

## **Información Importante**

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Bibliotecas Bucaramanga**

**Universidad Santo Tomás**

Informe Práctica Empresarial Cámara de Comercio de Valledupar

María Claudia Núñez Guerrero

Informe presentado como requisito para optar por el título de Profesional en Negocios  
Internacionales

Tutor:

Juan Andrés Amado

Universidad Santo Tomas, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

2015

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a Dios que me iluminó, me dotó de fuerzas y sabiduría para nunca desfallecer a lo largo del camino, a mis padres quienes estuvieron a mi lado paso a paso e hicieron posible la realización de mis sueños, a ellos agradezco todo lo que soy hoy en día, a mis hermanos quienes me han apoyado incondicionalmente para lograr mis propósitos, y a todas las personas que contribuyeron en mi aprendizaje, hoy puedo tener la plena satisfacción de haber concluido favorablemente mi formación profesional.

## **Agradecimientos**

Mis sinceros agradecimientos a los funcionarios de Cámara de Comercio quienes me acogieron en esta entidad para realizar una excelente labor, pude aplicar mis conocimientos en el área de desarrollo empresarial y ampliar el aprendizaje de formación profesional.

## Contenido

Introducción .....	11
1. Justificación .....	12
2. Objetivos .....	13
2.1 <i>Objetivo General</i> .....	13
2.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	14
3. Perfil de Cámara de Comercio de Valledupar .....	15
3.1 <i>Razón Social</i> .....	17
3.2 <i>Objeto Social</i> .....	17
3.3 <i>Misión</i> .....	17
3.4 <i>Visión</i> .....	18
3.5 <i>Políticas de calidad</i> .....	18
3.6 <i>Organigrama</i> .....	18
3.7 <i>Portafolio de Producto o servicio</i> .....	21
4. Cargo y Funciones .....	21
5. Marco Conceptual .....	24
5.1 <i>Desarrollo Empresarial</i> .....	24
5.2 <i>Fortalecimiento Empresarial</i> .....	24
5.3 <i>Emprendimiento</i> .....	24
5.4 <i>Empresa</i> .....	25
5.5 <i>Funciones Administrativas</i> .....	26
5.6 <i>Manejo de base de datos</i> .....	28

6. Marco Normativo.....	30
6.1 Cámara de Comercio.....	30
6.2 Código de Comercio.....	33
6.3 Resoluciones.....	35
7. Aportes.....	38
7.1 Del estudiante a la empresa.....	38
7.2 De la empresa al estudiante en practica.....	41
Conclusiones.....	43
Recomendaciones.....	45
Bibliografía.....	47

## **Lista de figuras**

Figura 1 Organigrama Cámara de Comercio de Valledupar.....	16
--	----

## Glosario

**Benchmarking:** Es el proceso continuo y sistemático de evaluar los productos, servicios o procesos de las organizaciones que son reconocidas por ser representativas de las mejores prácticas para efectos de mejora organizacional.

**Clústeres:** Son concentraciones geográficas de empresas interconectadas, proveedores especializados, proveedores de servicios, empresas en lugares próximos, e instituciones asociadas (como por ejemplo Universidades, Agencias Gubernamentales, Asociaciones Empresariales, etc.) de un sector determinado.

**EPSAL:** Entidades privadas sin ánimo de lucro.

**INnpulsa:** Estrategia nacional que administra Bancoldex, apoyado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el DNO, el Sena y Colciencias, con el objetivo de estimular los sectores productivos del País y lograr que los empresarios incursionen en procesos de gran impacto empresarial.

**IRC:** Iniciativa de refuerzo competitivo implementada por un ente territorial.

**Línea De Acción:** Se conciben como estrategias de orientación y organización de diferentes actividades relacionadas con un campo de acción, con resultados a corto plazo, de tal forma que se pueda garantizar la integración, articulación y continuidad de esfuerzos, de manera ordenada, coherente y sistemática.

**PFE:** Programa de formación exportadora dictado por Proexport Colombia.

**PNUD:** contribuye con el Estado y la sociedad a la búsqueda de la paz, el desarrollo y el bienestar colectivo a través de acciones, programas, iniciativas y proyectos.

**PTP:** El Programa de Transformación Productiva, es una alianza público-privada, creada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que fomenta la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, por medio de una coordinación más eficiente entre el sector público y privado.

