a la unión y desarrollo de las Cámaras, así como todas las relativas al objetivo de las Cámaras.

C. Las cámaras de comercio en España

Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación son Corporaciones de Derecho Público creadas con los siguientes fines:

La representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación.

La prestación de servicios a las empresas.

Las Cámaras se configuran como órganos consultivos y de colaboración con las Administraciones Públicas, actuando como instituciones intermedias articuladoras de la relación entre dichas Administraciones y las empresas. Las Cámaras, gestionadas por las propias empresas, administran recursos públicos y realizan funciones público-administrativas con criterios empresariales, todo ello sometido a un control público del gasto (Administraciones tutelantes y tribunales de Cuentas).

Las Corporaciones de Derecho Público son entidades dotadas de personalidad jurídica, que tienen las siguientes características básicas:

- Tienen que ser específicamente creadas por Ley.
- La Ley les encomienda el ejercicio de competencias de carácter público-administrativo.
- No forman parte en sentido estricto de las Administraciones Públicas, aunque participan de su naturaleza.

Las Cámaras tienen esa personalidad jurídica porque el poder legislativo así lo dispuso en atención a la importancia social y económica de sus fines; por ese mismo motivo, la Ley establece la adscripción automática de todas las empresas a las Cámaras.

La Ley 3/93, de 22 de Marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, es el texto legal en el que se recogen, además de la naturaleza jurídica y fines de las Cámaras y de su Consejo Superior sus funciones, su ámbito territorial y organización, su régimen económico y su régimen jurídico y presupuestario.

Esta Ley confirma un concepto de Cámaras de Comercio acorde con el llamado "modelo continental", vigente en la mayor parte de los países de europeos (Francia, Alemania, Italia, etc.).

Nos parece pertinente transcribir el primer artículo de la Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación:

Artículo 1. Naturaleza.

1. Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y, en su caso, de Navegación son Corporaciones de derecho público con personalidad jurídica y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines, que se configuran como órganos consultivos y de colaboración con las Administraciones Públicas, sin menoscabo de los intereses privados que persiguen. Su estructura y funcionamiento deberán ser democráticos.

2. Además del ejercicio de las competencias de carácter público que les atribuye la presente Ley y de las que les puedan encomendar y delegar las Administraciones Públicas, tienen como finalidad la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación, y la prestación de servicios a las empresas que ejerzan las indicadas actividades, sin perjuicio de la libertad sindical y de asociación empresarial y de las actuaciones de otras organizaciones sociales que legalmente se constituyan.

3. Las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación se ajustarán a lo dispuesto en esta Ley y a las normas de desarrollo que se dicten por la Administración Central o por las Comunidades Autónomas con competencia en la materia. Les será de aplicación, con carácter supletorio, la legislación referente a la estructura y funcionamiento de las Administraciones Públicas en cuanto sea conforme con su naturaleza y finalidades. La contratación y el régimen patrimonial se regirán, en todo caso, por el derecho privado.

III.FUNCIONES Y ACTIVIDADES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO COLOMBIANAS

El Decreto 898 de 2002 reglamentario del artículo 86 del código de Comercio hizo una buena enumeración de las funciones que corresponden a las cámaras de comercio colombianas y trató de despejar varios de los interrogantes que se habían planteado por la actuación de las cámaras en el tiempo transcurrido desde la expedición del código.

Desde nuestra experiencia personal y también con una perspectiva jurídica vamos a analizar algunas de las funciones enumeradas en el artículo 10 del Decreto 898 de 2002.

Las cámaras tienen un campo de acción muy vasto y eso les ha dado prestigio pero también les ha granjeado muchos enemigos porque algunos sectores consideran que estas instituciones están incursionando en asuntos que están directamente relacionados con la misión que les debe corresponder. A veces parece que los usuarios no sienten que las acciones de las cámaras tienen como propósito fundamental el de velar por los intereses superiores del comercio.

En los años cuarenta del siglo XX los nacientes gremios como la ANDI y FENALCO comenzaron a jugar un papel muy importante como representantes de los intereses empresariales. En la época de más crecimiento de la economía nacional jugaron un papel muy importante. Las cámaras de comercio casi terminan convertidas en unas notarías bien administradas pero sin ningún liderazgo en las regiones y mucho menos en el país.

A mediados de la década de los años sesenta del siglo XX , las Cámaras retomaron su liderazgo en las ciudades y lideraron los proyectos más trascendentales del desarrollo de las regiones.

Los gremios colombianos están enfocados a trabajar temas relacionados con el Gobierno nacional, ahora con temas internacionales por los tratados de comercio o de relaciones con otras empresas de un mismo sector. La acción hacia temas locales

existe pero es limitada y las oficinas regionales no tienen autonomía y disponen de pocos recursos.

En los años noventa Colombia dio un viraje importante que tuvo muy serias consecuencias. Con la apertura económica los gremios perdieron un poder muy grande porque ellos actuaban para que el estado protegiera más o menos a ciertos sectores de la producción y el comercio. Y con la dura crisis de los años finales de esa década muchas empresas desaparecieron o recortaron drásticamente sus gastos para sobrevivir. Esto afectó a muchos gremios que desaparecieron o tuvieron que agruparse a otros más consolidados

Quedaban las cámaras de comercio como las más importantes instituciones regionales del sector privado y por tal razón estas organizaciones comenzaron a ocuparse de muchos temas diversos pero con trascendencia en las regiones.

Las cámaras deberán focalizar su acción en menos temas y trabajar más en campos como el de la formación/educación, comercio (exterior e interno) y en una gran modernización de los sistemas de información para tomas de decisión. Por supuesto, el papel que las cámaras cumplen en materia de conciliación y arbitraje deberá ser aún más importante.

A. Actuación como órganos consultivos.

Esta es una función que ha tenido muy poco desarrollo porque, a pesar de las estrechas relaciones que se mantienen con diversas oficinas del gobierno, nunca en los últimos veinticinco años se ha consultado formalmente la opinión de todas o algunas de las cámaras sobre algún tema específico. Es más, en algunas ocasiones el Gobierno nacional les ha entregado servicios a las cámaras de comercio sin consultar con ellas o con su confederación. Me refiero concretamente al registro de las entidades sin ánimo de lucro y al registro inmobiliario que finalmente no se trasladó por razones legales.

Se han dado muchas acciones de cooperación entre el Gobierno y las cámaras de comercio y sobre ellas haremos mención cuando hagamos referencia al tema de los estudios.

Las cámaras de comercio, una vez al año, de manera formal remiten a la superintendencia de Industria y Comercio un informe sobre la actividad económica de la región donde ejercen su jurisdicción. Nunca se han solicitado precisiones o hecho comentarios sobre tal información.

Creemos que esta función podría desarrollarse si las cámaras y el Gobierno desarrollaran un sistema de medición del clima empresarial nacional. Los estudios de FEDESARROLLO, ANDI y FENALCO son muy interesantes pero generalmente solo se hacen con empresas grandes localizadas en las ciudades más importantes. Medir periódicamente el clima de los negocios en cien poblaciones de Colombia sería un instrumento interesante para el gobierno nacional y para las mismas cámaras.

B. Elaboración de estudios

Este es un tema fundamental para la actividad de las cámaras y sobre el particular podríamos escribir muchas páginas porque la actividad es permanente en muchos niveles.

Quiero hacer referencia, por su trascendencia, a los estudios de competitividad sectorial y regional que las cámaras de comercio contrataron con la firma americana MONITOR por encargo del Gobierno Nacional en el gobierno de César Gaviria.

En los últimos tiempos varias cámaras de comercio han contratado diversos estudios para analizar los impactos y oportunidades que tendrá en las regiones de Colombia el tratado de libre comercio que se discute con los Estados Unidos.

Este es uno de los roles importantes de las cámaras porque los escenarios de la economía mundial son cambiantes y no siempre los análisis se hacen desde la perspectiva de las regiones.

C. Registros Públicos.

En 1931 el legislador entregó a las cámaras el registro público de comercio pero no les asignó nada distinto de unas tarifas para prestar el servicio. Y las cámaras que se han creado después deben iniciar sus actividades con los recursos de los empresarios de la región. Si no se les dio recursos era evidente que las tarifas buscaban que las cámaras recuperaran su inversión y pudieran seguir prestando el servicio en condiciones de eficiencia.

Revisando actas de junta directiva del período comprendido entre el año 1931 y finales de los años cincuenta las cámaras de comercio se dedicaron con entusiasmo al registro público de comercio pero perdieron mucha presencia en la actividad gremial. En esa época surgieron los gremios como FENALCO y la ANDI. Esto no puede entenderse como si las cámaras habrían logrado evitar el nacimiento de estos gremios de haber mantenido el vigor de su acción gremial. Los gremios habrían surgido de todos modos porque su campo de acción es nacional y buscaban agrupar empresas de sectores similares. Las cámaras tienen, justamente, las características opuestas.

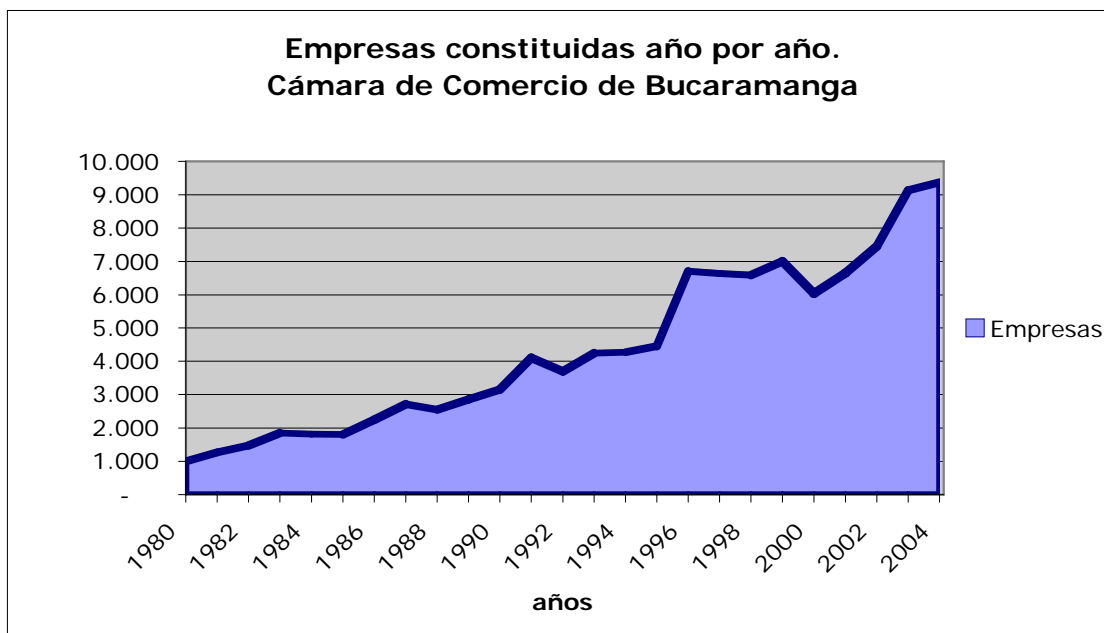
Estos registros se manejaron de manera manual y poco a poco los avances de los sistemas de archivo y clasificación y algunos adelantos técnicos les permitieron ofrecer un buen servicio a sus usuarios.

En los primeros años cada vez que un empresario solicitaba un certificado de existencia y representación los funcionarios de la cámara debían generar un certificado original usando como ayuda una máquina de escribir manual. Después, se archivó cada copia de certificado y se elaboró un modelo que sería solamente modificado en la medida que se inscribieran novedades en el registro. Con la llegada de las máquinas fotocopadoras en los años setenta las entregas de certificados se hicieron cosa de minutos si no habían modificaciones.

La otra gran transformación la dieron los sistemas. Si las cámaras no hubieran iniciado la sistematización de sus registros no habría sido posible mantener un servicio satisfactorio que crecía cada día sin detenerse.

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Para reafirmar nuestro comentario anterior queremos presentar un cuadro que muestra la creación de empresas año por año desde 1980 en la jurisdicción de la cámara de comercio de Bucaramanga.



La tercera gran transformación acaba de realizarse. Con muy buen criterio la Ley 590 del 2000 en su artículo 11 ordenó la unificación de los registros de las cámaras. Este proceso de armonización se venía analizando desde hace muchos años pero presentaba muchas dificultades porque las cámaras utilizaban diversos lenguajes de programación y bases de datos para organizar y administrar su información. En dicho artículo se establece la integración del registro mercantil y el registro de proponentes con el propósito de reducir trámites y requisitos y unificar información.

Así nació el denominado RUE (Registro Único Empresarial) reglamentado por la circular número 5 de 2002 de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Afortunadamente el avance los sistemas y de la ingeniería nacional permitió llevar a cabo esa armonización y es así como en el año 2005 se podrá comenzar a hablar de unos registros nacionales.

El principal problema que se presentaba y que está aún por resolverse es el de la homonimia. A partir de 2005 cuando un empresario vaya a matricular una empresa deberá consultar al sistema nacional de cámaras para evitar que existan empresas con el mismo nombre desarrollando la misma actividad en el territorio de Colombia. El problema todavía no se resuelve completamente porque subsisten muchas empresas con problemas de homonimia debido a que antes de 2005 una cámara de comercio solamente ejercía el control legal del nombre en su jurisdicción.

Corresponde a la Superintendencia de Industria y Comercio la vigilancia y control de las funciones propias de las cámaras de comercio. Sobre el tema de los registros esta entidad imparte instrucciones concretas sobre la forma de llevar los registros y ejerce un papel unificador importante al resolver los actos de apelación y queja interpuestos contra los actos expedidos por las cámaras de comercio.

Además del registro mercantil que fue asignado a las cámaras en 1931, el legislador creó el registro de proponentes al estado y trasladó de las gobernaciones el registro de las organizaciones sin ánimo de lucro

Las cámaras de comercio han manejado con eficiencia los registros y desde el punto de vista jurídico las fallas que se presentan son mínimas. El personal empleado se escoge con los mismos criterios de cualquier empresa privada. Sus abogados reciben capacitación permanente y adquieren unas destrezas notables en el desempeño de sus agotadoras labores diarias.

En el pasado algunas cámaras se excedieron en la interpretación de los criterios para inscribir o no un acto susceptible de registro, pero esos tiempos se han superado y lo que hoy impera es la claridad y celeridad del registro.

No es objeto de este estudio discernir acerca de las causales que tienen las cámaras para hacer devolución de documentos o los pocos controles de legalidad que deben hacer los funcionarios de registro.

Con sus procesos de aseguramiento de la calidad y las certificaciones ISO 9000 la mayoría de las cámaras ofrecen un buen servicio que tendrá que ser mejorado continuamente.

Muchas personas acostumbradas a este servicios que se viene ofreciendo desde hace años no alcanzan a dimensionar las consecuencias que tendría un deterioro grave de la prestación de los servicios registrales encomendados a las cámaras.

Mantener y mejorar un buen servicio es tarea ardua de todos los días. Los criterios de servicio al cliente y de rapidez y eficiencia no hacen parte fundamental de la cultura nacional. Y cuando se presta un servicio que no tiene competencia existe la tendencia a no mejorar las condiciones del servicio y a no preparar al personal para que atienda bien a los usuarios.

En algunas ciudades no existen recursos económicos para dotar unas sedes muy modernas pero todas las cámaras ofrecen sedes decorosas, con un personal amable y calificado y aceptables recursos tecnológicos.

¿Puede el estado colombiano decir lo mismo de sus servicios al público?

La gran pregunta que uno puede plantearse es si las cámaras de comercio han cumplido de manera idónea con su papel de administradoras de los registros.

En un contexto como el colombiano y latino americano la respuesta es sin duda afirmativa pero quizás eso no responda del todo a las preguntas.

No es común en el mundo el hecho de que las cámaras de comercio tengan la responsabilidad del registro mercantil.

En el desarrollo de esta investigación nos encontramos con la LEY NO. 3-02 SOBRE REGISTRO MERCANTIL de la República Dominicana que en su artículo tercero estipula:

“El Registro Mercantil estará a cargo de las Cámaras de Comercio y Producción, bajo la supervisión de la Secretaría de Estado de Industria y Comercio.

La supervisión de la Secretaría de Estado de Industria y Comercio consistirá en tramitar al Poder Ejecutivo la solicitud de reconocimiento de las Cámaras de Comercio y Producción en formación; establecer las normas tendentes a facilitar la aplicación de la presente ley; velar por el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de Registro Mercantil y aplicar las sanciones previstas en el Artículo 23 de esta ley.”

¿Deben seguir las actuales cámaras de comercio prestando los servicios registrales asignados? ¿Se les pueden asignar nuevos registros? ¿Debe el gobierno recuperar la administración de esos servicios? ¿O debería hacer una licitación para que uno varios contratistas privados administren los registros por un tiempo determinado?

Una ley de 1931 entregó a las cámaras el registro público de comercio y el actual código de comercio expedido en 1971 (artículo 27) ratificó esa delegación pero en ninguna parte se menciona el título por el cual fueron concedidas esas funciones. Dice la mencionada norma “El registro mercantil se llevará por las cámaras de comercio, pero la Superintendencia de Industria y Comercio determinará los libros necesarios para cumplir esa finalidad, la forma de hacer las inscripciones y dará las instrucciones que tiendan al perfeccionamiento de la institución”.

Esta norma ya citada es el único título que explica el por qué las cámaras de comercio son materia del código, el por qué el estado dispone sobre quienes pueden ser miembros de esas instituciones y la participación del gobierno con la tercera parte de los miembros de sus juntas directivas.

¿Qué pasaría si el Gobierno no encontrara satisfactorio el manejo del registro por parte de las cámaras? ¿Qué sucedería si un empresario privado le ofreciera administrar esas bases de datos sin cobrar un solo peso a los comerciantes? ¿Qué sucedería si las cámaras de comercio de Colombia tomaran la decisión de renunciar a seguir prestando los servicios de registro porque las acciones de control y vigilancia de la Contraloría General de la República hicieran no atractiva la prestación de estos servicios?

¿Habría que hacer una reforma de una Ley estatutaria como el Código de Comercio?

Hemos creído interesante revisar el tema desde una perspectiva que trasciende un poco el plano puramente jurídico para discutir si la prestación de un servicio se hace de manera más eficaz por parte del estado, de una empresa privada o de una organización sin ánimo de lucro.

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

¿Qué sector puede ser mejor? David Osborne y Ted Gaebler en su libro LA REINVENCIÓN DEL ESTADO⁵ analizan las ventajas y desventajas de cada sector. Para los autores las instituciones del sector público suelen ser mejores para la gestión política, la expedición de normas, garantizar justicia, prevenir la discriminación o la explotación, asegurar la continuidad y estabilidad de los servicios y lograr una mayor cohesión social.

Señalan que el estado y sus empresas no son muy hábiles para llevar a cabo tareas complejas, repetir los éxitos de otras organizaciones y proporcionar servicios que exijan un rápido ajuste a los cambios. Además las organizaciones burocráticas del gobierno tienen serios problemas con las tareas que exigen flexibilidad, cambios rápidos, sensibilidad frente al consumidor, y una amplia adaptación de los servicios a la clientela.

Y analizan también fortalezas y debilidades de los demás sectores. En la tabla adjunta se puede ver un resumen de estos análisis.

