

T.-D
226

1

REPUBLICA DE COLOMBIA

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

RECTOR: DR. LUIS ARRAUT E.

SECRETARIO: DR. HERNANDO THORNE.

SCIB
00018725

1 9 7 9



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS
POLITICAS



DECANO: Dr. JAIME GOMEZ O'BYRNE

SECRETARIO: Dr. PEDRO MACIA HERRERA

PRESIDENTE DE TESIS:
Dr. JORGE PALLARES B.

PRESIDENTE HONORARIO:
Dr. ALFONSO NUEVES G.

- EXAMINADORES: DOCTORES
- 1.- ANTONIO OSTAU DE LAFONT
 - 2.- PIEDAD PEREZ DE ESCOBAR
 - 3.-

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LAS CAMARAS DE
COMERCIO EN COLOMBIA



TESIS DE GRADO

Presentada para optar el título en Derecho y Ciencias -
Políticas por:

DARIELA JAYK DURANGO.

MYRIAM OTERO MONSALVE.

MARGARITA YANET CEBALLOS.

P R E S I D E N T E:

Dr. JORGE PALLARES BOSSA.

L 9 7 9

A nuestros padres



I N T R O D U C C I O N

Si hay alguna rama en la que el Derecho está evolucionando con extremada rapidés, es la correspondiente al Derecho Mercantil, la enorme complejidad de las relaciones por las que se desenvuelve el mundo moderno hace que en muchas ocasiones las disposiciones legales queden a la zaga del progreso de la actividad comercial. El mundo se ha reducido y lo que en determinado momento ocurra en el rincón más apartado del cometa es conocido a los pocos instantes en el otro extremo. El extraordinario progreso de las comunicaciones ha producido este fenómeno singular.

Por esta razón, las legislaciones internas, de cada país han debido, a riesgo de quedar retrasadas y de perder toda eficacia, adaptarse a los nuevos hechos. El Código de Comercio de nuestro país que no tiene una década de haber sido expedido fué el fruto de conversaciones a nivel internacional recogidas en el proyecto de INTAL, que posteriormente se llevaron en su mayoría a la categoría de Código Nacional. No puede ser de otra manera cuando hay tantos fenómenos e instituciones ju -

rídicas que asemejan entre sí a los países hispanoamericanos.



Uno de los modelos de instituciones más extendidos no sólo en el ámbito americano sino en el mundo son las Cámaras de Comercio, cuya existencia se remonta a la Alta Edad Media y que han permanecido con las naturales variaciones hasta los tiempos actuales. Se puede afirmar que todos los sistemas políticos disponen hoy de Cámaras de Comercio y, que los mismos se encuentran en los Estados Unidos, Francia o Gran Bretaña que en Hungría Rumanía o Checoslovaquia, concebidos siempre como órganos coordinadores y promotores de la actividad comercial dotados de funciones más o menos complejas según los estatutos que se les hayn provisto, ya sea incorporados total o parcialmente al engranaje del Estado o como instituciones representativas del interés privado. Ello por sí solo bastaría para justificar el interés que tiene su estudio con el objeto de ubicarlos en un marco de relaciones económicas al que no son extraños.

En el presente trabajo nos hemos limitado a emprender su estudio a la luz de las disposiciones vigentes en nuestro país sin olvidar las vinculaciones y el arraigo que ellas tienen en el proceso de desarrollo co-

mercantil que en el mundo occidental comenzó a generarse en la época medieval.

Las organizaciones de los comerciantes, de la Edad Media son el germen o antecedente de todas las formas modernas de organización de aquéllas personas dedicadas profesionalmente a una actividad comercial. Inicialmente las Cámaras de Comercio, eran asociaciones dedicadas a representar los intereses colectivos o generales del comercio. Más tarde cuando las Cámaras empezaron a formarse como organismos más técnicamente comerciales tuvieron a su cuidado la protección y fomento del desarrollo, en todos sus aspectos y se convirtieron en propulsores de ciertas obras públicas necesarias para el incremento de la actividad mercantil.

Las Cámaras de Comercio en casi todo el mundo, son asociaciones privadas de comerciantes, y aunque su filosofía inicial fué orientada en especial a la defensa de los intereses propios de los empresarios que las constituyeron a medida que fueron evolucionando al irse adaptando a las necesidades propias de la época, también esa evolución significó para ellos un paulatino cambio en esa mentalidad inicial, hasta llegar a ser organiza-

ciones con posición privilegiada para ser pilares en la promoción del desarrollo regional y el hecho, ha tenido influencia en dicho campo.

En el presente trabajo pretendemos recoger la enorme variedad de actividades o funciones que éstos organismos están llamados a realizar con el fin de contribuir con el desarrollo de sus respectivas localidades. Para ello lo hemos llevado a cabo dentro de un orden lógico y continuo.

Inicialmente, haremos una reseña histórica de las primeras Cámaras de Comercio en el mundo, este punto nos servirá como marco de partida de nuestro tema y a través de él veremos cómo las Cámaras han tenido, en mayor o menor grado, influencia en el desarrollo regional.

Luego, nos referiremos a la historia de la Cámara de Comercio en Colombia, su iniciación, evolución, su introducción en el campo de la promoción y el desarrollo y su proyección a la comunidad.

Seguidamente analizaremos el problema de la naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio en el país, la

incertidumbre de éstas al no tenerla definida, y la realización de su anhelo mediante un fallo del Consejo de Estado al calificar la naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio tras un estudio sobre la materia, sin precedentes en la jurisprudencia nacional.

Continuamos nuestro trabajo haciendo referencia a los comerciantes inscritos en las Cámaras de Comercio - quienes constituyen un factor importante para la existencia y desarrollo de las mismas. Además, es a ellos a quienes preferencialmente las Cámaras prestan sus servicios. Cuentan también las Cámaras con sus Juntas Directivas, órganos encargados de la dirección de ellas. Son también las llamadas a crear los programas necesarios para que las Cámaras cumplan mejor sus funciones - de organización, desarrollo y promoción hacia la colectividad.

Exponemos además, las diversas funciones de las Cámaras de Comercio y los medios utilizados con el fin de lograr su realización en forma segura y concreta.

Nos referiremos de manera especial a la función de llevar el Registro Mercantil, la cual da lugar a detec-

tar en parte una serie de problemas jurídicos y prácticos de la actividad mercantil. El nuevo Código de Comercio amplió considerablemente el radio de acción del Registro y la actuación de las entidades encargadas de llevarlo, tienen a su cargo, en cuanto se refiere a las atribuciones nuevas que se les confiere.

Seguimos luego, tocando temas indispensables para el funcionamiento, mantenimiento y manejo de las Cámaras como son los relativos al patrimonio, ingresos, egresos y presupuesto de las Cámaras.

Hablamos también sobre la Confederación de Cámaras de Comercio "Confecámaras", haciendo énfasis en su labor coordinadora y de asesoramiento a las Cámaras, la cual es su principal función.

Por último, contemplemos algunas conclusiones que son el producto del estudio realizado a través de este trabajo.

M

CAPITULO I

ORIGENES Y ANTECEDENTES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO.

A.- ORIGENES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN EL MUNDO

1.- LAS CURIAS MERCANTILES.

Los antecedentes de las Cámaras de Comercio, podemos encontrarlos en la época en que los comerciantes - crearon las Curias Mercantiles con sabor en un comienzo puramente gremial (Gremios de carpinteros, zapateros, etc.) esta costumbre fué desapareciendo quedando únicamente vigente en las profesiones de elevado nivel - cultural (abogacía, medicina, etc.)

Es así como ya en el siglo XII encontramos a los comerciantes y artesanos asociados en las corporaciones de Arte u Oficio, agrupaciones que empezaron a to

ner influencia en la vida y desarrollo tanto político como económico y social de su región, se sometieron a una fuerte disciplina y ejercieron funciones encaminadas a la defensa de los intereses colectivos de sus integrantes. Cabe destacar el aporte que dieron a la evolución del Derecho Mercantil, al elaborar "una reglamentación que tenía por objeto la disciplina de los negocios mercantiles, esto es, en sustancia, la mediación en el cambio y la cual dió origen a los estatutos de esas corporaciones.

Esas organizaciones dieron paso a otras con mayores y más importantes funciones, como lo fueron los tribunales consulares, los cuales, además de las actividades ya enunciadas desarrollan otras tales como: organización y dirección de ferias y exposiciones que ya eran de reconocida importancia; cuidar de la seguridad de las comunicaciones; dirigir los conflictos que se presentaran con sus socios, función ésta que posteriormente fué asumida en la mayoría de los países por la cabeza del Estado.

Esta clase de agremiaciones continuaron en evolución y sus funciones y características fueron la base para la aparición de la primera Cámara de Comercio en el mundo, hecho que tuvo lugar en Marsella, Francia, en el año de 1599. El nombre Cámara, fué tomado del lugar, cuarto o cámara donde se reunían.

Fue su objeto el que los comerciantes manufactureros, navieros, marineros y mercantes, reunidos en una agremiación permanente velaran por los intereses locales y generales del comercio, la industria y la navegación.

Entre las funciones más importantes que esta actividad desarrolló sobresales:

Promoción a la creación de nuevos ramos de la producción; la recolección y búsqueda de uniformidad de las costumbres mercantiles; organización y dirección de ferias y exposiciones, con el fin de mostrar la producción local, los progresos de la industria, las cualidades en los productos importados y facilitar el desarrollo de las relaciones comerciales; servir de órgano de información de las relaciones para el Gobierno.

no y el público; aconsejar en todos aquéllos relacionados con la actividad mercantil, propender por el desarrollo y mejoramiento de la industria y el fenómeno de las relaciones comerciales tanto internas como externas, etc.

En el siglo XVIII bajo el reinado de Luis XIV, dada la importancia reconocida y buenos resultados de esta primera Cámara y sirviéndose de ella como marco de referencia, ordenó la creación de Cámaras de Comercio en todas las ciudades de importancia mercantil y fué así como se crearon diez nuevas Cámaras, las cuales fuera de las funciones ya comentadas, figuraron como cuerpos auxiliares del gobierno al asumir el cargo de impulsar y desarrollar obras de infraestructura necesarias para la expansión del comercio a saber: vías de comunicaciones, el mejoramiento de los puertos y el cuidado de los servicios de transporte.



2.- LAS CÁMARAS DE COMERCIO EN EL CÓDIGO DE NAPOLEÓN.

En la Revolución Francesa, y por orden de la Asamblea Constituyente fueron suprimidas, en vista de la gran fuerza e influencia que estaban tomando, no volvieron a aparecer sino hasta 1802 por orden de Napoleón para estimular el desarrollo comercial e industrial de Francia.

En este mismo siglo, se dió comienzo a la expansión de estas entidades por todo el mundo. Así, mientras en Francia se generalizaba, aparecieron en varias ciudades de Inglaterra e Irlanda siendo la primera la de la isla de Jersey.

En Italia fué autorizada la creación de la de Turín en 1799 y otras posteriormente en Alemania, surgieron como organismos federales, desempeñando un papel preponderante en especial en Frankfurt, como rectores del movimiento bursátil, en España, antes de su aparición, existieron desde 1883 los denominados consu-

lares marítimos y terrestres, los cuales se encargaban de estudios de asuntos judiciales y administrativos que afectaron a comerciantes y a industriales, luego en diversas épocas, figuraron las universidades de mercaderes, la junta de comercio, el consejo y las juntas provinciales y otros organismos que se constituyeron en los antecedentes de las Cámaras de Comercio creadas en 1886 por Decreto Real fijándole los siguientes objetivos:

Velar por los intereses locales y generales del comercio, de la industria y de la navegación y procurar su acrecentamiento tomando nuevos ramos de producción y de tráfico; unificar los usos y prácticas mercantiles; ilustrar con sus consejos a las autoridades y al Gobierno; promover y dirigir las exposiciones.

B.- CÁMARAS DE COMERCIO EN COLOMBIA
1.- SU NACIMIENTO

A fines del siglo pasado, en nuestro país y teniendo como marco de referencia al sistema de organizaciones difundidas ya por todo el mundo se inició el movi-

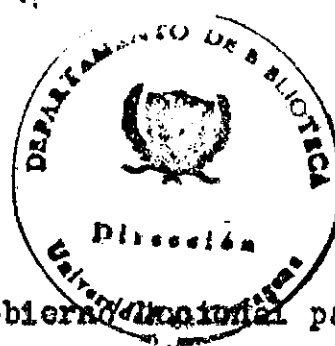
niento de las Cámaras de Comercio.

La primera Cámara de Comercio, apareció como fruto de las asociaciones privadas de comerciantes, basada en el modelo francés, ya que fué una organización eminentemente privada que se ocupó en especial de los problemas propios de los comerciantes.

Este hecho, ocurrió en el año de 1878 en la ciudad de Bogotá, por iniciativa de algunos comerciantes y aunque posteriormente dicha Cámara desapareció, se constituyó de nuevo, ya formalmente, de acuerdo a la Ley III de 1890, por Decreto de 1891.

Este período es importante porque marcó el punto de partida de organizaciones de esta índole en Colombia.

La Ley III de 1890 fué la por primera vez reglamentó en esta materia y sentó las bases legales para una posterior reglamentación y organización de estas corporaciones, reuniendo en diez (diez 10) artículos las normas suficientes en ese tiempo para su funcionamiento.



-8- (18)

Con ello, se autorizó al Gobierno para -
crear Cámaras de Comercio en Bogotá y demás lugares don
de las considerara necesarias, como órganos oficiales
del comercio del consultivo del Gobierno en lo relacio
nado a la organización, el desarrollo del Comercio y la
Industria, como tribunal de Comercio para resolver los
conflictos que se presentaren entre los comerciantes y
con facultades para dar iniciativa a la reglamentación
de materias concernientes al comercio y a la industria.

A partir de la mencionada ley, principio precursor
de estos organismos y hasta la promulgación de la Ley
28 del 31, la que en definitiva marcó la pauta para -
su organización y funcionamiento, se formaron varias -
Cámaras de Comercio a medida que las circunstancias y
necesidades lo exigían y que la iniciativa de comercian
tes lo hacían realidad.

Así como ya dijimos, en 1891 reapareció la de Bogo
tá, en 1904 la de Medellín, en 1910 la de Tunja y Cali;

A la para que iban apareciendo se fijaban procedi
mientos que contemplaba la Ley 111, procurando una na-

por efectividad en su procedimiento, hecho que se nota principalmente en el Decreto 145 de Febrero de 1913 el cual, fuera de dar origen a la Cámara de Comercio de Manizales dispuso las bases esenciales que posteriormente daría configuración a la Ley 28 de 1931 la cual constituyó en el Estatuto Orgánico de las Cámaras de Comercio y es la base de la legislación vigente al respecto.

Continuando con este proceso, en 1915 fueron creadas las Cámaras de Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta y en 1916 la de Barranquilla, existiendo ya 28 en 1948 y así hasta llegar a la actualidad contendo con 42 Cámaras, siendo la de Sevilla (Valle) la última en surgir en 1978.

Es importante este período por la gran iniciativa creadora desarrollada, dando como resultado la aparición y organización de varias Cámaras en el país caracterizadas, por ser entidades de carácter meramente privado que se ocuparon principalmente de los intereses de los comerciantes, por ayuda al Gobierno y que desarrollaban también algunas actividades cívico-sociales, en

especial relacionada con turismo y la cultura, con los problemas del transporte y las comunicaciones y otras de interés local.

2.- LA LEY 28 DE 1931

Esta Ley constituye el estatuto orgánico de las Cámaras de Comercio, ella logró abarcar los aspectos necesarios para su constitución, organización y funcionamiento otorgándole funciones eminentemente gremiales y de promoción.

Una de las funciones que dicha ley le asignó fue la de llevar el Registro Mercantil -Registro Público de Comercio- por ser en ese momento el organismo más adecuado para ello, hecho que tuvo influencia en este período clave para el posterior desarrollo de las Cámaras, por cuanto en el mismo se presentó una especie de decadencia, viéndose obligadas a realizar un replanteamiento de sus objetivos y a mostrar una nueva visión de sus actividades y proyección.

La situación se presentó debido a que las Cámaras

aumentaron todos sus recursos hacia el empeño de lograr cumplir en forma aceptable esta labor, dejando a un lado su principal finalidad, como entidades representativas del sector privado y en la que habían pensado los empresarios al fundarlas y que sí estaban - llevando a cabo esta clase de entidades en otros países.

Los comerciantes y el público en general empezaron a considerarlas solo como una oficina de Registro sin ninguna otra proyección; esto, a la larga, motivó la disminución de afiliados pues, poco a poco muchos de los que existentes se fueron retirando y se fué haciendo más difícil la consecución de esta clase de miembros por una parte porque las Cámaras no se interesaron mucho por lograrlo y por otra, de mayor peso, porque los comerciantes consideraban para cumplir esa función del registro bastaba con el ingreso aportado - al llenar esa obligación legal de inscribirse en la Cámara.

Como una reacción a esta situación, en los últimos veinte años se aprecia "un nuevo despertar de las Cáma

ras de Comercio" tendientes a la revisión de su actuación y el análisis de como utilizar los recursos del registro en forma que se traduzca en un mayor servicio y beneficio para la comunidad.

Como fruto de lo anterior, se ha efectuado un replanteamiento por las actividades por realizar, pues aunque la Ley 28 delimitaba algunas no establecía restricciones para desarrollar otras, lo que dió lugar a pensar en nuevas labores en desarrollo de la comunidad que hab empezado a ejecutarse.

el Registro Mercantil empezó a ser utilizado como medio de información mercantil y para cumplir con eficiencia esta actividad, comenzó a organizarse mejor la recopilación de los datos respectivos y en general todo el proceso, tanto de su realización como de su adecuado aprovechamiento.

Igualmente nació también de nuevo el interés de contar con afiliados, no sólo por sus aportes monetarios sino además por la incalculable colaboración que podrían brindar en beneficio de toda la comunidad, tornándose más fácil su consecución gracias a la nueva orien

tación de las Cámaras.

Buscando una mayor eficiencia en el logro de la meta escogida, se inició la organización de departamentos especializados de promoción y desarrollo en las Cámaras, que pudieran hacerlo, de acuerdo con las necesidades de la región, recursos, y campos de acción, con el propósito de dedicarlo exclusivamente a actividades de promoción regional.

3.- EL CÓDIGO ACTUAL

Esta etapa se inició en la segunda semana de Marzo de 1971 y se ignora cuando finalizó. De todos modos el Decreto-Ley 410 de 27 de Marzo solamente se publicó en el Diario Oficial No. 33339 del 16 de Junio. Y se parangonan los proyectos ardua y laboriosamente estudiados, discutidos y aprobados que la comisión entregó al Ministerio de Justicia, con el artículo que a la postre se publicó es fácil detectar las adiciones, simbiosis, transposiciones, injertos, supresiones y cambios introducidos no siempre con acierto, respecto de los cuales sería injusto a todas luces sindicarse a la Comisión Revisora. El baturrillo es patente en la

regulación de Sociedades. En otros puntos también se quebrantó la unidad expositiva y doctrinaria.

Fuentes:

Solamente el análisis exhaustiva de cada institución concreta permitirá determinar con exactitud las fuentes que inspiraron al legislador. No obstante, es de suma conveniencia para el intérprete indicar las líneas directrices del nuevo estatuto y los manantiales de información de las ponencias que luego se otmaron en preceptos definitivos.

A grandes rasgos son:

a.- La realidad social del país, su organización, su estructura económica, así como la bondad bien probada de instituciones que la pátima del tiempo en vez de oscurecerlas las había hecho brillar al impulso del dinamismo de la era acutal, constituyeron brújula insustituible en la redacción del articulado.

Por esa razón innumerables preceptos de este Códí

go son reproducciones retocadas de normas ya conocidas y suficientemente decantadas en el medio jurídico colombiano. Desde luego se colmaron las lagunas más ostensibles que dichos institutos presentaron. Puede afirmarse que la línea de oro seguida por la Comisión Revisora fué la de tener siempre en cuenta la tradición del Derecho Mercantil Colombiano para adaptarlo a los requerimientos de la era actual sin plasmar cambios radicales cuando la complejidad de la materia no los exigía.

b.- Ciertos aspectos que reclaman con urgencia una regulación común o similar en Latinoamérica merecieron especial consideración. Valgan como ejemplos, las normaciones sobre propiedad Industrial y títulos- valores.

c.- La exigencia social de firmeza en las relaciones jurídico- económicas se satisface con una reglamentación moderna del Registro Mercantil cuyos lineamientos no se circunscriben a la matrícula de los empresarios y a la modesta publicidad mercantil sino que abarca también funciones trascendentales unas ve-

ces constitutivas de derechos, otras declarativas, algunas saneatorias de vicios o defectos formales y otras preventivas de la competencia desleal.

d.- Enfoque interesante que primó en la redacción de éste Código fué la de tener siempre en mente las características de Derecho Mercantil que lo presenta como una rama jurídica especial, internacional o cosmopolita, de formación consuetudinaria, progresiva y con firme tendencia a la uniformidad. Esta circunstancia influyó para que diversas instituciones muy propias o peculiares no tengan un sabor demasiado local o estrictamente nacionalista sino que obedezca a principios aceptados en la Comunidad de Naciones en cuya vida de relación se han adoptado estipulaciones semejantes o idénticas especialmente en materia de compraventa, transportes, seguros, créditos, etc.

e.- Existen convenciones internacionales que Colombia no ha ratificado o no ha adherido a ellas y que a pesar de no significar compromisos jurídicos, establecen avances en el proceso de unificación en el Derecho Mercantil. Es lo que acontece primordialmente en la navegación marítima y en la aérea. La Co-

misión obviamente no podía ignorar ese hecho protuberante y de ahí que tomara como derroteros no pocas convenciones internacionales que regulan diferentes aspectos de las materias mencionadas.

En la parte relativa a la aeronáutica sirvieron de pauta a las Convenciones de Varsovia (1929), Chicago (1946) y Guadalajara y las modificaciones que a la primera le fueron introducidas por los Protocolos de la Haya (1955) y Guatemala (1971); y ante todo, el Proyecto de Código Aeronáutico Latinoamericano, adoptado en Córdoba (Argentina) en acatamiento a las recomendaciones que en tal sentido aprobaron las Conferencias Regionales de Aviación Civil reunidas en Bogotá y Montevideo.

f.- En lo referente a Establecimientos de Comercio fueron guías desde la redacción del proyecto de 1958, el Código Civil Italiano de 1942, la Ley Argentina 11.867 de 1934, así como las leyes de 1926 y 1946 y el Decreto 1953 promulgados en Francia sobre arrendamientos de locales comerciales.

g.- En Propiedad Industrial existe una

ley internacional sin parangón en la historia del Derecho, que data desde 1883, cuales la convención multipartita denominada "Unión de París para protección Internacional de Propiedad Industrial", que fué seguida en 1886 de la Convención de Berna para la protección Internacional de la Propiedad Literaria y Artística. La primera ha sufrido sucesivas revisiones, las últimas en Lisboa y Estocolmo. Más de sesenta Estados forman parte de ella, pero de Latinoamérica solamente son miembros Brasil, Argentina y Uruguay.

También en América se ha intentado desde hace varios lustros establecer condiciones similares de protección internacional a la Propiedad Industrial. Así, dos convenciones Interamericanas están en vigor: La Convención de Buenos Aires de 1910 para la Protección Internacional de Patentes y Diseños, que vincula a trece países; y la Convención General Interamericana de Washington para Protección de Marcas de Comercio, de 1929, aprobada por Colombia mediante la Ley 59 de 1936 y que rige en diez Estados. Así mismo existe el convenio Bolivariano de 1911, que vincula a los países del grupo.

Pues bien: Estas fuentes de extraordinario valor se tuvieron en consideración para regular todos los aspectos de la Propiedad Industrial; y en la consagración de los tres tipos de licencias que pueden concederse para explotar una patente, o sean, la Contractual, la Obligatoria, y la de Oficio, se tomó como paradigma la Ley Francesa de 1968.

h.- En cuanto concierne a títulos Valores el articulado que traía el Proyecto de 1958 fué sustituido totalmente con "El proyecto de Ley Uniforme sobre Títulos Valores para la América Latina" Preparado a solicitud del Parlamento Latinoamericano por el Instituto para la Integración de América Latina, -INTAL- organismo especializado del Banco Interamericano de Desarrollo -BID-.

i.- En la regulación de los contratos y obligaciones mercantiles se hizo ostensible desde el proyecto de 1958 la amplia y efectiva influencia del Código Italiano de 1942. Este Código realizó la unificación formal de la legislación civil y mercantil, hecho que paradójicamente ha generado en la misma península itálica un verdadero renacimiento de la autonomía

del Derecho Mercantil.

También se encuentran en el articulado resonancias del Código Suizo de las obligaciones, que inspiró algunos preceptos, lo mismo que del Código Alemán especialmente en la irrevocabilidad de la oferta; de los Códigos de Argentina y México en la compraventa; del Decreto 491 del 26 de Diciembre de 1958 de Venezuela sobre ventas con reservas de dominio; de la Ley de Fidecomisos de 1956 de Venezuela; y del moderno Código del Comercio de Honduras en lo referente al contrato de suministro, estimativo y de edición, hospedaje, de fiducia y otros.

j.- En concordato preventivo y quiebra la base fundamental fué la experiencia recogida en el país durante la vigencia del Decreto-Ley de 1940; pero también sirvieron como puntos cardinales de orientación las legislaciones de Argentina, Italia, y México, de las cuales las últimas son consideradas como ordenamientos técnicos, armónicos y afines.

k.- Finalmente, la Comisión consultó el



31

Proyecto de Código de Comercio de México, revisado en 1960; el Anteproyecto de Código de Comercio de Venezuela; el Anteproyecto de Ley General de Sociedades de Argentina, de 1959; el Anteproyecto Boliviano de Código de Comercio de 1964, el Proyecto Centroamericano de la Ley Uniforme de Títulos-Valores; la Convención de Ginebra de 1931 sobre cheques; el Uniform Commercial Code que rige en algunos estados de la Unión Americana; las recientes legislaciones de Alemania, Francia sobre sociedades, y los Códigos de Comercio de casi todos los países latinoamericanos.

En este cuerpo legal está muy lejos de ser un derecho de sabiduría, entre otras razones, porque la perfección no es conatural a las obras humanas. Y no abarca la totalidad de la esfera del Derecho Mercantil porque en la Comisión prevaleció la tesis de que algunos de sus segmentos deben ser objetos de regulaciones específicas, v.gr., lo atañadero al régimen de los establecimientos de crédito e instituciones afines o aldañas; no obstante, recoge en forma sistemática las normas básicas de los aspectos principales de la materia mercantil y distingue entre lo fundamental y aqué-

llo que puede ser reglamentado ulteriormente, En esta era atómica de mutaciones aceleradas y pasmosas en todos los órdenes, se patentizan también en el campo jurídico económico por la influencia que marcan las transformaciones tecnológicas y el intercambio cada día más intenso entre los pueblos. Todo ello genera cambios de mentalidad, de necesidades, de créditos, de procedimientos y de doctrinas que aparejan hondas modificaciones del Derecho Positivo. Es utópico pretender que un Código pueda tener una vigencia prolongada; pero como una tarea legislativa de esta envergadura es demasiado parnimoniosa, el artículo 2035 ha previsto que el Gobierno Nacional reglamente las disposiciones en la medida de que las circunstancias lo requieran.

A pesar de las mutilaciones, sustituciones y deformaciones que alegremente se hicieron en la recapitulación y el ajuste definitivo a nivel gubernamental las innovaciones más importantes que se hicieron al Código fueron las siguientes:

Régimen de las Cámaras de Comercio.

Sociedades Comerciales.

Establecimientos de Comercio.

Propiedad Industrial.
Títulos- Valores.
Contratos Mercantiles.
Obligaciones Mercantiles en general.
Representación en el Derecho Mercantil.
Período Precontracutal.
Formación del contrato.
Cesión del contrato.
Ineficacia, nulidad, anulación e inoponibilidad.
Contrato de seguro.
Contrato de Suministro.
Mandato y sus modalidades especiales.

En estas innovaciones en cuanto a Cámaras de Comercio se dispuso el siguiente régimen:

El Título VI del Libro Primero sigue los lineamientos trazados por la Ley 28 de 1931 en relación con las Cámaras de Comercio e introduce algunas modificaciones sustanciales así:

La creación corresponde al Gobierno Nacional para cuyo efecto este debe atender a la continuidad geográfica

ca y a los vínculos comerciales de los municipios en donde ejercerá sus funciones.

Los integrantes de cada Cámara son todos los comerciantes inscritos en el respectivo Registro Mercantil.

La Junta Directiva está compuesta por miembros cuyo número oscila entre seis y doce, con sus respectivos suplentes, según fijación que hace el Gobierno en consonancia con la importancia de la respectiva región. El Gobierno tiene representantes en dicha Junta Directiva hasta en una tercera parte del total de los directores.