**Registro Mercantil:** El Registro Mercantil permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante. Además, les permite a los empresarios tener acceso a información clave para que amplíen su portafolio de posibles clientes y proveedores.

**RUP:** Registro Único de Proponentes - es un certificado expedido por las Cámaras de Comercio del País, donde se encuentra la información de las personas naturales o jurídicas y personas extranjeras (naturales o jurídicas) con sucursales o domiciliadas en Colombia, aspirantes a celebrar contratos con el Estado.

**RNT:** Registro Nacional de Turismo, en este deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen operaciones en Colombia, este registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse anualmente.

**Ruta Competitiva:** Es un programa a nivel Nacional creado por el Gobierno Colombiano, a través de INNpulsa, que genera procesos para mejorar la competitividad de las empresas pertenecientes a un clúster.

## **Resumen**

El presente informe contiene información relacionada con la práctica empresarial en la Cámara de Comercio de Valledupar, entidad corporativa, gremial privada y de orden legal, creada por el Gobierno Nacional y por solicitud de los comerciantes de la región. La práctica se desarrolló en el Área de Desarrollo regional con una duración de seis meses consecutivos.

Al llegar a la entidad se realizó la inducción para poner en conocimiento el funcionamiento de las áreas y actividades que se realizan en la empresa. Se especificaron las actividades a realizar por el pasante en la institución durante el tiempo de instancia en Cámara de Comercio de Valledupar. Para ejecutar correctamente las actividades, fue necesario involucrarse directamente con los lineamientos por lo cual se rige la entidad.

## **Introducción**

En el presente informe se puede evidenciar la temática a implementar entorno a los requerimientos establecidos para la ejecución de la práctica empresarial, la cual se realiza con el fin de llevar al campo laboral todos los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional.

Es de vital importancia la creación de espacios para fortalecer los conocimientos obtenidos, es ahí donde se requiere que los futuros Profesionales en Negocios Internacionales, se vinculen a empresas y puedan desarrollar sus destrezas, proponer ideas, generar aportes necesarios en situaciones reales del campo laboral, y a la vez generar soluciones óptimas e innovadoras a cada situación planteada.

En el presente documento se encuentran plasmadas las diferentes actividades ejecutadas en la Cámara de Comercio de Valledupar, entidad prestadora de servicios de registros públicos y gestión del desarrollo empresarial, comprometida con el mejoramiento continuo y excelencia del servicio, encargada de generar atención empresarial a la población Vallenata y a los municipios de su jurisdicción, comprometida a impulsar el desarrollo regional del sector empresarial, trabajando de la mano con los empresarios, la comunidad y el Gobierno para generar avance social y bienestar económico de la región, por medio del fomento del desarrollo empresarial .

## **1. Justificación**

El propósito de la pasantía es brindar apoyo en el área de desarrollo regional de la Cámara de Comercio de la Ciudad de Valledupar, lo cual permite poner en ejecución los conocimientos adquiridos durante la formación académica, llevándolos a la realidad laboral, con el fin de aplicar los fundamentos teórico-prácticos, desarrollar competencias, involucrarse en el mundo organizacional, perfeccionar habilidades en los procesos administrativos y adquirir experiencia para crecer profesionalmente.

## 2. Objetivos:

### 2.1 OBJETIVO GENERAL.

Fortalecer el programa de desarrollo regional de la Cámara de Comercio de Valledupar, con el propósito de optimizar sus resultados.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Desarrollar actividades de apoyo para el área de DESARROLLO REGIONAL de la Cámara de Comercio de Valledupar.
  
- ✓ Apoyar en la organización y realización de los eventos empresariales que desarrolla la Cámara de Comercio de la Ciudad de Valledupar.
  
- ✓ Brindar asesoraría a los Microempresarios de la región en los temas de comercio exterior.

- ✓ Planear, coordinar y supervisar los programas de capacitación dirigidos a los empresarios de la región, con el propósito de fortalecer el área de Desarrollo regional.
  
- ✓ Brindar apoyo y acompañamiento, en las actividades a desarrollar en los clústeres del sector Lácteo y el sector Turístico del departamento del cesar.

### **3. Perfil de la Cámara de Comercio de Valledupar.**

La Cámara de Comercio de Valledupar es una institución corporativa, gremial privada y de orden legal, creada por el Gobierno Nacional de oficio y por solicitud de los comerciantes de la región.