CALIDADES DESEADAS EN LOS PRODUCTORES DE SERVICIO

(A = alta; B = baja; M = media)

	Público	Privado	Terciario
Ventajas del sector público			
Estabilidad	A	B	C
Capacidad para manejar soluciones ajenas a la misión central	A	B	M
Inmunidad al favoritismo	A	M	B
Ventajas del sector privado			
Capacidad para responder con			

⁵ LA REINVENCIÓN DEL GOBIERNO. La influencia del espíritu empresarial en el sector público. David Osborne y Ted Gaebler. Ediciones Paidós. Primera edición en español 1994 , página 465

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

rapidez a las circunstancias cambiantes	B	A	M
Capacidad de innovar	M	A	M
Tendencia a duplicar éxitos	B	A	M
Tendencia a abandonar lo obsoleto o fracasado	B	A	M
Disposición para tomar riesgos	B	A	M
Capacidad de generar capital	M	A	B
Pericia profesional	M	A	M
Habilidad para conquistar economías de escala	M	A	B
Ventajas del sector terciario			
Capacidad de llegar a poblaciones diversas	B	M	A
Compasión y compromiso	M	B	A
Tratamiento holístico de los problemas	B	B	A
Capacidad de generar confianza	M	B	A

El legislador colombiano del año 1931 consideró que el sector privado agrupado en las cámaras de comercio podría manejar con más eficiencia el registro público de comercio que la propia administración. No se equivocó, pero casi acaba con las cámaras de comercio que perdieron trascendencia durante muchos años.

Las cámaras de comercio colombianas pueden seguir administrando estos servicios registrales siempre y cuando se permita que se sigan gestionando con criterios privados y se permita que los producidos después de los gastos se puedan invertir en programas de desarrollo empresarial y regional.

Las cámaras colombianas han demostrado un manejo idóneo de los registros delegados y están en capacidad técnica de administrar otros registros del estado pero debe existir un marco regulatorio mucho más claro y se hagan precisiones sobre el manejo de los recursos.

Los Congresistas tienden a tener una opinión adversa de las cámaras porque saben que son organizaciones ajenas a sus mecanismos de poder pero también reconocen que sobre el manejo de los registros no existen cuestionamientos.

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Proseguir en la tarea de imponer los criterios de la sentencia C- 165 de 1995⁶ de la Corte Constitucional puede traer funestas consecuencias porque desmotivará al sector privado para participar en las juntas directivas de las cámaras de comercio.

Unos comentarios muy breves sobre dos de los registros más recientes asignados a las cámaras de comercio.

El registro de proponentes creado por la Ley 80 de 1993 de contratación administrativa funciona bien pero hay que hacerle ajustes para fortalecerlo y darle un alcance general.

Muchas de las instituciones más importantes del sector estatal tienen sus propios registros y otras que prestan servicios que antes se llamaban públicos y que hoy llamaríamos domiciliarios no aplican los criterios de la Ley 80 porque se acogen a la Ley 142 de 1993

El registro de las entidades sin ánimo de lucro funciona bien pero, a diferencia del mercantil, las asociaciones son gestionadas por personas sin mucho conocimiento del derecho y en muchos casos esto ocasiona conflictos y la interposición de recursos de apelación que de antemano se sabe no van a tener resultados favorables.

Las asociaciones de usuarios de antenas parabólicas son fuente permanente de conflictos que rara vez se resuelven fácil y rápidamente porque estos actores no son empresarios y no disponen de buenas asesorías jurídicas.

Los empresarios son rápidos, prácticos y no quieren perder tiempo en pequeños conflictos. En la mayoría de los casos las diferencias de interpretación que se presentan se solucionan de manera cordial y sin disputas.

Las diferencias en las asociaciones son de otra índole y las disputas se hacen eternas.

⁶ CORTE CONSTITUCIONAL. SALA PLENA. Sentencia C-165 de 1995. Magistrado Ponente Fabio Morón

D. Costumbre mercantil

En nuestra opinión aunque las cámaras hacen esfuerzos por compilar las costumbres de su región y se puede mostrar un catálogo de ellas en los últimos años, las costumbres mercantiles no han recibido una buena valoración en nuestra sociedad.

No es fácil lograr que los empresarios contesten cuando se investiga para certificar sobre una costumbre. Y sobre una muestra escasa no resulta muy confiable generar una certificación que garantice los pilares fundamentales de la costumbre como son la *uniformidad* (art. 3 Código de Comercio.), la *publicidad* y la *reiteración* en un espacio de tiempo. Ramón Madriñán añade otra cualidad muy importante *la generalidad* (Ley 153 de 1887, art. 13). Lo importante de una costumbre es que “*sea común a un grupo social colocado en idénticas circunstancias frente a un mismo problema*”⁷.

Para ilustrar quisimos investigar en las páginas Web de las cámaras acerca de las costumbres locales que han certificado. Quizás existan muchas más costumbres certificadas por las cámaras pero no se pretendía hacer una enumeración de todas ellas.

Estas son algunas de las costumbres certificadas por la Cámaras de Comercio de Bogotá:

1-. Comisión por intermediación en compraventa de bienes inmuebles. En Bogotá D.C., existe la costumbre mercantil de que en el contrato de comisión para la celebración de la compraventa del bien inmueble el vendedor del bien inmueble pague al comisionista una comisión, cuando por la intermediación del comisionista se ha logrado celebrar un contrato de compraventa del bien inmueble.

La comisión se determina así:

⁷ PRINCIPIOS DE DERECHO COMERCIAL. Ramón Madriñán De la Torre. Octava edición. Ediciones TEMIS , página 44

(i) si el bien inmueble vendido está en el área urbana de Bogotá D.C., la comisión equivale al tres por ciento (3%) del precio de venta del inmueble;

(ii) si el bien inmueble vendido está fuera del área urbana de Bogotá D.C., pero dentro de los municipios que integran la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Bogotá, la comisión equivale al cinco por ciento (5%) del precio de venta del inmueble.

Fecha de expedición: la presente certificación se basa en una investigación realizada entre el 17 al 28 de noviembre de 2001 y en la y en la aprobación de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Bogotá de fecha 26 de febrero de 2002.

2-. En Bogotá, D.C., el término **contra garantía** usado en las operaciones de emisión de cartas de crédito se refiere a la entrega al emisor por el tomador de un pagaré en blanco con carta de instrucciones para que sea usado como título ejecutivo para el cobro en caso de incumplimiento de las obligaciones asumidas por el tomador.

Fecha de expedición: la presente certificación se basa en una investigación realizada entre el 14 al 22 de mayo de 2002 y en la aprobación de la junta directiva de la Cámara de Comercio de Bogotá, en acta de fecha 10 de septiembre de 2002.

3-. En Bogotá D.C. existe la costumbre mercantil entre los **concesionarios de vehículos nacionales** de realizar promociones comerciales para la venta de vehículos nuevos de servicio particular, las cuales consisten en otorgar al comprador descuentos a partir del precio general de venta al público y/o dar regalos como radios, tapetes, forros, y otros accesorios.

Fecha de expedición: la presente certificación se basa en una investigación realizada entre el 3 y 5 de diciembre de 2001 y en la aprobación de la junta directiva de la Cámara de Comercio de Bogotá en acta de fecha 26 de febrero de 2002.

Veamos las costumbres certificadas por la Cámara de Comercio de Barranquilla:

1-. En el Departamento del Atlántico es costumbre mercantil que un agente inmobiliario cobre al arrendatario del inmueble una suma especial por concepto de Gastos de Adjudicación del contrato de arrendamiento, tales como papelería, asesoría legal, elaboración del mismo y otros conexos, equivalente al 60% del canon de un mes.

2-. En el Departamento del Atlántico es costumbre mercantil que el sentido de la expresión “COMPRAVENTA DE UN INMUEBLE COMO LLAVE EN MANO”, es aquella que se hace de una edificación incluyendo toda su dotación, instalaciones accesorias, etc., por un valor único.

3-. En el Departamento del Atlántico es costumbre mercantil que siempre que se realice la enajenación de un establecimiento de comercio, debe entenderse que le corresponde al adquirente a favor del enajenante, el pago de una suma a título de prima comercial, consistente en un valor especial independiente del valor de los bienes que conforman dicho establecimiento.

4- En el Departamento del Atlántico es costumbre mercantil que siempre que se realice el arrendamiento de un establecimiento de comercio, entre comerciantes, debe entenderse que le corresponde al arrendatario, a favor del arrendador el pago de una suma a título de prima comercial.

5- .En el Departamento del Atlántico es costumbre mercantil que siempre que se realice una cesión del contrato de arrendamiento de locales comerciales, el arrendatario del local comercial tiene derecho al pago de una suma a título de prima comercial, cuando dicha cesión ocurre de manera separada al establecimiento de comercio.

6- .En el Departamento del Atlántico es costumbre mercantil que siempre que se realiza una cesión del contrato de arrendamiento de locales comerciales, entre comerciantes, el arrendatario del local comercial tiene derecho al pago de una suma a título de prima comercial, cuando dicha cesión ocurre de manera simultánea al establecimiento de comercio.

En la ciudad de Pereira encontramos:

(Pereira, 20 de enero de 2005) Luego de un estudio realizado por la Secretaría General de la Entidad gremial durante los meses de noviembre y diciembre del año anterior, en el que participó el 60% de los centros comerciales de la ciudad, la Cámara de Comercio de Pereira certifica que es costumbre mercantil en la ciudad, la explotación económica de las zonas comunes de los centros comerciales.

La Cámara de Cartagena hizo una publicación sobre costumbres que lamentablemente no fue posible obtener.

Otras cámaras de comercio han certificado diversas costumbres mercantiles generalmente sobre tópicos similares a los que se han expuesto anteriormente.

E. Arbitraje y conciliación

Cada día las figuras de arbitraje y especialmente de conciliación tienen mayor utilización por los empresarios en gran medida por la acción decidida de los centros de conciliación y arbitraje de las cámaras de comercio aprobados por el Ministerio de Justicia. El arbitraje tiene un desarrollo importante en las ciudades importantes pero todavía es percibido como un servicio costoso. Además, algunos asesores jurídicos creen que las demoras de los procesos de la jurisdicción ordinaria puede ser una ventaja para sus clientes.

En la cámara de comercio de Bucaramanga se creyó en principio que las listas de árbitros debían ser muy reducidas para tener mayor control y seguimiento de las trayectorias personales de los árbitros. Sin embargo, la experiencia llevó a ampliar la lista para vincular muchos más profesionales con conocimientos en temas importantes y complejos del derecho comercial. Los integrantes de las listas de árbitros serán siempre los grandes defensores de la figura porque la conocen y ellos promueven la estipulación de las cláusulas compromisorias en los contratos.

El caso de las listas de conciliadores es distinto. La cultura de conciliar había que sembrarla entre los Abogados de las regiones. Y con ese criterio se han organizado eventos de formación para que los Abogados adquieran el dominio de éstas técnicas y reciban la certificación que les permita hacer conciliaciones. En muy poco tiempo el país va a presenciar un cambio importante en la manera en que se resuelven las diferencias que surgen entre las personas y las empresas. Aquí tienen un rol muy importante las Facultades de Derecho en los procesos de formación de los nuevos profesionales del Derecho.

Como una clara reminiscencia de los tribunales de comercio el legislador nacional previó la posibilidad de que las juntas directivas de las cámaras actuaran como tribunales de arbitramento. Esto no ha sucedido nunca desde la vigencia del código en la cámara de comercio de Bucaramanga porque las juntas son demasiado numerosas y esto implicaría un proceso difícil de administrar y porque las decisiones deberían adoptarse en conciencia y a esa muy importante particularidad no están habituados los asesores jurídicos de los comerciantes nacionales.

F. Ferias y exposiciones

A pesar de los avances de la técnica y del Internet los negocios se siguen haciendo de manera personal. Pueden quedar excluidos de esta afirmación los negocios de los llamados commodities como puede ser comprar o vender acero de tal calidad o azúcar de unas condiciones determinadas.

Pero los negocios de las pequeñas y medianas empresas que son las que trabajan con las cámaras de comercio requieren una acción personal porque son productos de moda como las confecciones y el calzado o servicios que necesitan ser explicados.

Muchas de las cámaras asumieron el control de los centros feriales de sus ciudades. Esta no es una actividad de gran rentabilidad en sitios distintos a Bogotá porque el solo efecto de la depreciación sobre las edificaciones castiga gravemente las utilidades de la empresa.

En muchas ciudades de Europa los recintos feriales son propiedad de los municipios y las cámaras de comercio dirigen u operan el centro, en una figura parecida a la de las cadenas hoteleras que dirigen y operan la actividad ferial.

La cámara de comercio de Bucaramanga participó en la promoción y construcción del centro ferial. Cuando la sociedad, de la cual participaba como accionista, debió recurrir a la fórmula concordataria de la Ley 550, la cámara compró muchas de las acreencias y capitalizando se convirtió en el accionista mayoritario.

Esta decisión comprometió una parte muy importante de los recursos de la institución y por supuesto implicó un riesgo porque se trataba de invertir en una sociedad que estaba en peligro.

La Contraloría General de la República conceptuó que como esa inversión se había realizado con dineros públicos a ellos les correspondería hacer vigilancia de la sociedad del Centro de ferias y exposiciones de Bucaramanga S.A. "CENFER". Y, por fortuna para la ciudad, ellos aceptaron esa inversión como un hecho positivo para la región.

Aparte de la organización de ferias, el tema que más interesa a las cámaras es el de las misiones de compradores y vendedores. Permanentemente las cámaras están organizando misiones de empresarios que van en búsqueda de oportunidades de negocios al extranjero. Igualmente y en colaboración con PROEXPORT y con las Embajadas se trabaja para coordinar la visita de empresarios de otros países que vienen a comprar y a vender bienes y servicios.

Desde hace varios años y con éxitos muy notables, las cámaras vienen haciendo misiones nacionales para que empresarios nacionales encuentren mercados en otras regiones del mismo país.

G. Estatutos

La Superintendencia de Industria y Comercio ha decidido actuar con inusitado entusiasmo en el tema de los estatutos de las cámaras y ha estado buscando que todas hagan una revisión general de los mismos.

Si bien la decisión sobre la aprobación de los estatutos corresponde a las juntas directivas, estas reformas deberán ser aprobadas por la Superintendencia. En algunos casos en los cuales se hizo una transformación parcial de uno o varios artículos de los estatutos la Superintendencia no los aprobó en espera de una reforma más ambiciosa del articulado.

¿En dónde queda el ejercicio de la autonomía de la voluntad?

Uno de los temas más interesantes del interés de la Superintendencia por ajustar los estatutos de las cámaras tiene que ver con los afiliados. Para entender mejor el tema recordemos que las cámaras tienen dos clases de miembros los inscritos y los afiliados. Los primeros se vinculan a una cámara en el momento en que hacen su matrícula mercantil. Los segundos se vinculan de manera voluntaria y aceptan pagar una suma de dinero que a su vez le da derecho a ciertos privilegios

Con fundamento en su interpretación del código de comercio, la Superintendencia de Industria y Comercio ha afirmado que cualquier persona que reúna unas características mínimas tiene el derecho a ser admitido como afiliado a una cámara y gozar de sus prerrogativas y obligaciones.

Las cámaras de comercio tienen unas tarifas de afiliación señaladas de manera autónoma por cada junta directiva. En algunas cámaras se cobra un valor igual y en otras se hace una diferenciación según los activos de las empresas.

Durante muchos años las cámaras ocasionalmente aplicaban criterios establecidos en los estatutos para impedir el ingreso de un afiliado o para forzar su retiro como una especie de sanción disciplinaria por un ejercicio empresarial de mala fe.

H. Capacitación

Las cámaras de comercio europeas juegan un papel muy importante en los procesos de formación profesional de las personas. Allí desde la Edad Media nadie puede ejercer un oficio o arte si no tiene un título emitido por una de las cámaras de comercio o industria.

En Colombia las cámaras están cada vez más comprometidas en estos procesos de formación y de capacitación en muy diversos temas y dirigidas a públicos muy diferentes.

Este es un típico ingreso privado no sujeto al control de la Contraloría General de la República y por tal razón muy importante para la autonomía de las cámaras.

Uno de los grandes problemas de la educación y formación colombiana es que le entregó toda la responsabilidad al SENA – SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – organismo estatal del nivel nacional y no se previeron alternativas para satisfacer las necesidades de un país que estaba viviendo un crecimiento extraordinario de su población.

El SENA cumplió inicialmente bien su papel pero el crecimiento del país y la ineficiencia de la administración del estado lo desbordaron. Estas carencias de recursos y de políticas estimularon la creación de instituciones universitarias de dudosa calidad que ofrecieron programas nocturnos de formación a los bachilleres colombianos.

Los bachilleres colombianos que no van a entrar a una universidad tienen la opción de ingresar al SENA para recibir capacitación y conseguir el patrocinio de una empresa que le aporte recursos y le permita ejercitar las enseñanzas teóricas que ha recibido.

Esta formación, antaño bien valorada, ya no es suficiente para las empresas ni para las personas. Por tal razón muchos de los egresados del SENA deciden estudiar una carrera profesional en las horas de la noche y los fines de semana en una institución universitaria.

La oferta colombiana de tecnólogos es muy reducida y en ocasiones de mala calidad. Esto puede explicar que socialmente este tipo de educación no tenga el reconocimiento que se merece.

Como dijimos antes, en Europa los procesos de formación son totalmente distintos y están bajo la responsabilidad de las cámaras de comercio.

Un bachiller ya tiene claro si va a una de las diversas clases de universidades que existen o si entrará a uno de los programas de formación dual para trabajar en una empresa grande, mediana o pequeña.

En Alemania, por ejemplo, un o una joven que quiere ser panadero se presenta a la cámara micro empresarial de su localidad con o sin el patrocinio de un empresario del sector. Si no tiene empresa o patrón la cámara le ayuda a buscarlo. Nadie que no esté vinculado a un empresario puede iniciar un proceso de formación que se denomina

dual porque el aprendiz tiene un ciclo de formación en la escuela sobre un tema determinado para ponerlo en práctica a continuación en su empresa con la vigilancia y orientación de su Maestro. Una vez termina el proceso, la persona tiene la acreditación para ejercer el oficio pero puede seguir perfeccionando su formación para ascender a Maestro y tener la posibilidad de crear su propio establecimiento.

Gracias a un convenio suscrito por Confecámaras en 1997 con la DHT cúpula gremial alemana, las cámaras colombianas tuvieron la ocasión de conocer e implementar un modelo de educación universitaria dual iniciando con las carreras de administración de empresas en las ciudades de Armenia, Bogotá, Cali, Bucaramanga y Cartagena. En estas ciudades, a excepción de Bogotá, las cámaras han celebrado convenios con universidades privadas.

Describamos brevemente en que consiste el sistema de educación universitaria dual.

Para que un estudiante que haya pasado por unos exámenes previos muy duros pueda entrar a estudiar su carrera en el sistema dual debe estar vinculado a una empresa.

La universidad responde por la parte académica y la cámara de comercio tiene la responsabilidad de mantener el enlace entre la empresa, el estudiante y la universidad. En cada empresa deben existir uno o varios tutores que se encargan de vigilar y colaborar en el proceso de formación del estudiante en el período de tiempo que pasa en la empresa.

Los estudiantes ven en la universidad durante tres o dos meses un programa muy intenso de contabilidad y después van a su empresa a trabajar en el departamento de contabilidad. Y así sucesivamente con todas las materias de su pénsum.