El período de los directores de dos años.

La elección de miembros no representantes del Gobierno se lleva a cabo en asambleas de los comerciantes inscritos en el Registro Mercantil, quienes deben sufragar personalmente pues no es admisible la delegación. Para la elección se inscriben listas en la alcaldía de la sede de la Cámara y en el escrutinio se aplica el cuociente electoral.

Sin embargo, si una Cámara tiene más de 300 comer

cientes, inscritos, la elección de directores la hacen los afiliados de la misma Cámara siempre que el número de estos sea superior del 10% de todos los comerciantes.

El representante legal de la Cámara es su Presidente.

Cada Cámara debe tener uno o más secretarios. A este funcionario le corresponde autorizar con su firma - todas las certificaciones que expida la entidad.

Las incompatibilidades son de dos clases: a) Para los directores, quienes no pueden serlo en más de una Cámara; y b) Para los Agogados, Economistas y Contadores al servicio de la Cámara, quienes quedan inhabilitados para ejercer sus profesiones en asuntos particulares.

Los requisitos para ser afiliado de una Cámara son: a) ser comerciante; b) haber cumplido y estar cumpliendo los deberes profesionales (estar inscrito en el registro mercantil, llevar contabilidad regular, etc.); c) solicitud de afiliación apoyada por un Banco o por tres comerciantes inscritos en el mismo lugar.

Los comerciantes afiliados tienen los siguientes derechos: a) Dar como referencia a la respectiva Cámara; b) Recibir gratuitamente las publicaciones de la Cámara; c) Recibir gratuitamente todas las certificaciones que pida a la Cámara; d) Intervenir en la elecciones de miembros de la Junta Directiva cuando los afiliados excedan del 10% de los comerciantes inscritos y el número de estos pase de 300.



CAPITULO II

NATURALEZA JURÍDICA Y CREACION DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

A.- ALCANCE DE LA EXPRESION: "INSTITUCIONES - DE ORDEN LEGAL". SON ENTIDADES DE DERECHO PUBLICO? SON ENTIDADES DE DERECHO PRIVADO?

El Código de Comercio en su artículo 78 establece:

"Las Cámaras de Comercio son instituciones de orden legal con personalidad jurídica. Creadas por el Gobierno nacional, de oficio o a petición de los comerciantes del territorio donde haya de operar. Dichas entidades serán representadas por sus respectivos presidentes".

Se ha desatado una polémica en torno a establecer si las Cámaras de Comercio son parte de la Administración Pública o no.

Tres grandes sistemas jurídicos explican en el mundo

de la organización y funcionamiento de las Cámaras de Comercio, a saber:

1.- El sistema francés, seguido, así mismo, en Alemania o Italia; según el las Cámaras de Comercio son consideradas como establecimientos públicos.

2.- El sistema inglés, que se caracteriza por la circunstancia de que las Cámaras de Comercio se constituyen libremente entre comerciantes, como asociaciones de derecho privado.

3.- El sistema español, que las cataloga como entidades de carácter oficial, encargada de velar por los intereses locales y generales del comercio y la industria.

En nuestro país, el Art. 30. de la Ley 28 de 1931 preceptúa que las Cámaras de Comercio son instituciones de origen legal, con personería jurídica desde el momento de su instalación y representadas por sus respectivos presidentes y por sus apoderados debidamente constituidos. Por su parte el nuevo Código de Comercio (Decreto 410 de 1971), estatuye lo siguiente: "Las Cá-

maras 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 serán representadas por su respectivo Presidente".

No ha dicho la ley colombiana que las Cámaras de Comercio sean entidades o corporaciones de derecho privado, ni tampoco, en forma expresa, que constituyen entidades públicas descentralizadas de orden nacional. - No obstante, tanto la Ley 28 como el nuevo Código de Comercio, dan un indicativo que no puede soslayarse, o sea que las Cámaras de Comercio, son instituciones de orden legal.

Y entonces, ¿qué debe entenderse por instituciones de orden legal?

Son aquéllas que nacen a la vida jurídica por virtud de un mandato legal, esto es, que su origen lo constituye un ordenamiento positivo del Estado.

Institución, entre otra cosa, significa estableci

miento, fundación, creación, lo fundado o establecido, cada una de las organizaciones principales de un Estado.

De donde cabe deducir que la institución de orden legal no es otra cosa que el ente jurídico creado por la ley, en oposición a las instituciones de derecho privado cuya causa jurídica y eficiente se encuentra en negocios de carácter particular, llámase de asociación, contrato de sociedad, o iniciativa fundacional.

Desde luego, no puede confundirse la autorización expedida por la autoridad pública, como requisito para el debido funcionamiento de ciertas corporaciones y fundaciones de derecho privado, con el acto de creación de la personería jurídica, pues el origen legal esto, agrega un valor de insospechada importancia para entrar a determinar si ella pertenece a la esfera de derecho privado o a la del derecho público; si es persona jurídica privada o si es persona jurídica pública o de derecho público. Es por ello que el Art. 80 de la Ley - 153 de 1887, con singular nitidez, excluye cualquier equívoco expresa lo siguiente: la Nación, los Departamentos, los Municipios, los establecimientos de Beneficencia y los de Instrucción Pública, y las Corporacio-

nes creadas o reconocidas por la ley son personas jurídicas.

La norma en cuestión estima, por consiguiente dos categorías de personas jurídicas: las creadas por la Ley (personas públicas) y las reconocidas por la ley (personas privadas).

Ahora bien, por la propia definición ha quedado ya establecido que las Cámaras de Comercio son de creación legal, y además señalando el principio de que ese origen del respectivo ente, le confiere la personalidad de derecho público. Es por ello tan celosa ley en no dejar salir del conjunto de esa clase de personas a aquéllas que encuentran su génesis directa en el ordenamiento legal del Estado. Así, por ejemplo, las fundaciones o instituciones de utilidad común creadas por la iniciativa particular para atender, sin ánimo de lucro, servicios de interés social, conforme a la voluntad de los fundadores son "personas jurídicas privadas" (artículo 5o. del Decreto 3130 de 1968); pero en cambio, la ley reivindica para el campo del derecho público las fundaciones o instituciones de utilidad común existentes, creadas por la ley o con autorización de -

de las mismas considerándolas como establecimientos públicos, sujetas a las normas previstas para éstos, de inmediato, con las particularidades que contengan los actos de su creación. Así lo establece el Art. 7o. del Decreto antes citado que dispone: "La misma regla se aplicará cuando con la necesaria facultad legal o estatutaria, se creen por los establecimientos públicos y por las empresas industriales y comerciales del Estado entidades con objetivos propios de las fundaciones o instituciones de utilidad común lleven o no esta denominación".

Precisamente, por su origen legal, los establecimientos públicos y las empresas industriales y comerciales del Estado son personas de derecho público mientras que las sociedades de Economía Mixta que si bien por la participación del Estado en su capital, se consideran genéricamente como "entidades descentralizadas" pero por su origen contractual son personas de derecho privado, no obstante que bajo determinadas condiciones quedan sometidas al régimen previsto para las empresas industriales y comerciales del Estado (artículo 3o. Decreto 3130). Es así como el artículo 8o. del Decreto 1050 de 1968, precisa que las sociedades de e-

conomía mixta, "son organismos constituidos bajo la fórmula de sociedades comerciales" que desarrollan actividades de naturaleza comercial o industrial conforme a las reglas del derecho privado, salvo las excepciones que consagre la ley.

"Las Cámaras de Comercio como establecimientos públicos de acuerdo con las normas legales vigentes.

Las Cámaras de Comercio -ya se dijo antes- tienen su origen en la ley, y precisamente por tal causa que imprime carácter a la luz del derecho público colombiano no vale examinar a qué categoría de personas jurídicas públicas descentralizadas pertenece. De antemano y por exclusión no pueden ser empresas industriales y comerciales del estado, por cuanto estas desarrollan actividades de naturaleza comercial o industrial que no se compaginan con las atribuciones y funciones públicas otorgadas al efecto por la ley o las referidas Cámaras. Lo único en común entre éstas y las empresas estatales, que viene a constituir, por así decirlo, el vínculo de la gran familia de personas públicas descentralizadas, es el del origen legal de unas y otras.

"Las Cámaras de Comercio gozan de autonomía administrativa, como quiera que ejercen sus funciones dentro del ámbito reconocido por la ley. Además cumplen principalmente funciones públicas, sin que la circunstancia de que se les haya asignado otras representativas de los comerciantes o industriales, ello pese a su primitiva categoría de establecimiento público, ya que como lo dijere esa misma Corporación en sentencia del 12 de Abril de 1970, tales personas de derecho público, además de sus funciones administrativas tiene otras distintas, bien sean ellas de carácter industrial o comercial, docente o social, sin que por ellos se desfigure la naturaleza propia de Establecimiento público, pues cumplirán siempre sus objetivos conforme a las reglas de derecho público, a menos que la ley o en los respectivos estatutos se haya especificado un régimen excepcional.

"Desde luego que la autonomía de las Cámaras de Comercio, como la de toda entidad descentralizada, encuentra su límite en la tutela administrativa, que no es otra cosa que el poder que goza la autoridad de salvaguardar la unidad del Estado y de lograr el cumplimiento de la ley. Precisa ente, ese control de tu-

tela a través de la debida vigilancia, se ejerce sobre las Cámaras por la Superintendencia de Industria y Comercio (artículo 25 del Decreto 2974 del 1968) y su control fiscal incumbe a la Contraloría General de la República. Es así, pues, como se cumple aquella exigencia legal de que los Ministerios, Departamentos Administrativos a los cuales se hayan adscritos los establecimientos públicos y vinculados las empresas industriales y comerciales del Estado, serán los organismos encargados de ejercer la tutela gubernamental o administrativa a que se refieren los artículos 7o. del Decreto 1050 de 1968 y 8o. del 3130 de ese mismo año y demás disposiciones sobre la materia.

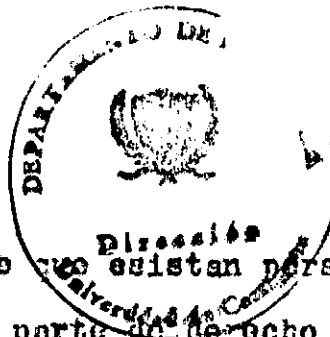
"Se ha esgrimido como argumento contrario a la naturaleza de establecimiento público de las Cámaras de Comercio, el hecho de que estas cumplen algunas funciones gremiales, cuya ejecución no es propia de persona de derecho público, y que la circunstancia de que aquéllas realicen ciertas gestiones públicas, nada resta a su carácter particular en consideración a que en el derecho administrativo es viable que el Estado encargue cometidos públicos a personas de derecho privado sin que ello implique transformación jurídica alguna -

en la personalidad del ente,

"Funciones y actividades de las Cámaras de Comercio como entidades de derecho público".

"Con todo, las razones anteriormente expuestas, no hacen dudar acerca de la verdadera naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio. Su indiscutible origen legal; el cálculo de funciones públicas atribuidas por normas superiores de derecho público y el ámbito jurisdiccional que gozan en determinado sector del territorio patrio, constituyen aspectos definitivos que no es dable diluir ante la perspectiva de que las Cámaras por otra parte, deben cumplir, según encargo de la misma ley, con funciones tales como la de servir de órgano de los intereses generales del comercio.

"Es así como la persona de derecho privado no se convierte en persona de derecho público por la función pública que se le haya encomendado como tampoco la persona de derecho público resulta transformada en sujeto privado porque paralelamente deba ejecutar una actividad propia de los particulares. Tal simbiosis no pue-



37

47

de llevar al errado criterio de que existan personas jurídicas mixtas, es decir, en parte de derecho público y en parte de derecho privado.

"En el derecho público actual ningún cambio jurídico se plantea en el caso de que una entidad de derecho público desarrolla actividades propias de particulares, como tampoco en el evento contrario, o sea, cuando un particular cumple o ejecute una función o cometido estatal, por delegación o concesión del mismo Estado.

"Pero entonces, ¿Cuál es la directriz a seguir para saber, en definitiva, cuándo una persona es de derecho público o de derecho privado? Ante la evolución del derecho público que ha significado la gestión económica a cargo del Estado, con procedimiento de derecho privado, no queda otra alternativa que la de buscar el origen, el acto primero o de creación del respectivo ente, tal como quedó dicho en uno de los acápites precedentes. Si su origen es legal la persona es pública. Si por el contrario, la es privado, la persona es de derecho común.

"Ahora bien, si el origen legal le imprime ca -
rácter público a la persona de igual manera la conser -
vación del patrimonio que es atributo consecuencia ne -
cesaria de la personalidad misma ha de tener, primor -
dialmente, una marca de origen estatal. Es por ello -
que se dice tanto para los establecimientos públicos -
como para las empresas industriales y comerciales del
Estado, que deben tener "un patrimonio independiente -
constituido con bienes o fondos públicos comunes, o -
con el producto de impuestos tasas o contribuciones de
destinación especial".

"Se observa, al respecto, cómo las Cámaras de -
Comercio persiguen tasas o cuotas forzosas del público
por concepto de inscripción de actos notariales sobre
creación, reformas y liquidación de sociedades; regis -
tro de libros de contabilidad, certificados sobre cong -
titución, existencia y representación de sociedades; -
registro público mercantil, etc. Además, no debe olvi -
darse cómo el artículo 20. de la Ley 151 de 1959 aludió
a las instituciones y organismos que reciben, manejan,
o inviertan ingresos públicos al percibir lo siguiente:
"La vigilancia de la gestión fiscal de las empresas o
establecimientos públicos descentralizados y de aqué -

llas instituciones y organismos que reciben, manejen o inviertan fondos provenientes de impuestos, tasas, contribuciones de carácter especial, o cuotas forzosas - creadas por la ley., corresponde a la Contraloría General de la República, de conformidad con lo establecido en el artículo 59 de la Constitución Nacional.

"Por su parte, el artículo 4o. de ese mismo estatuto señaló para los efectos del artículo 64 de la Carta, como empresas o instituciones en que tenga parte - principal el Estado, entre otras, a aquéllas entidades y organismos a que se refiere el artículo 2o. antes citado, esto es, a aquéllas que reciban, manejen o inviertan fondos provenientes de tasas, impuestos, contribuciones de carácter especial o cuotas creadas por la ley, como acontece con las Cámaras de Comercio.

"Comentando este importante punto, el doctor Bernardo Londoño Gutiérrez en su libro titulado "Cámaras de Comercio", dice: "El criterio operante para la determinación de las Cámaras de Comercio como entidades de derecho público se haya consignado claramente dentro de la Ley 151 de 1959, que a más de incluir a las Cámaras de Comercio dentro de estos lineamientos, indica las diversas fases que deben caracterizar orga -

nismos con posibilidades de ser tenidos como tales. En efecto, la citada norma previene como son establecidos de derecho público, no sólo a aquéllos sobre los que la Nación, los departamentos o los Municipios comparten más del cincuenta por ciento (50%) del capital social, sino, así mismo, aquéllas instituciones y organismos que reciban, manejen o inviertan fondos provenientes de impuestos, tasas, contribuciones de carácter especial o cuotas forzosas creadas por la ley. Este criterio legal, da base a varias Cámaras para oponerse a esa clasificación y ello, a pesar de lo real que la clasificación parezca, argumentando condiciones sui-génereis que caracterizan a las Cámaras tanto en organización como en funcionamiento. Sin embargo creemos nosotros, que la fuerza de las argumentaciones presentadas por los oponentes, pierde razón si se tiene en cuenta que las cuotas asignadas por el Registro público, y ello mirando uno sólo de los aspectos, tiene un alto grado de similitud a las tasas de que se hace mención en el derecho impositivo supliendo las dudas a las contribuciones especiales o cuotas forzosas de que trat. la Ley 151.

"El origen legal de las Cámaras de Comercio y su

patrimonio integrado con ingresos públicos que se derivan de las tasas y emolumentos establecidas también por disposiciones legales para los servicios que presta, determinan con singular nitidez, el carácter de personas de derecho público que ellos conservan, por cuanto no pueden haber entidades de derecho privado, creadas por la ley, y con patrimonio suministrado por sus asociados o fundadores particulares, sino previamente del Estado a su modo de percepción de tasas. -

De otro lado, sucede que las funciones primordiales de dichas Cámaras terminan por encuadrarlas más ostensiblemente en el campo del derecho público.

Resulta, entonces, imposible que una persona de derecho privado pueda cumplir con funciones administrativas que son esencialmente públicas y que implican, de otra parte, el ejercicio soberano de la fe ciudadana y la plena autenticidad de sus declaraciones y certificaciones, como acontece con la institución del Registro Mercantil y documentos públicos, (Art. 262 - del Código de Procedimiento Civil), emitidos por las Cámaras de Comercio respecto de la constitución, existencia, y representación de las sociedades mercantiles y comerciales.

"Repugnaría, por tanto, a una sana y recta organización jurídica que entidades meramente particulares puedan ser titulares de funciones que conciernen exclusivamente al depósito de la fe pública, las cuales sólo deben ser desempeñadas por instituciones de derecho público, pues la veracidad del Registro Mercantil, que comporta las directrices de ser instrumento de veracidad de actos o situaciones jurídicas comerciales, y un medio para distinguir al comerciante del que no lo es, no pueden en aras de la seriedad ninguna que implica esa función, estar llevada y dirigida por simples personas particulares. Allo constituiría un verdadero adfésio jurídico y legal.

"El nuevo Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) si bien en lo general sigue las mismas directrices de la Ley 28 de 1931, respecto a las Cámaras de Comercio, sin embargo hace resaltar con rasgos más nítidos, el carácter de establecimientos públicos de las mismas, por las siguientes prescripciones: c) - 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 haya de operar". (Art. 78); -

b.- El régimen de incompatibilidades para los directores que no pueden serlo en más de una Cámara y para los abogados, economistas y contadores al servicio de ellas, quienes quedan inhabilitados para ejercer sus profesiones en asuntos particulares, (Art. 85 y 90); -
c.- Las funciones son esencialmente públicas, y pueden clasificarse en administrativas, consultivas, representativas, arbitrales y fiscales (recaudar tasas y contribuciones); d.- Las Cámaras de Comercio están agoritas a un organismo principal de la Administración Pública cual es el Ministerio de Desarrollo Económico (Superintendencia de Industria y Comercio); e.- Tienen dos clases de controles: el administrativo o de tutela que corresponde a la Superintendencia de Industria y Comercio, entidad que decide de las reclamaciones relativas a la forma como se preparan y efectúan la elección y los escrutinios de los directores; aprueba su reglamento interno; revisa el informe anual de las labores realizadas; el detalle de sus ingresos; vigila y controla su funcionamiento; puede imponerles multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos (350.000) y decretar la suspensión o el cierre de la Cámara; y aprueba el presupuesto de rentas y gastos. Además dicha Superintendencia conoce de las apelaciones contra

los actos de las Cámaras y una vez surtido el recurso, se agota la vía gubernativa y procede contra ellos la acción contenciosa-administrativa. El control fiscal, que ejerce la Contraloría General de la República, se extiende a la vigilancia del recaudo, del manejo y de la inversión de los ingresos (Art. 78, 88 y 94); f.- El Gobierno Nacional estará representado en la Junta Directiva de las Cámaras de Comercio hasta en una tercera parte de cada Junta. Por Decreto Reglamentario se señalará el número de miembros de la Junta Directiva de las Cámaras y los representantes del Gobierno. (Art 80).

"Por último, es del caso recalcar, una vez más, - como la legislación colombiana desde antes de la expedición de la Ley 28 de 1931, siempre catalogó a las Cámaras de Comercio como entidades públicas, y así se observa como la Ley 111 de 1890, en sus artículos segundo, tercero y quinto las consideró como órganos oficiales del comercio, autónomos e independientes.

"Ahora bien, si de todo lo anteriormente expuesto resulta indubitable el carácter de establecimientos públicos para las cámaras de comercio, es forzoso concluir

que sus servidores tienen, igualmente el nítido status de empleados públicos, con todas las consecuencias legales del caso. Esta conclusión viene a corroborarla - el art. 1o. del Decreto 1890 de 1931. Y el artículo - 5o. del Decreto 3130 de 1968 al precisar, y por tanto a aclarar conceptos y situaciones que en el texto del Art. 4o. del Decreto 2147 de 1945 aparecen evidentemente te confusas, por la dificultad de atribuir a las empresas oficiales un ánimo de lucro, más propios de las - particulares que de establecimientos cuyo cometido esencial es el bien común, y determinar si una institución que funciona con fondos proveniente de impuestos, tasas o contribuciones, destinada únicamente a suministrar un servicio público de interés general o a subvenir el costo de la Administración Pública y de la satisfacción de los cometidos del estado y sometida a la tutela gubernamental y al control fiscal de todas sus operaciones pueda ser considerada idéntica a las similares de propiedad de los particulares, o es susceptible de ser fundada y manejada en la misma forma como - estos funden y manejan las que les pertenecen.

"En el interesante estudio que hace el señor fis-



56
-46-

cal en su concepto de fondo, analizó pormenorizadamente cada uno de los puntos del problema controvertido - en el juicio relacionados con la naturaleza jurídica - de las Cámaras de Comercio y con la situación legal del demandante como empleado de la mencionada entidad. El suscrito acoge y comparte, en un todo, los razonamientos jurídicos del Agente del Ministerio Público, por encontrarlos ajustado a derecho y que concluye así: - "No se puede dudar un instante entonces, de que las Cámaras de Comercio son un establecimiento público, a la luz de la doctrina y de la ley positiva, por estar adscritas esencialmente a la prestación de un servicio público. (Concepto expuesto por el Doctor Alvaro Orjuela Gómez).

Igualmente transcribimos el salvamento de voto del mismo Consejero Doctor Orjuela Gómez, en fallo proferido el día 23 de febrero de 1975 por la Sección Segunda de la sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado:

"Las razones jurídicas en que el suscrito fundamentó su discrepancia con el fallo anterior, proferido por los restantes consejeros que integran la sala, es-

tán amplia y exhaustivamente expuestas en el estudio que hizo al consignar su Salvamento de voto, en el juicio número 1722, y que tiene fecha 30 de julio de 1974.

"Los argumentos allí comunicados, para considerar que las Cámaras de Comercio son esencialmente establecimientos públicos, y que como tales los funcionarios y empleados que de ella dependen, se hallan amparados por los derechos y prerrogativas que les confiere la legislación vigente, cobran cada día mayor actualidad y certidumbre, hasta el punto de que sin creer que con ellos se ha dicho la última palabra, en no lejano tiempo van a servir por lo menos de base para modificar, legalmente una institución aberrante y exclusivista que como rueda suelta viene contemplando nuestro país, dentro de los mecanismos jurídicos y administrativos.

"por ello, el suscrito, al reiterar, una vez más la tesis y planteamientos sostenidos en dicha providencia quiere dejar establecido, que como lo antota el apoderado del actor sus servicios en las Cámaras de Comercio, tienen el carácter de funcionarios o empleados públicos y sus prestaciones sociales deben reconocerse

y pagarse de conformidad con las disposiciones laborales que les consagra para estos trabajadores".

Luego de transcribir apartes del estudio realizado por el cual quedó establecido que las Cámaras de Comercio eran establecimientos públicos, el Consejo de Estado en Jurisprudencia del año de 1974 se pronunció de la siguiente manera:

"Las Cámaras de Comercio no son de creación legal; no están instituidas especialmente para atender "principalmente funciones administrativas", conservan su modalidad originaria de ser organizaciones gremiales y esto contradice las finalidades propias del Establecimiento Público como las de atender a la satisfacción de necesidades de la comunidad toda; no están integradas dentro de la administración; ni su patrimonio es desmembración del patrimonio del Estado ni en una palabra reúnen los demás elementos característicos del Establecimiento," concluyendo, son asociaciones de tipo Gremial que cumplen dentro de sus funciones, algunas de orden público".

B.- CREACION DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO.

La creación de las Cámaras de Comercio está reglamentada por el Art. 78 del Código de Comercio que a la letra dice:

"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 serán representadas por sus respectivos Presidentes."

1.- REQUISITOS

El Gobierno Nacional podrá crear de oficio o a petición de los comerciantes Cámaras de Comercio teniendo en cuenta las condiciones económicas - sociales, la importancia comercial y las necesidades de la región donde hayan de operar.

Para la creación de las Cámaras de Comercio el Gobierno Nacional deberá tener en cuenta además de los an

teriores, los siguientes requisitos:

a.- Que la solicitud de creación esté respaldada por no menos del cincuenta por ciento (50%) de los comerciantes matriculados en la Cámara de la región sin que el número de estos pueda ser inferior en caso alguno a ciento cincuenta.

b.- Que la nueva Cámara de Comercio - cuente por lo menos con cincuenta solicitudes formales de afiliación.

c.- Que los interesados comprueben con estudios fehacientes que la nueva Cámara de Comercio - tendrá un presupuesto anual no inferior a quinientos - mil pesos moneda corriente (\$500,000 mct.) y

d.- No obstante lo dispuesto en el literal a) la Cámara o Cámaras afectadas deben conservar por lo menos el ochenta por ciento (80%) de sus matriculados, de sus afiliados, y del presupuesto correspondiente al año inmediatamente anterior.

teriores, los siguientes requisitos:

a.- Que la solicitud de creación esté respaldada por no menos del cincuenta por ciento (50%) de los comerciantes matriculados en la Cámara de la región sin que el número de estos pueda ser inferior en caso alguno a ciento cincuenta.

b.- Que la nueva Cámara de Comercio - cuente por lo menos con cincuenta solicitudes formales de afiliación.

c.- Que los interesados comprueben con estudios fehacientes que la nueva Cámara de Comercio - tendrá un presupuesto anual no inferior a quinientos - mil pesos moneda corriente (\$500.000 mct.) y

d.- No obstante lo dispuesto en el literal a) la Cámara o Cámaras afectadas deben conservar por lo menos el ochenta por ciento (80%) de sus matriculados, de sus afiliados, y del presupuesto correspondiente al año inmediatamente anterior.

2.- TRAMITE.

Los trámites para la creación de nuevas Cámaras de Comercio se surtirán ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Cuando la nueva Cámara sea creada a petición de los comerciantes; estos procederán a designar al Presidente y a los miembros provisionales de la Junta Directiva; si la creación fuere de oficio, lo hará el Gobierno.

En ambos casos el Gobierno nombrará a los miembros gubernamentales que hayan de representarlo en la respectiva Junta.

El período de los miembros de la Junta Directiva provisional se extenderá hasta la fecha en que tomen posesión los que resulten elegidos en la Asamblea con excepción de los gubernamentales que son de libre nombramiento y remoción; al presidente provisional se le aplicará el principio del Art. 9o. del presente Decreto que a la postre dice:

"Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio

designarán un Presidente y un Vicepresidente. Estos dignatarios serán elegidos para periodos de unaño y sólo podrán reelegirlos por una sola vez para el periodo siguiente". (Decreto 1520 de 1978 Art. 10.)

"Las Cámaras de Comercio podrán crear oficina seccional en el territorio de su jurisdicción; dicha creación se considerará válida a partir la aprobación por partes de la Superintendencia de Industria y Comercio"

C.- CLASIFICACION DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

El Código de Comercio establece la siguiente clasificación de las Cámaras de Comercio:

Grupo Primero:

Cámaras con rentas ordinarias anuales de un millón de pesos.

Grupo Segundo:

Cámaras con rentas ordinarias anuales superiores a un millón de pesos e inferiores a diez millones.



Grupo Tercero:

Cámaras con rentas ordinarias anuales superiores a diez millones. (Decreto 1520 de 1978 - Art. 40.)

El mismo Decreto en su Art. 80. dispone que las Cámaras del primer grupo tendrán en su Junta Directiva seis miembros principales y seis suplentes personales.

Las del segundo grupo nueve miembros principales y nueve miembros suplentes personales.

Y las del grupo tercero doce miembros principales y doce suplentes personales.

La elección de los directores se hará por las Asambleas que sesionaran por derecho propio cada dos años, con excepción de los representantes del Gobierno Nacional los cuales son de libre nombramiento y renovación.

1.- IMPORTANCIA

Esta clasificación es importante, ya que se tiene

en cuenta para sus distribución el patrimonio, pues de acuerdo con éste las Cámaras pueden desenvolverse perfectamente en el lugar donde desarrollan sus actividades.

Para la clasificación se determina un número de miembros catalogados así en los diversos grupos, siendo de esta manera adecuada la atención y los servicios que la Cámara presta a sus integrantes ya sea afiliados o matriculados y al público en general.

2.- CRITICA A LA CLASIFICACION

La clasificación de los distintos grupos de las Cámaras de Comercio se encuentra establecida en los Art. 79 y 80 del Código de Comercio. El último de los referidos artículos faculta al Gobierno para que a través de un Decreto Reglamentario establezca un número de miembros que a cada una corresponde en consonancia con las rentas ordinarias anuales de que estas entidades dispongan. En efecto, el Gobierno procedió a hacer uso de esta facultad y expidió el Decreto 1361 de 1974 que establece tres grupos:

El primero comprende las Cámaras cuyo presupuesto no exeda de quinientos mil pesos (500.000), el segun-

do las entidades cuya ejecución presupuestal vaya de quinientos mil pesos (\$500.000) hasta un millón quinientos mil pesos (\$1. 500.000) y en el grupo tercero se incluyó a las Cámaras cuyo presupuesto anual fuere superior a un millón quinientos mil pesos (\$1. 500.000). El mismo Decreto 1361 de 1974 estableció la composición de las Juntas Directivas en un número de 6 miembros principales con sus respectivos suplentes para el primer grupo, de nueve miembros principales con sus suplentes para el segundo grupo y de doce para aquellas Cámaras comprendidas en el tercer grupo.

Sin embargo, esta clasificación quedó rápidamente superada con el proceso de devaluación de la moneda y por esa razón adolece de un exceso de participación que no se compagina con el presupuesto de algunas entidades que siendo de mediana categoría como en el caso de Cartagena y Bucaramanga disponen de un número de asientos similar al de otras ubicadas en ciudades mayores como ocurre en Bogotá, Medellín y Cali.

El Ministerio de Desarrollo económico a través de la Superintendencia de Industria y Comercio adoptó por

disminuir la representación en las entidades ubicadas en el segundo grupo, sin embargo postergó los efectos de esa disposición hasta el año de 1980 en razón de la cercanía de las elecciones de juntas Directivas que se verificaron en el mes de Julio de 1978.

Se dictó entonces la resolución No. 13 de Julio de 1978 "por la cual se determina el número de directores de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio y se dictan otras disposiciones".

Artículo 1o.: "Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Amazonas, Chinchiná, Pamplona, Quibdó, Santa Rosa de Cabal, Sevilla y Tamacose compondrán de seis miembros principales con sus respectivos suplentes de conformidad con el Art. 3o. del Decreto 1361 de 1974.

Artículo 2o.: Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Barrancabermeja, Buenaventura, Cartago, Duitama, Florencia, Honda, La Dorada, Magangué, Pasto, Rioacha, San Andrés, Sincelejo y Sogamoso se compondrán de nueve miembros principales con sus respectivos suplentes

tes de conformidad con el Art. 3o. del Decreto 1361 de 1974.

Artículo 3o.: Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Armeni, Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Buga, Cali, Cartagena, Montería, Cauca, Girardot, Ipiales, Ibagué, Manizales, Medellín, Neiva, Palmira, Popayán, Pereira, Santa Larta, Tuluá, Tunja, Villadupar, Villavicencio, se compondrán de doce miembros principales con sus respectivos suplentes de conformidad con el Decreto 1361 de 1974.

Artículo 4o.,-: Al tenor de lo dispuesto en el Art. 8o. del Decreto 1361 de 1974 el Gobierno Nacional estará representado en la Junta Directiva de la Cámara de Comercio por una tercera parte de 5 miembros".

D.- JURISDICCION DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO"

Según el inciso 2o. del artículo 79 del Código de Comercio "el Gobierno Nacional determinará la jurisdicción de cada Cámara, teniendo en cuenta la continuidad

geográfica y los vínculos comerciales de los municipios agrupados, dentro de la cual ejercerá sus funciones".

En cada municipio del país no podrá funcionar más de una Cámara de Comercio, pero una misma Cámara podrá tener jurisdicción en distintos Municipios cuando así lo determine el Gobierno Nacional, de acuerdo con la - continuidad geográfica de aquélla, los medios de comunicación y los vínculos comerciales. (Decreto 1520 de 1968 art. 3o.)

1.- IMPORTANCIA

Es importante establecer la jurisdicción de las - Cámaras de Comercio porque así los comerciantes tienen conocimiento del lugar donde deben cumplir con sus o - bligaciones; y a la vez, lo es, por los particulares - porque cuando necesiten información sobre un comercian - te o un establecimiento de comercio sabrán a qué Cámara del país dirigirse.

Si no se estableciere una jurisdicción reinará



y la armonía estaría muy lejos de los asociados ya - que ellos no sabrían a qué lugar dirigirse y entre las mismas Cámaras, pues todas desearían ser competentes en cuando a solicitudes, matriculas, registros, etc.

2.- CRITICA A LA JURISDICCION

La distribución de las Cámaras de Comercio dentro del territorio del país ha sido fijado en términos concretos por medio de decretos Reglamentarios, así pues otorgandole al Gobierno facultades para que disponga - las cosas en armonía con el desarrollo comercial de cada región.

Pero es incuestionable que el gobierno no ha sabido utilizar esa facultad que se le otorga ya que no ha tenido en cuenta la distribución geográfica del país, sus medios de comunicación, y el desarrollo económico de cada región para establecer esta jurisdicción, es - así como vemos que en la actualidad hay municipios adscritos a una Cámara que por los motivos antes expuestos les queda difícil cumplir con sus funciones, tal es el

caso de los municipios de Plato y Tenerife, que territorialmente pertenecen al Dpto. del Magdalena y sin embargo corresponde a la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cartagena; nos encontramos sin justificación a esta distribución ya que lo queda más fácil a los comerciantes de estos dos municipios por la vinculación económica y sus medios de comunicación dirigirse a una Cámara de Comercio más cercana como serían las ubicadas en Santa Marta o Valledupar y no a la de Cartagena como ocurre en la actualidad.

Antiguamente sí se concebía debido a la importancia que estos aspectos brindaba el río Magdalena, pero con el correr de los tiempos y con el avance de las comunicaciones esta vía fluvial ha perdido su valiosa comunicación.

Con todo ello, el Gobierno está fomentando y facilitando implícitamente el ejercicio ilegal del comercio.

En la actualidad vemos, que en la Cámara de Comercio de Cartagena se han inscrito negocios relativos a la prenda agraria de los comerciantes pertenecientes a los municipios antes mencionados.

CAPITULO III

INTEGRANTES DE LAS CAMARAS DE COMERCIO

En nuestro país las Cámaras de Comercio se encuentran integradas por comerciantes inscritos o matriculados y comerciantes afiliados, que difieren entre sí por la variedad de sus obligaciones y derechos. A continuación señalaremos lo referente a cada uno de ellos.

A.- COMERCIANTES INSCRITOS O MATRICULADOS

La obligación de inscribirse los comerciantes (personas naturales) surge a partir del instante en que se comienza a ejercer realmente el comercio y ello debe hacerse dentro de los treinta (30) días siguientes a ese momento. La solicitud deberá hacerse a la Cámara de Comercio con jurisdicción en el domicilio del solicitante, por medio del diligenciamiento de un formulario especial que contiene los requisitos señalados en el numeral 1o. del Art. 32, entre los cuales cabe -

destacarse: "El nombre del comerciante, documento de -
identidad, nacionalidad, actividad o negocios a que se
dedique, domicilio y dirección, lugar o lugares donde
desarrolle sus negocios de manera permanente, su patri-
monio líquido, detalle de los bienes raíces que posea,
monto de las inversiones en la actividad mercantil, -
nombre de la persona autorizada para administrar los -
negocios y facultades, entidades de crédito con las -
cuales hubiere celebrado operaciones y referencias de
dos comerciantes inscritos".

Las solicitudes de matrícula que se presenten con
posterioridad al término establecido anteriormente (30
días) deberán ser tramitadas por las Cámaras de Comer-
cio, pero estas entidades deberán enviar a la Superin-
tendencia de Industria y Comercio la lista de las ma-
trículas extemporáneas efectuadas para la aplicación de
las sanciones correspondientes.

La renovación anual de matrícula se llevará a ca-
bo según el Art. 33 del Código de Comercio en los tér-
minos siguientes:

"La matrícula se renovará anualmente, dentro de

los tres primeros meses de cada año. El inscrito informará a la correspondiente Cámara de Comercio la pérdida de su calidad de comerciante, lo mismo que cualquier cambio de domicilio y además mutaciones referentes a su actividad comercial, a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente. Lo mismo se hará respecto de sucursales, establecimientos de comercio, y demás actos y documentos sujetos a registro".

Renovar es "Hacer como de nuevo una cosa, o volverla a su primer estado".

"Reanudar, poner de nuevo o reemplazar una cosa".

"Trocar una cosa vieja, o que ya ha servido, por otra nueva". "reiterar o publicar de nuevo".

Los anteriores conceptos, que tras la autoridad indiscutible de la Real Academia, nos hace pensar en que la renovación de la matrícula mercantil debe hacerse con todas las formalidades, solemnidades y requisitos previstos para la primera inscripción. Renovándose la matrícula no es necesario renovar los registros de los actos y de los documentos.

75

Así, el doctor Gabino Pinosón considera que la disposición incurre en una confusión "entre la matrícula del comerciante o de un establecimiento de comercio y el registro de ciertos actos o documentos".

Por otra parte, la norma puede ser interpretada en el sentido de que la obligación del inscrito de informar sobre las mutaciones referentes a su actividad comercial, se extienden también a las que concurren "Respecto de sucursales, establecimientos de comercio y de más actos y documentos sujetos a registro. Puesto que la primera interpretación conduce al absurdo, hemos de concluir que la única que permite señalar un alcance relativamente coherente al Art. 33 en su parte final es la segunda. Esta parece ser, el criterio adoptado por la Superintendencia de Industria y Comercio, que alude a la renovación de la matrícula únicamente, sin hacer referencia alguna a los demás actos y documentos sujetos a registro, en el entendimiento de que no estima que la inscripción de estos deba ser renovado.

Quizás una de las obligaciones que acarrea funestas consecuencias para los comerciantes es el incumplimiento

nimiento de inscribirse o matricularse en el Registro Mercantil, pues en tal evento podría decirse que no está, ejerciendo el comercio dentro de las normas señaladas por la ley. No que lo esté ejerciendo ilegalmente como pretenden algunos porque en realidad, no se le puede prohibir el ejercicio del comercio, lo que ocurre es que el comerciante que se coloca en esta situación eventualmente puede derrovar perjuicios en ellos, como son los siguientes:

1.- No puede llevar libros de contabilidad, porque para llevarlos tendría que registrarlos en la Cámara de Comercio, cosa que no puede hacer por no estar inscrito.

2.- Consecuencia de la anterior es que en un pleito entre comerciantes no tiene la oportunidad de aducir sus libros como prueba y si su contraparte los presenta se le juzgará por los libros de esta, pero admite prueba en contrario.

3.- Al no estar inscrito como comerciante ni llevar contabilidad, en caso de sobrevenir una quiebra, desde el punto de vista del "delito de quiebra" -

(Art. 419 y 420 del Código Penal y Art. 2314 y siguientes del Código de Comercio) se presume que la quiebra es culposa y la carga de la prueba (ausencia de culpa) corresponderá al comerciante.

4.- Puede ser sancionado por la Cámara de Comercio por no inscribirse y por un juzgado cuando ocurra pleito con otro comerciante, de todo lo anterior se desprende la importancia capital de inscribirse en el Registro Mercantil.

1.- OBLIGACIONES Y DEBERES

Entre las obligaciones y deberes de los comerciantes matriculados para con la Cámara de Comercio mencionaremos los siguientes:

a.- Renovará la matrícula dentro de los tres primeros meses de cada año.

b.- Cuando el número de afiliados es suficiente le corresponde la función de participar en la escogencia de las directivas.

c.- Estar informados sobre los objetivos y actividades de su Cámara de Comercio para que su participación se cumpla y se haga constructiva.

d.- Pagar a la Cámara de Comercio los emolumentos establecidos por la ley y cancelar por la expedición de certificados según la tarifa señalada.

e.- Informar a las Cámaras de Comercio sobre la pérdida de su calidad de comerciante, cambio de domicilio, y demás mutaciones referentes a su actividad comercial a fin de que se tome nota de ello en Registro correspondiente.

f.- Acreditar a petición de la Cámara los datos indicados en la solicitud con partida de estado civil, certificados de Bancos, Balances autorizados por contadores públicos, certificados de otras Cámaras de Comercio o con cualquier otro medio fehaciente



(79)

-68-

2.- PRIVILEGIOS DE LOS COMERCIANTES MATRICULADOS

La matrícula de comerciante le proporciona a este ciertos privilegios fuera de los que se derivan del ejercicio del ejercicio de su actividad profesional. Por ejemplo: solamente el comerciante que esté cumpliendo debidamente sus obligaciones legales en cuanto al Registro Mercantil podrá solicitar que se le admita la celebración de un concordato con sus acreedores en el caso de que haya suspendido o tenga suspender el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.

El Juez competente no dará curso a la solicitud si, entre otros requisitos, el comerciante no presenta un certificado de la Cámara de Comercio del lugar de su domicilio en el cual conste que se halle legalmente matriculado en el Registro Mercantil.

3.- CANCELACION DE MATRICULA

Su cancelación debe hacerse por orden de autoridad competente o a solicitud de quien haya obtenido la ma

trícula, debe presentarse con firma autenticada del matriculado.

La matrícula de persona natural, cuando se cancela a solicitud del matriculado, requiere la presentación de un documento que contenga dicha solicitud y que sea autenticado o presentado personalmente por el interesado, de lo cual debe dejarse constancia.

El número de una matrícula cancelada, no se puede volver a adjudicar nuevamente.

La documentación inscrita, perteneciente a una matrícula cancelada, se conservará en los archivos de la respectiva cámara de Comercio, con una señal que permite identificarla visualmente.

La figura jurídica de la quiebra es otra de las que solamente se predica de los comerciantes, pues para declararla debe acreditarse plenamente la calidad de comerciante del presunto fallido.

Uno de los decretos del auto que declara la quie-

bra es la cancelación de la matrícula del quebrado - en el Registro Mercantil y la inscripción allí de la - persona designada como síndico.

La calidad de comerciante se prueba con certificado de la Cámara de Comercio.

B.- COMERCIANTES AFILIADOS

Base de cualquier asociación empresarial son sus miembros o afiliados y sólo pueden considerarse como - tales quienes voluntariamente adhieran a ella, dentro del régimen tradicional, reconocido por la ley.

De otra parte, la afiliación es la única alternativa viable de desarrollo para las Cámaras nacionales, y es así como el Código de Comercio en el inciso lo. - del art. 92 dispone:

"Los comerciantes que hayan cumplido y estén cumpliendo los deberes de comerciantes, podrán ser afiliados de una Cámara de Comercio cuando así lo soliciten - una Cámara de Comercio cuando así lo soliciten con el

apoyo de un Banco local o de tres comerciantes inscritos en el mismo lugar".

En base del inciso transcrito anteriormente sólo pueden aceptarse como afiliados personas naturales o jurídicas que reúnan los siguientes requisitos:

1.- Cumplimiento de los deberes del comerciante;

Estos de acuerdo con el artículo 13 del Código de Comercio son:

a.- Estar matriculados en el Registro Mercantil y haber efectuado las correspondientes renovaciones;

b.- Tener inscritos en el registro Mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esta formalidad;

c.- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;

d.- Conservar, con arreglo a la ley la correspondiente correspondencia y demás documentos rela

cionados con sus negocios;

e.- Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles;

f.- abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

2.- PRESENTACION DE UNA SOLICITUD.

Tratándose de una vinculación enteramente voluntaria, es requisito indispensable la presentación de una solicitud, con las firmas de tres comerciantes matriculados o del representante legal de una Banco, a nombre de éste. Para verificar el cumplimiento de tal requisito, las Cámaras deben conservar las respectivas solicitudes o dejar constancias en las actas respectivas de la reunión en que la afiliación sea aprobada; sobre el cumplimiento de dicha condición. De otra manera, la solicitud de afiliación deberá ser postergada.

3.- APOYO DE UN BANCO LOCAL O DE TRES COMERCIANTES INSCRITOS EN EL MISMO LUGAR

Este es un requisito muy importante debido a que e

con él, se busca verificar el respaldo económico y buena fama del comerciante que solicita dicha afiliación.

Los comerciantes que aporten referencias sobre el nuevo solicitante deben haber cumplido con los requisitos de inscripción en el Registro Mercantil y ser de reconocida honorabilidad.

Lo anterior se establece con el fin de constatar la honestidad y el buen desempeño en el comercio, de acuerdo a la ley y a las buenas costumbres del solicitante.

Estos requisitos exigen ya que la Cámara de Comercio como organismo que facilita referencias de sus afiliados no le conviene tener como integrantes a personas de reprochable honestidad.

4.- TRAMITE

La tradición y la práctica generalizada de las Cámaras de Comercio indican que la admisión de afiliados es prerrogativa de la Junta Directiva, teniendo en cuenta que se trata, no solamente de aceptar un aporte eco-

nómico, sino también una vinculación a la entidad que supone un mínimo grado de moralidad comercial.

Conviene entonces, que las solicitudes sean presentadas a la Junta, con el acopio de información previa que haya podido obtenerse sobre cada interesado, para que ésta les imparta su aprobación o rechazo, quedando constancia de las decisiones que se adoptan en las respectivas actas.

Dentro de un dinámico proceso de afiliación, los inconvenientes que pudieran presentarse por el rechazo de candidatos, quedarían eliminados por la preselección, de éstos, en la forma que detallaremos.

En todo caso, debe evitarse que, en la aprobación de solicitudes, pueden primar consideraciones diferentes del cumplimiento de los requisitos legales y estatutarios o la moralidad comercial de los peticionarios, como podrían ser prejuicios de orden político, racial o religioso, que no son compatibles con la filosofía de las Cámaras de Comercio.

Una vez admitido un afiliado, comienza el proceso



86
-75-

de su conservación, por lo cual es aconsejable que la comunicación respectiva le sea presentada en forma personal por el Secretario de la Cámara acompañado como tal con el diploma o el distintiva que lo acreditará, de la credencial y de una documentación, en la que no debe faltar la relación de los servicios a que se hará acreedor.

Cuando ello sea posible invitar al nuevo afiliado, como observador, a una sesión de la Junta Directiva de la entidad, resultaría de innegable beneficio, - en su defecto invitarle a conocer personalmente la institución y sus servicios, en día y hora determinadas.

5.- OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES AFILIADOS

a.- Cada afiliado pagará a la Cámara de Comercio una cuota de ingreso.

b.- También pagará cuotas mensuales de sostenimiento, las cuales serán fijadas por la Junta Directiva, mediante resolución debidamente motivada.

c.- Guardar el comportamiento debido para así conservar la calidad de afiliado y gozar de las prerrogativas a que tiene derecho.

6.- DERECHOS DE LOS COMERCIANTES AFILIADOS

a.- Dar como referencia a la respectiva Cámara.

b.- Recibir gratuitamente las publicaciones de la Cámara.

c.- Obtener gratuitamente todas las certificaciones que pida a la Cámara.

d.- Intervenir en las elecciones de miembros de la Junta Directiva cuando los afiliados excedan el diez por ciento (10%) de los comerciantes inscritos en el Registro Mercantil y el número de Cotos - pase de rescientos (300).

Los afiliados disfrutará además, de los derechos señalados en la ley las prerrogativas siguientes:

a.- Formar parte de comités o subcomités que establezca la Junta Directiva y representar a la Cámara ante organismos en que esta sea llamada a participar.

b.- Proponer la admisión de nuevos afiliados.

c.- A recibir servicios especiales que

para ellos se establezca.

7.- COMO SE PIERDE LA CALIDAD DE AFILIADO

- a.- Por renuncia aceptada.
- b.- Por no satisfacer el pago de sus -
cuentas dentro de los tres meses después de su vencimien-
to.
- c.- Por haber sido declarado en quie-
bra.
- d.- Por haber sido condenado al incurrir
en cualquiera de los delitos determinados en el Art. 16
del Código de Comercio que dice: "Siempre que se dicte
sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad,
la fé pública, la economía nacional, la industria y el
comercio, o por contrabando, competencia desleal, usur-
pación de derechos sobre propiedad industrial y giro -
de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta con-
cejada, se impondrá como pena accesoria la prohibición
de ejercer el comercio de 2 a 10 años".
- e.- Por faltar gravemente contra la é-
tica comercial o hechos que comprometan el prestigio y
la seguridad de la Cámara a juicio de la Junta Directi

va.

La Cámara podrá designar como miembros honorarios a los afiliados o representantes de firmas afiliadas, que, habiendo sido directivos de la Cámara, a juicio de la Junta sean acreedores a éste título por su merecimiento; los miembros honorarios podrán asistir a las sesiones de la Junta con voz pero sin voto.

CAPITULO IV

JUNTAS DIRECTIVAS DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

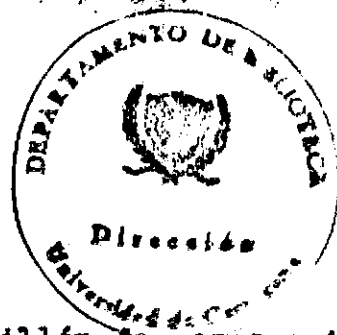
La Junta Directiva es el órgano máximo de las Cámaras de Comercio y lleva la representación de los comerciantes afiliados o inscritos, según el caso. Por tanto, se espera de ella un papel fundamental de dirección, con el propósito de que determine permanentemente, el rumbo de la acción, garantice su correcto funcionamiento y trace sus planes de desarrollo.

A.- SU COMPOSICION

Según el Decreto 1520 de 1978 las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio tendrán las siguientes composiciones:

Primer grupo, o sea, aquéllas Cámaras cuyas rentas ordinarias anuales tienen un valor de un millón de pesos (\$1.000.000), estarán conformadas por un número de seis miembros principales y seis miembros suplentes personales.

Segundo grupo, o sea, Cámaras con rentas ordenarias



anuales superiores a un millón de pesos e inferiores a diez millones, estarán integradas por un número de nueve miembros principales, nueve miembros suplentes personales.

Las del tercer grupo, Cámaras con rentas ordinarias anuales superiores a los diez millones, estarán compuestas por doce miembros principales y doce miembros suplentes personales.

B.- MIEMBROS GUBERNAMENTALES

Los miembros gubernamentales, conforman una tercera parte de las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio serán nombrados por el Gobierno Nacional preferentemente de ternas elaboradas por el Ministerio de desarrollo Económico a través de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Estos miembros de las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio son voceros del Gobierno Nacional y deberán obrar consultando la política gubernamental y el interés de las Cámaras ante las cuales actúan.

C.- PERIODO DE LA JUNTA DIRECTIVA

LOS MIEMBROS DE LA Junta Directiva serán elegidos para periodos de dos años y podrán ser reelegidos indefinidamente, con excepción de los representantes del Gobierno Nacional los cuales son de su libre nombramiento y renoción y por tanto permanecerán a sus cargos siempre que no se les designe reemplazo.

El periodo de la Junta Directiva se contará a partir del primero de Julio del mismo año, aún cuando las elecciones se efectúen en fecha posterior.

D.- PRESUPUESTOS ESPECIALES PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA JUNTA DIRECTIVA

- 1.- Pleno conocimiento, por parte de sus integrantes de sus deberes y obligaciones, lo mismo que de los objetivos y campo de acción de la Cámara de Comercio.
- 2.- Definición de las políticas y programas de la entidad.
- 3.- Otorgamiento de suficiente autonomía al

secretario, para el cumplimiento de las políticas y - sus funciones y del apoyo que requiere para tal fin.

4.- Exigir al secretario los informes periódicos que requiera para la evaluación de su valor.

5.- Llevar la iniciativa en las campañas, - que a su juicio, deben emprenderse, prioritariamente, para renovar el desarrollo regional.

6.- Buscar siempre en sus actuaciones interpretar el pensamiento de la comunidad empresarial que representa.

7.- Participación en las reuniones o Asambleas Regionales o Nacionales de Cámaras de Comercio.

8.- Evaluaciones periódicas de la organización de la Cámara de Comercio y vigilancia de la imagen que por su servicio y actuaciones proyecta a la comunidad.

Se consideran indelegables las siguientes funciones de la Junta Directiva:

1.- La responsabilidad final en la formulación de planes de trabajo y los máximos objetivos de la institución.

2.- Representación final para señalar el -

marco de política sustentadora del plan de trabajo.

3.- La representación final para el control de la entidad.

4.- La responsabilidad final, para aprobar las características de cada programa.

5.- La responsabilidad final, para la aprobación del presupuesto y sus modificaciones.

E.- DESIGNATARIOS DE LA JUNTA DIRECTIVA Y PERIODOS

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio designarán un Presidente y Vicepresidente, Estos designatarios serán elegidos para periodos de un año y sólo podrán ser reelegidos para el inmediatamente siguiente.

1.- PRESIDENTES Y VICEPRESIDENTES. SUS FUNCIONES

El Presidente de la Junta Directiva, quien también se denominará Presidente de la Cámara ejercerá la representación legal de la institución la cual puede delegar para casos especiales, con autorización de la Junta Directiva.

Son funciones del Presidente:

a.- Convocar y presidir las sesiones - de la Junta Directiva y de la Asamblea de afiliados si la hubiere;

b.- Velar por el cumplimiento de los - estatutos y reglamentos de la Cámara y de las decisiones que adopte la Asamblea y la Junta.

c.- Celebrar en nombre de la Cámara los actos o contratos con que, por su cuantía, justifiquen su intervención, sea a iniciativa propia o por delegación de la Junta.

d.- Decidir con su voto adicional en - los casos de empate, en las votaciones de la Junta Directiva.

e.- Ejercer la representación legal de la entidad, salvo en aquéllos asuntos en que, por reglamento, se delegue a la decisión del secretario.

f.- Presentar anualmente a los afiliados e inscritos un informe de labore, el cual debe someterse previamente a la consideración de la Junta.

g.- Presentar a la Junta Directiva las iniciativas que estime necesarias para la buen marcha de la institución.

h.- Participar, en representación de -

la Cámara en los Comités o Juntas Directivas de otras organizaciones o de actividades cívicas o gremiales relacionadas con los objetivos de su institución.

i.- Autorizar gastos, cuando así lo prevean los estatutos, por encima de los límites señalado al secretario y no se requiera autorización de la Junta.

j.- Colaborar con el secretario, estrechamente para el mejor cumplimiento de las responsabilidades que a éste compete y transmitirle sugerencias que tiendan a perfeccionar su labor.

En los casos de falta temporal o absoluta del Presidente, el Vicepresidente lo reemplazará con las mismas facultades.

2.- EL SECRETARIO

El secretario es el ejecutivo de más alto nivel en las Cámaras de Comercio, y actuará como jefe de los servicios administrativos de la institución y ejecutará las órdenes de la Junta Directiva, de la Asamblea General y del Presidente. En tal carácter debe asistir a las reuniones de la Junta con voz pero sin voto.

Son funciones del secretario:

- a.- Dirigir los servicios administrativos de la Cámara y ordenar todo lo conducente a su funcionamiento eficiente.
- b.- Nombrar y remover libremente el personal al servicio de la institución con excepción de los directores de los Departamentos cuyo nombramiento y reelección deben ser consultados con el Presidente.
- c.- Celebrar toda clase de actos o contratos relacionados con servicios de la Cámara cuando por su cuantía, no estén atribuidos al Presidente o a la Junta Directiva.
- d.- Ordenar los gastos incluidos en el presupuesto de cada vigencia y cuidar de la recaudación de los ingresos presupuestales.
- e.- Informar a la Junta Directiva de las faltas en que incurran los afiliados a fin de que se impongan las sanciones a que haya lugar.
- f.- Rendir a la Junta Directiva informes periódicos sobre sus labores y suministrar a la Asamblea General toda la información que le sea solicitada.
- g.- Asistir a las sesiones de La Junta.



98

Directiva y ejecutar sus acuerdos.

h.- Proponer a la Junta Directiva las medidas necesarias para la mejor organización de la Cámara.

i.- Prospeccionar programas de trabajo de las instituciones y someterlos a estudios de la Junta Directiva.

j.- Dirigir el funcionamiento del Registro Mercantil y el cumplimiento eficiente de las funciones oficiales de la Cámara de Comercio.

F.- ELECCION DE DIRECTORES

Con excepción de los representantes del Gobierno, los directores de las Cámaras serán elegidos directamente por los comerciantes matriculados en la respectiva Cámara, de listas que se inscribirán en la Alcaldía del lugar, aplicando el sistema del cuociente electoral. Sin embargo, cuando una Cámara de Comercio tenga más de trescientos comerciantes inscritos en el Registro Mercantil, la elección de los directores que le correspondan se harán por los comerciantes afiliados, siempre que el número de éstos sea superior al diez por ciento (10%) del total de inscritos de modo -



que dicho porcentaje sea suficientemente representativo de estos.