Al final del período y aprobados los exámenes, la universidad está entregando a la sociedad un profesional con buena formación teórica y práctica y con un empleo asegurado. La empresa ha formado un profesional joven que le dará un gran aporte en el presente y futuro y la cámara de comercio cumple con el objetivo macro de fomentar el desarrollo regional y específico de formar personas que van a ser aprovechadas inmediatamente por las empresas de la región.

Nuestras propuestas son las siguientes:

1) El Gobierno y las cámaras se comprometerán a crear un sistema de educación dual para los niveles intermedios de formación de conformidad con pautas similares a las aplicables al sistema europeo continental (SISTEMA DUAL ALEMÁN). En cada departamento se debería crear un consejo de formación profesional en el que se agruparan la nación, las universidades, los empresarios y las cámaras de comercio para definir las prioridades por temas o materias y las cantidades de personas a formar en el ciclo correspondiente. El SENA también tendría participación en ese organismo.

El empresario tendrá la posibilidad de escoger entre la contribución normal al SENA o el patrocinio del o los estudiantes que le correspondan en el programa que el Consejo de formación profesional haya aprobado.

2) Las Cámaras se comprometerían a suscribir convenios con al menos una escuela de administración de empresas acreditada por el gobierno en cada departamento para fortalecer sus programas de estudios, patrocinar seminarios o cátedras y para establecer vínculos entre la academia y las empresas de la región. En las principales ciudades de Francia las cámaras de comercio tienen la responsabilidad de grandes y muy importantes escuelas de comercio, distintas de las universidades tradicionales.

I. Desarrollo regional

En esta enunciación tan amplia caben muchas de las más importantes actividades que desarrollan las cámaras de comercio.

Podríamos decir que este aparte está la clave para justificar la acción de las cámaras y el manejo de los recursos provenientes de los registros y de todos sus servicios.

Analizando las actas de los primeros años de la cámara de comercio de Bucaramanga se puede apreciar que los temas que ocupaban las sesiones de la junta directiva tenían que ver con el estado de los caminos, la navegación por el río Magdalena y, en general los asuntos que tenían que ver con los negocios de los empresarios.

Más adelante se comenzó a entender que si bien resultaba fundamental que los empresarios tuvieran éxito en sus negocios para generar riqueza en una región, era preciso analizar otros componentes para asegurar el desarrollo de una región.

Cuando las cámaras hablan de desarrollo regional y así varias de ellas tienen departamentos organizados, se piensa en los proyectos de infraestructura que requiere la región, se piensa en la educación, en los planes de desarrollo, en el urbanismo de las ciudades. Son los temas macro que interesan a todos los habitantes de una región.

Es en estos temas donde existe una relación estrecha con los congresistas, diputados, concejales y los gobernantes territoriales. Las cámaras son los referentes del sector privado en estos temas y sirven de enlace entre los empresarios y la clase política.

Casi todos los temas que tienen que ver con el desarrollo nacional y el regional se discuten y debaten en las cámaras de comercio. Si existe un problema de salud, con los hospitales, el foro natural es la cámara de comercio y allí se reúnen todos los sectores interesados en solucionar el problema.

Este trabajo, siempre positivo, a veces despierta recelos porque en ocasiones hay que asumir posturas que no son del agrado de algunos.

Sin este papel las cámaras se convertirían en algo idéntico a las oficinas de registro de instrumentos públicos.

J. Información comercial

En un escenario globalizado y altamente competido le exige al empresario conocer muy bien los sectores en donde va a vender sus productos o servicios.

El registro público de comercio del año 1931 buscaba que los comerciantes tuvieran una herramienta para asegurar sus negocios, para que el empresario de una ciudad pudiera hacer negocios con un empresario que no conocía en otra ciudad. Esa era y es la justificación para la publicidad de los hechos, actos y matrículas de los comerciantes.

Los registros de las cámaras constituyen un insumo muy valioso al cual hay que agregarle otro tipo de información y herramientas de sistemas para darle flexibilidad a la información.

Durante muchos años la mayoría de la información que se obtenía tenía como propósito fundamental conocer la situación crediticia de un empresario determinado. Este es el papel que cumplen la mayoría de las centrales de riesgos existentes.

Pero esa información no es suficiente para la toma de decisiones, se requieren más detalles y opiniones más calificadas. Una herramienta que tiene amplia utilización en los países desarrollados como son los sistemas de información geográfica comienza a ser usada para colocar en un contexto espacial la información de los registros de las cámaras.

El registro debe permitir que un empresario pueda tomar decisiones acerca de localización de un establecimiento de comercio en una zona específica de una ciudad.

Las cámaras deberán utilizar herramientas para unificar la información de varios registros como ocurre en otros países. Hemos consultado servicios por Internet en donde las bases de datos entregan en tiempo real información muy diversa sobre una persona. Específicamente indagamos por una persona y nos entregó gratuitamente una información básica sobre ella como la dirección y otros datos como el nombre de la escuela pública donde estudian los hijos. Pagando valores adicionales se puede conseguir más información. Un ejemplo se puede encontrar en la siguiente dirección: <http://find.intelius.com/>

En España existe también una empresa llamada AXESOR S. A., que utiliza el Web site www.axesor.es .

En este terreno hay mucho por hacer todavía y las cámaras colombianas deben continuar agregando valor a sus registros para que los empresarios tengan más claridad en la toma de sus decisiones.

Las cámaras de comercio y el Gobierno deberían suscribir acuerdos para que una persona pueda a través del sistema de las cámaras usando los registros existentes en

el país. Esta tarea, importante y dispendiosa, tiene que ser uno de los grandes objetivos nacionales para mejorar la productividad y competitividad de la nación.

K. Veeduría

Las funciones de veeduría se vienen ejerciendo desde hace más de veinte años pero es relativamente reciente la exigencia reglamentaria.

Aparte de las cámaras de comercio existen muchas otras personas y organizaciones que hacen veedurías. Sin temor a exagerar se podría afirmar que existen personas y organizaciones que han creado un “modus vivendi” alrededor de las veedurías.

Una buena veeduría en las modalidades que vamos a describir es costosa y siempre genera controversia. Si una veeduría no genera debates no cumple con su razón de ser, aún en los casos de veedurías concertadas con el responsable de las obras.

Se hacen varios tipos de veedurías muy diferentes:

La primera es una veeduría concertada, que se hace buscando transparencia y celeridad en la ejecución de unas obras.

La cámara de comercio de Medellín fue la entidad pionera en los procesos modernos de veeduría. Esa entidad realizó un proceso de veeduría muy completo a dos obras vitales para el desarrollo de Antioquia en los años ochenta como fueron el Aeropuerto José María Córdova en Rionegro y la carretera de Medellín a Bogotá.

Con el concurso profesional del ingeniero civil José María Prada, la cámara de comercio de Medellín publicaba periódicamente informes sobre los avances y problemas de esas dos obras.

Este tipo de veedurías es muy constructiva e importante pero resulta costosa para cámaras pequeñas.

Otra modalidad, la segunda, es una veeduría a los presupuestos y las finanzas de un ente territorial o una empresa estatal. En nuestra opinión esta veeduría es importante pero exige un esfuerzo de varios años para poder analizar períodos largos en los

comportamientos de los ingresos, los gastos y la inversión de los municipios o departamento. Tiene el inconveniente de analizar hechos cumplidos, las ejecuciones presupuestales de años anteriores. No es fácil, por el atraso de los sistemas de información de algunos municipios o por decisiones políticas de las autoridades estudiar períodos más cortos. Además, el sistema de cierres anuales de Colombia ha llevado a hacer muchos gastos en las últimas semanas y días de la vigencia presupuestal.

Las empresas estatales dedicadas a la prestación de servicios públicos domiciliarios han decidido negarse a entregar su información financiera porque alegan estar cobijadas por un régimen excepcional el de la Ley 142. En nuestra opinión esta ley buscaba mejorar la eficiencia y competitividad de las empresas del estado pero nunca impedir que la ciudadanía conozca sus estados financieros y los resultados de su gestión. Afortunadamente los entes estatales de control como las comisiones reguladoras y la Superintendencia de Servicios Públicos entregan información sobre las empresas estatales de servicios públicos.

La ciudadanía tiene derecho a saber si la empresa pública de la cual recibe servicios es eficiente o no comparada con otras del país y del exterior. Además, es importante que los empresarios conozcan los planes de esas empresas porque de una u otra manera afectarán su actividad.

Una empresa de suministro de agua que tenga problemas para atender a sus clientes y que no tenga planes sólidos para atender la demanda futura puede alterar de manera sustancial el crecimiento de un grupo de poblaciones.

La tercera modalidad es la de hacer veeduría a los procesos contractuales del estado con base en la Ley 80 de contratación del estado colombiano y otras normas posteriores.

La clave de esta veeduría está en la participación en el proceso de elaboración de los pliegos de la licitación porque una intervención en ese momento puede ahorrar muchos dolores de cabeza al estado y a los contribuyentes.

Con base en el Decreto 1270 de 2002 las entidades del estado están obligadas a publicar en su página Web un proyecto de lo que serán los pliegos de la licitación. Gracias a esta norma se ha podido hacer un trabajo muy importante de veeduría porque se previene acerca de posibles sesgos y errores en las licitaciones.

Los expertos en temas de licitaciones afirman, con razón, que los problemas de corrupción en los contratos del estado parten casi siempre del pliego de licitaciones.

L. Certificación Digital

Algunas cámaras de comercio se asociaron para crear la sociedad CERTICÁMARA S.A. que tiene como propósito ofrecer seguridad a las transacciones e intercambios electrónicos que se realizan en la actualidad.

Las innovaciones como el Internet, el comercio y el correo electrónico, el acceso remoto a bases de datos nos han hecho mucho más eficientes y nos han dado un acceso sin precedente a la información.

Pero esto ha sacado a flote preocupaciones tales como seguridad y confianza. El fraude, rastreo de información con fines delictivos, robo de datos, etc., han prevenido a muchos usuarios para aceptar y adoptar los beneficios del mundo electrónico. Por esto los usuarios esperan que la seguridad que ven en el mundo real se extienda al mundo digital.

¿Qué seguridad esperaría usted encontrar en este mundo digital?

Por ejemplo si usted desea enviar un documento importante como un contrato o un pago, existe un número básico de requerimientos legales que obliga a las partes comprometidas en la transacción y hacen que los documentos legalmente exijan a las partes a cumplir lo pactado. Para cumplir estos requerimientos legales en el mundo digital la transacción debe ser:

Autenticada: quien remite el mensaje debe ser quien dice ser y debe tener autorización para comprometer a su empresa con la transacción.

Integra: quien recibe un mensaje puede estar seguro que éste no fue alterado durante el envío.

Confidencial: el documento está protegido contra acceso por terceros.

Reconocido por las partes: Las partes no pueden desconocer o negar estar involucradas en la transacción.

Esto es lo que la Ley 527 de 1.999 definió y que las Entidades de Certificación tienen la responsabilidad de administrar.

¿Qué es una firma digital?

Es un método electrónico de firmar un documento constituyéndose en un medio seguro de garantizar el autor y emisor del documento. (Ver Ley 527 art. 28).

¿Qué valor tiene la firma digital?

Técnicamente puede demostrarse que ofrece más garantías que la firma real, ya que no puede duplicarse ni puede ser imitada. Pero debido a la calidad del proceso de registro que se siga en cada caso, tiene la calidad que éste le aporte, y la seguridad con la que se han generado las llaves. Desde el punto de vista jurídico tiene "... la misma fuerza y efectos que el uso de una firma manuscrita...", según lo definido en la Ley 527, parágrafo del art. 28.

IV. FUNCIONES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN OTROS PAISES

Hemos querido revisar las actividades que desarrollan las cámaras de comercio en diversos países de América y Europa para encontrar temas comunes.

La información la hemos obtenido de las páginas Web de las instituciones, resaltando las acciones de algunas que hemos podido apreciar personalmente.

A. Funciones y principales actividades de las cámaras de comercio en América Latina

1. Chile

Queremos hacer una presentación detallada de la cámara de Santiago porque en nuestra opinión es una organización exitosa y que sirve de ejemplo perfecto de lo que es una cámara gremial sin funciones públicas ni dualidades en su naturaleza jurídica.

En los estatutos de la Cámara de Comercio de Santiago⁸ encontramos las siguientes funciones:

- a) Velar por los intereses del comercio y ampararlos y defenderlos dentro del margen de las conveniencias nacionales;
- b) Procurar que la legislación nacional marche de acuerdo con las justas exigencias del comercio y propenda a su constante desarrollo;
- c) Extender el radio de acción del comercio nacional; fomentar la educación mercantil y la capacitación de los trabajadores del sector;
- d) Cooperar a uniformar las prácticas comerciales dentro del país, y adaptarlas en lo posible a las del comercio universal;

⁸ CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO DE CHILE. <http://www.ccs.cl/>

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

- e) Mantener el más alto nivel de corrección y escrupulosidad en las relaciones del comercio con el público y de los comerciantes entre sí;
- f) Ofrecer el arbitraje o la mediación amigable para la solución de las dificultades que puedan surgir entre agentes mercantiles;
- g) Mantener uno o más puntos de reunión, y en los cuales funcionará la gerencia de la Cámara;
- h) Organizar y participar en reuniones, congresos y conferencias de carácter nacional o internacional;
- i) Constituir o adherirse a otras organizaciones, entidades, federaciones o confederaciones, nacionales o extranjeras, en conformidad a la Ley.

Chile es un país que desde hace varios años ha decidido interactuar agresivamente en el mercado internacional. Eso implicaba celebrar tratados internacionales de libre comercio con muchos países para facilitar sus exportaciones. Los tratados son siempre bilaterales o multilaterales e imponen la apertura del mercado local para los empresarios de los demás países.

Estas razones explican las principales actividades de la cámara de Santiago.

Ellos las agrupan en dos grandes categorías: PROMOCIÓN DE NEGOCIOS y APOYO A LA GESTIÓN

Es útil analizar con algún detalle estas actividades usando las agrupaciones que ellos utilizan:

PROMOCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Comercio Exterior

1) PORTAL COMEX CCS

Es un portal Integral de Comercio Internacional que entrega toda la información necesaria para realizar operaciones de comercio exterior destacando antecedentes de

nuevos mercados, acceso a oportunidades de negocios, información estadística y de análisis con completas bases de datos y servicios de apoyo.

Incluye entre otros temas, calculadora de aranceles, registros de importación y exportación de los últimos 5 años, presentación de Chile, certificados empresariales, guía de servicios, capacitación, normativas, etc.

2) Comex a Medida

Servicio de comercio exterior, que proporciona soluciones a la medida de las necesidades de usuarios y empresas. A través de nuestros especialistas, construimos reportes y generamos análisis predefinidos por su empresa. Esta información puede ser proporcionada vía e-mail, medio magnético, medios impresos u otros.

3) VISACIÓN

Servicio de visación de documentos para exportación, exigidos a nivel internacional (facturas, listas de precios, certificados de origen).

Seminarios, talleres y mesas redondas

La Cámara de Comercio de Santiago organiza periódicamente Seminarios, Talleres y Mesas Redondas, que responden a la permanente necesidad de los empresarios nacionales de contar con información sobre temas económicos, de gestión, legislación, recursos humanos y tecnología, entre otros.

Estos encuentros, que abarcan desde Proyecciones Económicas hasta la organización conjunta con Naciones Unidas de la presentación del Informe Mundial de Inversiones, permiten a los empresarios nacionales estar al tanto de todos aquellos temas coyunturales de alto impacto para su gestión.

Adicionalmente, los encuentros organizados por la Cámara de Comercio de Santiago - que varían entre seminarios con más de 700 participantes y mesas redondas cerradas sobre temas específicos- constituyen un excelente ámbito de encuentro para quienes desean realizar nuevos contactos comerciales.

Estudios y publicaciones

La Cámara de Comercio de Santiago cuenta con una importante serie de estudios y publicaciones, que responden a las crecientes demandas del empresariado en términos de contar con información sobre temas: económicos, legales, de gestión y tecnológicos, entre otros.

Informativo Económico (semanal): analiza el panorama económico a través de análisis sectoriales, que abarcan temas de coyuntura. Este informativo incluye los principales indicadores económicos de uso habitual.

Informativo Laboral (mensual): analiza todas aquellas novedades en el ámbito laboral, que impacten al empresariado. Constituye un documento de gran utilidad para todas las divisiones de recursos humanos al interior de las empresas, ya que les permite mantenerse actualizadas.

Revista Comercio (quincenal): publicación gremial de la CCS que analiza todo tipo de temas de alto interés para el empresariado: económicos, de gestión, tecnología, recursos humanos, entre otros. También incluye útiles secciones de comunicación de las actividades realizadas por la CCS, de contactos comerciales y de publicidad para su empresa.

Movimiento Marítimo y Aéreo (semanal): entrega información sobre los itinerarios marítimos y aéreos, lo cual permite programar embarques de mercadería hacia y desde el exterior.

Estudios Especializados (trimestral): el Departamento de Estudios realiza publicaciones que analizan -con gran profundidad- temas de interés e impacto para el empresariado. Se trata de publicaciones que constituyen hitos a nivel nacional, tales como Proyecciones Económicas, Economía Digital e Impacto de la Factura Electrónica.

Grupos de Trabajo

La Cámara de Comercio de Santiago canaliza su actividad gremial a través de grupos, o comités de trabajo, en ámbitos de gran interés empresarial, cuya labor tiene un alto nivel de recepción por parte de la autoridad.

Estos grupos constituyen una valiosa instancia de cooperación, intercambio de información y diálogo entre empresarios, que permiten generar propuestas en las áreas de:

Exportación de Servicios

Comité de Comercio

Comercio Exterior

Ámbito Laboral

Ámbito Tributario

APOYO A LA GESTIÓN

Información para decisiones de negocios

Dada la relevancia de contar con información para la toma de decisiones de negocios, la Cámara de Comercio de Santiago, con su gran experiencia administrando el Boletín Comercial, creó la filial Databusiness, colaborando así en hacer más expedita y al alcance de todos, los sistemas de control de riesgo que permiten acceder a mejor información y mejores negocios.

Databusiness proporciona los siguientes servicios y productos de apoyo a la toma de decisiones, utilizando información pública y del cliente, relativa a personas naturales y jurídicas, relevante para potenciar negocios:

Informes y alertas comerciales.

Detección de fraudes.

Verificación y completitud de antecedentes.

Prospección y seguimientos de clientes.

Soluciones de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence)

Entre sus soluciones, destacan la línea de servicios predictivos de selección, fidelización y comportamiento de clientes. Modelamientos (scoring) de última generación permiten que su empresa genere ventajas competitivas en breve plazo,

gracias a un equipo profesional de Business Intelligence que asesora, capacita y construye la solución a su medida.

Las cámaras colombianas, gracias al apoyo financiero de varias instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo BID , el fondo de promoción de exportaciones PROEXPORT , entre otros, están dando pasos muy importantes para asesorar a las empresas en sus procesos de mejora de competitividad.

Formación de Recursos Humanos

A través de su Escuela de Comercio, la CCS realiza una importante labor en términos de formación y capacitación de recursos humanos.