El sistema del cociente electoral consiste en dividir el total de votos válidos por el número de puestos por proveer, con el fin de adjudicar a cada lista tantos puntos como veces quepa el cociente en el respectivo número de votos válidos. Los puestos que quedan por proveer se adjudican a los residuos en orden descendente; en caso de empates en los residuos se decide a la suerte.

G.- PROCEDIMIENTO PARA LA ELECCION

La elección de directores para todas las Cámaras de Comercio se llevará a cabo en Asambleas que sesionará por derecho propio cada dos años, en la sede respectiva. El Gobierno reglamentará el procedimiento, la vigilancia y demás formalidades de estas elecciones.

Las reclamaciones relativas a la forma como se hubiere preparado o efectuado la elección o el escrutinio será decidida en única instancia por la Superintendencia de Industria y Comercio. (Art 82 Cód. de Com.).

Los comerciantes inscritos o matriculados elegirán directamente por el sistema del cuociente electoral a los directores de las Cámaras de Comercio, salvo a los representantes del Gobierno Nacional. Corresponderá sólo a los afiliados la elección de los directores de Cámaras de Comercio, cuando éstos tengan más de trescientos comerciantes inscritos o matriculados y sus afiliados sean de un número superior al diez por ciento (10%) del total de matriculados.

El Gobierno Nacional determinará los porcentajes de comerciantes inscritos o matriculados que cada Cámara requiere para la validez de la elección, procurando que sea suficientemente representativo del número total de inscritos.

En las elecciones para Directores de las Cámaras de Comercio tendrán derecho a sufragar las personas cuya inscripción en el Registro Mercantil esté vigente el 31 de Marzo en que se deba efectuar la elección. Las personas jurídicas votarán por medio de su representante legal debidamente inscrito ante la respectiva Cámara.

Los Directores de las Cámaras de Comercio serán elegidos de listas que se inscribirán en las respectivas Alcaldías con quince (15) días de anterioridad a la fecha en que deban efectuarse las elecciones. Vencido este término, no se aceptarán nuevas inscripciones.

Sólo pueden inscribirse listas y ser candidatos las personas cuya inscripción en el Registro Mercantil esté vigente el 31 de Marzo del año en que se deba efectuar la elección o que se haya afiliado antes de esta fecha. Los candidatos deben firmar el acta de inscripción en señal de aceptación.

La Alcaldía notificará a la respectiva Cámara las listas el mismo día en que se haya efectuado las inscripciones.

La Junta Directiva ordenará la publicación en lugares visibles de la sede de la Cámara de Comercio respectiva, las listas de personas que pueden votar y de las listas inscritas con diez días de anterioridad a la fecha en que deba efectuarse la Asamblea. Fijará a sí mismo a partir del 31 de Marzo la lista de las personas elegibles.

En las elecciones se observarán como mínimo las siguientes reglas:

1.- Las elecciones se efectuarán en las sedes de las Cámaras de Comercio, en donde se instalarán tantas mesas de votación cuantas sean necesarias.

2.- La Superintendencia de Industria y Comercio nombrará por Resolución para cada mesa de votación un jurado compuesto por tres personas que tengan derecho al voto.

3.- La Superintendencia de Industria y Comercio designará tres testigos para presenciar los escrutinios, igualmente podrá nombrar delegados para presenciar y vigilar el proceso de elección en las ciudades donde lo juzgue conveniente.

4.- Cada votante deberá identificarse ante el Presidente del jurado de la mesa en que le corresponde sufragar, mediante presentación de la cédula de ciudadanía.

Cerradas las votaciones, el jurado correspondiente a cada mesa procederá a hacer el escrutinio de los votos emitidos por cada uno de las listas inscritas y levantará un acta que deberá enviar inmediatamente a la Superintendencia de Industria y Comercio a la cual se

anexarán los documentos del caso.

Dentro de los cinco (5) días siguientes a la fecha de la votación la Superintendencia hará el escrutinio general de los sufragios emitidos y la declaración de las personas conforme al sistema del cuociente elector si hubieren resultado elegidas, todo lo cual constará en un acta.

Este escrutinio deberá hacerse en presencia del Presidente y del secretario de la respectiva Cámara.

La Superintendencia de Industria y Comercio podrá ordenar que se efectúe una nueva elección cuando a su juicio se hayan cometido violaciones a las normas legales o a sus reglamentos.

Así mismo la Superintendencia decidirá en única instancia sobre las impugnaciones que se presentaren contra los escrutinios.

H.- VOLO INDELEGABLE

El voto en las Asambleas de las Cámaras de Comercio

se dará personalmente y será indelegable. Las sociedades votarán a través de sus representantes legales.

Dicho voto es indelegable ya que se trata de un derecho personalísimo, que únicamente puede ser ejercido por la persona; en cuanto a las sociedades este derecho está estipulado entre las facultades de la persona que haga las veces de representante legal.

A través de sus Representantes Legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.

I.- Sesiones de LA JUNTA DIRECTIVA

La Junta Directiva sesionará cuando menos, una vez por mes y sus decisiones se tomarán con el voto favorable de la mayoría de sus miembros.

La Junta Directiva sesionará de manera ordinaria una vez por mes y en forma extraordinaria cuando las circunstancias así lo exigen o cuando la Superintendencia de Industria y Comercio la convoque con el fin de tratar asuntos de interés. Tanto en las sesiones or-

dinarias como en las extraordinarias la Junta Directiva deliberará con la mayoría de sus componentes y las decisiones se tomarán con el voto favorable de la mayoría absoluta de sus miembros. Sólo se tomará en cuenta la asistencia de los miembros suplentes cuando su respectivo principal se encuentre ausente.

Los secretarios de la Cámara de Comercio deberán remitir a la Superintendencia de Industria y Comercio dentro de los diez (10) días siguientes a la reunión de sus Juntas Directivas una constancia que contenga el número y fecha del acta y una relación de los temas tratados en la reunión.

CAPITULO V

FUNCIONES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Como las iniciativas individuales son muy escasas, es muy necesario que haya entidades que tengan por objeto impulsar el comercio y la industria, moralizar el intercambio y ejercer otras funciones que indudablemente redundarían en beneficio del país.

Basándose en este criterio el Gobierno Nacional le ha atribuido a las Cámaras de Comercio en su Código de Comercio, Art. 86, funciones de especial importancia.

Art. 86: "Las Cámaras de Comercio ejercerán las siguientes funciones:

1.- Servir de órgano de los intereses generales del comercio ante el Gobierno y ante los comerciantes mismos;

2.- Adelantar investigaciones económicas, sobre aspectos o ramos específicos de comercio interior y exterior y formular recomendaciones a los organismos estatales y semioficiales encargados de la ejecución de -

la ejecución de los planes respectivos;

3.- Llevar el Registro Mercantil y certificar sobre los actos y documentos en él inscritos, como se prevé en este Código;

4.- Dar noticia en sus boletines y órganos de publicidad de las inscripciones hechas en el Registro Mercantil y de toda modificación, cancelación o alteración que se haga en dichas inscripciones;

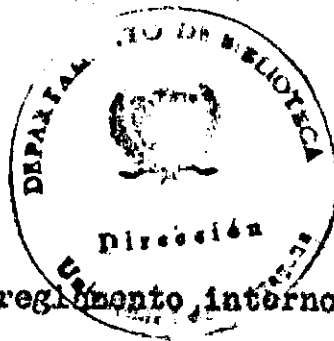
5.- Recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar sobre la existencia de las recopiladas;

6.- Designar el árbitro o los árbitros o los amigables compondores cuando los particulares se lo soliciten;

7.- Servir de tribunales de arbitramento para resolver las diferencias que les difieran los contratantes, en cuyo caso el tribunal se integrará por todos los miembros de la Junta;

8.- Prestar sus buenos oficios a los comerciantes para hacer arreglos entre acreedores y deudores, como amigables compondores;

9.- Organizar exposiciones y conferencias, editar o imprimir estudios o informes relacionados con sus objetivos;



108
-97-

10.- Dictar su reglamento interno que deberá ser aprobado por el superintendente de Industria y Comercio;

11.- Rendir en el mes de Enero de cada año un informe ó memoria al Superintendente de Industria y Comercio acerca de las labores realizadas en el año anterior y su concepto sobre la situación económica de sus respectivas zonas, así como el detalle de sus ingresos y egresos, y

12.- Las demás que le atribuyan las leyes y el Gobierno Nacional".

Además el Decreto 1361 de 1974 en su Art. 4o. agrega las siguientes funciones:

"además de las funciones señaladas en el Art. 36 demás disposiciones del Código de Comercio, corresponden a las Cámaras de Comercio las siguientes:

1.- Servir de cuerpo consultivo del Gobierno Nacional y, en consecuencia, estudiar los asuntos que este someta a su consideración y rendir los informes que les solicite sobre el comercio, la industria, el turismo y demás ramas relacionadas con sus actividades

des.

2.- Promover la enseñanza comercial e industrial a través de cursos especializados, conferencias y publicaciones.

3.- Promover el desarrollo turístico regional y participar en programas turísticos nacionales.

4.- Prestar servicio de información comercial a las personas que lo soliciten.

5.- Rendir los informes que la Superintendencia de Industria y Comercio, en cumplimiento de sus funciones de Control y Vigilancia los solicite.

6.- Elaborar un programa anual de trabajo - que deberá ser enviado para su conocimiento a la Superintendencia de industria y Comercio en el mes de Diciembre del año anterior a su ejecución, así como los posteriores modificaciones que a dicho programa se hagan."

El Art. 6o. del citado decreto 1361 dice:

"Las Cámaras de Comercio solo podrán ejercer las funciones señaladas en el Art. 4o. de este Decreto. En consecuencia, les está prohibido realizar cualquier acto y operación que no esté encaminada al exclusivo -

cumplimiento de las mismas, o que persiga finalidad de lucro o de competencia comercial con las actividades propias del sector privado".

Para una mayor explicación de las anteriores funciones las agruparemos de las siguientes maneras:

1.- FUNCION DE REGISTRO MERCANTIL:

(Art. 86, Num. 3o.)

Esta función nos fué adscrita porque "Si las Cámaras hacen las veces de tribunales de comercio en determinados casos, es lógico que algunas funciones atribuidas a los jueces ordinarios en relación con el comercio y que pueden ser ejercidas sin inconveniente alguno por las Cámaras de Comercio, se confíen a estas. Si el registro de los libros de comercio puede hacerse en las Cámaras de Comercio, el registro de las sociedades de comercio también debe hacerse por esas entidades. Las Cámaras de Comercio son más accesibles que los juzgados, y deben tener más control en lo que a registro y a información de comercio se refiere, que lo que interesa a los jueces". Más adelante nos extenderemos en lo que a esta función se refiere.

2.- FUNCION DE PROMOCION Y DESARROLLO: (Art. 86 Num. 2 y 11. Decreto 1361, Art.4 #3)

El área denominada "promoción y desarrollo" en la actividad de las Cámaras de Comercio colombianas, comprende un conjunto de labores tendientes a procurar, en forma directa o indirecta, el desenvolvimiento y progreso de las regiones en que actúan, sea por acciones propias o por gestión ante los organismos encargados de tomar las decisiones que conduzcan a tal fin.

La Ley 28 de 1931, que determinó las funciones de las Cámaras, reconocía claramente este objetivo, al encomendarles un especial interés por el desenvolvimiento de todas las actividades productivas, en sus jurisdicciones. Y aunque el nuevo Código de Comercio, no repitió el calro texto anteriormente vigente, mantiene entre las tareas que corresponde cumplir, una serie de funciones encaminadas a la misma finalidad.

De otra parte, en sucesivas Asambleas de Confecámaras, las Cámaras de Comercio nacionales han determinado acoger como criterio básico de su acción, el decidido empeño de "promover el desarrollo regional".

lo que se ha llevado a la práctica, con la creación de departamentos especializados de "promoción y desarrollo" en muchas Cámaras y con la realización de valiosas experiencias en cada uno de los aspectos de ese campo.

Por lo demás, entre las organizaciones gremiales del país, las Cámaras de Comercio tienen vocación excepcional para cumplir un trabajo de este tipo, por las siguientes características, que les son comunes:

a.- Agrupar, en su membresía, a todos los sectores económicos de la comunidad;

b.- Contar en sus jurisdicciones, a todos los municipios de la nación;

c.- Contar con organizaciones similares en todas las naciones y con experiencia positiva - en muchas de ellas, especialmente en los Estados Unidos, sobre su útil situación en el campo del progreso comunitario.

d.- La estabilidad institucional, que se garantiza con el ingreso proveniente del Registro Mercantil.

Sobre las bases anteriores, puede definirse el cam

po de promoción y desarrollo, de la siguiente manera:
"El conjunto de acciones de la Cámara de Comercio, tendientes al desenvolvimiento económico regional y el mejoramiento de las condiciones de vida en la comunidad en que ella actúa, dentro de las conveniencias de un armónico desarrollo económico nacional.

Tratándose de una función primordial, atinente al objetivo de cada Cámara de Comercio, cualquier programa de trabajo debe incluir algunas actuaciones concretas de promoción y desarrollo, máxime cuando éstas pueden ser cumplidas mediante simples intervenciones de gestión, como es el caso de las peticiones a las autoridades, las reuniones para el análisis de problemas locales, etc.

Con lo anterior quiero decirse que no es indispensable la colaboración de un funcionario especializado, para que una Cámara de Comercio inicie una serie de actividades específicas de promoción y procure incrementarlas, en la medida en que se lo permitan sus posibilidades.

Desde luego, una buena base de iniciación es con-

tar con un Registro Mercantil bien organizado, que que la tarea promocional que se emprenda, puede verse desdibujada por deficientes servicios legales.

La experiencia de las Cámaras de Comercio colombianas, nos permite dividir las actividades promocionales, por su envergadura, en dos grupos fundamentales:

a.- LA PROMOCION EN GENERAL, que comprende acciones tendientes a buscar una asistencia a los negocios existentes y a la comunidad para su desenvolvimiento y que abarca entre otros los siguientes campos:

- 1) Estadísticas;
- 2) Información comercial.

b.- LA PROMOCION ESPECIAL, o sean las asociaciones tendientes a lograr nuevas industrias para la región o el ensanche de las existentes, la que abarcaría las áreas de:

- 1.- Investigación o estudio de proyectos;
- 2) Desarrollo o colocación de los proyectos.

Es indiscutible que las actividades de promoción



115

-104-

general pueden ser cumplidas, sin tropiezos, por cualquier Cámara de Comercio mientras el área de investigación y desarrollo resulta más compleja, requiriendo conocimientos y recursos más amplios.

Además, ésta última área debe ser compartida con otras organizaciones de la comunidad, cuando existen - para el mismo fin, por lo cual es aconsejable no duplicar esfuerzos, sino hacer formas fructíferas de asociación.

3.- FUNCION PUBLICITARIA DE REGISTRO (Art 86, Num. 4o.)

Esta es una función importante y consiste en que las constancias que figuran en él están destinadas a ilustrar al público en general. Las Cámaras de Comercio cumplen su función de publicidad mediante las siguientes ediciones, si están en capacidad de editarlas: Publicación de la noticia del Registro Mercantil: Por disposición del Código de Comercio, las Cámaras de Comercio deben dar noticia de los documentos que se inscriban en el Registro Mercantil; esta publicación es una relación de datos, que interesa a muy pocas perso-

nas, por muy poco tiempo. Por consiguiente, la mayoría de las Cámaras de Comercio del país han optado por el procedimiento de separarla de sus publicaciones oficiales, crear una nueva con materiales de bajo costo y circulación adecuada a las circunstancias.

También existen las Publicaciones Institucionales, que son revistas o boletines para comunicarse con las personas más destacadas de la ciudad o región, buscando divulgar informaciones que puedan serles útiles y, al mismo tiempo, proyectar una imagen óptima de las actividades de la entidad. En este campo existe una gran variedad de boletines o revistas, con un contenido muy diverso y formatos diferentes.

Además de las anteriores publicaciones las Cámaras editan: Plegables de información o promocionales, Directorios comerciales o industriales, Circulares de información para afiliados y otras publicaciones especiales.

4.- FUNCION RECOPIIADORA DE COSTUMBRES MERCHANTILES (Art. 86 Num. 5o.)

La recopilación de ese derecho consuetudinario que llena de vida el Derecho Mercantil, que puede completarse con la divulgación adecuada de las prácticas comerciales más aconsejables, mediante los periódicos o revistas que han de publicar las Cámaras, es una función de gran importancia y que podrá ser de extraordinaria utilidad para el comercio, si se cumpliero satisfactoriamente. Porque hace falta facilitar la prueba de las costumbres, mediante la recopilación de estas por entidades facultadas legalmente para certificar sobre la existencia y sentido de dichas costumbres; y hace falta también que las costumbres que se vayan generalizando como las más aptas para regular y moralizar ciertos ángulos de la vida comercial sean divulgadas e impulsadas por quienes tienen a su cargo velar por los intereses generales del comercio.

5.- FUNCION ARBITRAL (Art. 86 Num. 6, 7, 8).

Esta función puede convertir a las Cámaras de Comercio en organismos de extraordinaria importancia en la vida del comercio, especialmente en un medio en el

que aun las cuestiones más estrictamente mercantiles se vuelven interminables controversias de principios o abstracciones doctrinales ante los jueces comunes. Este sistema arbitral tiene ventajas innegables. Acomoda tiempo y consulta por lo mismo la rapidés de las operaciones comerciales; reduce los gastos, ya que simplifica hasta lo sumo los procedimientos; ofrece garantías de acierto, toda vez que deja en manos de hombres experimentados en los negocios la solución de las diferencias de carácter industrial y comercial; y da campo para sustraer los problemas de esta naturaleza a la aplicación rigurosa de la ley escrita, para atenerse a la costumbre, que tiene fuerza especial en las actividades mercantiles.

6.- FUNCION CULTURAL Y DE DIFUSION (Art. 86, Num. 9o.)

Estas funciones, a diferencia de las anteriores, que se cumplen o han de cumplirse como por una especie de delegación del Estado, se refieren más concretamente a los intereses privados del comercio y se cumplen o han de cumplirse en favor de dichos intereses.

Vemos como las Cámaras hoy día para cumplir esta función cultural y de difusión organiza conferencias, exposiciones, y programas culturales en general que en forma concreta incide en sus relaciones con los asociados y con los cuales se proyecta hacia la comunidad.

7.- FUNCION REGLAMENTARIA (Art. 86 Num. 10o.)

Es lógico que para que las Cámaras logren un adecuado y efectivo funcionamiento deben dictar su propio reglamento. Y por ser organismos sometidos a la Superintendencia de Industria y Comercio dicho reglamento debe ser aprobado por ésta.

8.- FUNCION DE INFORMACION COMERCIAL (Art. 4 Decreto 1361 de 1974, Num. 4o.)

Esta función es consecuencia inmediata de la función publicitaria, de esta manera cualquier persona que necesita información comercial puede dirigirse a las Cámaras con la seguridad de que esta puede brindársela por poseerla en los libros o archivos que esos organismos están obligados a llevar. Esta es una de las formas como las Cámaras pueden cumplir una función verdaderamente útil de información a una sociedad.

CAPITULO VI

EL REGISTRO MERCANTIL

A.- ORIGEN DEL REGISTRO MERCANTIL.

El Registro Público de Comercio es una de las - instituciones más antiguas del Derecho Comercial. Surgió en el Derecho Mercantil consuetudinario como medio de determinar la vinculación del comerciante a su respectiva agremiación, en forma de matrícula en un Liber Mercatorum que al mismo tiempo daba carácter en cierto modo oficial a su calidad de comerciante, lo sometía a la jurisdicción de los tribunales consulares. Esta fue su función inicial y la que tipificó como una institución de orden profesional, condenada a desaparecer en la época del Código de Napoleón, expedido en un ambiente abiertamente profesional. Pero el Registro, como - medio legal de publicidad comercial, no solamente sobrevivió aún en los Códigos inspirados en el Francés, sino que siguió evolucionando como las demás instituciones mercantiles surgidas del Derecho consuetudinario - de la Edad Media para llegar a ser, además del Registro y matrícula de los comerciantes, el Registro de determinados actos y documentos cuyo conocimiento resulta útil

para los intereses de ellos y para los terceros; para los primeros, pues así, pueden hacerlos vales no solo entre ellos mismos, sino también respecto de cualquiera otras personas; y para los segundos, toda vez que la publicidad es, ante todo, una medida de corteza y seguridad.

Esta evolución se había iniciado ya en la época de Napoleón, y, por eso, los redactores del Código de Comercio Francés, aunque prescindieron totalmente de la matrícula del comerciante, previeron la publicidad mercantil de determinados actos sobre los cuales se consideró conveniente una medida fácil y eficaz de información para terceros, con la inscripción en los tribunales de comercio de las capitulaciones matrimoniales y de las sentencias de divorcio o de separación de bienes entre comerciantes, de la constitución de sociedades, etc. Por eso también en el Código Español de 1829 no solamente se conservó la matrícula de los comerciantes sino que se estableció "en cada capital de provincia - un registro público y general de comercio, con dos secciones distintas: Una para la matrícula general de comerciantes y otra para tomar razón de las cartas dotal, capitulaciones matrimoniales, y restitución de dote

te entre comerciantes, escritura de constitución de toda clase de sociedades comerciantes, y poderes otorgados por los comerciantes a factores o dependientes suyos para la administración.

La concepción del Código Español -muy a tono con las orientaciones modernas del Registro Mercantil- no se mantuvo en el Código Mercantil toda vez que se eliminó la matrícula del comerciante y solamente se conservó la inscripción de determinados actos y documentos, como los previstos en el modelo español.

El sistema del Código Chileno fué modificado sustancialmente en el Código adoptado en 1869 por el Estado de Panamá que, aunque era en general el Chileno -de 1866, eliminó la institución del Registro Público de Comercio, no obstante que se conservaron algunas inscripciones que fueron adscritas a los jueces de Comercio y que, por falta de estos quedaron a cargo de los jueces civiles del circuito. Fué la Ley 28 de 1931 la que, al mejorar la Ley 111 de 1890 sobre Cámaras de Comercio, trató de corregir esta evidente deficiencia, estableciendo la matrícula de los comerciantes en la Cámara de Comercio de su domicilio y encargando a las mismas Cámaras de Comercio del registro de los libros de conta



bilidad y de los extractos de las Escrituras de constitución y reformas de las sociedades mercantiles. Pero siguió haciendo falta un criterio definido y coherente sobre la función del registro en cuanto a ciertos actos y documentos, porque se mantuvo el sistema Código de Panamá, en el cual el Registro cumplía a veces, la función de una solemnidad necesaria para la validéz de los actos inscritos, como en el caso del contrato de sociedades, mientras que en otras ocasiones cumplía suplemente una función de publicidad, para hacer oponibles a terceros los actos inscritos, como en los casos de las reformas del contrato de sociedad o de la prenda dindustrial.

En el nuevo Código el Registro Público de comercio representa una de las reformas más importantes que, a pesar de varias deficiencias en sus desarrollos técnicos y de las inevitables incongruencias producidas por la intervención de expertos de toda clase, tiene una orientación definida que consulta las tendencias modernas del Derecho Comercial. Al mismo tiempo que se mantiene la matrícula tradicional del comerciante se hace extensivo el registro a una serie de actos, documentos y libros, respecto de los cuales cumple una función más coherente, conforme a lo que venía propues

to en el proyecto de 1958.

De acuerdo al registro de los libros de contabilidad, de actas y del registro de acciones, las demás inscripciones cumplen una función de publicidad legal y de único medio de esa publicidad legal en cuanto a ciertos actos y documentos. Es decir, que se trata de probar la publicidad de los mismos, como medio de información de terceros, y sin la posibilidad de probar contra estos el conocimiento de tales actos o documentos por fuentes de información distintas del registro.

Al mismo tiempo y como consecuencia de la función que cumple la inscripción mercantil en estos casos, se ha establecido como única sanción sustantiva de la omisión del registro la mera inoponibilidad a terceros de los documentos o actos no dotados de esa publicidad legal. Porque la sanción de nulidad del registro anterior para algunos de tales actos es desorbitante ya que rebasa la finalidad del registro, por cuanto lo lógico, es si lo que se trata de obtener es un fácil conocimiento de los mismos por parte de terceros, la sanción adecuada o proporcionada a esta finalidad sea la mera inoponibilidad, es decir, que se tengan como no conocidos por los terceros aquéllos actos o documentos por los cuales es obligatoria la utilización de este medio legal de publicidad.

B.- SISTEMAS DE REGISTROS EN LOS DIVERSOS PAISES

Cada país tiene su propia organización de Registro Mercantil. Y desde luego un sistema puede ser mejor que otro porque reúna las condiciones de centralizado, eficaz, completo y brinde seguridades tanto a los empresarios como a quienes tengan relaciones económicas con ellos. En realidad el sistema ideal consiste en que el registro ponga de manifiesto ante el público no sólo la situación legal sino también la económica del comerciante, porque ese conocimiento infunde confianza, facilita el crédito y afianza la seguridad de las transacciones. Para ello se requiere verificar y confrontar las informaciones a fin de que sean exactas y veraces. Adicionalmente puede cumplir finalidades estadísticas o de cualquier otro orden vinculado a la disciplina comercial.

1.- SISTEMA ALEMÁN:

Tiene acentuado carácter judicial por cuanto es llevado por tribunales de primera instancia y el funcionario respectivo califica los requisitos pertinentes de cada inscripción. En rasgos generales tiene

estos fines:

a.- Publicidad de las personas comerciantes y de los negocios jurídicos mercantiles. Algunos de estos negocios requieren publicidad para que tengan validéz frente a terceros, y una vez registrados, se presume conocidos por estos y le son oponibles.

b.- Es un medio para identificar al comerciante, si bien no es riburosamente exacto sino que ello tiene esa calidad de inscritos, pues la obligación de matricularse rige especialmente para los comisionistas y corredores de bienes raíces establecidos por cuenta propia y en forma independiente.

Para otros empresarios la inscripción es facultativa como ocurre con los agricultores que explotan industrialmente los productos de la tierra. Otros son comerciantes aunque no se inscriban de todas maneras el inscrito siempre se reputa comerciante.

c.- Preciene la competencia desleal porque no es posible inscribir un nombre que está inscrito.

d.- Asegura la transmisión de una firma comercial de los establecimientos de comercio. Esta finalidad ha sido criticada y no la han adopta-

do en los países que se han inspirado en el sistema alemán de Registro.

2.- SISTEMA SUIZO

Se dice que es el más completo. En cada Cantón se lleva un registro pero todos son fiscalizados por las autoridades federales. Periódicamente se publica las inscripciones y los documentos que las respaldan. Además se lleva un registro de firmas autógrafas de razones y denominaciones sociales y de apoderados o representantes. Las inscripciones son controladas o verificadas por el registrador, quien investiga si corresponde o no a la realidad de los hechos. Por parte, quien no inscriba el acto o documento debiendo hacerlo, responde de los perjuicios consiguientes.

Ahora bien, hecha una inscripción, los terceros no pueden alegar ignorancia; y cuando se omite la que es obligatoria el acto o documento es inoponible a terceros, salvo que se demuestre que éstos lo conocían por otros medios.

Por último, las sociedades anónimas deben depositar en la oficina de registro el balance y la cuenta de pérdida y ganancias de cada ejercicio.

3.- SISTEMA ITALIANO

Se denomina "registro de las empresas" en el cual se inscriben todas, excepto las agrícolas y las de pequeños empresarios. Los hechos que nos se inscriban, debiendo serlo, son inoponibles a terceros, así mismo, cuando se efectúa la inscripción obligatoria, los terceros no pueden alegar ignorancia.

4.- SISTEMA FRANCÉS

Se estableció en 1919 y ha sufrido sucesivas modificaciones, en cada tribunal de comercio se lleva un registro, en donde se verifica la veracidad de las inscripciones. Cumple función de publicidad y de información a quien tenga interés. La matrícula no determina la calidad de comerciante y el hecho de que este no se matricule sólo acarrea sanciones pecuniarias.



C.- FINALIDAD DEL REGISTRO

Es una institución típica del Derecho Mercantil cuyo fin primordial es dar publicidad a la matrícula de quienes ejercen el comercio, y de ciertos actos, libros y documentos susceptibles de incidir en pro o en contra del empresario. Al respecto enseña el Art. 26 del Código de Comercio: "el registro mercantil tendrá por objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos, libros, y documentos, respecto de los cuales la ley exigiere esa formalidad".

En verdad, las actividades de todo empresario trasciende las esferas de los intereses privados y penetra en los de la comunidad en general. De allí la necesidad de que el público conozca su situación y los actos que puedan afectarla, ora modificandola, ora excluyendola.

D.- LIBRAMIENTOS GENERALES

En Colombia incumbe a la Superintendencia de Industria y Comercio determinar los libros necesarios, -

ka farna de hacer las inscripciones y dar las pautoas que tiendan al perfeccionamiento de la inscripción. - Art. 27 del Código de Comercio).

El registro es público y en consecuencia, cual - quier persona puede examinar los libros y archivos correspondientes, tomar anotaciones de los asientos y actas y obtener copias de los mismos (Art. 26 Inc 2o. Código de Comercio).

La matrícula de los comerciantes y las inscripciones de actos, contratos y documentos se debe hacer en libros separados, según la materia, "en forma de extracto que de razón de lo sustancial del acto, documento - o hecho que se inscriba, salvo que la ley o los interesados exijan la inscripción del texto completo" (Regla tercera del Art. 29 ibidem).

Los medios probatorios de toda inscripción en el - Registro Mercantil son los siguientes:

- 1.- Certificado expedido por la respectiva - entidad registradora.
- 2.- Inspección Judicial practicada en el Registro Mercantil.

A cada comerciante, sucursal o establecimiento de comercio correspondiente, se le forma un expediente en el cual se archiva, por orden cronológico de presentación, las copias de los documentos que se registran (Art. 43 Inc. 1o.-). Y cuando el documento deba ser devuelto al interesado se inscribe mediante copia de su texto en los libros respectivos o de fotocopias o cualquier otro método que asegure de manera legible su conservación y reproducción (Art. 42). Además, las providencias judiciales y administrativas sujetas a registro han de presentarse en copia autenticada para ser archivadas en el expediente del comerciante respectivo; y en un libro especial se levanta un acta de entrega en la que han de constar el cargo de funcionario que dictó la providencia, el objeto, clase, y fecha de la misma (Art. 41 del Código de Comercio).

Cada inscripción en el Registro Mercantil o certificación que expida la entidad registradora causa enolumentos que indudablemente ha de fijar la ley.

Los archivos del registro pueden conservarse por cualquier medio técnico adecuado que garantice su reproducción exacta, siempre que el presidente y el secretario de la respectiva Cámara certifique sobre la exacti

tud de dicha reproducción". (Art. 43 Inc, 2o.).

E.- ENTIDADES REGISTRADORAS

La institución del registro público de Comercio tuvo su origen en el seno de las corporaciones o agrupaciones de los comerciantes, para oficializarse luego en cierta forma en los tribunales consulares o tribunales de comercio, por eso la Ley 28 de 1931 se atribuyó a las Cámaras de Comercio el registro que venía cumpliendo ante los jueces del Circuito Civil en cuanto extractos de escritura social se refiere y a libros de contabilidad. Y por eso también, en el Nuevo Código de Comercio que conservó el nuevo sistema mejorándolo hasta donde lo permitió la concurrencia de los expertos que nombró el Gobierno a última hora y abandonando la idea insinuada en el proyecto de 1958 de crear un Departamento Nacional de Comercio que tuviera a su cargo el Registro Mercantil y otras funciones o formas de control o de intervención en la vida de los negocios - que ha venido dispesa en diversos organismos estatales que generalmente obran sin coherencia y unidad, es decir, sin verdadera utilidad y con grandes inconvenientes - para la vida del comercio.

Las entidades encargadas de llevar el Registro son las Cámaras de Comercio. Esto significa que no hay en Colombia un registro único y centralizado sino que existen tantos registros cuantas Cámaras de Comercio funcionan en la actualidad o se creen en el porvenir. Mas como cada Cámara de Comercio tiene su propia jurisdicción determinada por el Gobierno como se prevé en el art. 79 del Código de Comercio, no es ante cualquiera de dichas Cámaras ante la cual pueda cumplirse o llevarse a cabo de manera válida el registro de los actos, documentos y libros de los sujetos a inscripción, sino ante la que corresponde según las prescripciones del art. 29 del Código. Es así como la matrícula del comerciante debe solicitarse ante la Cámara de Comercio de su domicilio principal y la matrícula de un establecimiento de Comercio ha de hacerse también en la Cámara de Comercio del lugar donde está funcionando el establecimiento y también en la Cámara de Comercio del domicilio principal del comerciante donde debe hacerse el registro de sus libros de contabilidad.

Tratándose de sociedades comerciales las que, como personas jurídicas independientes de sus socios, individualmente considerados, tienen o han de tener un -

domicilio principal es decir, en un lugar determinado desde donde irradia su actividad jurídica conforme al Art. 110 del mismo Código es ante la Cámara de Comercio correspondiente a dicho lugar ante la cual deben registrarse las escrituras de constitución, las de reformas y de disolución, etc.; lo mismo que el nombramiento o reemplazo de sus administradores o liquidadores. A menos que una sociedad tenga sucursales, esto es, domicilio principal, pues entonces deben ser inscritos tales actos también en la Cámara del lugar de funcionamiento de las sucursales, para que en todos ellos puedan conocer los terceros los términos del contrato social, las reformas introducidas al mismo, los administradores y sus facultades, etc.

En cuanto a actos, contratos y documentos su registro debe hacerse por regla general, a la Cámara correspondiente al lugar de celebración de los actos o contratos o de otorgamiento de los documentos, a menos que la ley establezca un lugar determinado para el registro, como en relación con los contratos de prenda sin tenencia, que, conforme al Art. 1210 del Código, deben inscribirse en las Cámaras de Comercio del lugar de ubicación o destino de los bienes gravados. Por cuanto

se trata de actos o contratos destinados a cumplirse en distintos lugares, debe hacerse el registro también en los lugares de ejecución, además del registro hecho en el lugar de su celebración, a fin de que en ellos también tengan los terceros oportunidad y facilidad de informarse sobre su contenido o sentido de los mismos, para que el registro cumpla a cabalidad su función de publicidad.

Y, finalmente, conviene advertir que el registro pueda hacerse en cualquier momento, si las leyes no fijan expresamente un término para hacerlo. Lo que ocurre es que, conforme al art. 29 del Código, los actos y documentos para los cuales está prevista la inscripción como medida de publicidad legal de los mismos, no produce efectos respecto a terceros sino a partir de la fecha de registro; con lo cual se hace resaltar más la función principal de registro que es, se repite una vez más, la de medio legal de publicidad de ciertos actos o documentos y de ciertos datos o informaciones cuyo contenido pueda interesar a terceros para una mayor seguridad en sus relaciones o actividades comerciales. Porque, como también quedó dicho en otros apartes, lo lógico para que las sanciones legales sean proporcionales a los fines perseguidos con tales exigencias o re-

quisitos es que el acto o documento sujeto a registro se. apenas inoponible a terceros mientras no se lo do- te de esa publicidad legal que facilita sus conocimien- tos por los mismos terceros. En esta forma se intro- duce una modificación sustancial al sistema anterior de registro, en el cual había actos, como la constitución de una sociedad comercial que tenían que ser presenta- das a las Cámaras de Comercio para su inscripción den- tro de los quince días siguientes al otorgamiento de - la escritura social (Art. 469 del Código derogado), so pena de nulidad absoluta entre los socios Art. 47).

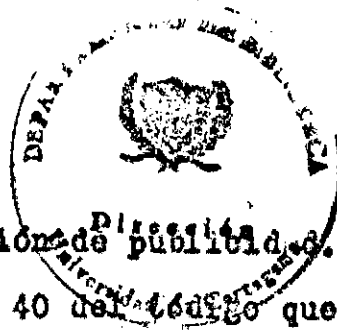
F.- FUNCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

La función esencial del Registro Público de Comer- cio es la de ser un medio legal de publicidad mercan- til, pero además cumple otras funciones complementar- rias de no menor importancia.

De manera pues, que son los planteamientos hechos hasta aquí pueda hacerse una clasificación de esas fun- ciones, con el fin de apreciar en su conjunto la impor- tancia de esta institución:

1.- Como se ha repetido con insistencia, la función cardinal de Registro Público de Comercio es la de servir de medio de publicidad legal de los actos y documentos sometidos a inscripción obligatoria. Se trata de que estos puedan ser conocidos fácilmente por cualquier tercero, y para tal efecto, el registro es público en el sentido de que, como se dice en el Art. 26 del Código cualquier persona puede examinar los libros en que se lleva, tomar notas de sus asientos y pedir copias de estos en todo o en parte. Hecho el registro, es decir, utilizando este medio de publicidad legal se entiende que tales asientos reciben una especie de notificación pública que permite hacerlos eficazmente oponibles a terceros, sin que estos puedan desconocerlos. La oponibilidad a terceros de los actos y documentos inscritos y la correlativa inoponibilidad de los no registrados es la sanción de la exigencia del registro. Pero este doble fenómeno no puede ocurrir sino respecto de los actos y documentos para los cuales se exige expresamente el registro en las leyes, la inscripción voluntaria de actos o documentos distintos no producen los mismos efectos.

2.- El Registro cumple así mismo una función de garantía de autenticidad documental, que refuerza



138

sa hacia cierto punto la función de publicidad. Para eso se ha previsto en el Art. 40 del Código que "todo documento sujeto a registro no auténtico por su misma naturaleza ni reconocido por las partes, deberá ser presentado personalmente por sus otorgantes al Secretario de la misma Cámara. Lo cual quiere decir que los documentos no pueden ser registrados sino cuando son auténticos, bien porque tengan este carácter por su naturaleza misma como en el caso de una escritura de constitución de alguna sociedad, bien porque careciendo de ese carácter sean presentados personalmente a la Cámara respectiva, esto es, que se produzca por este medio su autenticación o reconocimiento, ya que el Registro Público de Comercio es una función pública y las Cámaras, al cumplir dicha función, actúan como verdaderos funcionarios públicos, ante los cuales puede producirse ese reconocimiento de los documentos sujetos a registro, aunque solamente de estos.

3.- Tratándose de libros de comercio respecto de los cuales no puede cumplirse una función de publicidad de sus asientos o contenidos, la inscripción constituye una condición de eficacia probatoria del contenido de los libros, porque la eficacia de plena prueba que se reconoce en el art. 68 del Código a los

libros de comercio está subordinada a la legalidad de tales libros, como se infiere claramente del Art. 70 del mismo Código. Y esto, porque, como se ha indicado, el registro de estos libros constituye o representa un buen fundamento de fidedignidad de sus asientos o contenido porque, conforme al Art. 39, el registro de un libro de comercio se hace dejando constancia por el secretario de la Cámara correspondiente del propietario del libro, del destino o uso del mismo, del número de sus hojas hábiles, que han de ser numeradas y rubricadas por el mismo secretario, todo lo cual se hará constar, a su vez, en un libro especial llevado en la Cámara con tal fin. De esta manera, como también quedó dicho, se asegura una integridad material de los libros registrados, porque se impiden irregularidades como la sustitución, su presión o adición de hojas o la utilización del libro por personas distintas de su dueño o para fines distintos de aquéllos para los cuales se hace el registro; y esa integridad material de los libros puede reformar la fé debida en los mismos.

4.- El registro puede cumplir una función de protección al nombre comercial, que resulta de especial importancia no solo para asegurar el derecho a ese

bien incorporal tan valioso a veces en la vida del comercio, sino también para frenar la competencia desleal que tiene una manifestación o forma de operar creando confusiones entre los empresarios o sus establecimientos de comercio. Para el cumplimiento de esta función es para lo que se ha previsto en el Art. 35 del Código que las Cámaras de Comercio deben abstenerse de matricular a un comerciante o un establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras no sea debidamente cancelado el nombre anteriormente inscrito y que "en los casos de homonimia de personas naturales podrá hacerse la inscripción siempre que con el nombre se utilice algún distintivo para evitar la confusión". Lo cual no quiere decir desde luego, que esta inscripción atribuye derecho al nombre, como tampoco lo atribuye el registro en la Oficina de Propiedad Industrial, pues el derecho al nombre comercial se adquiere por el uso o posesión del mismo, conforme al Art. 603 del Código.

5.- Función sanatoria, cuando la inscripción sirve para subsanar determinada situación o cierto acto o contrato que adolece de la falta de un requisito legal.

6.- Finalmente, el registro puede facilitar la prueba de los actos y documentos inscritos. Primero, porque las Cámaras de Comercio pueden certificar sobre los actos y documentos que hayan sido registrados ante ellas, como se prevé en el Art. 86 del Código de Comercio, y tales certificados, como documentos auténticos por su origen, constituyen pruebas completas según las reglas generales del procedimiento, y segundo, por cuanto "en caso de pérdida o de destrucción de un documento registrado podrá suplirse con un certificado de la Cámara de Comercio en donde hubiere sido inscrito, en la que se insertará el texto que se conserve, "con la aclaración de que el documento así suplido tiene el mismo valor probatorio del original" en cuanto a las estipulaciones o hechos que consten en el certificado" según el Art. 44 del Código.

G.- ACTOS QUE DEBEN INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO
MERCANTIL

En desarrollo de la idea general de que el registro cumple una función esencial de publicidad mercantil, - las inscripciones previstas como obligatorias en el Código se refieren a actos y documentos cuyo conocimiento

conviene facilitar a los terceros para mayor seguridad u orientación de sus negocios con los comerciantes. - Por eso mismo, se ha hecho énfasis en el Art. 26 del Código en que el registro es público, y que consiguientemente, "cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fueren llevados, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos". Lo cual quiere decir, desde luego, que la publicidad sea siempre la finalidad esencial del registro porque puede cumplir funciones complementarias y hasta excluir a veces esa publicidad, como en relación con los libros de contabilidad y de actas. Y por esta razón es que las inscripciones obligatorias son muy diversas como aparecen indicadas en el Art. 26 en el Código de Comercio:

1.- "Deberán inscribirse en el Registro Lex cantil las personas que ejerzan profesionalmente el comercio y sus auxiliares, tales como los comisionistas, corredores, agentes, representantes de firmas nacionales o extranjeras, quienes lo harán al mes siguiente a la fecha en que inicien actividades". (Art. 28 Hun lo.)

La primera inscripción obligatoria es la del comerciante, esto es, la matrícula tradicional, que está prescrita en el Art. 28 y regulada en los Arts 32 y 33

del Código. Esta inscripción no confiere la calidad de comerciante como ha quedado aclarado anteriormente, si no que lo dota de publicidad. Por eso constituye, una de las obligaciones profesionales del comerciante, esto es, se trata de una exigencia que supone esa calidad en lugar de conferirla. Y no basta, dentro de los fines de esta institución, que se haga ante una Cámara de Comercio la declaración de que se tienen la calidad de comerciante, esto es, que se ejerce profesionalmente el comercio, sino que se pretende facilitar a terceros el conocimiento de ciertas condiciones personales del comerciante y de ciertas circunstancias en que desarrolla sus negocios. Esta es la razón de que, al solicitar la matrícula, debe indicar el comerciante su nacionalidad, domicilio, dirección, lugar o lugares donde desarrolla sus negocios, la clase de estos y los bienes destinados a los mismos, personas facultadas para administrar sus bienes o negocios, establecimientos de créditos con los cuales haya estado o esté vinculado y nombre de dos comerciantes inscritos que puedan dar referencias suyas.

Esta matrícula debe solicitarse dentro del mes siguiente a la iniciación de la actividad mercantil (Art. 31) bajo sanción de multa hasta de diez mil pe-

nos (\$10,000) impuesta por la Superintendencia de industria y Comercio. Y, como los datos que deben ser suministrados al solicitar la matrícula son susceptibles de alterarse y los terceros deben tener la oportunidad de tener información actualizada sobre los mismos, se exigen la renovación anual de la matrícula bajo la misma sanción (Art. 33);

2.- "LAS CAPITULACIONES matrimoniales y las liquidaciones de sociedades conyugales; cuando el marido y la mujer o alguno de ellos sean comerciantes" - (Art. 28 Num. 2o.).

Se debe inscribir la copia de la escritura pública mediante la cual se celebran capitulaciones matrimoniales, con su correspondiente nota de registro en la oficina de Instrumentos Públicos, si las capitulaciones versan sobre inmuebles, cuando el marido o la mujer sean comerciantes.

También se debe inscribir copia de la providencia judicial por medio de la cual se liquida definitivamente la sociedad conyugal o copia de la escritura pública de disolución de la sociedad conyugal o copia de la escritura de protocolización de la sentencia con la co

respondiente nota de registro se incorporan bienes sujetos a registro siempre que el marido o la mujer o alguno de ellos sea comerciante.

3.- "La interdicción judicial pronunciada contra comerciantes; las providencias en que se imponga a estos la prohibición de ejercer el comercio; los concordatos preventivos y los celebrados dentro del proceso de quiebra; la declaración de quiebra y el nombramiento de síndico de ésta y su renoción; la posesión de cargos públicos que inhabiliten para el ejercicio del comercio y en general, las incapacidades e inhabilidades previstas en la ley para ser comerciantes". - (Art. 28 Num. 3o.).

Este numeral se refiere a actos relativos a la capacidad para ejercer el comercio, como son las interdicciones judiciales dictadas a favor de personas afectadas por incapacidades sobrevinientes, como en el caso de demencia; las interdicciones para el ejercicio del comercio como la declaración de quiebra de un comerciante y la prohibición para ejercer el comercio impuesta como pena accesoria a ciertos menores para ejercer el comercio indicados en el Art. 12 inc. 4o., y -

la renovación de tales autorizaciones por parte de sus representantes legales, en la posesión de cargos que - inhabilitan para el ejercicio del comercio, indicado - en el Art. 15 del Código de Comercio y cualquier otra - inhabilidad legal de esta índole.

A continuación transcribimos los artículos en que nos basamos para el anterior comentario:

Art. 14: "Son inhábiles para ejercer el comercio directamente o por interpuesta persona:

1.- Los comerciantes declarados en quiebra, mientras no obtengan su rehabilitación;

2.- Los funcionarios de entidades oficiales y semioficiales respecto de actividades mercantiles que tengan relación con sus funciones y

3.- Las demás personas a quienes por ley o sentencia judicial se prohíba el ejercicio de actividades mercantiles.

Si el comercio o determinada actividad mercantil - se ejerce por persona inhábil esta será sancionada por multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos que impondrá el juez civil del circuito del domicilio del infractor, de oficio o a solicitud de cualquier persona - sin perjuicio de las penas establecidas por normas especiales".

Art. 15 "El comerciante que tiene posesión de su cargo que hinhabilite para el ejercicio del comercio, lo comunicará a la respectiva Cámara, mediante copia de actas o diligencia de posesión, o certificado de funcionario ante quien se cumplió la diligencia, dentro de los diez días siguientes a la fecha de la misma.

El posesionado acreditará el cumplimiento de esta obligación, dentro de los veinte días siguientes a la posesión ante el funcionario que le hizo el nombramiento mediante certificado de la Cámara de Comercio, so pena de perder el cargo o empleo respectivo".

Art. 16.- "Siempre que se dicte sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad, la fé pública, la economía nacional, la industria y el comercio, o por contrabando, competencia desleal, usurpación de derechos sobre propiedad industrial y giro de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta cancelada, se impondrá como pena accesoria la prohibición para ejercer el comercio de dos a diez años".

Art. 12 inc. 4o.- "Los menores adultos pueden, con autorización de sus representantes legales, ocuparse en actividades mercantiles en nombre o por cuenta de otras personas y bajo la dirección y responsabilidad de

estas".

4.- Art. 28 Num. 4o.- "La autorización que conforme a la ley se otorgue a los menores para ejercer el comercio y la revocación de las mismas".

Según este numeral debe inscribirse en el Registro Mercantil el documento por medio del cual es representante legal del menor lo autoriza para ejercer el comercio, debidamente autenticado.

5.- Art. 28 Num. 3o.- "Todo acto en virtud del cual se confiera, modifique o revoque la administración parcial o general de bienes o negocios del comerciante".

Este numeral se refiere a actos relativos a la administración de los bienes o negocios de un comerciante, como los poderes generales o de administración de los mismos, los poderes generales o factores o administradores de establecimientos de comercio, los poderes otorgados a los gerentes de sucursales de sociedades comerciales; los nombramientos de gerentes o liquidadores de sociedades comerciales, y los de síndico de quiebra y el remplazo de cualquiera de los mismos.

6.- "La apertura de establecimientos de comercio y de sucursales, y los actos que modifiquen o afecten la propiedad de los mismos o su administración" (Art. 28 Num. 6o.)

Debe inscribirse la apertura de establecimientos de comercio para que sirva como medio de información a los terceros en relación con esos conjuntos de bienes materiales e inmateriales que utiliza un empresario para el desarrollo de cualquier actividad económica o funcional derivada de su unidad de destinación constituye un objeto de propiedad distinto de los diversos elementos que lo integran. Esta matrícula, exigida en el artículo 28 y regulada en el artículo 32 del Código debe solicitarse con indicación del nombre del establecimiento, su dirección, con especificación de si el local ocupado es propio o ajeno, nombre y dirección del propietario o de sus factores y clase de negocios a que está destinado.

Pero también hay una información especial importante en la vida práctica que es la relativa al propietario de un establecimiento de comercio que se presume a

la persona inscrita como tal. Porque para muchos efectos, como para evitar simulaciones enfraude a los acreedores, es necesario disponer de una información cierta sobre el particular. Por eso, conforme al mismo artículo 28 del código debe inscribirse todo acto en virtud del cual se afecte o modifique la propiedad de un establecimiento de comercio, con la salvedad de que las modificaciones respecto del propietario no producen efecto frente a terceros sino a partir de la fecha de sus inscripción como se prevé en el Art. 29. Lo cual quiere decir que la presunción derivada del registro no puede desvirtuarse respecto de terceros y que frente a éstos sólo es procedente la cancelación o nulidad del registro.

7.- "Los libros de contabilidad, los de registro de accionistas, los de actas de Asambleas y Junta de Socios, así como los de Juntas Directivas de sociedades mercantiles". (Art. 28 Num. 7o.)

En este numeral hay algunos libros de comercio respecto de los cuales es obligatorio también el registro por tratarse de libros en los cuales va quedando o debe ir quedando la historia de los negocios del comerciante, en general o de algunas operaciones comerciales de o



151

de especial importancia en la vida del comercio. Pero es importante advertir que en estos casos el Registro no cumple o no puede cumplir su misión esencial de medio de publicidad legal por cuanto se trata de libros que se registran en blanco y cuyo contenido está amparado por la garantía o principio constitucional de la reserva de los libros o papeles privados de las personas. Se trata entonces de una medida enderezada a lo que bien puede llamarse protección de la integridad material de los libros y seguridad o certeza sobre el propietario y el destino de los mismos. Estos son los siguientes, conforme al Art. 28 del Código de Comercio, que hace extensivo el Registro establecido antes para los libros de contabilidad también a los libros de actas y de acciones nominativas de las compañías comerciales:

a: Los libros de contabilidad, es decir, los libros destinados a llevar esa historia clara, completa y fidedigna de los negocios del comerciante que debe ser una buena contabilidad. Con la salvedad de que el nuevo Código, al consagrar el principio de la libertad de la contabilidad, es decir, al abolir el sistema de determinados libros obligatorios como principales (el diario, el mayor y el de inventarios y balances), creó

un problema acerca de cuales son los libros de contabilidad, especialmente si es de una empresa de grandes dimensiones, la contabilidad puede necesitar muchos libros auxiliares y hasta varios principales para integrar esa síntesis que empieza en los comprobantes de las cuentas y termina en los balances generales. El problema debe resolverse, desde luego, con ayuda de las costumbres mercantiles, llamadas en este caso a cumplir una función importante, sobre todo porque en su elaboración tienen una misión excepcional la contaduría, cuyo progreso como ciencia y como técnica es cada vez mayor y más útil. Y si, por ejemplo, siguen utilizándose los libros principales del derecho anterior, por cuanto eran libros secularmente reconocidos como adecuados para los fines de una buena contabilidad, son esos libros y sólo esos los que han de ser registrados; pero, como hay libertad para utilizar otra clase de libros que cumplan las mismas funciones talveés en mejores condiciones, deben adoptarse ciertos criterios de "reconocido valor técnico contable", como se prevé en el Art. 48 del mismo Código que limiten la formalidad del Registro a los libros totalizadores no más, dejando por fuera de tal exigencia los simplemente auxiliares, cuya función principal es la de facilitar apenas el entendimiento de los libros principales, como se indica en el Art. 49 del

mismo Código.

b.- Los libros de actas que están destinados a consignar la historia de las deliberaciones de las asambleas generales o Juntas Directivas de las compañías comerciales especialmente para efectos de las decisiones o efectos llamados a orientar y organizar el funcionamiento de tales compañías. Estas actas, que dan fe sobre esos actos colectivos que son los acuerdos de las Asambleas generales, deben llevarse en libros que por sí mismos aseguren alguna garantía de que no han sido o no pueden ser alterados mediante la adición, supresión o sustitución de hojas, que son irregularidades que se excluyen en general, con la formalidad del Registro. Sólo así se justifica el principio del Art. 189 del Código de Comercio, según el cual, las copias de tales actas son prueba suficiente de los hechos que constan en ella mientras no se demuestren falsedad de sus actas o de sus copias.

c.- El libro de Registro de acciones cumple una función muy importante respecto del movimiento de esos valores que han venido en cierta forma a superar en la vida moderna el valor de la propiedad moderna porque, a unque las acciones nominativas que nego

cian por el simple acuerdo del cedente o cesionario, - tales negocios no producen efectos ni respecto de la sociedad ni respecto de terceros sino a partir de su competente registro en el libro de acciones de las sociedades anónimas y comanditarias por acciones, regidas por el nuevo Código por los mismos principios en materia de acciones. Por eso es apenas lógico que respecto de ese libro se establezcan formalidades que, como las que se cumplen para los demás libros sirvan de fundamento a la didedignidad de sus inscripciones, para dar certezas y - seguridad al tráfico de tal clase de valores.

8.- "Los embargos y demandas civiles relacionados con derechos cuya mutación esté sujeta a Registro Mercantil". (Art. 28 Num. 8o.)

Tal es el caso, por ejemplo, de las enajenaciones de establecimientos de comercio o del interés de las sociedades por cuotas; no es, desde luego, para sacar tales bienes del comercio sino para impedir el registro de los actos que se celebren o ejecuten y evitar así que - produzcan efectos respecto de terceros.

9.- "La constitución, adición o reforma esta

tutaria y la liquidación de sociedades comerciales, así como la simulación de representantes legales y liquidadores, y su remoción. Las compañías vigiladas por la Superintendencia de Sociedades deberán cumplir además de las formalidades del registro, los requisitos previstos en las disposiciones legales que regulan dicha vigilancia". (Art. 28 Num. 9o.).

Así como es obligación inscribir todos los actos del comerciante, para que surtan efectos frente a terceros, también debe por los mismos motivos inscribirse toda adición, modificación, revocación, etc., so pena de que dichos actos no se puedan oponer a terceros.

10.- "Los demás actos y documentos cuyo registro mercantil ordena la Ley". (Art. 28 Num. 10).

Entre estos actos encontramos los siguientes:

a.- Declarada la nulidad de una decisión de la Asamblea o Junta de Socios, deberá inscribirse en el Registro Mercantil la parte resolutive de la sentencia que anula decisiones ya inscritas. (Art. 192 del Código de Comercio).

b.- El interés social de una compañía en nombre colectivo puede darse en prenda mediante ins-

trumento público o instrumento reconocido pero la prenda no será oponible a terceros sino a partir de su inscripción en el Registro Mercantil. (Art. 300).

c.- El cedente del interés social en una colectiva no queda liberado de su responsabilidad por las obligaciones sociales anteriores, sino transcurrido un año desde la fecha de la inscripción de la cesión en el Registro Mercantil. (Art. 301).

d.- Las sociedades extranjeras deben inscribir en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde se establezca sucursal en Colombia, la copia de los estatutos y del correspondiente permiso de funcionamiento. (Art. 417)

e.- El auto por medio del cual se decreta la rehabilitación del quebrado debe inscribirse en Registro Mercantil. (Art. 2008).

H.- SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO

Como las inscripciones en el Registro Mercantil están llamadas a cumplir funciones informativas o de publicidad, declarativas, constitutivas, sanatorias y preventivas de la competencia desleal, es paenas obvio que

que si el empresario incumple este deber de conducta - que le impone la ley dichas funciones no pueden surtir los efectos que ella les asigna.

Ahora bien, en cuanto a la omisión de la matrícula, el Art. 37 del Código de Comercio dispone: "La persona que ejerza profesionalmente el comercio sin estar inscrita en el Registro Mercantil incurrirá en multa hasta de diez mil pesos, que impondrá la Superintendencia de Industria y Comercio sin perjuicio de las demás sanciones legales. La misma sanción se aplicará cuando se omita la inscripción o matrícula de un establecimiento de comercio".