En el ámbito de la formación, la Escuela de Comercio imparte cinco carreras técnicas, de alto impacto empresarial, que responden a las crecientes necesidades de internacionalización del país:

- Logística Operativa
- Comercio Electrónico
- Administración Comercial
- Comercio Exterior
- Transporte Internacional

En el ámbito de la capacitación, la Escuela de Comercio imparte una amplísima variedad de cursos y seminarios, abiertos y cerrados, en diversas áreas de interés empresarial.

Nos parece importante analizar brevemente la Escuela de Comercio.

La metodología a emplear por los chilenos es la misma que los alemanes han implementado en Colombia según el modelo de las “berufakademie” del estado federal de Baden-Wutemberg.

Lamentablemente no existe ningún intercambio de experiencia entre los colombianos y los chilenos que enriquecería los procesos de formación. Los chilenos nos podrían aportar mucho en campos como los de comercio exterior y logística operativa.

Solución de Conflictos Empresariales

El Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Santiago (CAM Santiago), constituye la más moderna y eficaz opción para la solución de conflictos comerciales a través de métodos alternativos, como el arbitraje y la mediación.

El Centro agrupa a destacados profesionales del ámbito legal del país, contando con 90 árbitros, 20 mediadores y un Consejo de 12 miembros, este último integrado por destacadas personalidades del mundo arbitral, que a su vez representan a los distintos sectores de la economía nacional.

Información y planificación de transporte

Itinerarios de Carga Marítima y Aérea

Este servicio, disponible en, www.itinerarios.cl permite la planificación de embarques para importadores y exportadores. Esto, proporcionando información completa y actualizada sobre las opciones de transporte desde y hacia Chile, por vía marítima y aérea.

Rutacert

El servicio Rutacert, operado en conjunto con la empresa Micrológica S.A., está dirigido a todas aquellas empresas que requieren transportar mercadería, materiales o personas, y que no poseen soluciones adecuadas a sus problemas operacionales relacionados con tiempos de entrega, volúmenes finales y rendimiento en general.

Rutacert utiliza un sistema de monitoreo de vehículos basado en el GPS, que permite obtener información certificada por la Cámara de Comercio de Santiago sobre la posición de sus vehículos en terreno: ¿dónde están? ¿Cuándo llegarán? ¿Cuánto tiempo estuvieron se detuvieron en la ruta?, entre otras opciones. Además de las ventajas de monitorear los vehículos, Rutacert entrega información procesada que permite tomar mejores decisiones.

Certificación Electrónica

Dado que la certificación electrónica es el único mecanismo que proporciona la seguridad indispensable para realizar transacciones vía Internet, la Cámara de

Comercio de Santiago creó -con el apoyo de CORFO- la primera Entidad Nacional de Certificación Electrónica, E-certchile www.e-certchile.cl

Actualmente, E-certchile es la única entidad a nivel nacional con licencia otorgada por el Ministerio de Economía, como certificadora de firma electrónica avanzada.

Los certificados emitidos por E-certchile garantizan, no sólo la identidad de las partes que negocian sin conocerse vía Internet, sino también la integridad de los contenidos de sus envíos, así como la aceptación de los compromisos adquiridos.

E-certchile emite certificados digitales de alta calidad, basados en estándares internacionales, que utilizan infraestructura de llave pública y llave privada. Esta última se almacena en una tarjeta inteligente que incluye un chip. La combinación de ambas "llaves" permitirán firmar y/o encriptar digitalmente un documento, ofreciendo tres servicios básicos de seguridad:

Comprobación de la identidad de la contraparte, a través de un certificado digital, lo que equivale a mirar su carné de identidad.

Firma digital, que combina el contenido del documento con la llave privada del originador, lo que permite asegurar la integridad de los datos del mensaje ya que garantiza la detección de cualquier alteración del contenido.

Confidencialidad, otorgada mediante la encriptación del mensaje, combinando su contenido con la llave pública del destinatario, obteniéndose como resultado un texto ilegible para quien no posea la llave privada que combina con la llave pública.

Los chilenos de una manera muy inteligente lograron que el sistema de comercio exterior y el de impuestos trabajaran con base en certificación electrónica.

Factura Electrónica

Para facilitar la aplicación del modelo de facturación electrónica desarrollado por el Servicio de Impuestos Internos (SII), orientado al ahorro de costos y tiempo, E-Certchile, la Entidad Nacional de Certificación Electrónica de la Cámara de Comercio de Santiago, desarrolló el software Facture, que administra documentos tributarios electrónicos en un ambiente seguro a través de certificación digital.

En sus dos modalidades:

Facture (software que se integra a su ERP o sistema administrativo)

Facture Service (modalidad ASP)

El modelo de facturación electrónica garantiza: fuerte ahorro en los costos administrativos de emisión de facturas, disminución de costos de almacenaje, eliminación de costos de impresión de facturas, eliminación de costos y tiempo asociados a timbres, mayor velocidad de recuperación de información, fin de multas por pérdida de documentos y mayor velocidad y transparencia en el proceso de venta y despacho.

Queda claro que no todo son los registros y que existe una gama muy amplia de servicios que las cámaras pueden prestar para atender las necesidades de los empresarios.

2. Perú

La Cámara de Comercio de Lima presta a sus socios o afiliados los siguientes servicios:

l) Asesoría Legal, en los campos tributario, comercial, laboral y otros de interés empresarial. Proporciona apoyo para la elaboración de contratos en forma gratuita, para lo cual puede contactarnos por teléfono, fax, e-mail o personalmente. También se brinda el servicio de Registro y Regularización de Protestos, proporcionándole asesoramiento para el levantamiento de sus protestos pendientes.

La Cámara de Comercio de Lima, de conformidad con la Ley N^o. 27287 -Ley de Títulos Valores-, conduce el Registro Nacional de Protestos y Moras, donde se anotan todos los títulos valores protestados a nivel nacional por las notarías, los juzgados de paz y las empresas del Sistema Financiero Nacional, así como los procesos penales por libramiento indebido de cheques y las cobranzas judiciales o arbitrales de los mismos.

El Registro también efectúa las anotaciones de los títulos valores en mora (letras, pagarés, warrants, cheques, etc.) que contengan la cláusula sin protesto y cuyos pagos a su vencimiento no se han efectuado.

El Registro Nacional de Protestos y Moras tiene carácter público y su base de datos constituye fuente de información de primera línea para el sistema crediticio del país.

Infocrédito es el servicio de información crediticia en línea que le ofrece la Cámara de Comercio de Lima, mediante el cual desde su casa u oficina puede acceder vía Internet a la base de datos del Registro Nacional de Protestos y Moras obteniendo información crediticia de la empresa o persona a quien va a otorgarle un crédito o simplemente para verificar antecedentes de pago.

II) Asesoría en Comercio Exterior, estadísticas de exportaciones e importaciones (Servicio CAMTRADE), normas legales, partidas arancelarias, oportunidades de negocios, oferta y demanda de sus productos y/o servicios dentro de nuestro Portal Empresarial www.e-camara.net, ferias, misiones internacionales y más información.

Al igual que muchas cámaras del mundo, excluyendo las colombianas, se presta el servicio de expedición de certificados de origen para exportaciones. Es el documento que identifica y certifica el origen nacional de las mercancías, a efectos que el exportador pueda beneficiarse de una preferencia o reducción arancelaria en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI, Comunidad Andina de Naciones - CAN, Sistema Generalizado de Preferencias de la Unión Europea - SGP - Andino, y los diversos Acuerdos de Alcance Parcial de Complementación Económica (AAP.CE) con Argentina, Brasil, Chile, Cuba, México, Paraguay y Uruguay.

III) Contactos, realice un seguimiento personalizado a las empresas y empresarios asociados a la CCL con su teléfono, direcciones, fax, y nombres de contacto.

IV) Capacitación, seminarios y cursos de alta especialización para usted y sus trabajadores.

V) Difusión y Promoción, presencia activa de su empresa en Internet, a través de nuestro Portal de Negocios "www.e-camara.net". Ediciones y publicaciones especializadas, a través de nuestros medios de difusión Usted podrá enviar sus encartes publicitarios, así como colocar sus notas de prensa. Su empresa obtendrá presencia en el Directorio Empresarial electrónico de nuestro Portal.

VI) Representatividad Gremial en Afiliaciones. Están los comités gremiales que son entes constituidos por la agrupación de los asociados de La Cámara de Comercio de Lima dedicados a un ramo determinado de negocios, que buscan analizar y formular propuestas puntuales de su sector.

- Comité Peruano de la Industria Cosmética
- Comité de Agentes y Representantes - CARFE
- Comité de Comerciantes Mayoristas
- Comité de Comercio Exterior - X.com
- Comité de Distribuidores de Productos Farmacéuticos
- Comité de Electrodomésticos
- Comité de Importadores de Maquinarias, Equipos, Repuestos y Herramientas
- Comité de Importadores y Comercializadores de Productos Químicos
- Comité de Importadores y Comerciantes de Vinos, Licores y Otras Bebidas
- Comité de Productos para la Salud y Ciencias Afines
- Comité de Servicios
- Comité de Tecnologías de la Información
- Comité de Turismo
- Comité para la Protección de Cultivos

3. México

a) Cámara nacional de comercio, servicios y turismo de Guadalajara⁹

Vamos a presentar de manera rápida su portafolio de servicios dirigidos fundamentalmente a sus socios:

BOLSA DE TRABAJO

⁹ CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE GUADALAJARA.
<http://www.canacogdl.com.mx/inicio.htm>

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Es la serie de acciones a través de las cuales varias empresas se aprovisionan de los aspirantes en número y cantidad suficiente, para ser sometidos a un proceso de selección de personal.

El departamento de Bolsa de Trabajo es una fuente de reclutamiento externa a la empresa cliente, por lo cual se le llama también Staff, ya que además puede asesorar y evaluar psicométricamente al personal de dicha empresa.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL

Además de los programas generales de formación tienen un programa que han diseñado para EMPRESAS EN CRECIMIENTO mediante el cual la cámara hace un diagnóstico de las necesidades específicas de cada empresa y diseña programas de formación para atender a sus necesidades.

Este programa “a la medida del cliente” tendrá a imponerse y las cámaras colombianas ya han comenzado a trabajar en este sentido porque tiene dos ventajas fundamentales: colaborar para mejorar la competitividad de la empresa y ofrecer al empresariado un producto de formación muy diferente al de instituciones como universidades.

COMERCIO EXTERIOR

Desarrollan las mismas actividades de todas las cámaras para apoyar a los empresarios en sus gestiones de importación y exportación pero tienen una cercanía grande con los trámites aduaneros.

ESTUDIOS ECONÓMICOS

Hacen encuestas y estudios en temas generales y específicos que interesan a las empresas como los niveles de salarios, las ventas y la seguridad de la región.

SERVICIOS FISCALES Y ANTE ENTIDADES DEL ESTADO

Ofrecen ayudas muy concretas para todos los trámites y recursos en materia de impuestos y frente a las diversas gestiones que un empresario requiere con otras dependencias del estado.

ASESORÍA JURÍDICA

Además del apoyo jurídico en temas de derecho mercantil y laboral están trabajando bastante para apoyar a sus socios en el derecho marcario.

Cuentan con una comisión dedicada a la MEDIACIÓN Y EL ARBITRAJE COMERCIAL con los mismos propósitos de las cámaras que ya hemos mencionado.

En materia turística la cámara ha organizado un programa llamado "TEQUILA EXPRESS" por el cual los turistas hacen un recorrido por la región, visitan hermosas haciendas y disfrutan de una degustación de tequila la famosa bebida que se originó en el estado de Jalisco. Y toda la actividad en medio de la música de los mariachis también originaria de esa región.

B. Funciones y actividades de las cámaras de comercio en España

1. Cámara de Madrid¹⁰

El campo de actividades de ésta cámara es muy grande y variado. Vamos a resumir los aspectos principales de sus realizaciones.

a) Asesoramiento a emprendedores

La Cámara de Madrid facilita a través de su Servicio de Creación y Desarrollo de Empresas información relacionada con la puesta en marcha de un proyecto empresarial, orientando y asesorando a los emprendedores sobre las siguientes materias: A) Definición del proyecto empresarial y elaboración del plan de empresa. B) Elección de la forma jurídica. C) Trámites administrativos. D) Obligaciones del empresario: Contables, Fiscales o Laborales

¹⁰ CÁMARA DE MADRID. <http://www.camaramadrid.es>

b) Ventanilla Única Empresarial

La Ventanilla Única Empresarial de Madrid y Getafe, han sido creadas por las Administraciones Públicas y la Cámara de Madrid para facilitar la labor de los nuevos empresarios. En un mismo espacio físico se les ofrece la oportunidad de obtener una completa información sobre el desarrollo de sus proyectos y la posibilidad de realizar los diferentes trámites que condicionan el inicio de su actividad. De esta forma, los procesos administrativos se agilizan y simplifican, reduciéndose los periodos de tramitación.

La Ventanilla Única Empresarial pone a su disposición, mediante cita previa presencial o telefónicamente, los siguientes servicios:

* Tramitación:

Hacienda, Seguridad Social, registros y autorizaciones de la Comunidad Autónoma, licencias municipales.

* Información y orientación administrativa:

Trámites, ayudas y subvenciones.

* Orientación empresarial:

Financiación, formas jurídicas, fiscalidad.

c) Financiación y Ayudas públicas

En esta apartado encontrará información sobre los diferentes convenios de financiación concertados por la Cámara de Comercio e Industria de Madrid con diferentes entidades financieras, así como las ayudas financieras ofrecidas por otros organismos y administraciones públicas.

Además, también podrá consultar el programa de ayudas que la Comunidad de Madrid ofrece a las empresas madrileñas. Esta sección incluye un conjunto de fichas descriptivas de las convocatorias de ayudas que se han publicado en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid.

d) Subcontratación de Madrid

La bolsa de subcontratación de Madrid es un servicio de la Cámara de Comercio e Industria para la promoción de las empresas subcontratistas madrileñas de los sectores metalúrgico, plástico, electrónico e ingenierías relacionadas con estos sectores.

Este servicio facilita a empresas subcontratistas el encuentro con los contratistas nacionales e internacionales que precisan desarrollar un proyecto mediante la fabricación y el montaje de partes o conjuntos.

Para ello, la Bolsa de Subcontratación dispone de una base de datos con información detallada de los subcontratistas madrileños, como es su equipo productivo, certificaciones y homologaciones que disponen y sectores para los que trabaja, todo ello en español, inglés, francés y alemán.

Esta labor de promoción se lleva a cabo en las principales ferias y encuentros internacionales de los sectores citados y mediante la publicación de un Boletín de Ofertas y Demandas de Subcontratación, que recoge la información obtenida en estos certámenes.

e) Corte de Arbitraje

Sorprende un poco que la Corte de Arbitraje de esta cámara funciona desde 1989. Han adoptado unas cláusulas para que los empresarios las incluyan en los contratos que celebran.

f) Formación

En otras partes de este escrito hemos resaltado la trascendencia que tiene la actividad formativa en las cámaras del sistema europeo continental. Y en Madrid ocurre algo parecido a tal punto que han creado un Instituto dedicado a esas actividades.

Inaugurado el 2 de marzo de 1992, es el centro con la oferta más amplia y con mayor número de cursos y alumnos en formación empresarial de la Comunidad de Madrid.

Más de 10.000 alumnos realizan cada año los cerca de 250 cursos del IFE: diplomados de tres años, formación profesional específica oficial de grado superior, títulos universitarios, ciclos de formación continua, cursos monográficos, cursos superiores y masters, jornadas y seminarios sobre los aspectos de mayor actualidad en las empresas.

El IFE distribuye su trabajo en ocho escuelas, cada una de ellas dedicada a diferentes áreas de formación:

Comercial.

Empresarial.

Desarrollo directivo e Innovación.

Idiomas: Español para Extranjeros e Idiomas para los Negocios (inglés, francés, alemán, italiano, chino y ruso).

Centro Universitario de Investigación y Formación Empresarial (CUIFE): programas Postrado.

Informática y Multimedia.

Programas Internacionales: programas con Instituciones Europeas y programas con la Unión Europea.

La Cámara propone así un sistema formativo que parte del conocimiento próximo de las empresas y de sus necesidades.

El Instituto de Formación Empresarial también ha puesto en marcha programas específicos para emprendedores; imparte formación para desempleados a través de diversos convenios con la Comunidad de Madrid, formación "a medida", que ofrece la posibilidad de diseñar un plan de formación especial para las empresas o asociaciones empresariales que lo soliciten; y formación a distancia tutorizada a través de su plataforma on line, IFE Virtual, destinada a colectivos con dificultades para realizar cursos presenciales.

Nos pareció importante presentar algunas cifras que nos muestren la magnitud del IFE:

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

2.000 m2 construidos en cinco plantas.

56 aulas, salón de actos, centro de Documentación, Biblioteca, cafetería y aparcamiento subterráneo y exterior.

Más de 70.000 horas lectivas impartidas en el año académico 98-99.

Más de 250 títulos diferentes.

Más de 600 convocatorias cada año de los distintos cursos.

Más de 10.000 alumnos cada año. Además, este próximo curso el IFE tendrá unos 2.000 alumnos más en diversos programas de formación on line con asistencia tutorial.

Cada año imparten clases en IFE más de 450 profesores.

En los campos de formación técnica que tanta falta hacen en Colombia esta cámara ofrece, entre otros, los siguientes: TÉCNICO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, TÉCNICO SUPERIOR EN COMERCIO INTERNACIONAL, TECNICO SUPERIOR EN DESARROLLO DE APLICACIONES INFORMÁTICAS, TÉCNICO SUPERIOR EN INFORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICAS

Sobre programas de formación podríamos dedicar mucho espacio. Creemos que las cámaras colombianas tienen que trabajar mucho más en este sentido.

Queremos destacar un programa en particular que combina formación y empleo.

La cámara de Madrid con el concurso de la Comunidad Autónoma de Madrid y la Unión Europea creó lo que ellos denominaron LA UNIDAD DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO.

En un viaje por la Comunidad de Castilla y León tuvimos ocasión de conocer un programa llamado ESCUELA TALLER que ha tenido un gran éxito en España y que ha sido traído a Colombia. Gracias a estas escuelas se han podido refaccionar muchos monumentos históricos como capillas y catedrales románicas y góticas que estaban muy deterioradas. Los alumnos aprendían su oficio de restauración en el sitio que necesitaba ser recuperado.

La cámara de Madrid escogió trabajar en dos áreas:

1-. Área de desarrollo de proyectos de Escuelas Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo

- * Promoción y asesoramiento en la elaboración de nuevos proyectos.
- * Análisis y valoración de los proyectos presentados al Servicio Regional de Empleo para su aprobación.
- * Asistencia técnica a la gestión de los proyectos aprobados, diseño de acciones formativas de apoyo y de planes de comunicación.
- * Diseño y aplicación de los sistemas de evaluación de la calidad formativa de los proyectos.

2-. Área de colocación e inserción

- * Creación de redes de información y asesoramiento para la inserción laboral de los alumnos trabajadores por cuenta ajena.
- * Divulgación y acercamiento de los programas de Escuela Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo al mundo empresarial de la Comunidad de Madrid.
- * Fomento del espíritu de empresa. Creación de instrumentos de apoyo a las iniciativas empresariales surgidas del programa: autoempleo y creación de empresas.
- * Evaluación de la inserción laboral de los alumnos trabajadores que se forman en los proyectos.

g) Intermediación Laboral

A través de su Centro de Apoyo a la Intermediación Laboral, la Cámara de Madrid ofrece a las empresas y a los demandantes de empleo de la Comunidad de Madrid un nuevo Servicio de Intermediación Laboral. Su objetivo es colaborar con los empresarios en la selección de candidatos para cubrir sus ofertas de empleo y, al mismo tiempo, ofrecer a los demandantes de empleo nuevas oportunidades para acceder al mercado laboral.

El servicio incluye un área de empresas, un área de demandantes de empleo y un área de noticias en la que se incluirán temas de relevante interés en materia de empleo y contratación.

h) Comercio exterior

Además de las funciones clásicas de promoción del comercio queremos resaltar la creación de un portal de Internet llamado exportmadrid.com en donde se presenta la oferta exportadora madrileña y la información de compañías de otros lugares interesadas en hacer negocios en Madrid y en España.

i) Medio ambiente

Queremos destacar únicamente este proyecto dentro de las varias líneas en que la cámara trabaja:

Proyecto Enerline

El uso eficiente de la energía en las empresas puede ser una ventaja competitiva a la vez que un ahorro de costes. Por este motivo la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria de Madrid y AEDIE, ha desarrollado Enerline para ayudar a las empresas a utilizar la energía de una manera más eficiente.

Enerline consta de tres líneas de actuación:

- Información sobre mejores prácticas energéticas: enlaces y documentos de interés para conocer como obtener una mayor eficiencia energética.
 - Pre diagnóstico on line: permite evaluar la situación energética de la empresa
 - Petición on line de un servicio de prediagnóstico energético.

j) Innovación y Nuevas Tecnologías

Este es un tema de mucho trabajo para la cámara de Madrid y ha desarrollado muchos programas interesantes para propiciar la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías por parte del empresariado de esa Comunidad.

Nos llamó la atención un programa que puede tener un desarrollo muy interesante

Sello ChamberTrust

Confianza y visibilidad internacional de su negocio en Internet

El sello ChamberTrust es la marca de confianza que proporcionan las Cámaras de Comercio de todo el mundo a las empresas que desean ofrecer garantías de los productos y servicios que comercializan a sus potenciales clientes.

Aportamos confianza

A la hora de realizar negocios es fundamental ofrecer garantías de que la información que se ofrece es veraz: ¿cómo saben sus potenciales clientes -y sobre todo si estos son de otros países- que su empresa existe? ¿Cómo podemos asegurar que los productos que se muestran en la Web son los que la empresa realmente comercializa? ¿Hay garantías de que la dirección de Internet en la que aparece la información pertenece a la empresa?

Si la empresa dispone de sello ChamberTrust, estará garantizando a sus visitantes que:

- * La empresa existe.
- * Los productos y/o servicios que comercializa son los que muestra en la Web.
- * La dirección de Internet pertenece a la empresa.

Para la obtención del sello, todos estos datos son previamente verificados por la Cámara de Madrid como miembro de la red mundial de Cámaras de ChamberTrust. Una vez validada la información se envía el sello a su empresa, el cual se sitúa en las páginas Web y en cualquier material promocional que desee.

V. EL GOBIERNO DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

A. Sistema Colombiano

Como pudimos apreciar en un capítulo anterior la definición de la naturaleza jurídica de las cámaras necesitó desarrollos doctrinales y jurisprudenciales hasta llegar a aceptar su naturaleza privada. Pero de todos modos, son personas jurídicas atípicas con particularidades que las distinguen de otras corporaciones. Y la más importante es tal vez que su asamblea no es un órgano deliberativo que tiene la potestad de ocuparse de todos los asuntos de la entidad. En las cámaras de comercio las asambleas solamente eligen a la junta directiva y a partir del año 2004 al Revisor Fiscal.

Si bien la fuente de poder superior de las cámaras de comercio es la asamblea que se reúne cada dos años, las asambleas se ocupan de elegir las dos terceras partes de la junta directiva y a partir del año 2002 de la designación del Revisor Fiscal.

En consecuencia, corresponde a las juntas directivas la responsabilidad de dirigir cada cámara de Comercio.

El legislador dispuso en el artículo 60 del Código que el Gobierno Nacional estará representado en las juntas directivas de las cámaras hasta en una tercera parte de cada junta. Se delegó a un decreto reglamentario señalar el número de miembros de las juntas directivas y el de los representantes del Gobierno.

En nuestra opinión no tiene ninguna justificación que el Gobierno tenga esa representación en las juntas directivas. Si lo que animaba al legislador era el deseo de mantener cierto control sobre organizaciones que tenían la responsabilidad de prestar algunos servicios públicos delegados, nos parece que no era el camino idóneo. Para eso estaba y está la Superintendencia de Industria y Comercio o quien haga sus veces.

Y a la luz de las definiciones sobre la naturaleza jurídica de las cámaras creemos que ese artículo 60 debería ser derogado o declarado inexecutable.

A pesar de estas afirmaciones jurídicas debemos ser justos en afirmar que los Gobiernos han sido responsables en el nombramiento de sus representantes y han escogido casi siempre personas con reconocido liderazgo en el sector empresarial. Y, por circunstancias políticas, los delegados del Gobierno permanecen en sus cargos algo más de los cuatro años de un período presidencial. El Gobierno solamente hace cambios por circunstancias muy delicadas y cuando considera que con su decisión va a hacer un aporte importante en la administración de una cámara de comercio.

En las cámaras de comercio existe siempre una dualidad. De un lado, su vocación es y será siempre la de colaborar con el gobierno para promover el desarrollo de su región. Pero, de otra parte, tiene el deber de hacer acciones para vigilar la gestión del estado. Con mucha frecuencia se presentan conflictos entre estas dos funciones y eso se refleja en su junta directiva. El gobierno tiene la tentación de usar su poder de designación de representantes en las juntas directivas para tomar partido en un sentido u otro.

Esto no es una mera elucubración teórica. En agosto del año 2005 se ha presentado una situación que vale la pena comentar. Las relaciones de ECOPETROL con los empresarios de Barrancabermeja no han sido fáciles en los últimos tiempos porque aunque tienen claridad en que se necesitan mutuamente, la cámara de comercio como representante de los empresarios locales se queja de que ECOPETROL compra muy poco a los empresarios locales.

El gobierno nacional acaba de tomar una decisión y fue la de nombrar como sus delegados en la junta directiva de esa cámara a los gerentes de ECOPETROL en esa región. Esta determinación puede ser muy positiva para estimular el desarrollo de Barrancabermeja pero también puede significar serios problemas para el manejo de la cámara.

Hemos querido traer este ejemplo para ilustrar acerca de esa dualidad a que hacíamos referencia.

El Decreto reglamentario vigente es el 898 de 2002 y es importante que lo veamos en detalle.

Dice su artículo 12 lo siguiente: “Cada Cámara de Comercio tendrá una Junta Directiva integrada por personas naturales o representantes legales de personas jurídicas con matrícula vigente a la fecha de la elección en el registro mercantil de la respectiva Cámara. Además deben estar domiciliados dentro de la circunscripción territorial de la misma cámara, ser ciudadanos colombianos de reconocida honorabilidad y no haber sido sancionados por ninguno de los delitos indicados en el artículo 16 del Código de Comercio. Cuando la elección se realice entre afiliados se requerirá adicionalmente esta calidad.

El matriculado o afiliado, según sea el caso, para ser elegido como directivo deberá tener dicha calidad, durante los dos (2) años calendario anteriores al año en que se realice la elección.

Las Juntas Directivas se integrarán teniendo en cuenta el número de comerciantes con matrícula vigente al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior al que se realiza la elección, de la siguiente manera:

1. Las Cámaras de Comercio que tengan hasta 15.000 comerciantes, seis (6) miembros principales y seis (6) suplentes personales.
2. Las Cámaras de Comercio con más de 15.000 y hasta 30.000 comerciantes, nueve (9) miembros principales y nueve (9) suplentes personales.
3. Las Cámaras de Comercio con más de 30.000 comerciantes, doce (12) miembros principales y doce (12) suplentes personales”.

Para los miembros gubernamentales se dispuso lo siguiente en el artículo 13 del Decreto 898 de 2002: “Los miembros de las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio designados por el Gobierno Nacional son sus voceros y deberán obrar consultando la política gubernamental y el interés de las Cámaras ante las cuales actúan.

Para ser designado por el Gobierno Nacional miembro de la Junta Directiva de una Cámara de Comercio, no se requiere el requisito de la matrícula mercantil o de afiliación”.

Las cámaras de comercio son de los empresarios pero en su órgano de dirección pueden estar personas que no sean comerciantes.

El decreto introduce un elemento interesante cuando reconoce como un valor importante la antigüedad de un empresario para poder participar en el proceso de elecciones de una junta directiva.

¿Quiénes son los integrantes de las Cámaras de Comercio?

En principio el artículo 79 del Código de Comercio dispuso que las cámaras estarán integradas por los comerciantes inscritos en el registro mercantil. *“Cada cámara de comercio estará integrada por los comerciantes inscritos en su respectivo registro mercantil. Tendrá una junta directiva compuesta por un número de seis a doce miembros, con sus respectivos suplentes, según lo determine el Gobierno Nacional en atención a la importancia comercial de la correspondiente circunscripción.”*

Estamos en presencia de una especie de Colegiatura obligatoria para los comerciantes puesto que si uno de los deberes impuestos al comerciante es el de inscribirse en el registro mercantil (Artículo 19 ordinal 1 del Código de Comercio) esto implica necesariamente la vinculación a la cámara de comercio de esa jurisdicción.

Y el legislador es prolijo en señalar la forma en que el comerciante debe cumplir con los deberes impuestos en el artículo 19. En el artículo 31 del mismo estatuto dispone: *“La solicitud de matrícula será presentada dentro del mes siguiente a la fecha en que la persona natural empezó a ejercer el comercio o en que la sucursal o el establecimiento de comercio fue abierto. Tratándose de sociedades, la petición de matrícula se formulará por el representante legal dentro del mes siguiente a la fecha de la escritura pública de constitución o a la del permiso de funcionamiento, según el caso, y acompañará tales documentos. El mismo plazo, señalado en el inciso primero de este artículo se aplicará a las copropiedades o sociedades de hecho o irregulares, debiendo en este caso inscribirse todos los comuneros o socios”.*

Y en el artículo 33 establece la obligación de renovar la matrícula anualmente dentro de los tres primeros meses del año.

Con estas precisiones regresemos al tema que nos ocupa esto es la asamblea de las cámaras de comercio.

En el artículo 81 se fijan las pautas generales del proceso de designación de los representantes de los empresarios en las juntas directivas y se incorpora un elemento trascendental como es el de los afiliados. Cuando una cámara tenga más de trescientos comerciantes inscritos en el registro mercantil, la elección de los directores se hará por los comerciantes afiliados, siempre que el número de éstos sea superior al diez por ciento del total de inscritos.

¿Quiénes son entonces los afiliados a las cámaras de comercio?

El artículo 92 del Código dice que los comerciantes que hayan cumplido y estén cumpliendo los deberes de comerciante, podrán ser afiliados a una cámara de comercio cuando así lo soliciten con el apoyo de un banco local o de tres comerciantes inscritos en el mismo lugar.

Durante muchos años en los estatutos de las cámaras se establecían criterios o pautas para aceptar o rechazar la afiliación de un empresario. Un criterio importante en la Cámara de Comercio de Bucaramanga era el de la antigüedad de la matrícula mercantil. Existían y existen muchos indicadores que muestran como un gran porcentaje de empresas no logran superar el primer año de existencia porque no son bien manejadas o no logran enfrentar a la competencia. Se creía que un empresario que tenía cinco años de vigencia de su matrícula ya había demostrado ser capaz de sobrevivir a los primeros avatares de la dura competencia y mantenía el respaldo de sus proveedores y banqueros.

La Superintendencia de Industria y Comercio había interpretado que no era potestativo de una junta directiva aceptar o negar una solicitud de afiliación.

Si el afiliado solicita la afiliación y acredita el cumplimiento de los requisitos del artículo 92 la cámara de comercio tendrá que aceptarlo como tal. En consecuencia, las Cámaras deberán modificar sus estatutos para cambiar estipulaciones que contenían limitaciones a la aceptación de una solicitud de afiliación.

La Superintendencia de Industria y Comercio, en concepto 99060208-03 afirmó lo siguiente : "Las cámaras de comercio deben aceptar como afiliados a quienes han cumplido con los requisitos legales, lo que les permite acceder a tal calidad, sin que les sea procedente analizar otros aspectos tales como su moralidad, ética o en general elementos que la ley no contiene. Se considera que una vez acreditado el cumplimiento de los requisitos exigidos por la ley, el órgano facultado para tal fin deberá aceptar la afiliación solicitada sin consideraciones adicionales"

Hasta hace poco tiempo, diez o quince años, se consideraba a los afiliados a una cámara de comercio como miembros de un club que tenían que pagar una suma de dinero importante y además cumplir requisitos de ley, profesionalismo y solvencia moral.

En la actualidad el tema es muy distinto y no solamente por la interpretación estricta de la ley sino por un hecho mucho más evidente: las cámaras necesitan muchos afiliados para poder seguir haciendo elecciones entre un grupo relativamente menor frente al escenario de hacer elecciones con los inscritos o matriculados.

El Decreto 898 de 2002 es muy claro cuando establece: "Artículo 5°. Los comerciantes que hayan cumplido y estén cumpliendo los deberes de comerciante, podrán ser afiliados de una Cámara de Comercio cuando así lo soliciten.

La Junta Directiva fijará el valor de la cuota anual de afiliación.

El afiliado que se encuentre al día en el pago de esta cuota tendrá derecho a elegir y ser elegido miembro de la Junta Directiva y a gozar de los derechos y prerrogativas consagrados en el régimen de los afiliados.

En desarrollo del numeral 3° del artículo 92 del Código de Comercio, el afiliado tendrá derecho a obtener gratuitamente los certificados que se relacionen con su propia actividad mercantil y en un número que sea proporcional a la cuota anual de afiliación que cancele a la respectiva Cámara de Comercio.

Artículo 6°. El carácter de afiliado a una Cámara de Comercio se pierde por el incumplimiento en el pago de la cuota anual de afiliación o por la falta de renovación

de la matrícula mercantil o por el incumplimiento de las obligaciones señaladas en el régimen de afiliados.

La pérdida del carácter de afiliado a una Cámara de Comercio no implica perder el carácter de comerciante matriculado ni la cancelación de la respectiva matrícula”.

Mencionemos rápidamente los deberes del comerciante estipulados en el artículo 19 del Código:

Matricularse en el registro mercantil

Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad

Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales

Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades

Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal

Una vez se establezca si la elección de los representantes de los empresarios se hace con los afiliados o los matriculados se inicia un proceso común para todas que se ha regulado por la Superintendencia de Industria y Comercio. El artículo 82 establece el marco general y ha delegado en el Gobierno la reglamentación de los detalles.

El Decreto 726 del 18 de abril de 2000 ha cumplido esa función reglamentaria con lujo de detalles.

Cumplidas una serie de publicaciones de avisos e inscritas las listas en las Alcaldías en donde tuviere jurisdicción las cámaras el Artículo 2 señala: *“Oportunidad de las elecciones: Los directores de las cámaras de comercio representantes de los comerciantes, serán elegidos en asamblea que para el efecto sesionará cada dos años por derecho propio, el primer jueves hábil del mes de junio, entre las 8:00 a.m. y las 6:00 p.m.”.*

En la elección podrán sufragar, según el caso, los comerciantes matriculados o afiliados que estén al día en sus obligaciones al último día hábil de marzo del año en que se efectúe la elección.

Las listas se elaboran libremente por personas con capacidad para elegir y ser elegidas y no tienen ningún condicionamiento en el sentido de dar representatividad a los diversos sectores económicos relevantes en la jurisdicción.

Las reglas para la votación son muy sencillas:

1. Las elecciones se efectuarán en la sede de la cámara de comercio, en sus seccionales y en sus oficinas. En cada sitio se dispondrá de un número adecuado de mesas;
2. Cada comerciante tendrá derecho a un voto en cada una de las cámaras de comercio donde se encuentre inscrito;
3. Los comerciantes personas naturales votarán personalmente y las personas jurídicas a través de quien ostente la calidad de representante legal. En ambos casos se identificarán al momento de sufragar.

El Código de Comercio en su artículo 84 dispuso que el voto fuera personal e indelegable y que las sociedades deberían votar a través de sus representantes legales.

Esta sencilla disposición ha sido muy favorable para las cámaras porque ha evitado que pocas personas se apoderen de las cámaras utilizando un mecanismo de poderes y aprovechándose de circunstancias de preeminencia en el mundo de los negocios. Sin embargo, con el crecimiento del país y especialmente de algunas ciudades era preciso abrir camino a fórmulas tecnológicas que permitieran el acceso de manera virtual al proceso electoral.

El Decreto 726 de 2000 reglamentó el voto electrónico. “Artículo 11. Votación por mecanismos electrónicos: Las cámaras de comercio podrán disponer en su sitio en Internet un dispositivo para la votación vía electrónica o un mecanismo de recepción de votos vía fax.

Las alternativas previstas en este artículo deberán adoptarse por la junta directiva antes de finalizar abril del año de elecciones. En este evento, la decisión debe incluir la adopción de mecanismos idóneos para garantizar la confiabilidad, seguridad y transparencia del mecanismo.

Las cámaras de comercio que decidan dar aplicación a uno o ambos mecanismos de que trata este artículo darán a conocer a la Superintendencia de Industria y Comercio a más tardar el 15 de mayo del año correspondiente a la elección, de modo justificado, el mecanismo de seguridad que se implementará. En caso que la Entidad no lo estime procedente, el Superintendente Delegado para la Promoción de la Competencia rechazará la alternativa para cada cámara en particular.

El voto rendido por mecanismos electrónicos o fax es indelegable y tendrá la misma validez del voto rendido en forma presencial.

Para todos los efectos, el sitio electrónico y el acceso vía fax se considerarán como mesas de votación.

Una impresión de los resultados de la votación realizada a través de medios electrónicos y la certificación de las recepciones de fax firmadas por el jurado de la mesa correspondiente, se adjuntarán al acta de escrutinio parcial de la mesa”.

Algunas cámaras colombianas han utilizado mecanismos de voto electrónico pero implementar un sistema que de plenas garantías y mantenga el principio de voto personal e indelegable es muy costoso. Se ha utilizado un sistema parecido al de las claves para las tarjetas de crédito y débito utilizando empresas especializadas para entregar personalmente cada clave.

En una cámara de comercio detectaron que desde un mismo lugar se votaron a nombre de muchas empresas diversas. En otras palabras, la imaginación local reemplazó la solicitud de poderes por la solicitud de claves. ¿Cuál es la diferencia con las claves de las tarjetas débito y crédito? A nadie se le ocurre entregar una clave de esas porque sería como entregar dinero, pero una clave que solamente es válida para votar en la elección no tiene contenido económico que afecte directamente al poseedor .

El camino correcto sería a través de un sistema de certificación digital pero por diversas razones tecnológicas y de logística un certificado de esos tiene un precio cercano a los cien dólares de Estados Unidos. Y esa es una suma muy grande, mucho

mayor que lo que anualmente pagan la gran mayoría de los afiliados a una cámara de comercio.

Como ocurre con frecuencia en Colombia, nuestros legisladores siempre quieren estar en lo más reciente de las modas intelectuales y técnicas pero no se detienen a analizar las circunstancias económicas reales.