Un comerciante no inscrito en el Registro Mercantil no es elemento integrante de la respectiva Cámara de Comercio (Art. 78 del Código de Comercio), y naturalmente no podrá intervenir en la elección de sus directores - (Art. 81 ibidem) ni podrá ser afiliado de la misma (Art. 92) ni tendrá derecho a que se admita a la celebración de un concordato preventivo con sus acreedores en el caso de que haya suspendido o tenga suspender el pago - corriente de sus obligaciones mercantiles (Art. 1910 - del Código de Comercio). Y como las Cámaras no registran libros de comercio a quien no aparece matriculado

en el evento de que una persona que ejerce el comercio sin haber cumplido ese deber, tampoco tendrá libros de comercio debidamente registrado, circunstancia que generaría consecuencias: 1.- La de no obtener la restitución (Art. 1950 a 1952 del Código de Comercio) por imposibilidad de ponerse al corriente de todas sus obligaciones, dentro de las cuales estan las profesionales impuestas por la Ley; y 2.- La de incurrir en pena privativa de la libertad prevista en el Art. 1997 del mismo Código.

En tratándose de sociedades mercantiles el Art. 112 del Código de Comercio preceptúa que "mientras la escritura social no sea registrado en la Cámara correspondiente al domicilio principal de la sociedad, será inoponible a terceros, aunque haya consumado la entrega de los aportes de los socios". Y el Art. 158 ibidem alude a las reformas estatutarias así: "Toda reforma del contrato de sociedad comercial deberá reducirse a escritura pública que se registrará como se dispone para la entrega de constitución de la sociedad en la Cámara de Comercio correspondiente al domicilio principal al tiempo de la reforma.



159
-148-

Sin los requisitos anteriores la reforma no producirá efecto alguno respecto de terceros. La reforma - tendrá efecto entre los asociados desde cuando se acuerde o pacte conforme a los estatutos". Además, si las limitaciones o restricciones de las facultades de los administradores de una sociedad no consten expresamente en los estatutos inscritos en el Registro Mercantil, no serán oponibles a terceros (Inciso final, Art. 196 - del Código de Comercio).

Así mismo la disolución de una sociedad "no producirá efectos respecto de terceros sino a partir de la fecha de registro (Inciso final Art. 219 del Código de Comercio). Y en cuanto a liquidadores dispone el inciso segundo del Art. 228 que el nombramiento de liquidador ha de inscribirse en el Registro Mercantil del domicilio social y de las sucursales y que "sólo a partir de la fecha de la inscripción tendrán los nombrados las facultades y obligaciones de los liquidadores".

La sanción general por excelencia aparece consagrada en la regla cuarta del Art. 29 cuya proposición final - establece que "los actos y documento sujetos a registro no producirán efectos respecto de terceros sino a partir de la fecha de su inscripción", lo cual significa la con

sagración de la ineficacia definida en el Art. 897 así:
"Cuando en este Código se exprese que un acto no produce efectos se entenderá que es ineficaz de pleno derecho, sin necesidad de declaración judicial".

Esta sanción es quizás más grave que la simple inoponibilidad instituída en el Art. 901 del Código, en los siguientes terminos: "Será inoponible a terceros el negocio jurídico celebrado sin cumplir con los requisitos de publicidad que la Ley exige. De ahí que si en la Ley no se fija plazo, la inscripción de un acto o documento pueda solicitarse en cualquier tiempo, pues es entendido que mientras la inscripción no se realice, - será ineficaz respecto de terceros y no le será oponible, aunque sea perfectamente válido y para la plenitud de sus efectos entre las partes directamente interesadas.

CAPITULO VII

PATRIMONIO DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

Según la Real Academia de la Lengua, Patrimonio es el conjunto de bienes propios adquiridos por cualquier título, y en sentido jurídico patrimonio es el conjunto de bienes y obligaciones de que es titular una persona; los bienes constituyen el activo y las obligaciones el pasivo.

Forman parte del patrimonio de las Cámaras:

- 1.- Los bienes muebles, inmuebles, o derechos, - valores y acciones adquiridos o que se adquirieran, a - cualquier título legal y rendimiento de los mismos.
- 2.- El producto de los derechos autorizados por la Ley para las inscripciones y certificaciones.
- 3.- Las cuotas anuales que se señalen para los - comerciantes matriculados y afiliados.
- 4.- Las adiciones que se reciban de los particu- lares o del Estado.
- 5.- Los honorarios que reciba por estudio, dic- támenes en general, por cualquier otro trabajo o servq

cios que se hagan a nombre de la Cámara. Las tarifas a que se refiere el numeral tercero serán fijadas por medio de resolución aprobada por la Junta Directiva de las Cámaras de Comercio.

A.- INGRESOS

El Diccionario de la Lengua Española define a los ingresos como el caudal que entra en poder de uno, y - que le es de cargo en las cuentas.

Los ingresos de las Cámaras de Comercio pueden provenir de dos fuentes distintas principales: 1.- Las tarifas que se aplican al Registro Mercantil y a todas las actuaciones derivadas del mismo; 2.- Las contribuciones voluntarias o el producto de sus propios bienes o de los servicios que preste.

De acuerdo con el Art. 93 del Código de Comercio, corresponde a la primera categoría de ingresos los siguientes: a.- El producto de los derechos autorizados por la Ley para las inscripciones y certificaciones; - b.- Las cuotas anuales que el reglamento señale para los comerciantes afiliados e inscritos.

Haciendo un análisis exhaustivo del Art. 93 en su inciso 2o. vemos que las Cámaras tienen facultad legal para fijar tarifas, buscando un sistema de aumento equitativo entre lo que deben pagar los comerciantes pequeños.

En base a esto es posible que se establezca un aumento en lo que a tarifas de comerciantes inscritos o matriculados y afiliados se refiere, no queriendo constituir una medida fuerte para los comerciantes sino simplemente tratar de corregir la regresividad económica de la Cámara de Comercio.

Como es lógico estas tarifas no se pueden aumentar arbitrariamente por las Cámaras de Comercio ya que necesitan la debida aprobación de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Los derechos correspondientes a la matrícula, inscripciones y certificados, adoptados por el Decreto No. 1361 de Julio 11 de 1974, y pueden ser considerados fondos públicos por lo cual el artículo 88 del Código de Comercio lo someten al control y vigilancia de su recaudo, manejo e inversión por parte de la Contraloría General de la República.

Se ha originado una polémica en cuanto al control fiscal que ejerce la Contraloría de la República sobre las Cámaras de Comercio ya que estas sostienen que este control sólo debe ejercerse sobre los fondos obtenidos mediante las inscripciones en el Registro Mercantil ya que estos dineros si tienen el carácter de públicos puesto que la función de registro es eminentemente pública y no sobre los restantes dineros que tienen el carácter de privados.

Además de los anteriores ingresos, las Cámaras de Comercio tienen los que provienen de sus bienes o servicios y son comunes a todas ellas los siguientes: a.- - Las contribuciones voluntarias de los afiliados; b.- - Las publicaciones de la noticia del registro Mercantil; c.- El valor de las certificaciones especiales que expidan, no correspondiente al Registro Mercantil; ejemplo: Certificados de origen aunque cada Cámara de Comercio tiene libertad en la fijación de estas tarifas, se han logrado acuerdos iniciales, con intervención de Confecámaras para la unificación del sistema tarifario.

Una última categoría de ingresos vendría a ser la que se desprende de la iniciación de cada Cámara en materia de inversiones y obtención de fondos entre los cuales pueden citarse: a.- Servicios especiales, ta-

les como télex, mimeógrafo, fotocopias, arriendo de salones, etc; b.- Valorización o arriendo de inmuebles, rentabilidad de títulos o valores de inversión; c.- - Otros como donaciones, contratos de prestación de servicios, arrendamientos, etc.

Son muchas las acciones que las Cámaras de Comercio pueden tomar para incrementar sus ingresos. Entre otras mencionaremos los sistemas más generalmente usados:

- 1.- Producto de la matrícula mercantil:
 - a.- Verificación de activos brutos;
 - b.- Campaña de ampliación de la matrícula, con medios cómodos, cooperación de las autoridades municipales, publicidad, visitas personales, multas de la Superintendencia de Industria y Comercio;
 - c.- Cobro de la publicidad de la noticia;
 - d.- Cobro de anualidades atrasadas;
 - e.- Cobro de formularios.

- 2.- Otros renglones del registro:
 - a.- Cuidadosa y exacta aplicación de las tarifas de certificados o inscripciones;
 - b.- Ahorro en costos de la publicidad de la noticia;

c.- Campaña para lograr la exigencia -
de certificados.

3.- Afiliaciones:

a.- Revisión anual de tarifas;

b.- Campañas masivas de afiliación con
base en la matrícula;

c.- Solicitud de aportes especiales.

La mayoría de estos ingresos corresponden a servi-
cios rentables que contribuyen a aliviar a la Cámara -
de Comercio de los costos indirectos de su prestación.
Hay desde luego casos excepcionales de operaciones de
mayor escala como en el caso de la Cámara de Comercio
de Bucaramanga que deriva ingresos por la administración
de una red regional de radioteléfonos. Otro ensayo -
de este tipo está siendo iniciado por la Cámara de Co-
mercio de Cali que recibirá ingresos por la administra-
ción de la Fundación para el Desarrollo del Valle.

B.- EGRESOS

El Diccionario de la Lengua Española define a los
egresos como la salida, partida o descargo.

Los gastos ordinarios de las Cámaras de Comercio
pueden en general dividirse en tres grandes categorías:

1.- Gastos de Administración;

2.- Gastos de sostenimiento;

3.- Costos de los servicios específicos.

Los presupuestos de las Cámaras de Comercio se rigen por las disposiciones oficiales y las formas prescritas por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Se denominan gastos de administración los que se requieren para el pago de sueldos, prestaciones sociales, y demás pagos al personal de servicios a la institución, por cualquier otro concepto tales como programas de bienestar y capacitación.

Se ha pretendido determinar, con exactitud la proporción en este tipo de gastos debe tener sobre el total del presupuesto, sin que pueda todavía conocerse un claro criterio al respecto. En todo caso, un principio que debe tenerse en cuenta es el de que, tratándose de entidades de servicio, no debe escatimarse la aplicación de los fondos necesarios para contar con un personal idóneo y especializado, que cuente con la adecuada remuneración requerida para su función, con el propósito de lograr suficiente estabilidad laboral.

Los gastos de sostenimiento cubren una variada *ca*

na de requerimientos del funcionamiento de la entidad, tales como el arrendamiento, agua, luz, teléfono, tó - lex, pasajes y viáticos, dotación, mantenimiento y re - paraciones, etc. En general este tipo de gastos está adecuadamente ordenado en los modelos presupuestales - vigentes, que los contemplan en su gran mayoría, con - base en la experiencia.

sobre ellos, cabe también considerar el hecho de que las entidades de servicio deben prestar especial - atención a la comunicación con sus usuarios, por lo - cual es aconsejable que se hagan adecuadas provisiones para los rubros relacionados con este aspecto de la - actividad, dentro de la sana austeridad, pero sin esca - tinar recursos indispensables.

Los servicios especiales, como el de Télex o mimeó - grafo ocasionan costos que deben preverse, con un ade - cuado estudio previo y con razonable estimativo de su influjo indirecto sobre los costos de operación de la entidad. El principio aplicable es el de que ningún - servicio debe prestarse por debajo de sus costos, a - menos que se trate de aquéllos cuyas tarifas están re - guladas por disposiciones oficiales.

De consiguiente, el establecimiento de este tipo

de servicios debe estar precedido de cuidadoso análisis por parte de los ejecutivos de las Cámaras de Comercio sobre su producto probable.

El control del gasto y exámen permanente de los - costos de operación es una vía rápida y efectiva de obtener mayores recursos para los programas de servicios. De ninguna manera es aconsejable la paralización o suspensión de servicios existentes, para afrontar situaciones difíciles en materia de finanzas.

Lo que se sugiere es el estudio de nuevos métodos, de cambios, de procesos y de toda clase de medidas que sin desmejorar los servicios reduzcan progresivamente sus costos.

Los gastos de las Cámaras de Comercio deben ajustarse rigurosamente al presupuesto aprobado y el control respectivo lo ejerce la Contraloría General de la República, que exige la aprobación de traslados de cuentas cuando estas se encuentran previamente agotadas y requieren nuevos desembolsos.

Algunas medidas procedimentales para un mejor con

trol del gasto son las siguientes:

a.- Cada gasto debe ser previamente organizado por el ejecutivo de la Cámara de Comercio.

b.- Los gastos mensuales deben ser estimados previamente, de acuerdo al presupuesto respectivo y las necesidades del servicio.

c.- Acompañar al balance mensual una relación al estado comparativo de los gastos, en relación al presupuesto proporcional al período transcurrido.

d.- Revisar las desviaciones que aparezcan en los balances mensuales, para proceder a su protección en el período sucesivo.

e.- Implantamiento de los libros auxiliares de control que estinen necesarios.

El presupuesto de gastos de la Cámara de Comercio, debe cubrir el mínimo indispensable para el adecuado funcionamiento de la entidad y si no alcanzaron a atenderlo las rentas previstas, se considera indispensable buscar por todos los medios el incremento de las rentas susceptibles de expansión.



-160-

171

C.- PRESUPUESTO DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO

El presupuesto en su preparación, ejecución y control, es un medio de traducir una proyección técnica de la empresa en un programa financiero que permite alcanzarla.

El presupuesto de las Cámaras de Comercio debe ser considerado como un instrumento de planeación, con una orientación económica, que considere el impacto de los gastos en los respectivos servicios que presta.

Lo anterior nos permite afirmar que, el proceso presupuestal ya no debe ser un plan financiero basado en cálculos de los ingresos esperados y de los gastos que éstos permiten. O sea, que aquéllo de "presupuesto mecánico" ha perdido su validez.

Si tenemos en cuenta que el presupuesto es un instrumento económico mediante el cual se adelantan programas de actividades públicas, promocionales o de servicios y, dado que los recursos financieros en las Cámaras son limitados, es necesario que sirvan para darle a los recursos con los cuales pueda probablemente contarse.

La ejecución del presupuesto, debe basarse en el claro entendimiento por parte del personal administrativo, de que este constituye el instrumento por medio del cual se facilita a los directivos, la base financiera necesaria para lograr los objetivos.

Consideramos que la ejecución presupuestal, debe reunir las siguientes características:

PRESTEZA:

Un gasto proyectado en la planeación técnica y - que figura en el presupuesto, debe hacerse "en el momento en que se necesita".

AGILIDAD:

Se refiere al problema de evitar que una vez aprobado el presupuesto, este se convierta en un índice estadístico de gastos permisibles y lograr por el contrario que pueda adaptarse a necesidades de cambio en los requerimientos financieros. Esto se consigue mediante la determinación de políticas y procedimientos sobre - traslados.

CONTROL:

Análisis periódico de la situación presupuestal y aplicación de medidas correctivas.

1.- PRESENTACION:

Una vez elaborado el presupuesto por el Secretario y aprobado por los miembros de la Junta Directiva es presentado a la Superintendencia de Industria y Comercio para su aprobación.

2.- APROBACION:

En cumplimiento de su función de vigilancia, corresponde a la Superintendencia de Industria y Comercio aprobar los presupuestos y las adiciones o traslados a estos, que presentan las Cámaras de Comercio. Para tal efecto, cada año y con anterioridad al quince de Diciembre las Cámaras enviarán a la Superintendencia tres copias de su presupuesto de ingresos y egresos para el año siguiente basado en el corte de cuentas a treinta y uno de Octubre del mismo año.

Una vez aprobado el presupuesto, el traslado a la adición, la Superintendencia enviará copia del mismo a

la Contraloría General de la República para el ejercicio de la función que le señala el Art. 88 del Código de Comercio.

La Superintendencia de Industria y Comercio cuenta con un plazo de quince días hábiles contados a partir del momento en que las Cámaras presenten el respectivo presupuesto, traslado o adición, para aprobarlo u objetarlo, si transcurrido este término no se hubiere producido determinación alguna, se entenderá aprobado el proyecto presentado, sobre el cual la Cámara de Comercio informará a la Contraloría General de la República. (Decreto 1520 de 1978, Art 22).

Las Cámaras de Comercio no podrán efectuar erogaciones que no hayan sido contempladas en el respectivo presupuesto legal. (Decreto 1520 de 1978. Art. 23).

D.- VIGILANCIA:

Artículo 88 "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, pre-

viamente aprobado por la Superintendencia de Industria y Comercio".

El contro fiscal posterior de las Cámaras de Comercio, conforme a lo dispuesto en el Art. 88 del Código de Comercio, está a cargo de la Contraloría General de la República quien reglamentará el ejercicio de esta función.

La Contraloría General de la República ejercerá el control fiscal posterior únicamente sobre los fondos provenientes de la prestación del servicio público Mercantil que prescriban las Cámaras de Comercio en ejercicio de sus funciones. (Decreto 1520 de 1978, Art 28).

CAPITULO VIII

CONFEDERACIONES DE CÁMARAS DE COMERCIO

A.- GENERALIDADES

El Código de Comercio en su Art. 96 dispone:

"Las Cámaras de Comercio podrán confederarse siempre que se reúnan en forma de confederación no menos del cincuenta por ciento de las Cámaras del país".

Las confederaciones de Cámaras de Comercio servirán de órgano consultivo de las confederadas en cuanto se refiera a sus funciones y atribuciones con el fin de unificar el ejercicio de las mismas, recopilar las costumbres que tengan carácter nacional y propender el mejoramiento de las Cámaras en cuanto a su técnica, eficacia y agilidad en la prestación de sus servicios. Como tales, convocarán a reuniones o congresos de las Cámaras confederadas, cuando lo estimen conveniente, para acordar programas de acción y adoptar conclusiones sobre organización y funcionamiento de las

Cámaras del país".

Para dar aplicación al artículo anterior la Asamblea de Constitución de Confecámaras aprobó las siguientes determinaciones:

La Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio es una institución autónoma, con personería jurídica y sin ánimo de lucro, constituida con fines de ayuda mutua y de interés colectivo por las Cámaras de Comercio colombianas que funcionan en el país o en el exterior.

Las Cámaras servirán de órgano consultivo de las Cámaras de Comercio afiliadas, propenderá por su mejoramiento y trabajará en representación de los intereses generales del comercio, de la industria, la agricultura, la ganadería y los demás sectores de la economía nacional. En desarrollo de sus propositos, defenderá los principios que inspiran el sistema de libre empresa y cooperará en el sector público con el desarrollo de programas tendientes a impulsar el desenvolvimiento económico del país.

178

B.- DOMICILIO - DURACION DE LA CONFEDERACION DE
CAMARAS

El domicilio señalado para la confederación de Cámaras de Comercio es la ciudad de Bogotá y su radio de acción se extenderá a todo el territorio de las Cámaras confederadas.

En cuanto al término de duración no se ha establecido uno determinado, pero, sin embargo, la confederación se podrá disolver por una de las siguientes causas:

1.- Cuando el número de Cámaras Confederadas no llegue al cincuenta por ciento 50% de las que funcionan en el país tal como lo dispone la ley.

2.- Cuando así lo disponga la mayoría absoluta de las Cámaras miembros de la institución.

Para una mayor realización de sus fines como persona jurídica la confederación tendrá capacidad para adquirir y enajenar bienes muebles e inmuebles y ejercitar toda clase de actos y contratos lícitos.

C.- Patrimonio

Estará formado el patrimonio con:

- 1.- Las cuotas ordinarias y extraordinarias que se decreten de acuerdo con los estatutos. Estas - cuotas son fijadas por la Asamblea General las cuales en ningún caso podrán ser inferiores en su cuantía a - las del año precedente. La Junta Directiva está facul - tada para establecer incentivos por pago anticipado de cuotas o intereses moratorios por retraso injustifica - do en el pago de las mismas.
- 2.- Los ingresos por prestación de servicios.
- 3.- El fruto de los bienes que posea.
- 4.- Los bienes que adquiera a cualquier títu - lo.

D.- MIEMBROS DE LAS CONFEDERACIONES Y OBLIGACIONES

Podrá ser miembro de la Confederación de Cámaras cualquiera Cámara de Comercio colombiana cuya solici - tud de ingreso sea aprobada por la Junta Directiva. Las Cámaras de Comercio afiliadas deberán hacer parte de - los grupos regionales que se establecen en los estatu - tos.

La Junta Directiva no podrá recusar la solicitud de ingreso de la Cámara peticionaria legalmente constituida y que a la vez se someta a todas las condiciones proscritas en los estatutos.

Las Cámaras de Comercio pagarán a la Confederación la cuota de sostenimiento que fije anualmente la Asamblea General, la cual en ningún caso podrá ser inferior en su cuantía a la del año precedente.

La Junta Directiva esta facultada para establecer incentivos por pago anticipado de cuotas o intereses - moratorios por retraso injustificado en el pago de las mismas.

Será causal para suspender o excluir de la Confederación a cualquiera de sus miembros, la mora por noventa días o más, en el pago de cuotas fijadas en el artículo anterior.

Se entiende que al ingresar a la Confederación cada Cámara acepta en su integridad los estatutos, en consecuencia, su inobservancia será causal de suspensión o expulsión.

La Confederación podrá recibir como asociados a:

- 1.- Asociaciones gremiales con personería ju

rídica, representativas de las actividades mercantiles.

2.- Cámaras de Comercio mixtas.

Las entidades asociadas, pagarán las cuotas de inscripción y sostenimiento que le asigna la Junta Directiva de acuerdo con sus ingresos anuales.

Las entidades asociadas tendrán los mismos derechos y obligaciones que los miembros de la Confederación, salvo la de elegir y ser elegidos por la Junta Directiva.

E.- DIRECCION Y ADMINISTRACION

La Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio estará regida por los siguientes órganos:

Asamblea General

Junta Directiva

Presidente Ejecutivo y

El Comité Asesor.

1.- ASAMBLA GENERAL

La Asamblea General es la autoridad suprema de la Confederación y se constituye por la reunión de los representantes de sus miembros.

La Asamblea General se reunirá ordinariamente una vez al año, en el día, hora y lugar, que señale la Junta Directiva. La citación será por escrito, con quince días de anticipación, por lo menos, a la fecha de la reunión.

Se reunirá extraordinariamente la Asamblea General cuando sea convocada por la Junta Directiva, por la mayoría absoluta de los miembros de la Confederación comunicada al Presidente Ejecutivo o por el Revisor Fiscal, previa citación hecha con la debida antelación y sólo para considerar asuntos urgentes de interés general que deberán constar en la citación.

La Asamblea General, tanto con extraordinaria, o la ordinaria, se celebrará en la ciudad sede que haya señalado la misma Asamblea en su sesión anterior, debiendo observarse una rotación conveniente.

El quorum en las asambleas tanto ordinarias como extraordinarias se conformará con la asistencia de la mitad más una de las Cámaras miembro de la Confederación. Las decisiones de la Asamblea se tomarán por mayoría de votos cuando se trate de reformar estatutos, de enajenar bienes de la Confederación o de fi-

jar cuotas extraordinarias, se requerirá el voto favorable de un mínimo de delegados que represente el - 75% de las Cámaras miembros de la Institución asistente a la Asamblea.

En la Asamblea cada Cámara de Comercio sólo tendrá derecho a un voto, que será emitido por el Presidente de la delegación, cualquiera que sea el número de personas que la integran.

La Asamblea será presidida por el Presidente, de la Cámara de la ciudad sede o quien haga sus veces y - tendrá como Vicepresidente, al Presidente de la junta Directiva de la Confederación o quien haga sus veces.

La Cámara de Comercio se hará representar en la - Asamblea General por uno o más de sus miembros, designados por la Junta Directiva de la respectiva Cámara. Las Cámaras pueden hacerse representar por otra ante - la Cámara de la Confederación, pero ninguna puede ejercitar más de una delegación.

Son funciones de la Asamblea:

- 1.- Fijar y encauzar como órgano supremo todas las actividades de la Confederación, determinar sus programas, y aprobar sus presupuestos;



- 2.- Elegir los miembros principales y suplentes de la Junta Directiva;
- 3.- Elegir el Revisor Fiscal y su suplente y fijarle remuneración;
- 4.- Tramitar y resolver las iniciativas que presenten las Cámaras de Comercio afiliadas, sobre asuntos de orden internos o de interés general para la economía y el desarrollo del país;
- 5.- Fijar el monto y decretar cuotas o contribuciones extraordinarias;
- 6.- Revisar y aprobar las cuentas que rinda la Junta Directiva y el Presidente Ejecutivo;
- 7.- Reformar los estatutos de la Confederación.
- 8.- Expulsar de la Confederación a las Cámaras de Comercio cuando incurran en mora de sus pagos y cuando incumplan los estatutos de la Confederación;
- 9.- Decretar la disolución de la Confederación cuando esta no cumpla los fines para los cuales - fué creada;
- 10.- Ejecutar todas las demás atribuciones que se deriven de su naturaleza y las que señalen los presentes estatutos.

Las Asambleas Generales Extraordinarias, se ocupa-

rán preferentemente deconocer y resolver los asuntos especiales para los cuales fueron convocados.

2.- JUNTA DIRECTIVA.

La Junta Directiva está formada por 15 miembros principales, con sus respectivos suplentes que serán elegidos por la Asamblea General.

Los miembros de la Junta Directiva se elegirán para períodos de una año y podrán ser reelegidos. Vendido el período, los miembros nombrados continuarán en su cargo mientras no sean reemplazados.

El quorum de la Junta será el de la mitad más uno de sus miembros, las decisiones se tomarán por mayoría de votos.

La Junta Directiva deberá reunirse una vez al mes, por lo menos en Bogotá o en la ciudad que previamente se designe para tal efecto.

Los Presidentes de las Cámaras de Comercio afiliadas, serán oídos en la Junta Directiva siempre que así lo soliciten.

La Junta Directiva elegirá de su seno un Presiden

dente y un Vicepresidente.

Son funciones de la Junta Directiva;

a.- Dirigir todas las actividades de la Confederación, de conformidad con las normas que le fije la Asamblea General.

b.- Aprobar anualmente el presupuesto de rentas y gastos de la Confederación.

c.- Crear los cargos que considera necesarios para el buen funcionamiento de la Confederación y fijar sus niveles de remuneración.

d.- Nombrar el Presidente Ejecutivo de la Confederación.

e.- Autorizar todo acto o contrato de cuantía superior a \$100.000.

f.- Resolver oportunamente sobre las consultas, solicitudes o reclamos que le formule cualquier miembro de la Confederación.

g.- Designar los árbitros para dirimir los conflictos suscitados entre dos o más Cámaras miembros de la Confederación

h.- Pronunciarse sobre asuntos de interes general, por conducto de las Cámaras delegadas y aprobar los temas que han de ser materia de la Asamblea General.

1.- Todas las demás funciones que se deriven de su índole propia y que sean necesarias que se deriven para el logro de los fines que se proponen la Confederación que no se opongan a la ley, a los presentes estatutos o a las disposiciones de la Asamblea General.

3.- DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

El Presidente Ejecutivo será el representante legal de la Confederación. El período de su cargo será de dos (dos) años y podrá ser reelegido indefinidamente.

Son funciones del Presidente Ejecutivo:

a.- Ejecutar todas las resoluciones, acuerdos, órdenes etc., emanadas de la Asamblea General y de la Junta Directiva.

b.- Celebrar actos y contratos hasta por la cantidad de cien mil pesos (\$100.000) y los que excedan de dicha cantidad con arreglo a las atribuciones otorgadas por la Junta Directiva o por la Asamblea General.

c.- Constituir apoderado judicial o extra judicial para ventilar los negocios de la Confederación

en juicio o fuera de él.

d.- Cuidar de la recaudación de sus cuotas y de todos los demás ingresos e invertirlos conforme al presupuesto.

e.- Rendir mensualmente a la Junta Directiva y anualmente a la Asamblea General, sendos informes sobre la marcha de la Confederación.

f.- Designar y remover el personal, y en general, dirigir el funcionamiento y servicios de la Confederación.

g.- Las demás que se deriven de su índole de representante legal de la confederación y las que le fijen la Junta Directiva y la Asamblea General y que no contraríen lo dispuesto en los estatutos.

h.- Citar anualmente una reunión de secretarios o directores ejecutivos de las Cámaras de Comercio, que debe celebrarse, a más tardar, tres meses después de la respectiva Asamblea General.

El Presidente Ejecutivo será asesorado, en lo relacionado a sus funciones, por el Comité, que debe convocar, por lo menos una vez al mes y extraordinariamente, cuando las circunstancias lo oxijan.

4.- COMITE ASESOR

El Comité Asesor estará integrado por el funcionario administrativo de la más alta jerarquía en cada una de las cinco Cámaras delegadas y por cinco miembros más, uno por cada región, y con las mismas calidades, elegido por los restantes ejecutivos de las Cámaras de Comercio afiliadas.

Los funcionarios administrativos de mayor categoría de las Cámaras de Comercio afiliadas serán oídos por el Comité Asesor, siempre que así lo solicite.