Regresando a la elección de la junta directiva se ha podido advertir que está ocurriendo un fenómeno similar al que sucedía hasta hace poco con las elecciones para las corporaciones públicas. Si hace veinte años se presentaban listas que intentaban dar representatividad a los diversos sectores, ahora se presentan planchas de uno o dos renglones porque la elección se ha vuelto unipersonal.

Hemos apreciado que las juntas de las cámaras siguen siendo importantes pero han perdido mucha representatividad de la comunidad empresarial. Allá llegan ahora los que tienen votos, los que dedican esfuerzos a conseguirlos. Antes también había que hacer esfuerzos pero se vinculaba a personas con mucho talento y liderazgo pero poco dadas a realizar esas campañas.

Si no se establece un mecanismo para propiciar una adecuada participación sectorial las cámaras se distanciarán de los gremios de la producción y los servicios y perderán mucha fuerza entre el sector privado.

A partir del año 2004 las asambleas de las cámaras comenzaron a elegir los revisores fiscales de las cámaras de comercio. Antes, las juntas directivas elegían a los revisores fiscales. Este cambio está dentro de la tradición colombiana no nos merece mayores comentarios porque de todos modos las juntas directivas juegan un papel importante para escoger a las empresas de revisoría que se presentarán a consideración de la asamblea.

Hacer elecciones cada dos años no nos parece lo más recomendable porque este es un proceso largo y costoso y el período no da mucho tiempo para que los miembros de la junta puedan establecer sus políticas y vigilar su implementación. Lo ideal sería, en nuestro concepto, hacer elecciones cada cuatro años.

B. En España

La legislación española es reciente y en nuestra opinión bastante clara sobre el funcionamiento de las cámaras. Se trata de la Ley 3 de marzo 22 de 1993 y recibe la denominación de Ley Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.

1. Quienes hacen parte de las cámaras

“Artículo 6. Electores.

1. Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, que ejerzan actividades comerciales, industriales o navieras en territorio nacional, tendrán la condición de electores de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, dentro de cuya circunscripción cuenten con establecimientos, delegaciones o agencias.

2. En especial, se considerarán actividades incluidas en el apartado anterior, las ejercidas por cuenta propia, en comisión o agencia, en el sector extractivo, industrial, de la construcción, comercial, de los servicios, singularmente de hostelería, transporte, comunicaciones, ahorro, financieros, seguros, alquileres, espectáculos, juegos, actividades artísticas, así como los relativos a gestoría, intermediación, representación o consignación en el comercio, tasaciones y liquidaciones de todas clases, y los correspondientes a agencias inmobiliarias, de la propiedad industrial, de valores negociables, de seguros y de créditos.

En todo caso, estarán excluidas las actividades agrícolas, ganaderas y pesqueras de carácter primario y los servicios de Agentes y Corredores de Seguros que sean personas físicas así como los correspondientes a profesiones liberales no incluidas expresamente en el párrafo anterior.

3. Se entenderá que una persona natural o jurídica ejerce una actividad comercial, industrial o naviera cuando por esta razón quede sujeta al Impuesto de Actividades Económicas o tributo que lo sustituya”.

Como puede apreciarse tenemos un universo de miembros sustancialmente igual al de Colombia.

2. Órganos de Gobierno

Es preciso conocer lo que señaló la Ley 3 de 1993 artículo 7

“ORGANIZACIÓN.

1. Los órganos de Gobierno de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación son el Pleno, el Comité Ejecutivo y el Presidente.

El Pleno es el órgano supremo de Gobierno y representación de la Cámara y estará compuesto por los miembros que se enumeran a continuación, y cuyo mandato durará cuatro años:

Los Vocales que, en número no inferior a diez ni superior a sesenta, sean elegidos mediante sufragio libre, igual, directo y secreto, entre todos los electores de la Cámara, clasificados en grupos y categorías en la forma señalada en el artículo siguiente.

Los Vocales que, en número comprendido entre el 10% y el 15% de los señalados en el párrafo anterior, deberán ser elegidos por los miembros del Pleno mencionados en dicho párrafo, entre personas de reconocido prestigio en la vida económica dentro de la circunscripción de cada Cámara, propuestas por las organizaciones empresariales a la vez intersectoriales y territoriales más representativas. A este fin, las citadas organizaciones deberán proponer una lista de candidatos que supere en un tercio el número de vocalías a cubrir.

El Comité Ejecutivo es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta de la Cámara y estará formado por el Presidente, Vicepresidentes, el Tesorero y los miembros del Pleno que se determinen. La Administración tutelante regulará el número de miembros integrantes del Comité, pudiendo designar a un representante que deberá ser necesariamente convocado a las reuniones del indicado órgano.

El Presidente, que será elegido por el Pleno en la forma que determine el Reglamento de Régimen Interior, ostentará la representación de la Cámara, la presidencia de todos sus órganos colegiados y será responsable de la ejecución de sus acuerdos.

2. Las Cámaras tendrán un Secretario General con voz y sin voto, que velará por la legalidad de los acuerdos de los órganos de Gobierno y cuyo nombramiento, previa convocatoria pública de la vacante, y cese corresponderán al Pleno de la Corporación por acuerdo motivado adoptado por la mitad más uno de sus miembros.

También será competencia del Pleno el nombramiento de los titulares de los demás cargos de alta dirección.

Todo el personal al servicio de las Cámaras quedará sujeto al Derecho laboral.

3. Cada Cámara tendrá su propio Reglamento de Régimen Interior, que será propuesto por el Pleno Corporativo y aprobado por la Administración tutelante, la cual podrá también promover su modificación. En él constará la estructura de su Pleno, el número y forma de elección de los miembros del Comité Ejecutivo y, en general, las normas de funcionamiento de sus órganos de Gobierno, así como el régimen del personal al servicio de la Cámara”.

Acá si encontramos diferencias fundamentales con el sistema colombiano porque en España existen la figura del Pleno y del Comité Ejecutivo que no tenemos en Colombia. En nuestro país las juntas directivas asumen la totalidad de esas funciones.

La legislación de la Generalitat de Cataluña Ley 14/2002, de 27 de junio hace más precisiones sobre El Pleno de las cámaras. Y nos parece muy importante transcribirlo porque si bien se tiene que enmarcar dentro de la Ley 3 de 1992 nos ofrece detalles sobre la idea de elegir un órgano de gobierno verdaderamente representativo de la actividad empresarial:

“Artículo 22. El pleno.

1. El pleno es el órgano supremo de gobierno y representación de la cámara. En él tienen representación todos los electores mediante los miembros siguientes:

Los vocales que, en número no superior a sesenta ni inferior a diez, sean elegidos mediante sufragio libre, igual, directo y secreto entre todos los electores de la cámara, los cuales deben distribuirse en grupos, categorías y, si procede, subcategorías, de manera que estén representados los intereses económicos generales y tengan adecuada presencia las diversas modalidades comerciales, industriales, de servicios y, si procede, navieras de los respectivos ámbitos territoriales, de acuerdo con la importancia económica relativa de los diversos grupos económicos.

Los vocales que, en número comprendido entre el diez y el 15 % de los señalados en la letra a, sean elegidos por los otros miembros del pleno a que se refiere dicha letra a entre personas de reconocido prestigio en la vida económica del ámbito territorial de la cámara, a propuesta de las organizaciones empresariales más representativas en el ámbito territorial de la correspondiente cámara que, siendo intersectoriales y territoriales al mismo tiempo, tengan la condición legal de más representativas. Con esta finalidad, las organizaciones mencionadas deben proponer una lista de candidatos que supere en un tercio el número de puestos a cubrir.

2. La condición de miembro del pleno es única e indelegable y su mandato es de cuatro años. Los miembros del pleno a los cuales hace referencia el artículo 22.1.a no pueden representar más de un grupo, categoría o, si procede, subcategoría del censo electoral. Ninguna persona física puede representar a más de un miembro del pleno en el ejercicio de su función.

3. El pleno se constituye dentro del mes siguiente a la fecha de las elecciones. El órgano tutelar, consultando previamente a las cámaras, debe fijar la fecha de la sesión constitutiva, la cual debe ser presidida por el titular del órgano tutelar o la persona en quien delegue.

4. El pleno queda constituido y toma acuerdos válidamente si concurren los quórum de asistencia y de votación que, para la primera o la segunda convocatoria, establece el artículo 23.2.

5. Si hay vocalías que no hayan sido cubiertas, deben declararse vacantes y debe iniciarse el procedimiento reglamentario establecido para cubrirlas. Respecto de las vocalías que hayan sido objeto de impugnación, debe esperarse a la resolución

administrativa o judicial firme con el fin de llevar a cabo, si procede, la declaración y la provisión de la vacante correspondiente.

6. En caso de que resulte imposible la constitución o el funcionamiento del pleno de una cámara, debe procederse a una segunda elección de los miembros del pleno. Mientras no se constituya el nuevo pleno, la gestión de la cámara debe conferirse a una comisión gestora en la forma que se determine reglamentariamente.

7. El pleno de las cámaras puede nombrar vocales consultores, los cuales pueden asistir a las sesiones del pleno con voz pero sin voto. El número y las funciones de los vocales consultores deben establecerse en el reglamento de régimen interior de cada cámara. La vigencia máxima del nombramiento debe ser la misma que la del pleno que los haya nombrado.

8. Corresponden al pleno las funciones siguientes:

La adopción de acuerdos relativos a la finalidad legal de representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación.

El ejercicio de las funciones consultivas y de propuesta propias de las cámaras.

La elección del presidente o presidenta y de los otros cargos del comité ejecutivo de entre los miembros del pleno.

La aprobación del reglamento de régimen interior y de sus modificaciones, de los presupuestos ordinarios y extraordinarios y de sus liquidaciones, así como de las cuentas anuales.

El nombramiento y el cese de los representantes de la cámara en el Consejo General de las Cámaras y en todo tipo de organismos y de entidades públicas y privadas.

El nombramiento y el cese del secretario o secretaria general; del director o directora gerente u otros cargos de alta dirección, si procede; de los vocales consultores, y, si procede, de los miembros de las delegaciones territoriales.

Aquellas otras atribuidas por la presente Ley, sus normas de desarrollo y el reglamento de régimen interior.

9. El pleno de la cámara puede delegar el ejercicio de sus funciones en el presidente o presidenta o en el comité ejecutivo, en la forma que reglamentariamente se determine. En todo caso, la delegación de funciones es efectiva desde su adopción, es revocable en cualquier momento y no debe exceder la duración del mandato del pleno. Se extingue automáticamente en el momento de renovarse el pleno”.

El legislador español hace un esfuerzo para combinar diversos criterios para asegurar representatividad de los sectores más importantes y la también la presencia de personas prestantes, con liderazgo.

3. Censo Electoral

“Artículo 8. Censo electoral.

1. El censo electoral de las Cámaras comprenderá la totalidad de sus electores, clasificados por grupos y categorías, en atención a la importancia económica relativa de los diversos sectores representados, en la forma que determine la respectiva Administración tutelante y se formará y revisará anualmente, por el Comité Ejecutivo con referencia al 1 de enero.

2. Para ser elector en nombre propio o en representación de personas jurídicas, se requerirá la edad y capacidad fijadas en la vigente legislación electoral general.

3. Los candidatos a formar parte de los órganos de Gobierno de las Cámaras deberán, además, tener la nacionalidad española o de un Estado miembro de la Comunidad Económica Europea, llevar como mínimo dos años de ejercicio en la actividad empresarial en los territorios citados y no hallarse en descubierto en el pago del recurso cameral permanente.

Las personas de otra nacionalidad podrán ser candidatas de acuerdo con el principio de reciprocidad, siempre que cumplan los demás requisitos exigidos en el párrafo anterior”.

Cuando expresemos nuestra propuesta para las nuevas formas de gobierno de las cámaras volveremos a analizar la legislación española.

C. En Latinoamérica

1. Chile

Las cámaras chilenas son corporaciones privadas y como tal tienen un sistema de gobierno más sencillo que pasaremos a describir.

Pueden ser socias de la cámara Podrá ser socio de la Cámara toda persona natural o jurídica vinculada al comercio. La adhesión de las personas jurídicas se hará por medio de sus representantes legales. La desafiliación es absolutamente libre para el asociado que esté al día en sus compromisos con la Cámara. Sólo podrán ser socios los que hayan sido previamente calificados por el Directorio.

La cámara de Santiago señala en sus estatutos : “La dirección de la Cámara estará a cargo de un Consejo General compuesto por veinticinco miembros, incluyendo entre ellos al Past President, que serán elegidos en Asamblea General de Socios, excepto el Past President que será Consejero por derecho propio mientras conserve la calidad de tal. Además, los Consejeros Honorarios, que nunca podrán ser simultáneamente más de cuatro, también integrarán el Consejo. Los ex Presidentes de la Institución podrán participar en las deliberaciones del Consejo todas las veces que lo deseen”

Estos consejeros durarán dos años en sus cargos pero podrán ser reelegidos indefinidamente. El Consejo se renovará anualmente por mitades de doce miembros cada vez.

Este consejo se reúne cuatro veces en el año los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre de cada año y tiene como funciones:

-) Elegir al Presidente, Vicepresidente, Tesorero y al resto del Directorio de la Cámara;
- b) Fijar las políticas y acciones generales y supervigilar las actividades;
- c) Oír la cuenta de las actividades del Directorio y tomar los acuerdos que procedan sobre las ponencias o consultas que se le formulen;
- d) Pronunciarse acerca de las renunciaciones o remociones de Directores y Consejeros;
- e) Proponer reformas de Estatutos;

- f) Designar a los Consejeros Honorarios;
- g) Intervenir con amplias facultades para dirimir conflictos entre los socios o entre algunos de éstos y la Cámara, pudiendo delegar esta función;
- h) Someter a la consideración de la Asamblea de socios, la Memoria y Balance Anual.

El Consejo General elegirá de entre sus miembros a diez Directores. Estas personas y el Past President conforman el **Directorio de la Cámara**. Son funciones del directorio :

- a) Convocar a la Asamblea de Socios y al Consejo General;
- b) Designar y remover al Gerente General;
- c) Nombrar, a proposición del Gerente General, a los gerentes de áreas y asesores permanentes. Acordar la remoción de éstos;
- d) Decidir la organización interna adecuada a la buena marcha de la Institución y dictar los reglamentos o normativas internas que correspondan;
- e) Ejecutar, tanto sus propios acuerdos, como los de la Asamblea y del Consejo;
- f) Aceptar o rechazar las solicitudes de incorporaciones de nuevos socios;
- g) Autorizar previamente al Presidente para ejecutar aquellos actos que puedan comprometer en forma importante el patrimonio de la Cámara;
- h) Administrar los bienes, recursos e intereses de la Cámara) Designar Comisiones o Comités especiales;
- j) Designar delegados, representantes o directores o directores en sociedades u organismos en los que la Cámara tenga participaciones o derechos a tales nominaciones.

Este directorio equivale a la junta directiva de las cámaras colombianas y se reunirá todos los meses. Curiosamente y quizás por las vacaciones de verano se exceptúa el mes de febrero.

Los chilenos crean una figura intermedia entre el directorio y la asamblea que nos parece muy interesante por muchas razones filosóficas y prácticas. Reunir un directorio o junta de muchos miembros cada mes no es tarea fácil. Y, además, por las ocupaciones de algunos empresarios es preferible contar con sus luces y su experiencia en un órgano muy importante que vigila, controla y traza el rumbo. Muchos empresarios colombianos desearían tener vinculaciones cercanas con su cámara de comercio pero desde una perspectiva como la que tienen en la cámara de Santiago de Chile.

2. México

En este país la afiliación a las Cámaras será un acto voluntario de las empresas.

Asamblea general. Es el órgano supremo de las Cámaras y Confederaciones. Se celebrará al menos una sesión ordinaria durante los primeros tres meses de cada año, debiéndose elaborar el acta que contenga los acuerdos y resoluciones adoptadas.

Integración. Está constituida por sus afiliados y por representantes de las Cámaras, respectivamente.

Facultades. Aprobar los Estatutos y sus modificaciones, así como el programa de trabajo.²⁵ El presupuesto anual de ingresos y egresos, las políticas generales para la determinación de los montos de cualquier cobro que realice la Cámara o Confederación, con base en los previstos en la ley y en los Estatutos; designar a los miembros del Consejo Directivo y al auditor externo, y removerlos, a éstos y a los demás directivos; aprobar o rechazar el informe administrativo, el balance anual y el estado de resultado que elabore el Consejo Directivo, así como los dictámenes que presente el auditor externo; acordar la disolución y liquidación de la Cámara y las demás funciones que establezca la ley y los Estatutos.

El Consejo Directivo es el órgano ejecutivo de una Cámara o Confederación. Los consejeros durarán en su cargo dos años y no podrán ser reelectos para el periodo inmediato siguiente. Se integrará en la forma en que lo determinen sus Estatutos. Se renovarán anualmente, y se efectuará en dos terceras partes de los consejeros en años cuyo número sea impar, y en una tercera parte, en aquellos años que sean pares. Deberán ser representantes de empresas afiliadas, correspondientes al mismo giro de la Cámara, al menos el sesenta por ciento de los miembros del Consejo y su presidente.¹¹.

¹¹ <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/90/art/art11.htm>. BOLETÍN MEXICANO DE DERECHO COMPARADO N° 90

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

La Cámara de México D.F. elige 24 consejeros principales y el mismo número de suplentes.

VI. LOS RECURSOS DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

A. España

Antes de entrar a este que es uno de los temas más importantes y con el propósito de darle contexto a la discusión queremos presentar muy brevemente el caso de España a la luz de la Ley 3 de 1993

Los recursos con los que cuentan las Cámaras españolas provienen fundamentalmente de dos fuentes:

A. Recursos permanentes: la Ley da a las Cámaras derecho a percibir un porcentaje sobre determinados impuestos:

-Un tanto por ciento decreciente por tramos, que empieza por el 0,75% terminando en el 0,01 %, sobre la cuota líquida del Impuesto sobre Sociedades,

-El 0,15% de los rendimientos obtenidos por actividades empresariales o profesionales incluidas en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

-El 2% de la cuota básica del Impuesto de Actividades Económicas, sin incluir el elemento superficie y otros eventuales recargos.

Necesariamente, una parte importante de dichos recursos (el 100% del recurso permanente basado en el Impuesto sobre Sociedades, que es el componente más relevante en la mayoría de las Cámaras), debe destinarse a la realización de las actividades prioritarias (promoción del comercio exterior y formación empresarial).

B. Recursos no permanentes: originados en la prestación de servicios a empresas, en convenios de colaboración con Administraciones e instituciones, ejecución de proyectos, gestión de programas, etc.¹².

¹² CÁMARA DE COMERCIO DE LORCA. <http://www.camaracomlorca.es/lacamara/quecamara1.htm>

Y veamos los controles a que están sometidas:

El gasto de las Cámaras se somete a un triple control:

-Un control independiente de todas las operaciones contables y presupuestarias, mediante la preceptiva auditoría externa de las cuentas anuales.

-Un control de naturaleza administrativa, mediante el ejercicio por parte de las Administraciones tutelantes¹³ de sus potestades de aprobación previa de los presupuestos y de posterior fiscalización de las correspondientes liquidaciones presupuestarias,

-Un control por parte de los entes fiscalizadores (Tribunales de Cuentas) de las Administraciones tutelantes, como corresponde a la naturaleza pública de los recursos de las Cámaras.

B. Colombia

¿Cuáles son las fuentes de ingresos de las cámaras de comercio en Colombia?. Esta pregunta ha tomado una importancia fundamental como se verá en el desarrollo de este capítulo.

El artículo 93 del Código de Comercio dispuso : “Cada cámara tendrá los siguientes ingresos ordinarios:

El producto de los derechos autorizados por la ley para las inscripciones y certificados;

Las cuotas anuales que el reglamento señale para los comerciantes afiliados e inscritos, y

Los que produzcan sus propios bienes y servicios”.

Y el estado se reserva dos tipos de control a las actividades de las cámaras. El primero de ellos está expresado en el artículo 87 que señala : “ *El cumplimiento de las*

¹³ Comunidades autonómicas

funciones propias de las cámaras estará sujeto a la vigilancia y control de la Superintendencia de Industria y Comercio. Ésta podrá imponer multas sucesivas (hasta de 85 salarios mínimos mensuales. Decreto 2153 de 1992. Artículo 11), o decretar la suspensión o cierre de la cámara renuente, según la gravedad de la infracción cometida”.

El segundo control está en el artículo 88 del código que reza lo siguiente: “La Contraloría General de la República ejercerá el control y vigilancia del recaudo, manejo e inversión de los ingresos de las cámaras de comercio, conforme al presupuesto de las mismas, previamente aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio¹⁴”.

Este artículo ha tenido dos demandas de inexequibilidad. En un fallo de 1982 mediante Sentencia de la Sala Plena de la Corte Suprema de Justicia del 23 de agosto, ponencia del Magistrado Ricardo Medina Moyano se declaró exequible el artículo 88 en cuanto se refiere a los ingresos del ordinal 1^a del artículo 93 e inexecutable el artículo 88, en cuanto establece el mismo control para los ingresos previstos en los ordinales 2^a y 3^a del citado artículo 93.

Y la segunda sentencia, a la luz de la Constitución de 1991 se profirió por parte de la Corte Constitucional C- 167 abril 20 de 1995 con el doctor Fabio Morón Díaz como Magistrado Ponente.

De esto nos ocuparemos en detalle porque ha dado origen a serias diferencias de las cámaras de comercio con la Contraloría General de la República.

El tema de la diferencia entre ingresos públicos y privados vino a tener trascendencia a partir de la Ley 6 de 1992 y el artículo 124 que transcribimos a continuación:

ARTICULO 124. Tarifas a favor de las Cámaras de Comercio. El Gobierno Nacional fijará el monto de las tarifas que deban sufragarse en favor de las Cámaras de Comercio por concepto de las matrículas, sus renovaciones e inscripciones de los

¹⁴ La Superintendencia de Industria y Comercio considera que la aprobación previa del presupuesto por parte de ese Despacho se encuentra derogada.

actos, libros y documentos que la ley determine efectuar en el registro mercantil, así como el valor de los certificados que dichas entidades expidan en ejercicio de sus funciones.

Para el señalamiento de los derechos relacionados con la obligación de la matrícula mercantil y su renovación, el Gobierno Nacional establecerá tarifas diferenciales en función del monto de los activos o del patrimonio del comerciante, o de los activos vinculados al establecimiento de comercio, según sea el caso.

Las cuotas anuales que el reglamento de las Cámaras de Comercio señale para los comerciantes afiliados son de naturaleza voluntaria”.

Durante años, hasta la aparición de esta Ley de 1992 la distinción era clara. Una Ley de 1970 señalaba las tarifas y mediante reformas a los estatutos aprobadas por la Superintendencia de industria y comercio se aprobaban las tarifas para unas cuotas llamadas noticia mercantil y las cuotas anuales a que se refiere el inciso 2ª del artículo 93.

En nuestra opinión la Ley 6 de 1992 hizo un cambio no permitido a los claros criterios del artículo 93 matizados por la sentencia de constitucionalidad de 1982.

El artículo 93 distingue a nuestra manera de ver muy claramente los dos conceptos que en Colombia han tratado de confundirse. Una cosa son los derechos autorizados por Ley para inscripciones y certificados y otra la vinculación profesional en sus dos modalidades inscrito y afiliado. ¿Se equivocó el legislador del Código al no mencionar la matrícula mercantil en el ordinal 1ª del artículo 93? No será que consideró que eso que llamamos matrícula está comprendido en el ordinal 2ª del artículo 93?

Carlos Alberto Velásquez Restrepo al comentar sobre el registro nos dice : “El registro se divide en :

La matrícula de los comerciantes (personas naturales y sociedades comerciales) y de los establecimientos de comercio.

La inscripción de los libros de comercio y papeles (públicos y privados) que se refieran a actos unilaterales de voluntad, contratos y decisiones para los cuales la ley exige dicha formalidad.

Entre ambos existe una gran diferencia, así mientras la primera debe renovarse anualmente, los actos y documentos no. En cuanto a las consecuencias, la falta de inscripción de un acto, hace que el mismo sea inoponible a terceros; respecto de la matrícula, su omisión genera sólo multas o incluso la imposibilidad, al menos en principio de registrar un nombre comercial”.¹⁵

Pero aceptemos que si bien existen diferencias ambos hacen parte del registro mercantil y que el legislador en su enumeración del ordinal 1 omitió algo que resultaba sustancial al registro como es la matrícula y su renovación.

Ese hecho, que como vimos es discutible, no le concede a Ley 6 la facultad de decidir que el cobro de las cuotas a que hace referencia el ordinal 2º del artículo 93 son de naturaleza voluntaria.

El artículo 124 de la Ley 6 de 1992 fue objeto de una demanda de inexecutable que fue resuelta en la Sentencia C-144/93 de la Corte Constitucional. La demanda y el fallo no mencionaron en ninguna de sus partes la voluntariedad adoptada por el artículo 124.

Los motivos de las demandas eran distintos como se puede leer a continuación: “Lo esencial de la censura a tales normas, radica en la consideración según la cual, cuando el precepto constitucional que se estima conculcado permite al Congreso de la República delegar en el gobierno la competencia para fijar las tarifas de los procedimientos a que dé lugar la tramitación de los asuntos de propiedad industrial y las diligencias de competencia de las Cámaras de Comercio, condiciona la constitucionalidad de la delegación a la previa fijación por el legislador del sistema y el método que aquel debe seguir para definir los costos así como la forma de hacer su reparto.

Los ciudadanos demandantes sostienen que el Congreso incumplió el deber que le impone el citado precepto constitucional, cuando, al permitirle delegar en la autoridad

¹⁵ INSTITUCIONES DE DERECHO COMERCIAL. Carlos Alberto Velásquez Restrepo. Primera edición 1996. Biblioteca Jurídica DIKE. Página 322

administrativa la fijación de las tarifas de las tasas y contribuciones, estaba sin embargo obligado a fijar el sistema y método que estas deben observar para efectos de determinar los costos y beneficios al igual que la forma de hacer su reparto.

Por su parte el impugnante NIETO ROA considera que el artículo 124 viola el inciso segundo del artículo 338 de la carta por la razón ya expuesta y, además, porque la delegación de la facultad de fijar tarifas en las Cámaras de Comercio no recayó en la autoridad que presta el servicio sino en el gobierno nacional. En su opinión la palabra "les" que en dicho artículo emplea el Constituyente indica que forzosamente la facultad debe concederse a la autoridad que suministró el servicio o beneficio a los contribuyentes.

Así, pues, en su criterio, el Congreso únicamente puede delegar la facultad de fijar las tarifas de las tasas y contribuciones directamente en la autoridad que presta el servicio o produce el beneficio y no otra diferente.

Dicha consideración lo conduce a concluir de otra parte, que el servicio no es ofrecido por una autoridad sino por entes privados como ocurre en el presente caso, con los que son de cargo de las Cámaras de Comercio, de manera que le corresponde al Congreso señalar directamente las tarifas que ellos causen”.

A pesar de estas diferencias de aproximación, la Sentencia nos presenta algunos conceptos muy importantes que deben ser analizados:

“La Corte reitera que la Ley sujeta al régimen de tasa las actuaciones a que se refiere la norma. La tarifa, por lo tanto, debe orientarse a la recuperación del costo del servicio. Dado que el servicio se vincula principalmente con la obligación de la matrícula mercantil, su renovación y la inscripción de los documentos que la ley determine efectuar en el registro mercantil, y que en relación con todos estos actos se llega a conocer el monto de los activos y del patrimonio del comerciante, así como el valor de sus establecimientos de comercio, el sistema y método identificado en la Ley busca que el costo se distribuya de acuerdo con escalas diferenciales dependientes de los indicados factores. La carga impositiva - en este caso dirigida a la recuperación del costo de un servicio - debe graduarse de conformidad con la capacidad del sujeto, medida objetivamente a partir de los mencionados parámetros. Entre un método y

sistema uniforme y otro diferencial, se optó por éste último. No puede desconocerse que el órgano legislativo haya dejado de intervenir - y de manera decisiva - en la construcción normativa de la tarifa”.

Dice la Corte que la tarifa debe orientarse a la recuperación del costo del servicio. Hasta ahí todo está claro para después intentar justificar que el costo se distribuya de acuerdo con escalas diferenciales dependientes de los activos. En otras palabras, la tarifa es para recuperar los costos pero se les cobrará más a los empresarios de activos altos y menos a los de activos bajos. Esto no tiene sentido porque eso implicaría revisar la composición de cada cámara para saber cuantos comerciantes pertenecen a determinada categoría. De hecho, la mayoría de las cámaras apenas subsisten porque sus matriculados están en la categoría de micro empresas a donde se aplica una tarifa menor.

El asunto de fondo está en que la recuperación del costo del servicio de matrícula no se puede imputar exclusivamente a la gestión de ventanilla , real y virtual , con todas las complejidades que aquello conlleva. Va mucho más allá, porque el mismo legislador le da el carácter de “dueño” de la cámara al matriculado y además le impone a la institución cargas específicas. Pero este es un tema sobre el que regresaremos más adelante.

Después de estas afirmaciones , que a nuestro juicio tuvieron una importancia capital no fue suficientemente valorada por las cámaras de comercio, la Corte hizo unas consideraciones que fueron recibidas con alborozo y a las cuales hicimos referencia cuando nos ocupamos de la naturaleza jurídica privada y gremial de las cámaras. Finalmente concluyó que los artículos 119 y 124 de la Ley 6 de 1992 eran exequibles.

El Gobierno nacional en ejercicio de su potestad reglamentaria expidió el decreto 658 del 2 de abril de 1993.

A partir de la Ley 6 de 1992 y el decreto 658 de 1993 las proporciones de los ingresos de las cámaras se alteraron drásticamente porque la mayoría de sus ingresos se consideraron públicos y fueron objetos de la vigilancia de la Contraloría General de la República.

La demandante que provocó el fallo de la sentencia C-167 atacó el artículo 88 del Código de Comercio con los siguientes argumentos : “b) Puesto que las Cámaras de Comercio son entidades de carácter gremial y privado, conforme a la definición de la sentencia citada de la Corte Constitucional, no quedan colocadas bajo la primera previsión de control fiscal, que cubre a la 'administración', o sea el conjunto de organismos agrupados alrededor de las tres ramas del poder público, y a los cuales se refiere el art. 2o. de la Ley 42 de 1993.

"c) El control fiscal sobre las cámaras de comercio, sólo podría tener lugar en el supuesto de que ellas manejaran bienes o rentas de la Nación. Descartados los bienes por razones obvias, el análisis actual partiría de la pregunta sobre si los ingresos de las cámaras provenientes de las tarifas señaladas por la Ley 6a. de 1992 son rentas de la Nación. En el art. 124 de la Ley 6a. de 1992 lo ingresos derivados de las tarifas allí contempladas son puestos bajo el título de 'a favor de las cámaras de comercio', por lo que se concluye que lógicamente, no fueron colocados a favor de la Nación.

"d) El hecho de que estén destinados dichos recursos tarifarios a favor de las cámaras de comercio no es por simple liberalidad de la ley, sino por la prestación de un servicio, el del registro mercantil, que con base en claras normas constitucionales y por ser una función pública administrativa ha sido encomendado por ley a dichas entidades.

"e) El ejercicio del poder tarifario del Estado autorizado por la ley, se ejerce para permitir que las entidades privadas, en el caso, habilitadas por la ley para cumplir una función o prestar un servicio, recuperen los costos de ellos, conforme a los criterios impartidos por la ley 5a. de 1992 (sic).

"f) Manejando como personas privadas, no el producto de impuestos ni de contribuciones, sino de tasas para reembolsarse de los costos de los servicios del registro mercantil, no parece lógico que la sola intervención de la ley para autorizar las tarifas convirtiera en gestión fiscal y en fondos de la Nación lo que con claridad se presenta como recursos privados para el sostenimiento de un servicio”.

La Contraloría General de la República argumentó : “Finalmente considera el apoderado de la Contraloría General de la República que debe concluirse, por tanto, que a los ingresos de las Cámaras de Comercio, que éstas manejen ciertamente, en razón de las funciones a ellas atribuidas, son dineros fiscales del Estado, es decir, las Cámaras de Comercio manejan fondos, que son el producto de la actividad impositiva del Estado y que no pueden tenerse como acto voluntario de los particulares; de consiguiente el control fiscal que ejerce la Contraloría General de la República sobre los fondos públicos por las Cámaras de Comercio, se aviene a los mandatos de la Constitución Nacional”.

El ciudadano Jaime Vidal Perdomo argumentó : “Finalmente expresa que el artículo 267 de la C.P. contiene un mandato claro sobre las funciones de la Contraloría General de la Nación y allí se establecen dos alternativas para el control fiscal: que se trate de la "Administración" o de particulares como individuos o entidades que manejen fondos o bienes de la Nación. El concepto de administración se refiere a los organismos estatales o entidades que hacen parte de la administración nacional, así como a toda aquella gran porción del Estado que comprende las otras Ramas del poder público que realizan gestión fiscal y, los entes definidos como órganos privados dentro del cual se ubican las Cámaras de Comercio, que son particulares que cumplen funciones públicas, de acuerdo con el artículo 267 de la Carta, pero que no manejan fondos o bienes de la Nación; ya que las Cámaras de Comercio poseen ingresos provenientes de tarifas por el cumplimiento de una función o servicio cuya destinación es la recuperación de unos costos, regulados por la ley y establecidos por esta función a las Cámaras de Comercio; por tanto, no forman bienes ni fondos de la Nación. Concluye el coadyuvante que el artículo 88 del Código de Comercio es inconstitucional por sobrevinencia en la parte correspondiente a: "Contraloría General de la República ejercen el control y vigilancia del recaudo, manejo e inversión de los ingresos de las Cámaras de Comercio, conforme al presupuesto de las mismas, previamente aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio."

La Corte al asumir su competencia respetando la sentencia de 1982 (CSJ) determina “el estudio que hará la Corte Constitucional se circunscribirá sobre lo declarado

exequible en dicha sentencia, vale decir, en lo que se refiere a la vigilancia fiscal de la Contraloría General de la República sobre los ingresos de la Cámara de Comercio provenientes del Registro mercantil". En palabras nuestras sobre el ordinal 1 del artículo 93 que ya anotamos.

En sus considerandos la sentencia sostiene: "En efecto, para esta Corporación es racional entender que si el registro mercantil implica la prestación de un servicio público, su financiamiento debe asegurarse mediante un ingreso percibido por la Cámara de Comercio en forma de tasa, cuyo destino no es el acrecimiento del patrimonio de la entidad, tal como lo entiende el libelista sino para asegurar la adecuada prestación de este servicio público, vale decir para la recuperación del costo total o parcial del servicio, que es consustancial a la naturaleza de este ingreso público. Si bien es cierto que no es objeto de discusión por parte del libelista, conviene precisar y recordar la jurisprudencia de esta Corporación (Sentencia C-465 de 1993), en donde se estableció el concepto de tasa como ingreso tributario, para concluir que en este caso específico, este ingreso no se puede considerar como ingreso privado de las Cámaras de Comercio.

En conclusión, la tasa creada por la Ley 6a. de 1992, no es un recurso privado de las Cámaras de Comercio, sino que se constituye en un recurso público, toda vez que surge de la soberanía fiscal del Estado, no de la voluntad individual entre los particulares comerciantes, pues únicamente posee el propósito de financiar la función pública del registro mercantil; no es un título adquisitivo de dominio para la persona jurídica de derecho privado que la presta, ya que el ejercicio de las funciones públicas atribuidas a las personas jurídicas se hallan sujetas a las reglas propias de la función administrativa ejercida, pues, en virtud de la habilitación, ocupan el lugar de la autoridad estatal con sus deberes y prerrogativas; en consecuencia, los recursos económicos provenientes del ejercicio de tales funciones, como el registro público mercantil se traducen en la generación y conformación de fondos públicos.

Es evidente, según lo mencionado anteriormente, que lo fundamental en el presente caso es entender que las llamadas tasas, habida consideración de su obligatoriedad, del carácter de fondos públicos generado por su pago y de su origen legal, tienen sin

duda alguna la naturaleza de verdaderas medidas impositivas de carácter económico. Es decir, las Cámaras de Comercio manejan fondos, que son el producto de la actividad impositiva del Estado y que no pueden tenerse, por lo tanto, como consecuencia de un acto voluntario de los particulares. De consiguiente, el control fiscal de la Contraloría General de la República que versa sobre los fondos públicos percibidos por las Cámaras de Comercio, se aviene a los mandatos de la Constitución Política en los artículos 267 y 268”.

Y más adelante continúa: “La Corte insiste, no obstante, que la erogación que se viene analizando posee las características de un ingreso público, puesto que es una obligación pecuniaria decretada por el poder público a cargo de quien necesita utilizar el servicio público específico, en provecho de las Cámaras de Comercio para financiar gastos de dichas entidades, es decir son una serie de recursos con una destinación particular exigidos con autoridad, que se dirigen a defender y estimular los intereses de algunos sectores de la economía o a la defensa de intereses comunes económicos de algunos miembros, o para atender las necesidades de costos operativos de ciertas funciones de los organismos particulares o privados a los cuales les fueron confiadas esas atribuciones por la ley. Por lo cual, en ningún caso, pueden considerarse ni tratarse como recursos ordinarios de la Nación”.

Y finaliza determinando: “De lo expuesto anteriormente, concluye esta Corporación que los ingresos de las Cámaras de Comercio, provenientes del registro público mercantil, que aquellas manejan, por virtud de la ley, ciertamente son dineros fiscales; las Cámaras de Comercio manejan fondos, que corresponden a la actividad impositiva del Estado y que no pueden entenderse como recursos privados de estas instituciones. En consecuencia, el control fiscal previsto por el artículo 88 del código de Comercio (Decreto 410 de 1971), se aviene a los mandatos del estatuto superior, en el entendido de que dicho control debe ser ejercido por la entidad fiscalizadora únicamente sobre los ingresos públicos provenientes del registro público de comercio”

Como puede apreciarse esta sentencia puede tener varias lecturas y allí justamente radican las diferencias entre las cámaras de comercio y la Contraloría General de la República. Una de las interpretaciones se advierten en los apartes que hemos tomado

de un concepto¹⁶ reciente de la Contraloría General de la República emitido el 18 de noviembre de 2004 (Concepto No. 40260) : “Los recursos provenientes del ejercicio de las funciones públicas que realizan las Cámaras de Comercio no son ingresos privados, sino dineros públicos que sólo pueden ser destinados e invertidos en asegurar la adecuada prestación del servicio público asignado y no para cumplir otras actividades, o para acrecentar el patrimonio privado de las mismas”.