Son funciones del Comité Asesor:

a.- Presentar a la Junta Directiva por intermedio del Presidente Ejecutivo las sugerencias que estime indispensables sobre los asuntos que son de su competencia.

b.- Estudiar y decidir los mecanismos operativos de los programas conjuntos que apruebe la Confederación.

c.- Definir el temario de las reuniones que celebren, a nivel nacional, otros funcionarios administrativos de las Cámaras de Comercio.

d.- Definir en aspectos del Registro -

mercantil, las materias en que deban adoptarse sistemas uniformes y determinar estos, con carácter de obligatoriedad para las Cámaras de comercio afiliadas.

Las decisiones del Comité Asesor se adoptarán por la mitad más uno de los votos, sobre el total de sus integrantes.

F.- DEL REVISOR FISCAL

La Confederación tendrá un Revisor Fiscal con su suplente que deberá ser Contador Público, elegido por la Asamblea General para períodos de un año.

1.- Examinar periódicamente los libros de contabilidad, balances, cuentas, etc. de la Confederación.

2.- Realizar el arqueo de caja por lo menos dos veces al mes.

3.- Cerciorarse de que todas las operaciones y libros se conforman a la ley, estatutos y disposiciones de la Asamblea General y Junta Directiva.

4.- Dar cuenta inmediata de las irregularidades que advierta a la Junta Directiva.

5.- Convocar, cuando lo considere necesario, a la Asamblea General.

6.- Los demás que se deriven de la naturaleza de su cargo de acuerdo con la ley.

G.- LIQUIDACION

Decretada la liquidación de la Confederación se procederá a la liquidación de ella por medio de un liquidador que designe la Asamblea General.

Los bienes de la Confederación se destinarán preferentemente a pagar el pasivo externo y el saldo se repartirá entre los miembros activos a pro rata del valor de todos los aportes hechos a la confederación.

CAPITULO IX

LA MATRICULA Y SU RENOVACION (Requisitos mínimos que deben observarse)

A.- PERSONAS NATURALES

(Formulario No. 1)

1.- Identificación del solicitante, mediante la presentación de su cédula de ciudadanía o extranjería, de cuyo número debe quedar constancia en el formulario.

Si se trata de menor de edad, se exige la autorización para ejercer el comercio, la cual se inscribe en el Registro Mercantil.

Si se trata de menor, este puede habilitarse por causa de matrimonio.

Este documento debe inscribirse en la Cámara de Comercio. Debe verificarse, en lo posible, si el matriculado no se encuentra en los casos previstos en los artículos 14 y 16 del Código de Comercio, lo que daría lugar a rechazar la matrícula.

2.- Presentación de copia de la declaración de renta o balance debidamente autorizado, para confrontar los datos del activo bruto, con los consignados en el formulario. En los casos en que el activo declarado sea inferior, se exigirá la corrección de dicho dato.

3.- Verificación de que ni exista matriculado ningún comerciante con el mismo nombre y apellidos del solicitante, de lo contrario, se exigirá adicionar una palabra distinta.

4.- Se procede a diligenciar el formulario, adjudicar el número de la matrícula, liquidar los derechos, recibir el pago y producir el recibo de caja.

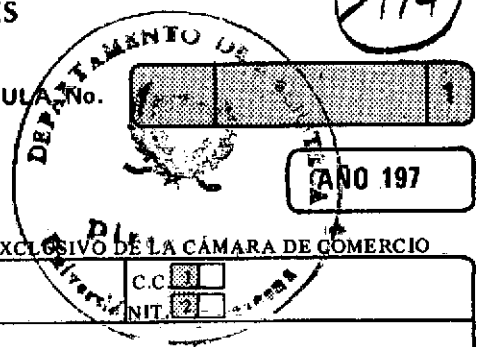
5.- El formulario se pasa, entonces, al Kéx dex o tarjetero para hacer las anotaciones de sus datos, en las tarjetas correspondientes.

6.- Posteriormente se le coloca en un folder o expediente, en cuyo carbete se anota el número completo de la matrícula, seguido del nombre del matriculado.

7.- Las dos copias que quedan del formulario se distribuyen así:

La primera se le entrega al matriculado y la última se envía a Confecánaras, para el programa de sistematización.

MATRICULA No.



AÑO 197

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

IDENTIDAD	Apellido (s)		Nombre (s)		C.C. <input type="checkbox"/>	NIT. <input type="checkbox"/>
	EDAD (Años cumplidos)	Nacionalidad	Dirección residencial			
		Teléfono	Ciudad	Departamento		

INFORMACION COMERCIAL	Actividad mercantil principal					
	Dirección Comercial		Ciudad	Departamento		
	-----		Teléfono	Apartado	Telégrafo	Télex
	Persona(s) autorizada(s) para administrar los negocios.				Cédula o NIT Número	
					C.C. <input type="checkbox"/>	NIT. <input type="checkbox"/>

INFORMACION COMERCIAL	Facultades administrador según documento inscrito en el Registro Mercantil (suministre datos inscripción)					
	Referencias de entidades bancarias					
	Referencias comerciales					
	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento		
	No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección		
	-----			-----		
	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento		
No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección			
-----			-----			
Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento			
No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección			
-----			-----			
Si explota otros establecimientos relaciónelos en hoja separada. Todos los establecimientos deben diligenciar el formulario No. 2						
Importador? <input type="checkbox"/>	Clase de artículos		Personal ocupado		Costos y gastos pagados \$	
Exportador? <input type="checkbox"/>						

INFORMACION FINANCIERA	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER A SU BALANCE EN 31 DE DICIEMBRE ULTIMO		
	B'ENES RAICES (Detalle al respaldo)		ACTIVOS
	1 URBANOS \$		CORRIENTES \$
	2 RURALES \$		FIJOS \$
3 TOTAL		OTROS \$	
		TOTAL ACTIVOS \$	PATRIMONIO LIQUIDO
			\$

CAMARA DE COMERCIO	Firma del matriculado	TOTAL ACTIVOS \$	LIQUIDACION		
		Activo bruto mercantil		DERECHOS DE MATRICULA \$	
		No. Recibo		Fecha	VALOR NOTICIA \$
				Dis Mes Año	OTROS \$
	Firma y Sello Cámara de Comercio		TOTAL A PAGAR \$		

195

1 MATRICULA No.

AÑO 197

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

1	IDENTIDAD	Apellido (s)		Nombre (s)		C.C. <input type="checkbox"/>	NIT. <input type="checkbox"/>
		EDAD (Años cumplidos)	Nacionalidad	Dirección residencial			
		Teléfono	Ciudad	Departamento			

2	Actividad mercantil principal						
	Dirección Comercial			Ciudad	Departamento		
	Teléfono		Apartado	Telégrafo	Télex		
Persona(s) autorizada(s) para administrar los negocios.						Cédula o NIT Número C.C. <input type="checkbox"/> NIT. <input type="checkbox"/>	

3	Facultades administrador según documento inscrito en el Registro Mercantil (suministre datos inscripción)						
---	---	--	--	--	--	--	--

4	Referencias de entidades bancarias						
---	------------------------------------	--	--	--	--	--	--

5	Referencias comerciales						
---	-------------------------	--	--	--	--	--	--

6	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento			
	No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección			
	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento			
	No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección			
Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento				
No. Matrícula			Departamento	Ciudad	Dirección		

7	Si explota otros establecimientos relaciónelos en hoja separada. Todos los establecimientos deben diligenciar el formulario No. 2						
Importador? <input type="checkbox"/>		Clase de artículos		Personal ocupado		Costos y gastos pagados \$	
Exportador? <input type="checkbox"/>							

8	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER A SU BALANCE EN 31 DE DICIEMBRE ULTIMO		
	BIENES RAICES (Detalle al respaldo)		ACTIVOS
	1 URBANOS \$	2 RURALES \$	3 TOTAL \$
		CORRIENTES \$	PATRIMONIO LIQUIDO
		FIJOS \$	
		OTROS \$	
		TOTAL ACTIVOS \$	

CAMARA DE COMERCIO	TOTAL ACTIVOS			LIQUIDACION	
	\$			DERECHOS DE MATRICULA \$	
	Activo bruto mercantil			VALOR NOTICIA \$	
	No. Recibo	Fecha		OTROS \$	
Firma y Sello Cámara de Comercio			TOTAL A PAGAR \$		

COPIA PARA EL MATRICULADO

Imprimir en la División de Estadística del DANE

LLÉNESE A MAQUINA O CON LETRA DE IMPRENTA (INSTRUCCIONES AL RESPALDO)

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL
2 PERSONAS NATURALES

1196

1 MATRICULA No.

AÑO 197

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

1	IDENTIDAD	Apellido (s)		Nombre (s)		C.C. <input type="checkbox"/>	NIT <input type="checkbox"/>
		EDAD (Años cumplidos)	Nacionalidad	Dirección residencial		Departamento	
2	INFORMACION COMERCIAL	Actividad mercantil principal					
		Dirección Comercial		Ciudad	Departamento		
3	INFORMACION COMERCIAL	-----		Teléfono	Apartado	Telégrafo	Télex
		Persona(s) autorizada(s) para administrar los negocios.					Cédula o NIT Número C.C. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/>
4	INFORMACION COMERCIAL	Facultades administrador según documento inscrito en el Registro Mercantil (suministre datos inscripción)					
5	INFORMACION COMERCIAL	Referencias de entidades bancarias					
6	INFORMACION COMERCIAL	Referencias comerciales					
7	INFORMACION COMERCIAL	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento		
		No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección		

8	INFORMACION COMERCIAL	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento		
		No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección		

9	INFORMACION COMERCIAL	Nombre del establecimiento			Actividad mercantil del establecimiento		
		No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección		

Si explota otros establecimientos relaciónelos en hoja separada. Todos los establecimientos deben diligenciar el formulario No. 2							
Importador? <input type="checkbox"/>		Clase de artículos		Personal ocupado		Costos y gastos pagados \$	
Exportador? <input type="checkbox"/>							

LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER A SU BALANCÉ EN 31 DE DICIEMBRE ULTIMO

BIENES RAICES

(Detalle al respaldo)

1	URBANOS \$	
2	RURALES \$	
3	TOTAL \$	

ACTIVOS

CORRIENTES \$	
FIJOS \$	
OTROS \$	
TOTAL ACTIVOS \$	

PATRIMONIO LIQUIDO

\$	
----	--

Anote este mismo dato a continuación

8.- Puesto que se cobran derechos de publicación, debe darse la noticia correspondiente, en la revista de la Cámara de Comercio o mediante cualquier otra publicación, como podría ser un directorio de matriculados.

9.- Debe exigirse que se haga igualmente, la matrícula de los establecimientos de comercio, que se denuncien en el formulario correspondiente a la persona natural.

B.- PERSONAS NATURALES (Renovación)
(Formulario No. 1R)

De deben tener en cuenta las mismas instrucciones que se han dado para la matrícula (por primera vez) además de las siguientes:

- 1.- Comprobación con el Kárdex o tarjetero, sobre matrícula anterior y anualidades pendientes, si las hay.
- 2.- Confrontación del activo bruto mercantil con el denunciado en años anteriores, para evitar posibles engaños.
- 3.- Se conserva exactamente, el número de matrícula que se adjudicó la primera vez, sin perjuicio del número de orden interno, que aparece en la pañ

to superior del formulario.

4.- El original del formulario se coloca en el folder previamente abierto y en orden cronológico.

C.- SOCIEDADES COMERCIALES
(Formulario No. 3)

1.- Comprobación de la inscripción de la respectiva escritura de constitución.

2.- Firma del formulario por el representante legal e identificación del mismo o por cualquier persona debidamente autorizada.

3.- Confrontación de que, no existe previamente matriculada, otra sociedad con la misma razón social. De lo contrario la Cámara de Comercio debe abstenerse de recibir la matrícula.

4.- Revisión del formulario, liquidación de los derechos pao. Se produce el recibo de caja.

5.- El formulario se pasa al Kárdex o tarjetero, para las anotaciones en las tarjetas correspondientes y apertura posterior del folder o expediente.

6.- Distribución de las copias del formulario:

La primera para el matriculado y la segunda se en

- 1 SOCIEDADES
- 2 RENOVACION DE MATRICULA No

AÑO 197

- Limitada 3
- Anónima 4

- Colectiva 6
- En comandita por acciones 7
- En comandita simple 5
- Extranjera 8

Afiliada a Confecámaras

LOS ESPACIOS SOMBRÉADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO

IDENT.

Razón social NIT. _____

Actividad comercial - Negocio ESPECIFICO a que se dedica Otras actividades _____

INFORMACION COMERCIAL

Esta renovación de matrícula corresponde a: Principal 1 Sucursal 2 Agencia 3

Dirección de la casa principal: Departamento _____ Municipio _____
Teléfono _____ Apartado _____ Telégrafo _____ Télex _____

Dirección si es sucursal o agencia: Departamento _____ Municipio _____
Teléfono _____ Apartado _____ Telégrafo _____ Télex _____

Otras ciudades donde funcionan sucursales _____ Agencias _____

Nombre del establecimiento _____ Actividad mercantil principal _____

No. Matrícula _____ Departamento _____ Ciudad _____ Dirección _____

Nombre del establecimiento _____ Actividad mercantil principal _____

No. Matrícula _____ Departamento _____ Ciudad _____ Dirección _____

SI EXPLOTA OTROS ESTABLECIMIENTOS, RELACIONELOS EN HOJA SEPARADA. TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS DEBEN DILIGENCIAR EL FORMULARIO No. 2

Referencias comerciales y bancarias _____

Importador? Clase de artículos _____ Personal ocupado _____ Costos y gastos pagados \$ _____

Exportador?

INFORMACION FINANCIERA

LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER A SU BALANCE EN 31 DE DICIEMBRE ULTIMO

CAPITAL DE LAS SOCIEDADES

A-SOCIEDADES ANONIMAS Y EN COMANDITA POR ACCIONES

AUTORIZADO 4 \$ _____

SUSCRITO 2 \$ _____

PAGADO 3 \$ _____

B-SOC. LTDAS. COLECTIVAS Y EN COMANDITA SIMPLE

SOCIAL 1 \$ _____

C-SOCIEDADES EXTRANJERAS ASIGNADO A LA SUCURSAL 5 \$ _____

1 2 VALOR BIENES RAICES \$ _____
Detalle al respaldo

PATRIMONIO LIQUIDO \$ _____

ACTIVOS

Corrientes \$ _____

Fijos \$ _____

Otros \$ _____

TOTAL ACTIVOS \$ _____

Anote este mismo dato a continuación

CAMARA DE COMERCIO

Firma y sello del representante legal

No. recibo _____

FECHA: Día _____ Mes _____ Año _____

Firma y sello Cámara de Comercio

LIQUIDACION

Derechos de matrícula \$ _____

Valor noticie \$ _____

Otros \$ _____

TOTAL A PAGAR \$ _____

TOTAL ACTIVOS

Activo bruto mercantil \$ _____

Los datos consignados podrán ser comprobados por la Cámara de Comercio mediante los documentos que estime convenientes (Artículo 36 del C. de C.)

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL

No. DE ORDEN

SOCIEDADES

RENOVACION DE MATRICULA No

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

AÑO 197

Limitada 3

Colectiva 5

En comandita por acciones 7

Anónima 4

En comandita simple 6

Extranjera 8

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBREADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

IDENT.	Razón social	NIT.
	Actividad comercial - Negocio ESPECIFICO a que se dedica	Otras actividades

INFORMACION COMERCIAL	Esta renovación de matrícula corresponde a:	Principal <input type="checkbox"/> 1	Sucursal <input type="checkbox"/> 2	Agencia <input type="checkbox"/> 3	
	Dirección de la casa principal	Departamento	Municipio		
		Teléfono	Apartado	Telégrafo	Télex
	Dirección si es sucursal o agencia	Departamento	Municipio		
		Teléfono	Apartado	Telégrafo	Télex
	Otras ciudades donde funcionan sucursales	Agencias			
	Nombre del establecimiento	Actividad mercantil principal			
	No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección	
	Nombre del establecimiento	Actividad mercantil principal			
	No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección	
SI EXPLOTA OTROS ESTABLECIMIENTOS, RELACIONELOS EN HOJA SEPARADA. TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS DEBEN DILIGENCIAR EL FORMULARIO No. 2					
Referencias comerciales y bancarias					
Importador? <input type="checkbox"/> Clase de artículos		Personal ocupado	Costos y gastos pagados \$		
Exportador? <input type="checkbox"/>					

INFORMACION FINANCIERA	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER A SU BALANCE EN 31 DE DICIEMBRE ULTIMO			
	CAPITAL DE LAS SOCIEDADES			
	A-SOCIEDADES ANONIMAS Y EN COMANDITA POR ACCIONES		VALOR BIENES RAICES \$	
	AUTORIZADO <input type="checkbox"/> 4		Detalle al respaldo	
	SUSCRITO <input type="checkbox"/> 2		PATRIMONIO LIQUIDO \$	
	PAGADO <input type="checkbox"/> 3		ACTIVOS	
	B-SOC. LTDAS. COLECTIVAS Y EN COMANDITA SIMPLE		Corrientes \$	
	SOCIAL <input type="checkbox"/> 1		Fijos \$	
	C-SOCIEDADES EXTRANJERAS		Otros \$	
	ASIGNADO A LA SUCURSAL <input type="checkbox"/> 6		TOTAL ACTIVOS \$	
Anotar este mismo dato a continuación				

CAMARA DE COMERCIO	Firma y sello del representante legal	No. recibo	Los datos consignados podrán ser comprobados por la Cámara de Comercio mediante los documentos que estime convenientes (Artículo 36 del C. de C.)
		FECHA Dia Mes Año	
	Firma y sello Cámara de Comercio	LIQUIDACION	
	Derechos de matrícula \$	TOTAL ACTIVOS	
	Valor noticia \$	Activo bruto mercantil	
	Otros \$	COPIA MATRICULADO	
	TOTAL A PAGAR \$		

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL

No. DE ORDEN

1 SOCIEDADES
 2 RENOVACION DE MATRICULA No

AÑO 197

Limitada 3
Anónima 4

Colectiva 5
En comandita simple 6

En comandita por acciones 7
Extranjera 8

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

INFORMACION COMERCIAL	Razón social		NIT.		
	Actividad comercial - Negocio ESPECIFICO a que se dedica		Otras actividades		
	Esta renovación de matricula corresponde a:		Principal <input type="checkbox"/> 1	Sucursal <input type="checkbox"/> 2	Agencia <input type="checkbox"/> 3
	Dirección de la casa principal		Departamento	Municipio	
			Teléfono	Apartado	Teléfono
					Télex
	Dirección si es sucursal o agencia		Departamento	Municipio	
			Teléfono	Apartado	Teléfono
					Télex
	Otras ciudades donde funcionan sucursales		Agencias		
Nombre del establecimiento		Actividad mercantil principal			
No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección		
Nombre del establecimiento		Actividad mercantil principal			
No. Matrícula	Departamento	Ciudad	Dirección		
SI EXPLOTA OTROS ESTABLECIMIENTOS, RELACIONELOS EN HOJA SEPARADA. TODOS LOS ESTABLECIMIENTOS DEBEN DILIGENCIAR EL FORMULARIO No. 2					
Referencias comerciales y bancarias					
Importador?	<input type="checkbox"/> Clase de artículos	Personal ocupado		Costos y gastos pagados \$	
Exportador?	<input type="checkbox"/>				

INFORMACION FINANCIERA	LOS SIGUIENTES DATOS DEBEN CORRESPONDER A SU BALANCE EN 31 DE DICIEMBRE ULTIMO			
	CAPITAL DE LAS SOCIEDADES			
	A--SOCIEDADES ANONIMAS Y EN COMANDITA POR ACCIONES		VALOR BIENES RAICES \$	
	AUTORIZADO <input type="checkbox"/> 4	\$	Detalle al respaldo	
	SUSCRITO <input type="checkbox"/> 2	\$	PATRIMONIO LIQUIDO \$	
	PAGADO <input type="checkbox"/> 3	\$	ACTIVOS	
B--SOC. LTDAS. COLECTIVAS Y EN COMANDITA SIMPLE		Corrientes \$		
SOCIAL <input type="checkbox"/> 1	\$	Fijos \$		
C--SOCIEDADES EXTRANJERAS		Otros \$		
ASIGNADO A LA SUCURSAL <input type="checkbox"/> 5	\$	TOTAL ACTIVOS \$		
Anote este mismo dato a continuación				

CAMARA DE COMERCIO	Firma y sello del representante legal	No. recibo	FECHA Dia Mes Año	Los datos consignados podrán ser comprobados por la Cámara de Comercio mediante los documentos que estime convenientes (Artículo 376 del C. de C.)
	Firma y sello Cámara de Comercio	LIQUIDACION		
	Derechos de matrícula \$		TOTAL ACTIVOS	
Valor notaría \$		\$		
Otros \$		Activo bruto mercantil		
TOTAL A PAGAR \$		No. MATRICULA		

vía a Confecámaras.

7.- Publicación de la noticia, previo cobro de este derecho.

8.- Matrícula simultánea de los establecimientos de comercio, que se anoten en el formulario de la sociedad.

D.- SOCIEDADES (Renovación)
(Formulario No. 3R)

Además de las recomendaciones que se han dado para la matrícula (por primera vez), se deben observar las siguientes:

1.- Comprobación de que la sociedad se encuentra matriculada y al día las renovaciones subsiguientes, si fuere el caso.

2.- Presentación de la declaración de renta del año gravable inmediatamente anterior, balance debidamente autorizado y otros documentos que permitan confrontar la veracidad de los datos que contiene el formulario.

3.- Se conserva exacto, el número de matrícula que se adjudicó la primera vez, sin perjuicio del número de orden interno.

4.- El original del formulario se coloca en el folder correspondiente a la sociedad y en orden cronológico. Las copias tienen el destino ya señalado.

D.- MATRICULA DE SUCURSALES

1.- Inscripción de copias de las escrituras de constitución y de las reformas, con la constancia de haber sido inscritas en la Cámara de Comercio del domicilio principal de la sociedad y el poder que se confiere al administrador, al igual que la copia del acta que autoriza la apertura de la sucursal.

2.- En cuanto al resto del proceso se debe observar el indicado para la matrícula de sociedades.

E.- MATRICULA DE AGENCIAS

Una vez acreditada la existencia y representación de sociedad, se procede así:

1.- Exigir autorización conferida por el gerente de la sociedad, mediante documento privado debidamente autenticado.

2.- Elaboración del formulario, con los mismos datos de la principal, conjuntamente con el correo

pendiente al del establecimiento de comercio, donde se incurrirá el capital asignado a la agencia.

3.- En cuanto al resto del proceso, se debe observar el mismo indicado para la matrícula de las sociedades.

F.- ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO

(Formulario No. 2)

1.- Matrícula simultánea o posterior a la matrícula de la persona natural o sociedad de quien depende.

2.- Se controla el nombre, para evitar duplicidad. De encontrarse un mismo nombre, previamente matriculado, se exigirá adicionar una palabra distintiva que evite confusiones.

3.- Se aplicará a la matrícula, diferente número al del propietario.

4.- A cada establecimiento de comercio, se le abrirá un folder o expediente, independiente del propietario. Así, lo exige el Art. 43 del Código de Comercio.

5.- El formulario se pasa al Kárdex, para las anotaciones en la tarjeta respectiva y su colocación en el expediente.

LLENESE A MAQUINA O CON LETRA DE IMPRENTA (VER INSTRUCCIONES AL RESPALDO)

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL
ESTABLECIMIENTOS
DE COMERCIO

208 No. DE ORDEN

① 1 MATRICULA No.
 2 RENOVACION

2

AÑO 197



Afiliada a Confecámaras LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

Identidad	Nombre del establecimiento			
	Dirección	Municipio	<input type="text"/>	Departamento
	Teléfono	Apartado	Telégrafo	Año iniciación operaciones

Información Comercial	Actividad del negocio		
	Nombre o razón social del propietario del establecimiento		Cédula o NIT
	Dirección residencial del propietario	Municipio	Departamento

No. DE MATRICULA DE LA SOCIEDAD (SI ES AGENCIA O SUCURSAL)		④ <input type="text"/>
--	--	------------------------

CALIFICACION JURIDICA DEL PROPIETARIO			
Persona natural	<input type="checkbox"/> 1	Anónima	<input type="checkbox"/> 4
Sociedad limitada	<input type="checkbox"/> 3	Colectiva	<input type="checkbox"/> 5
		En comandita simple	<input type="checkbox"/> 6
		En comandita por acciones	<input type="checkbox"/> 7
		Extranjera	<input type="checkbox"/> 8
		Otros	<input type="checkbox"/> 9

EL LOCAL ES		Personal ocupado	⑤	Costos y gastos pagados	⑥	Valor comercial activo fijo	⑦
Propio	<input type="checkbox"/> 1	Ajeno	<input type="checkbox"/> 2	\$	\$	\$	
Persona encargada para administrar el establecimiento			Dirección	Ciudad			

LOS DATOS CONSIGNADOS PODRAN SER CONFIRMADOS POR LA CAMARA DE COMERCIO MEDIANTE LOS DOCUMENTOS QUE ESTIME CONVENIENTES (ARTICULO 36 DEL CODIGO DE COMERCIO)

Cámara de Comercio	ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO		
	No. RECIBO	Fecha	
	<input type="text"/>	Día	Mes
	Firma y sello Cámara de Comercio		
	Firma y sello del propietario		
	LIQUIDACION		
	DERECHOS DE MATRICULA	\$	<input type="text"/>
	OTROS	\$	<input type="text"/>
	TOTAL A PAGAR	\$	<input type="text"/>

Impreso en la Oficina de Estudios del Banco

LLENARSE A MAQUINA O CON LETRA DE IMPRENTA (VER INSTRUCCIONES AL RESPALDO)

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL
ESTABLECIMIENTOS
DE COMERCIO

209 No. DE ORDEN

① 1 MATRICULA No.
2 RENOVACION

2

AÑO 197

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

Identidad	Nombre del establecimiento			
	Dirección	Municipio	Departamento	
	Teléfono	Apartado	Telégrafo	Año iniciación operaciones

Información Comercial	Actividad del negocio			
	Nombre o razón social del propietario del establecimiento		Cédula o NIT	③ No. matrícula del propietario
	Dirección residencial del propietario	Municipio	Departamento	
	No. DE MATRICULA DE LA SOCIEDAD (SI ES AGENCIA O SUCURSAL)			④
CALIFICACION JURIDICA DEL PROPIETARIO				
Persona natural <input type="checkbox"/> 1 Anónima <input type="checkbox"/> 4 En comandita simple <input type="checkbox"/> 8 Extranjera <input type="checkbox"/> 8 Sociedad limitada <input type="checkbox"/> 3 Colectiva <input type="checkbox"/> 5 En comandita por acciones <input type="checkbox"/> 7 Otros <input type="checkbox"/> 9				
EL LOCAL-ES		Personal ocupado	Costos y gastos pagados	Valor comercial activo fijo
Propio <input type="checkbox"/> 1	Ajeno <input type="checkbox"/> 2	⑤	\$	⑥ \$ ⑦
Persona encargada para administrar el establecimiento			Dirección	Ciudad

LOS DATOS CONSIGNADOS PODRAN SER CONFIRMADOS POR LA CAMARA DE COMERCIO MEDIANTE LOS DOCUMENTOS QUE ESTIME CONVENIENTES (ARTICULO 36 DEL CODIGO DE COMERCIO)				
Cámara de Comercio	ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO			
	No. RECIBO	Fecha		
		Día	Mes	Año
Firma y sello del propietario		Firma y sello Cámara de Comercio		LIQUIDACION
				DERECHOS DE MATRICULA \$
				OTROS \$
				TOTAL A PAGAR \$

COPIA PARA CONFECAMARAS

Impreso en la División de Estudios del DANE

LLENÉSE A MAQUINA O CON LETRA DE IMPRENTA (VER INSTRUCCIONES AL RESPALDO)

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL
ESTABLECIMIENTOS
DE COMERCIO

210 No. DE ORDEN

_____ 2

AÑO 197

① 1 MATRICULA No.
 2 RENOVACION



Afiliada a Confecámaras LOS ESPACIOS SOMBRÉADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

Identidad

Nombre del establecimiento _____

Dirección _____ Municipio _____ Departamento _____

Teléfono _____ Apartado _____ Telégrafo _____ Año iniciación operaciones _____

Información Comercial

Actividad del negocio _____

② Nombre o razón social del propietario del establecimiento _____ Cédula o NIT _____ ③ No. matrícula del propietario _____

Dirección residencial del propietario _____ Municipio _____ Departamento _____

No. DE MATRICULA DE LA SOCIEDAD (SI ES AGENCIA O SUCURSAL) ④ _____

CALIFICACION JURIDICA DEL PROPIETARIO

Persona natural 1 Anónima 4 En comandita simple 6 Extranjera 8

Sociedad limitada 3 Colectiva 5 En comandita por acciones 7 Otros 9

EL LOCAL ES Personal ocupado ⑤ Costos y gastos pagados ⑥ Valor comercial activo fijo ⑦

Propio 1 Ajeno 2 \$ \$

Persona encargada para administrar el establecimiento Dirección Ciudad

LOS DATOS CONSIGNADOS PODRAN SER CONFIRMADOS POR LA CAMARA DE COMERCIO MEDIANTE LOS DOCUMENTOS QUE ESTIME CONVENIENTES (ARTICULO 36 DEL CODIGO DE COMERCIO)

Cámara de Comercio

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

No. RECIBO _____ Fecha _____

Día Mes Año

Firma y sello Cámara de Comercio

Firma y sello del propietario

LIQUIDACION

DERECHOS DE MATRICULA \$ _____

OTROS \$ _____

TOTAL A PAGAR \$ _____

6.- Se da noticia de la matrícula, previo cobro de los derechos por este concepto.