Pero de otro lado, la misma sentencia dice, como ya quedó anotado, que son una serie de recursos que “se dirigen a defender y estimular los intereses de algunos sectores de la economía o a la defensa de intereses comunes económicos de algunos miembros, o para atender las necesidades de costos operativos de ciertas funciones de los organismos particulares o privados a los cuales les fueron confiadas esas atribuciones por la ley. Por lo cual, en ningún caso, pueden considerarse ni tratarse como recursos ordinarios de la Nación”.

Desde esa sentencia de 1995 las cámaras de comercio han vivido grandes momentos de zozobra porque, por una u otra razón, siempre ha existido la amenaza que en varios casos se ha tornado real de un juicio fiscal por parte de la Contraloría General de la República. El problema del control no son los ingresos, son los gastos y determinar cuales son públicos y cuales son privados es una verdadera complicación. Y como siempre tiene que ocurrir cuando existen ingresos y egresos, al final todo llega a una definición sobre el patrimonio.

Los recursos que perciben las cámaras de comercio por la prestación de los servicios públicos son de naturaleza pública. Habiendo sido calificados como tasas, el problema más importante en relación con ellos consiste en definir cuál es su destinación. Según la Constitución Política, a elección del legislador, las tasas pueden estar destinadas a la recuperación de los costos de un servicio o a compensar los beneficios recibidos por un grupo de contribuyentes. El Código de Comercio y sus decretos reglamentarios 1259 de 1993 y 898 de 2002 establecen que los recursos provenientes de los registros

¹⁶ CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA. Concepto No. 40260. 18 de Noviembre de 2.004. Dr. IVAN DARIO GÓMEZ LEE. Director oficina Jurídica

públicos son ingresos ordinarios de las cámaras de comercio, y como tales pueden estar destinados al cumplimiento de sus funciones legales, pues todas ellas son desarrolladas en beneficio de los empresarios y de la comunidad en general. A la misma conclusión han arribado el Consejo de Estado, la Fiscalía General de la Nación y la Contraloría General de la República.

La sentencia C-167 de 1995 de la Corte Constitucional, uno de cuyos pasajes afirma que los ingresos de origen público de las cámaras tienen por finalidad la recuperación de los costos de los servicios registrales, no es concluyente en la materia. Además, tiene apenas el valor de un criterio auxiliar de interpretación, por cuanto se trata de una parte de la motivación que no guarda una relación de necesidad con lo resuelto. Por estas razones, debe prevalecer la interpretación que está conforme con el Código de Comercio y sus decretos reglamentarios.

Pero tema no se resuelve aún. Porque el problema son los gastos. ¿Qué características tienen los bienes que adquieren las cámaras de comercio con sus recursos?. ¿A quién pertenecen los bienes adquiridos con los recursos de los registros?

Tenemos que regresar al Concepto No. 40260 de la Contraloría General donde esta entidad muestra sus cartas en relación con las cámaras de comercio.

“5.1.- Consideramos que no es procedente que el patrimonio de las Cámaras de Comercio se incremente con los recursos públicos que están percibiendo y manejando, toda vez que, tanto los recursos provenientes de las tarifas que ellas cobran por la prestación del servicio público del registro mercantil, como los excedentes que eventualmente tales recursos llegaren a generar, deben ser destinados a atender la recuperación del costo total o parcial de la prestación del servicio público, lo cual significa financiar la función pública del registro mercantil, y en ningún caso podrían destinarse a engrosar los recursos privados de las mismas.

5.2.- Teniendo en cuenta que los recursos públicos percibidos por las Cámaras de Comercio provienen de la aplicación de las tarifas establecidas por el Gobierno Nacional para la prestación de un servicio público, es probable que durante el cobro de las mismas se generen superávit o déficit para dichas instituciones.

5.3.- El registro contable de los recursos en cuestión debe hacerse por parte de cada una de estas instituciones, y la Contraloría General de la República puede dar lineamientos sobre esta materia y debe vigilar la gestión fiscal sobre los ingresos, el recaudo, manejo e inversión provenientes del registro mercantil.

5.4.- En caso que las inversiones se proyecten en organizaciones complejas (asociaciones, fundaciones, etc.), la Cámara de Comercio que representa los recursos públicos no debe estar en posición minoritaria, como tampoco, sin posibilidad de control, como quiera que en el futuro, serán los representantes de esa Organización (Cámara de Comercio), quienes deberán responder fiscalmente ante la Contraloría General de la República y ante los organismos estatales.

5.5.- Estos recursos públicos, tienen como propósito cumplir con la prestación del servicio público del registro y por ende, tienen una destinación específica definida en la ley, por tanto, mal podría predicarse la inversión de dineros públicos, que a la postre van a estar a nombre de particulares, o dentro del patrimonio de entidades privadas.

5.6.- Los bienes del Estado se pueden clasificar en dos grandes grupos: los bienes de uso común y los fiscales. Los primeros, son bienes instrumentales de propiedad social destinados al uso de todos los habitantes. Los segundos, son también bienes instrumentales de propiedad social, pero destinados a la prestación directa e indirecta de los servicios públicos y de las empresas industriales y comerciales del Estado, sean o no rentables.

Y así, aquellos son improductivos, éstos son ya productivos o reproductivos. Por lo tanto, los bienes constitutivos del verdadero patrimonio del Estado son los fiscales, porque de ellos, aparte de su explotación empresarial, puede obtener determinadas rentas, directa o indirectamente, transitoria o permanentemente.

5.7.- Frente a los programas de construcción, adquisición e inversión en propiedad, planta y equipo, con cargo a los recursos provenientes de las funciones públicas, la Contraloría verificará que dichas inversiones permitan dar cumplimiento a las funciones que pueden atenderse con cargo a los recursos de origen público; inversiones que por supuesto en los registros correspondientes, deben quedar plenamente identificada la naturaleza de las mismas y la titularidad del bien.

Deberá existir una proporcionalidad entre las inversiones realizadas o los bienes adquiridos y las necesidades reales del servicio público delegado a las Cámaras.

5.8.- Es claro que los recursos provenientes del ejercicio de las funciones públicas que realizan las Cámaras de Comercio no son ingresos privados, sino dineros públicos que sólo pueden ser destinados e invertidos en asegurar la adecuada prestación del servicio público asignado y no para cumplir otras actividades. Éstos recursos públicos no representan ningún tipo de honorarios, y menos donación, por el ejercicio de las funciones públicas que desarrollan las Cámaras de Comercio, y muchos menos, pretender invertir dineros públicos en bienes inmuebles que entran a incrementar el patrimonio privado de las Cámaras de Comercio.

5.9.- Sería inconcebible que se considerara legítimo el incremento patrimonial de los particulares, por haber sido designados a cumplir una función pública, pues eso implicaría que con los dineros públicos, los particulares hicieran inversiones a título personal y para enriquecimiento propio.

5.10.- La tasa creada por la Ley 6a. de 1992 no es un recurso privado de las Cámaras de Comercio, sino que se constituye en un recurso público, toda vez que surge de la soberanía fiscal del Estado, no de la voluntad individual entre los particulares comerciantes, pues únicamente posee el propósito de financiar la función pública del registro mercantil; no es título adquisitivo de dominio para la persona jurídica de derecho privado que la presta, ya que el ejercicio de tales funciones, como el registro público mercantil se traducen en la generación y conformación de fondos públicos.

5.11.- Finalmente anotamos que la Oficina Jurídica de la Contraloría General de la República, ha emitido varios pronunciamientos relacionados con la importancia del manejo de los recursos públicos por parte de las Cámaras de Comercio, entre otros destacamos: O.J. 0426 de 14 de febrero de 2003 y EE9844 de abril 23 de 2004, éstos se encuentran adjuntos al presente escrito”.

Nada es de las cámaras, según la Contraloría. Y tampoco se reconocería nada a la gestión y administración de esos servicios porque se podría aplicar la teoría de la

Sentencia de la Corte Constitucional C-091 de 1997¹⁷ cuando afirma: “Tampoco exige la Constitución que la ley establezca una específica retribución para el particular que ejerza funciones públicas. Al fin y al cabo, ésta es una forma de "participar en la vida política, cívica y comunitaria", que es uno de los deberes a que se refiere el artículo 95 de la Constitución. En el caso de los comerciantes que recaudan el impuesto al valor agregado (IVA), y en el de quienes, al hacer un pago, retienen en la fuente, la ley no ha previsto una retribución por tal gestión, porque ésta es, sencillamente, un deber de participación, conexo con la actividad que ellos desarrollan”.

Frente a este panorama planteado por la Contraloría es preciso analizar con profundidad los conceptos de bienes de la nación porque de allí se tendrán que desprender conclusiones importantes.

Los bienes fiscales tienen como característica de su esencia el pertenecer a una persona de derecho público. Con la naturaleza privada de las Cámaras de Comercio, ese elemento no se encuentra presente, haciendo imposible esa tipificación legal en relación con los bienes producto de los ingresos que perciben las Cámaras de Comercio por la administración de los registros públicos.

Es claro que el origen de la distinción entre bienes públicos y privados hecha en el Código Civil de finales del siglo XIX, no consideró el moderno fenómeno de la “descentralización por colaboración”, en el que un particular cumple función pública, haciendo uso para el efecto de recursos con origen público.

Ese vacío nos conduce a tratar la propiedad de esos bienes bajo la que es sin duda la regla general en la configuración del derecho a la propiedad, esto es, la derivada del derecho de dominio ejercido por los particulares. No habiendo el legislador dispuesto tratamiento exceptivo para los bienes vinculados a la “descentralización por colaboración”, mal puede hacerlo el intérprete, por autorizado que él sea, en la medida en la cual estaría invadiendo la órbita del poder legislativo.

¹⁷ Corte Constitucional. Sala Plena. Sentencia C-091/97. Magistrado Ponente Jorge Arango Mejía

Los bienes producto de la “descentralización por colaboración” están rodeados de las garantías propias de un sistema que, si bien es privado, es de creación y concepción funcional de naturaleza legal. En ese sentido, cuando el legislador adscribió esa función a las Cámaras de Comercio, lo hizo con el propósito de rodear de salvaguardias tanto la función como el recurso, en la medida en la cual tales dineros y bienes no pueden extraerse del sistema cameral ni desviarse a función diferente de las autorizadas por el ordenamiento jurídico para las Cámaras de Comercio. En particular, la carencia de ánimo de lucro así como la imposibilidad de “sacar” del sistema cameral los recursos, aún en el evento de la liquidación, son expresiones de las garantías con las que el legislador quiso proteger los recursos derivados de la actividad registral.

Los bienes fiscales tienen ciertas características que los diferencian de los demás bienes que son propiedad del estado.

- 1-. Pertenecen al estado o a una persona jurídica de derecho público.
- 2-. Se encuentran afectados a la prestación de un servicio público
- 3-. Son bienes enajenables
- 4-. Son bienes embargables
- 5-. e. Son bienes imprescriptibles

Y los bienes adquiridos con los recursos de las cámaras de comercio no cumplen estos requisitos porque :

A) Las cámaras de comercio no hacen parte del estado. Son personas jurídicas privadas de derecho privado al tenor del artículo 79 del Código de Comercio, toda vez que están integradas por los comerciantes inscritos en su registro, de donde además deriva su carácter gremial y corporativo, que cumplen una función pública por mandato de la ley (artículo 86 del Código de Comercio).

B) El ejercicio de funciones públicas no cambia la naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio. El ejercicio temporal de funciones públicas está amparado por la Constitución Política de 1991, la cual en el artículo 123 prevé el ejercicio temporal de

funciones públicas por particulares, al tiempo que el artículo 210 permite el ejercicio de función administrativa por particulares y el establece la posibilidad de que los particulares presten servicios públicos. Estos mandatos constitucionales y el desarrollo de los mismos contenido en la Ley 489 de 1998 permite el ejercicio de funciones administrativas a particulares sin que tal prerrogativa modifique su carácter de tales.

El estado colombiano cuando le entregó el registro público de comercio a las cámaras intentó hacer una transferencia de recursos pero no lo logró nunca. Consciente de eso promulgó la Ley 28 de 1931 en donde se dispuso la reorganización de estas entidades por fuera de la organización estatal como entidades de derecho privado, sin ánimo de lucro, pero de creación legal, para el cumplimiento tanto de funciones públicas como de interés general, sectorial y gremial. Así surgieron por primera vez en Colombia, un conjunto de entidades de naturaleza privada, encargadas de cumplir funciones públicas y actividades de interés general.

Mucho honor, pero sin un peso. Y así trabajaron las cámaras durante estos años. Como no tuvieron influencias políticas no tuvieron burocracia, como el dinero era difícil de conseguir y a veces los empresarios tenían que respaldar con sus firmas ante los bancos, el manejo fue siempre austero. Al cabo del tiempo el país creció, las cámaras se modernizaron y algunas pudieron hacer inversiones para mejorar sus servicios. Los recursos privados, anteriores a la Ley 6 de 1992 son importantes pero como vimos antes, los recursos de los registros cada vez son más importantes dentro del total de ingresos. A la larga los recursos de los últimos años harán poco significativos los recursos de antes, a menos que se produzca un cambio radical.

Ni los Jueces constitucionales, ni los Funcionarios creen que ese esfuerzo de administración seria y responsable es un trabajo que hay que premiar. Simplemente ignoran que para obtener un ingreso no basta con una Ley y un Decreto. Se requiere una infraestructura, una gerencia, un esfuerzo. Todos esos costos no son reconocidos.

Nos preocupa que exista un proyecto de Decreto que si bien aclara aspectos importantes persiste en la tesis de la Contraloría de hacer una diferenciación entre los recursos privados y públicos. Es positivo en el sentido de que fija con claridad que los ingresos provenientes de los registros públicos delegados, sus excedentes y los

LA ENCRUCIJADA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

bienes adquiridos por las cámaras de comercio con tales recursos son de su propiedad pero están afectos a las funciones que les han sido asignadas.

VII. PROPUESTAS

A. Gobierno de las cámaras

Sugerimos adoptar un modelo como el chileno o el español en donde se elija un PLENO de hasta sesenta personas que represente con criterios técnicos los sectores más importantes de la economía de la región, dándole también una representación a los gremios de la producción representativos. Ese pleno tendría como funciones más importantes aprobar los estados financieros e informes de la Revisoría Fiscal , escoger la junta directiva y definir y controlar el plan estratégico de la cámara. Se reuniría cuatro veces al año en los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre de cada año. Sus miembros se elegirían para períodos de cuatro años. Este pleno sería algo tendría la gran ventaja de unir a gremios y empresarios y se convertiría en un elemento muy poderoso de unión del sector privado.

La junta directiva estaría compuesta hasta por nueve miembros del PLENO y tendría un período fijo de dos años. La junta tendrá en esencia las mismas funciones de las juntas actuales.

Durante mucho tiempo defendí con ahínco el papel de los afiliados como verdaderos dueños de las cámaras de comercio. Pero después de muchas reflexiones debo concluir que estas organizaciones no son una especie de clubes de empresarios. Son organizaciones de todos los empresarios. Podrán existir unas empresas que pagando valores adicionales se hacen acreedores a unos servicios adicionales, pero nunca esos valores deben permitir excluir a otros empresarios.

La clave está, entonces, en buscar que todos los sectores estén representados en proporción a su importancia en la región y que los gremios que reúnan ciertos requisitos también tengan la posibilidad de intervenir.

B. Los recursos de las cámaras

Los problemas de las cámaras surgieron a partir de la Ley 6 de 1992. En nuestra opinión esa ley debe ser cambiada para que se permita reestablecer la cuota de comerciantes inscritos y se produzca una rebaja a mínimos de las tarifas de matrículas y renovación. La nueva cuota sería adoptada mediante reforma de los estatutos de cada cámara aprobados por la Superintendencia que tenga la responsabilidad de vigilar a las cámaras de comercio. Una parte de esa cuota podría estar dedicada de manera forzosa a temas vitales como los de formación y capacitación y a la promoción del comercio exterior nacional.

Debe expedirse una norma que aclare de una vez por toda la titularidad de los bienes de las cámaras de comercio y que fije con claridad el ámbito de acción de los entes del estado que controlan el manejo de estos recursos. Está claro que tiene que existir un control para que los dineros se manejen con eficiencia y cumplan con los propósitos asignados a estas instituciones. ¿Pero tiene sentido que coexistan la auditoría interna, la Revisoría Fiscal y la Contraloría General de la República?

C. Actividades y funciones de las Cámaras

Las cámaras están en posibilidad de asumir la presentación de nuevos servicios de registros pero no se sienten conformes con esa asignación en virtud de la ley por los problemas que hemos analizado en este escrito. Debería diseñarse, por parte del estado colombiano, un sistema marco mediante el cual los particulares puedan administrar servicios del estado con unas reglas similares a las de la contratación.

Las cámaras colombianas tienen que jugar un papel más activo en los procesos de formación y educación de la mano de obra de las empresas. Está claro que debe existir un articulador entre las necesidades del sector privado y las ofertas educativas y de formación. Nuestro país ha gastado sumas muy grandes que no se han aprovechado porque tenemos profesionales y técnicos en exceso en algunos campos

y en otros casos carecemos de personal capacitado. Se debe aprovechar la importante experiencia de las cámaras europeas.

Las funciones de veeduría pública son importantes pero el único resultado que consiguen es evitar el trabajo armónico entre las cámaras y los entes de gobierno. O se colabora o se controla. Ambas actividades a la vez son antagónicas.

En el repaso que hemos hecho por las actividades de algunas cámaras se puede advertir que existen muchas actividades y muchos servicios que se pueden prestar a los empresarios independientemente de los registros. Aprovechando a la Confederación de cámaras de comercio CONFECÁMARAS se deben identificar nuevos servicios para ofrecer a los empresarios y de esa forma contribuir a evitar una excesiva dependencia de los recursos provenientes de los registros.

BIBLIOGRAFÍA

NATURALEZA JURÍDICA DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN COLOMBIA.

Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio “CONFECÁMARAS”. Servicio de documentación S D N° 136

LA REINVENCIÓN DEL GOBIERNO. La influencia del espíritu empresarial en el sector público. David Osborne y Ted Gaebler. Ediciones Paidós. Primera edición en español 1994 , página 465

PRINCIPIOS DE DERECHO COMERCIAL. Ramón Madriñán De la Torre. Octava edición. Ediciones TEMIS , página 44

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA. <http://www.camaralima.org.pe/>

CÁMARA DE COMERCIO DE GUADALAJARA.

<http://www.canacogdl.com.mx/inicio.htm>

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO DE CHILE. <http://www.ccs.cl/>

CÁMARA DE MADRID. <http://www.camaramadrid.es>

BOLETÍN MEXICANO DE DERECHO COMPARADO N° 90

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/boletin/cont/90/art/art11.htm>.

CÁMARA DE COMERCIO DE LORCA.

<http://www.camaracomlorca.es/lacamara/quecamara1.htm>

INSTITUCIONES DE DERECHO COMERCIAL. Carlos Alberto Velásquez Restrepo.

Primera edición 1996. Biblioteca Jurídica DIKE. Página 322