7.- Las dos copias del formulario, se distribuyen así:

La primera para el interesado en la matrícula y la segunda se envía al Dane.

G.- ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO (Renovación)
(Formulario No. 2)

1.- Se debe marcar en el cuadro correspondiente, indicando que se trata de renovación.

2.- Comprobación con el Kárdex o folder sobre matrícula anterior.

3.- Se conserva el número de matrícula que se adjudicó la primera vez.

4.- En cuanto al procedimiento general, se debe observar el descrito por la matrícula.

H.- SOCIEDADES DE HECHO
(Formulario No. 0)

1.- Presentación personal de los asociados e identificación mediante la presentación de la cédula de ciudadanía. De lo contrario autenticación de las -

firmas ante notaría.

2.- Número de matrícula diferente para cada socio, en orden consecutivo.

3.- Presentación de copias de declaración de renta, o balances en los cuales aparezcan discriminadas las sumas aportadas por cada persona.

4.- Liquidación de los derechos y pago. Se produce recibo de caja.

5.- El formulario se pasa al kárdex, para las anotaciones en las tarjetas correspondientes.

6.- A cada asociado se le debe abrir un folder o expediente, para facilitar esto, se pueden sacar fotocopias o elaborar un formato que permita el cruce de información.

7.- De la matrícula se dará noticia en el boletín de la Cámara, previo cobro de los derechos con este fin.

8.- Las sociedades de hecho no son personas jurídicas. No se les inscribirán documentos, no se les otorgarán certificaciones de existencia y representación, no se les admitirán nombres distintos del establecimiento que matriculasen.

LLENESE A MAQUINA O CON LETRA DE IMPRENTA (INSTRUCCIONES AL RESPALDO)

CAMARA DE COMERCIO

REGISTRO MERCANTIL
1 SOCIEDADES DE HECHO

213 No. DE ORDEN

1 MATRICULA
 2 RENOVACION

AÑO 197

Afiliada a Confecámaras

LOS ESPACIOS SOMBREADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

INFORMACION PERSONAL DE LOS ASOCIADOS

1	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
2	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
3	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
4	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
5	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
6	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono

INFORMACION COMERCIAL SOCIEDAD

Actividad mercantil

NIT. Dirección comercial Teléfono

Ciudad Departamento Apartado

Referencias de entidades bancarias

Referencias comerciales

Nombre del establecimiento Actividad mercantil principal del establecimiento

MATRICULA No. Dirección del establecimiento Ciudad Departamento

Si explota otros establecimientos relaciónelos en hoja separada. Todos los establecimientos deben diligenciar el formulario No. 2

Importador? Clase de artículos Personal ocupado Costos y gastos pagados \$

Exportador?

INF. FINAN. ASOCIADOS

	BIENES RAICES	PATRIMONIO LIQUIDO	PATRIMONIO BRUTO MER.	FIRMAS
1				
2				
3				
4				
5				
6				
\$	\$	\$	TOTAL ACTIVOS	TOTALES

Anote el total de patrimonio bruto mercantil a continuación

CAMARA DE COMERCIO

Nota: Este formulario debe ser presentado personalmente o con firmas autenticadas

PATRIMONIO BRUTO MERCANTIL \$

No. RECIBO Fecha Día Mes Año

Firma y Sello Cámara de Comercio

LIQUIDACION

DERECHOS DE MATRICULA \$

VALOR NOTICIA \$

OTROS \$

TOTAL A PAGAR \$

REGISTRO MERCANTIL
1 SOCIEDADES DE HECHO

214 No. DE ORDEN

1 MATRICULA
2 RENOVACION

AÑO 197

Afiliada a Confecámaras  LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

INFORMACION PERSONAL DE LOS ASOCIADOS

1	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.	
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono	Apartado
2	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.	
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono	Apartado
3	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.	
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono	Apartado
4	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.	
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono	Apartado
5	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.	
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono	Apartado
6	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.	
	Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono	Apartado

INFORMACION COMERCIAL SOCIEDAD

Actividad mercantil			
NIT.	Dirección comercial	Teléfono	
Ciudad	Departamento	Apartado	
Referencias de entidades bancarias			
Referencias comerciales			
Nombre del establecimiento	Actividad mercantil principal del establecimiento		
MATRICULA No.	Dirección del establecimiento	Ciudad	
		Departamento	
Si explota otros establecimientos relaciónelos en hoja separada. Todos los establecimientos deben diligenciar el formulario No. 2			
Importador? <input type="checkbox"/>	Clase de artículos	Personal ocupado	Costos y gastos pagados \$
Exportador? <input type="checkbox"/>			

INF. FINANCIERAS

BIENES RAICES	PATRIMONIO LIQUIDO	PATRIMONIO BRUTO MER.	FIRMAS
1			
2			
3			
4			
5			
6			
\$	\$	\$ TOTAL ACTIVOS	TOTALES Anote el total de patrimonio bruto mercantil a continuación

CAMARA DE COMERCIO

COPIA PARA LOS MATRICULADOS	PATRIMONIO BRUTO MERCANTIL	LIQUIDACION	
	\$		DERECHOS DE MATRICULA \$
	No. RECIBO		VALOR NOTICIA \$
	Fecha Dia Mes Año	OTROS \$	
	Firma y Sello Cámara de Comercio	TOTAL A PAGAR \$	

REGISTRO MERCANTIL
1 SOCIEDADES DE HECHO

215 No. DE ORDEN

1 MATRICULA
 2 RENOVACION

AÑO 197

Afiliada a Confecámaras



LOS ESPACIOS SOMBRADOS SON PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

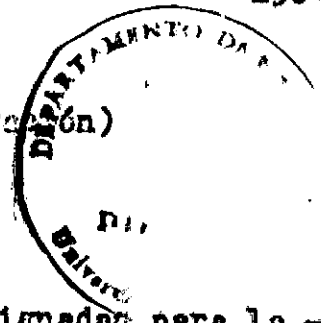
INFORMACION PERSONAL DE LOS ASOCIADOS	1	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
		Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
		Apartado			
	2	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
		Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
		Apartado			
	3	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
		Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
		Apartado			
	4	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
		Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
		Apartado			
	5	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
		Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
		Apartado			
	6	Nombre completo	Cédula o NIT	Nacionalidad	Matrícula No.
		Dirección residencial	Municipio	Departamento	Teléfono
		Apartado			

INFORMACION COMERCIAL SOCIEDAD	Actividad mercantil	
	NIT.	Dirección comercial
		Teléfono
	Ciudad	Departamento
		Apartado
	Referencias de entidades bancarias	
	Referencias comerciales	
	Nombre del establecimiento	Actividad mercantil principal del establecimiento
MATRÍCULA No.	Dirección del establecimiento	
	Ciudad	
	Departamento	
Si explota otros establecimientos relaciónelos en hoja separada. Todos los establecimientos deben diligenciar el formulario No. 2		
Importador? <input type="checkbox"/>	Clase de artículos	
Exportador? <input type="checkbox"/>	Personal ocupado	
	Costos y gastos pagados \$	

INF. FINANCIEROS ASOCIADOS	BIENES RAICES	PATRIMONIO LIQUIDO	PATRIMONIO BRUTO MER.	FIRMAS
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
6				
	\$	\$	TOTAL ACTIVOS	TOTALES
				Anota el total de patrimonio bruto mercantil a continuación

CAMARA DE COMERCIO	MATRICULAS Nos.	PATRIMONIO BRUTO MERCANTIL \$	LIQUIDACION
		No. RECIBO	DERECHOS DE MATRICULA \$
		Fecha	VALOR NOTICIA \$
		Día Mes Año	OTROS \$
	Firma y Sello Cámara de Comercio	TOTAL A PAGAR \$	

Impreso en el Centro de Estudios del DANE



I.- SOCIEDADES DE HECHO (Renovación)
(Formulario No. 0)

Además de las instituciones consignadas para la matrícula anterior, se deben observar las siguientes:

- 1.- Llenar en el cuadro correspondiente, que se trata de renovación.
- 2.- Comprobación con el Kárdex o folder sobre la matrícula anterior.
- 3.- Se conserva a cada asociado, el número de matrícula que se adjudicó la primera vez.
- 4.- En cuanto al procedimiento general, se debe observar el aconsejado para la matrícula.

J.- NULERACION DE LA MATRICULA

Los dos primeros números identifican a la Cámara de Comercio.

Los siguientes cinco números o dígitos, del 00001 al 99.999, corresponden al número de orden de la respectiva matrícula.

La última cifra nos dice la clase de matrícula así:

- 1.- Persona natural.

- 20.- Establecimientos de Comercio
- 30.- Sociedades de responsabilidad limitada
- 40.- Sociedad Anónima
- 50.- Sociedad Colectiva
- 60.- Sociedad en Comandita Simple
- 70.- Sociedad en Comandita por acciones
- 80.- Sociedad Extranjera.

Ejemplo:

- 01-0000-2, que se descompones así:
- 01 Cámara de Comercio de Armenia
- 00001 Número de la Matrícula
- 2 Establecimiento de Comercio

K.- RECOMENDACIONES ESPECIALES PARA EL TRAMITE
DE LAS MATRICULAS

Debe instruirse al personal sobre lo que es la matrícula mercantil, la manera de verificarla, y forma como se deben diligenciar los formularios. Establecer el servicio de diligenciamiento de los formularios, - por parte de la Cámara de Comercio.

La Cámara de Comercio debe codificar la actividad.

L. CANCELACION DE MATRICULAS

Su cancelación debe hacerse por orden de autoridad competente o a solicitudes de quien haya obtenido la matrícula y debe presentarse con firma autenticado del matriculado.

Tratándose de sociedades legalmente constituidas, la matrícula se cancelará, cuando se formalice ante la Cámara de Comercio, el proceso de liquidación. La simple disolución no ocasiona cancelación de la matrícula.

La matrícula de persona natural, cuando se cancela a solicitud del matriculado, requiere la presentación de un documento que contenga dicha solicitud y que sea autenticado o presentado personalmente por el interesado, de lo cual debe dejarse constancia.

El número de una matrícula cancelada no se puede volver a adjudicar nuevamente.

La documentación inscrita, perteneciente a una matrícula cancelada, se conservará en los archivos de la respectiva Cámara de Comercio, con una señal que permita identificarlas visualmente.

M.- MANEJO DE LOS EXPEDIENTES

A cada matriculado, persona natural o jurídica y establecimiento de comercio, se le debe abrir un expediente o folder, en el cual se conservarán las copias o documentos entregados para su inscripción, en orden cronológico.

Los expedientes deben estar en sitios que garanticen su seguridad, fácil acceso y buen orden.

Debe establecerse estricto control para el retiro de los expedientes del archivo, y su devolución e igualmente de los documentos que contengan.

N.- INSCRIPCION DE DOCUMENTOS PROCEDIMIENTO PARA LA INSCRIPCION

Los documentos se inscribirán, mediante extracto de su texto, en los libros respectivos y se archivarán los originales recibidos en el expediente del comerciante.

En los documentos entregados para su inscripción, se colocará al final de su texto, una nota en que constará la fecha de su entrega, el número del libro en -

que se inscribe, el número de inscripción que le corresponde, la cual será firmada por el secretario de la respectiva Cámara de Comercio o quien haga sus veces, una vez efectuada dicha inscripción.

Respecto de las escrituras correspondientes a las sociedades mercantiles, se procederá así, después de verificar su matrícula:

1.- Copia auténtica de la respectiva escritura, se archivará en la Cámara de Comercio del domicilio principal, previa observación del procedimiento descrito con anterioridad.

2.- En un libro se anotará el nombre, clase de domicilio de la sociedad, número de la escritura, la fecha de su otorgamiento.

El mismo procedimiento se adoptará para la inscripción de las actas, en que conste la designación de los representantes legales, liquidadores y suplentes.

3.- Tratándose de sucursales, las escrituras de constitución de las sociedades y de las reformas si las hubiere, deberán ser registradas en las Cámaras de Comercio que correspondan a los lugares de dichas sucursales, si no pertenecen al mismo distrito de la Cámara de Comercio del domicilio principal.

4.- En relación con los libros de Comercio (libros de contabilidad, etc) en la primera hoja del libro, se firmará por el secretario de la Cámara de Comercio, una constancia de su registro, con indicación de fecha y folio del correspondiente registro, de la persona a quien pertenezca, del uso a que se destine y del número de sus hojas útiles, las que serán rubricarán por dicho funcionario. No pueden registrarse libros usados y debe quedar clara constancia de la fecha de la inscripción, según riguroso orden cronológico. Constancia de este registro dejarán en el libro titulado "De los libros mercantiles".

5.- La copia de los documentos sujetos a inscripción quedará en poder de la Cámara de Comercio.

6.- Las hojas de los libros mercantiles, los secretarios de las Cámaras de Comercio podrán rubricarlas, usando un sello grabado con su firma, el cual quedará bajo su custodia y responsabilidad.

N.- EXIGENCIAS ESPECIALES PARA ALGUNAS INSCRIPCIONES

Todo documento que se registre en la Cámara de Comercio, debe venir en papel sellado, con excepción de los oficios provenientes de algunas autoridades judiciales

les o administrativas o emanados expresamente exontas.

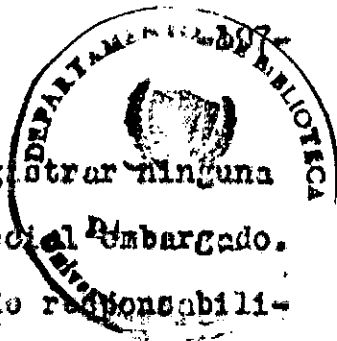
Los documentos privados deben presentarlos personalmente los signatarios o con firmas autenticadas, - salvo los que, por mandato legal, las firmas se presuman auténticas.

Unicamente se someten al proceso de inscripción en las Cámaras de Comercio, los documentos que por ley deben recibir ese trámite.

Todo documento auténtico por su naturaleza, como son las escrituras públicas, nonecesitan autorización de firmas, ni de presentación personal.

Se debe tener presente cuando una escritura pública se refiere a protocolización de un acto, o a su otorgamiento mediante el mismo instrumento, ya que son dos actuaciones distintas. Por regla general, las Cámaras de Comercio, sólo deben registrar los actos conferidos mediante escritura pública, como son la constitución, reforma de sociedades.

Debe revisarse, el documento que se presenta para ser inscrito, reúne los requisitos de forma establecidos por la ley.



La Cámara de Comercio no podrá registrar ninguna transferencia o gravamen del interés social embargado, de un socio en sociedades colectivas, de responsabilidad limitada y otra de personas, ni aceptar reforma o liquidación parcial de la sociedad, que implique la exclusión del mencionado socio o la disminución de sus derechos en ella; toda inscripción de una cesión, supone certeza plena sobre estos hechos.

0.- OBSERVACIONES PARA DETERMINADAS INSCRIPCIONES

Sociedades a quienes las Cámaras de Comercio deben exigirles copia de la resolución expedida por la Superintendencia de Sociedades, autorizando cualquier reforma que introduzca a sus estatutos, el momento de presentarse la escritura correspondiente para su inscripción en el Registro Mercantil.

1.- Sociedades anónimas y Sucursales de Sociedades Extraneras no sometidas al control de la Superintendencia Bancaria.

2.- Todas las demás sociedades (distintas de la anónimas y sucursales de compañías extranjeras) en las que una sociedad sometida a vigilancia estatal, -

tenga el veinte por ciento del capital social o más.

3.- Cualquier compañía mercantil, cuando sea solicitada la inspección y vigilancia de la Superintendencia de Sociedades por un número plural de asociados que posea el veinte por ciento (20%) o más del capital social. Esta vigilancia puede ser transitoria pues cesa cuando así lo solicite un número plural de asociados que represente más del ochenta por ciento (80%) del capital.

C O N C L U S I O N E S

En general, puede afirmarse que, según su origen - histórico y su evolución en los tiempos modernos, las - Cámaras de Comercio, en la mayoría de los países del - mundo, se orienta hacia actividades promocionales del - desarrollo de la comunidad, en campo muy variados que - van, desde las labores puramente cívicas, hasta otras - muy complejas y especializadas como la formación de nue - vas industrias y el fomento del comercio exterior.

Es aconsejable que las Cámaras de Comercio, a nivel nacional, adelanten una campaña ante ciertos organismos, verbigracia, Tesorerías Municipales, Fonalco, Andi, Asoc iaciones Bancarias, etc. Para que todo comerciante - profesional se le exija la matrícula Mercantil. Así, si quien negocie con un comerciante, sobre todo las institu ciones de crédito corren menos riesgos y saben a ciencia ciera con quién están tratando.

Como todos bien sabemos la creación de entidades o ficiales es muy importante porque desarrollan actividades que entre nosotros serían muy difícil de realizar.

Es así como las Cámaras de Comercio realizan funciones que no van únicamente en beneficio de un número determinado de personas sino que redundan en beneficio de todo el país, es así como desarrollan funciones publicitarias, arbitrales, de comunicación, recopiladoras de costumbres y otras muy importantes.

De esta manera vemos como por la función publicitaria las Cámaras de Comercio son más accesibles al público y a los juzgados ya que tienen más control en lo que a Registro se refiere, que es lo que interesa a los jueces.

Otra de las funciones de las Cámaras es la responsabilidad de recopilar usos y costumbres mercantiles, pero en realidad es una lástima que no se pueda llevar a cabo por lo difícil que resultaría, con el cambio que cada día presentan y con los avatares que conlleva la vida moderna para unificarla, además de todo esto sumamos la falta de personal técnico en la Cámara para el desempeño de esta gran función.

Las Cámaras de Comercio certifican para fines probatorios la existencia de sociedades mercantiles, esta-

blecimientos de comercio, etc; sirve de tribunal de arbitramento o de amigables compondores función esta que es de una extraordinaria importancia a los comerciantes por que en nuestro medio existen innumerables controversias que con la ayuda prestada por la Cámara es más ventajosa su solución, pero sin embargo en la vida práctica poco es utilizada por los comerciantes quienes pueden someter sus diferencias a la decisión de árbitros nombrados dos por cada uno de los comerciantes y el tercero - por la Cámara o los tres por la Cámara según hayan acordado los comerciantes.

En cuanto a la función de información comercial que deben prestar las Cámaras de Comercio vemos que no se cumple en debida forma, por una parte debido a la falta de personal especializado en las Cámaras y por otra por ignorancia del público que no saben que éstas pueden brindársela. Por eso recomendamos y creemos que las Cámaras deben dotarse de dicho personal para que recopile todos los datos que sea posible soliciten los particulares. Una manera de recopilar estos datos es archivando lo referente a información comercial que aparezca en periódicos, revistas, etc.

El Gobierno debe aprovechar la función de promoción

y desarrollo encomendada a las Cámaras de Comercio para asignarles a ellas la elaboración de planes, tendientes a la ejecución de esa función como sería el caso de organizar ferias artesanales y otros eventos que podrían ser encausados con mayor facilidad por las Cámaras valiéndose de sus departamentos o secciones de promoción y desarrollo.

Esta diversidad de funciones es lo que sin lugar a dudas da a las Cámaras la resonancia y prestancia tanto práctica como jurídica de que día a día gozan las Cámaras de Comercio en el país.

En cuanto a la jurisprudencia del Consejo de Estado en la cual se declara a las Cámaras de Comercio entidades de derecho privado nos mostramos de acuerdo con esta decisión y creemos que es una medida acertada debido a que con ella se evita que se politicen las Cámaras de Comercio, que su personal sea removido o voluntad de la ideología política imperante; con esto se logra que sus dirigentes se esfuercen por conservar ese buen nombre de las entidades a ellos encomendadas.

Recomendamos que al asignársele la jurisdicción co-



responsable a Cada Cámara de Comercio se tenga en cuenta no sólo los vínculos económicos que unen una región a determinada Cámara sino también las facilidades de comunicaciones, para que así los comerciantes puedan sentir sus obligaciones y se evite el ejercicio ilegal del comercio.

La importancia del Registro Mercantil no ha sido lo suficientemente comprendida y aprovechada por las personas; ya que siendo el Registro Mercantil eminentemente público puede ser consultado por todo el mundo, y pueden obtener datos importantísimos sobre las personas, establecimientos de comercio, sociedades allí matriculadas, como sería el caso de averiguar sobre la actividad mercantil, la referencia, el capital, etc. Ya que quien realmente comprende la utilidad del Registro Mercantil no solicita estos informes al comerciante con quien pretende negociar sino que lo solicita directamente a la Cámara de Comercio.

El patrimonio con que cuenta una persona tanto natural como jurídica es de vital importancia porque así sabemos con lo que contamos y hasta qué punto debemos obligarnos. Lo mejor y más aconsejable para el buen desarro

llo económico de una entidad es la elaboración del presupuesto anual con su debida aprobación. El presupuesto de gastos de las Cámaras de Comercio cumple el mínimo de gastos adecuados para su funcionamiento y si no alcanza a atenderlos las rentas previstas que considera indispensable buscar por todos los medios el incremento de rentas susceptibles de expansión.

Nuestras Cámaras de Comercio, tienen características propias, no siempre bien conocidas ni siempre bien interpretadas, un poco a la manera de sus antecesoras europeas que aglutinan todas las actividades empresariales y deben, en consecuencia representar igualmente al comercio, la industria, los servicios e incluso en oportunidades las actividades agropecuarias.

Las Cámaras ocupan un lugar destacado en el ámbito nacional, en la actualidad se están colocando en un grupo internacional de vanguardia cuyos trabajos en los países de nuestro continente empiezan a dar fruto.

Pero el más importante de los activos de las Cámaras en la hora actual, en el ayer, y con absoluta certeza en el futuro es la plena confiabilidad que el país -

tiene en su honestidad, en su moralizador ejemplo, en su conducta irreprochable, tanto por la exactitud y rigor con que han cumplido con sus funciones como por la indiscutible circunstancia de nunca haber sido acusada de ponerse a la disposición de grupos prepotentes o de recibir dinero para que sus servicios se entreguen con preferencia.

No obstante todo esto y teniendo en cuenta que ninguna persona está exenta de cometer errores por la debilidad humana de que somos poseedores, se recomienda a las Cámaras de Comercio que promuevan la adopción de un Código de conducta de la empresa privada, el cual regule las relaciones de éstas con el sector público y con otras entidades del sector privado. Las Cámaras deberán vigilar el cumplimiento de dicho Código.

B I B L I O G R A F I A

Narváez García, José Ignacio "Derecho Mercantil Co
lombiano, parte general"; Editorial Linotipia Bolivar,
Bogotá, 1971. Primera edición.

Pinzón, Gabino "Introducción al Derecho Comercial".
Editorial ABC, (Temis), Bogotá, 1966, Primera edición.

useche, López Carlos Arturo "Código de Comercio I-
lustrado y concordado, Anotado". Editorial Colombiana
Limitada, Edicolda, Bogotá, 1978. Primera edición.

Narvaez García, José Ignacio "Introducción al Dera
cho Mercantil", Editorial ABC, Bogotá, 1975, Primera edi
ción.

Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio -
(Confecámaras) "Guía práctica para secretarios ejecuti-
vos.

Revistas sobre Cámaras de Comercio, Grupo Andino -
III Convención, Cochabamba, Bolivia, 1974.

Revistas expedidas por la Confederación Colombiana
de Cámaras (S. D.), Bogotá, 1974.

Revistas sobre la X Asamblea General de Confecámas-
ras, Noviembre 16, 17, 18 de 1978.

Ostau de Lafont H., Antonio, "Conferencias sobre -
Derecho Comercial".

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DE LAS CAMARAS DE
COMERCIO EN COLOMBIA

Introducción

CAPITULO I

ORIGENES Y ANTECEDENTES

Orígenes de las Cámaras de comercio en el mundo. Pag.1

Las Curias Mercaturas. Pag. 1

Las Cámaras de Comercio en el Código de Napo-
león. Pag. 5

Las Cámaras de Comercio en Colombia. Pag. 6

Su nacimiento. Pag. 6

La Ley 28 de 1931. Pag. 10

El Nuevo Código de Comercio Pag. 13

CAPITULO II

NATURALEZA JURIDICA Y CREACION DE LAS CAMARAS DE COMERCIO

Alcance de la expresión "Instituciones de Orden
Legal". Son entidades de derecho público? Son
entidades de derecho privado? Pag. 27

Creación de las Cámaras de Comercio Pag. 49

Requisitos Pag. 49

Trámite Pag. 51

Clasificación de las Cámaras de Comercio Pag. 52

Su importancia Pag. 53

Crítica a la clasificación Pag. 54

Jurisdicción de las Cámaras de Comercio Pag. 57

Importancia Pag. 58

Crítica a la jurisdicción Pag. 59

CAPITULO III

INTEGRANTES DE LAS CAMARAS DE COMERCIO

Comerciantes matriculados Pag. 61

Sus obligaciones y deberes Pag. 66

Privilegios Pag. 68

Cancelación de matrícula Pag. 68

Comerciantes afiliados Pag. 70

Cumplimiento de los deberes del comerciante Pag. 71

Presentación de una solicitud Pag. 72

Apoyo de un Banco local o de tres comerciantes matriculados Pag. 72

Trámite Pag. 73

Obligaciones de los comerciantes afiliados Pag. 75

Derechos Pag. 76

Cómo se pierde la calidad de comerciante Pag. 77

CAPITULO IV

JUNTAS DIRECTIVAS DE LAS CAMARAS DE COMERCIO

Su composición Pag. 79

Miembros gubernamentales Pag. 80

Período de la Junta Directiva Pag. 81

Presupuestos esenciales para el funcionamiento de la Junta Directiva Pag. 83

Dignatarios de la Junta Directiva y período Pag. 83

Presidente, Vicepresidente, funciones Pag. 83

Secretarios, funciones Pag. 85

Elección de directores Pag. 87

Procedimiento para la elección Pag. 88

Voto indelegable Pag. 92

Sesiones de las Juntas Directivas Pag. 93

CAPITULO V

FUNCIONES DE LAS CAMARAS DE COMERCIO Pag. 95

Función del Registro Mercantil Pag. 99

Función de Promoción y desarrollo	Pag. 100
Función publicitaria del Registro	Pag. 104
Función recopiladora de Costumbre Mercantil	Pag. 106
Función arbitral	Pag. 106
Función cultural y de difusión	Pag. 107
Función reglamentaria	Pag. 108
Función de información comercial	Pag. 108

CAPITULO VI

EL REGISTRO MERCANTIL

Origen del Registro Mercantil	Pag. 109
Sistemas de Registro en los diversos países	Pag. 114
sistema Alemán	Pag. 114
Sistema Suizo	Pag. 115
Sistema Italiano	Pag. 117
Sistema Francés	Pag. 117
Finalidad del Registro	Pag. 118
Entidades Registradoras	Pag. 121
Funciones del Registro Mercantil	Pag. 125
Actos que deben inscribirse en el Registro Mercantil	Pag. 130
Sanciones por incumplimiento	Pag. 145

CAPITULO VII

PATRIMONIO	
Patrimonio	Pag. 150
Ingresos	Pag. 151
Egresos	Pag. 155
Presupuesto de las Cámaras	Pag. 160
Su presentación	Pag. 162
Su aprobación	Pag. 162
Vigilancia	Pag. 163

CAPITULO VIII

CONFEDERACIONES DE CAMARAS DE COMERCIO	
Generalidades	Pag. 165
Domicilio. Duración de la Confederación	Pag. 167
Patrimonio	Pag. 168
Miembros	Pag. 168
Dirección y administración de la Confede ración	Pag. 170
Asamblea General	Pag. 170
Junta Directiva	Pag. 174
Presidente Ejecutivo	Pag. 176
El Comité Asesor	Pag. 178

Revisor Fiscal

Pag. 179

Liquidación

Pag. 180

CAPITULO IX

MODELOS DE LOS DISTINTOS FORMULARIOS UTILI
ZADOS POR LAS CAMARAS DE COMERCIO

Pag. 181

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Pag. 199