Está integrada por los comerciantes matriculados en el Registro Público Mercantil de cada Cámara, orientada por una Junta Directiva, un Presidente Ejecutivo y uno o más secretarios.

Su jurisdicción no se limita al municipio donde tenga su sede principal, sino a todas las zonas vecinas.

Fundada a partir de la iniciativa de un grupo de visionarios empresarios. Se creó mediante Decreto 1308 de julio 4 de 1.967, siendo presidente de la República el Doctor CARLOS LLERAS RESTREPO.

Su primera Junta Directiva quedó integrada por los señores JORGE TRUJILLO FERNANDEZ, ELIAS AWAD y ELBERTO SUAREZ, la cual a su vez nombró al comerciante FERNANDO MATIZ ESPINOSA, como su primer secretario Ejecutivo.

Es una entidad privada, representativa del sector empresarial, la cual desarrolla seis (6) funciones básicas: Llevar en forma eficiente el Registro Mercantil, Registro Único de Proponentes, Centros de Conciliación y Arbitraje, Registrar las Entidades Privadas sin Ánimo de

Lucro, Promover el desarrollo empresarial en la ciudad de Valledupar y en el Departamento del Cesar, y el Desarrollo social y cívico de la comunidad.

Así comenzó su loable labor esta Institución, cuya ejecutoria han girado paralelos a la gestión del Gobierno Departamental, ya que su vida jurídica se inició ese mismo año.

Desde entonces la Cámara de Comercio de Valledupar ha promocionado y liderado iniciativas que se traducen en bienestar para el departamento del Cesar, como creación de muchas empresas y organizaciones gremiales, ha abanderado proyectos para jalonar los inmensos recursos naturales con que la naturaleza dotó a esta rica Región de la patria, ha participado en campañas de ornato y embellecimiento urbano y en programas de mejoramiento del entorno y el Medio Ambiente.

## **Información Institucional.**

### **3.1 Razón Social.**

Cámara de Comercio de Valledupar.

**NIT:** 892.300.072-4.

### **3.2 Objeto Social:**

Trabajar de la mano de los Empresarios, la Comunidad y el Gobierno contribuyendo en el avance social y el bienestar económico de la Región a través del fomento del Desarrollo Empresarial y la administración de los Sistemas Públicos de Información; brindándoles una atención oportuna y de calidad apoyada en la Competencia de nuestros Colaboradores y una infraestructura de Información adecuada para el cumplimiento del propósito y el mejoramiento continuo de nuestra Organización.

### **3.3 Misión:**

Somos una entidad prestadora de servicios de Registros Públicos y gestión del desarrollo empresarial, comprometida con el mejoramiento continuo y la excelencia del servicio, apoyada en un talento humano con alto conocimiento y avanzada tecnología de la información.

### **3.4 Visión:**

Ser reconocidos como garantes en la prestación de servicios públicos y Gestores en el Desarrollo empresarial regional.

### **3.5 Políticas De Calidad:**

- ✓ Promover el emprendimiento, formalización y fortalecimiento Empresarial.
- ✓ Ser Garantes en la Administración de los Sistemas Públicos de Información Empresarial.
- ✓ Prestar servicios oportunos y de calidad.
- ✓ Gestionar adecuadamente la infraestructura tecnológica que apoya el servicio.
- ✓ Fortalecer las competencias del Talento Humano de la Organización.
- ✓ Mejorar continuamente los procesos de la Organización.

### **3.6 Organigrama:**

La Cámara de Comercio de Valledupar está integrada por Asamblea general de afiliados, la Junta directiva, y el Presidente ejecutivo, quienes dirigen las áreas de:

- Área de registro público: jefe de registros públicos quien tiene un asistente y dirige a los coordinadores de seccionales y a lo auxiliares de registro.

- Área administrativa: Secretario administrativo, secretaria y recepcionista de donde se desprenden las áreas de - gestión tecnológica de la información y contabilidad y servicio al cliente.
- Área jurídica: Director jurídico.
- Área centro de conciliación y arbitraje: Director de centro de conciliación y secretaria.
- Área de promoción y desarrollo empresarial: Director de promoción y Desarrollo Empresarial, Coordinador de comunicaciones, logística y evento y coordinador de Desarrollo Empresarial.

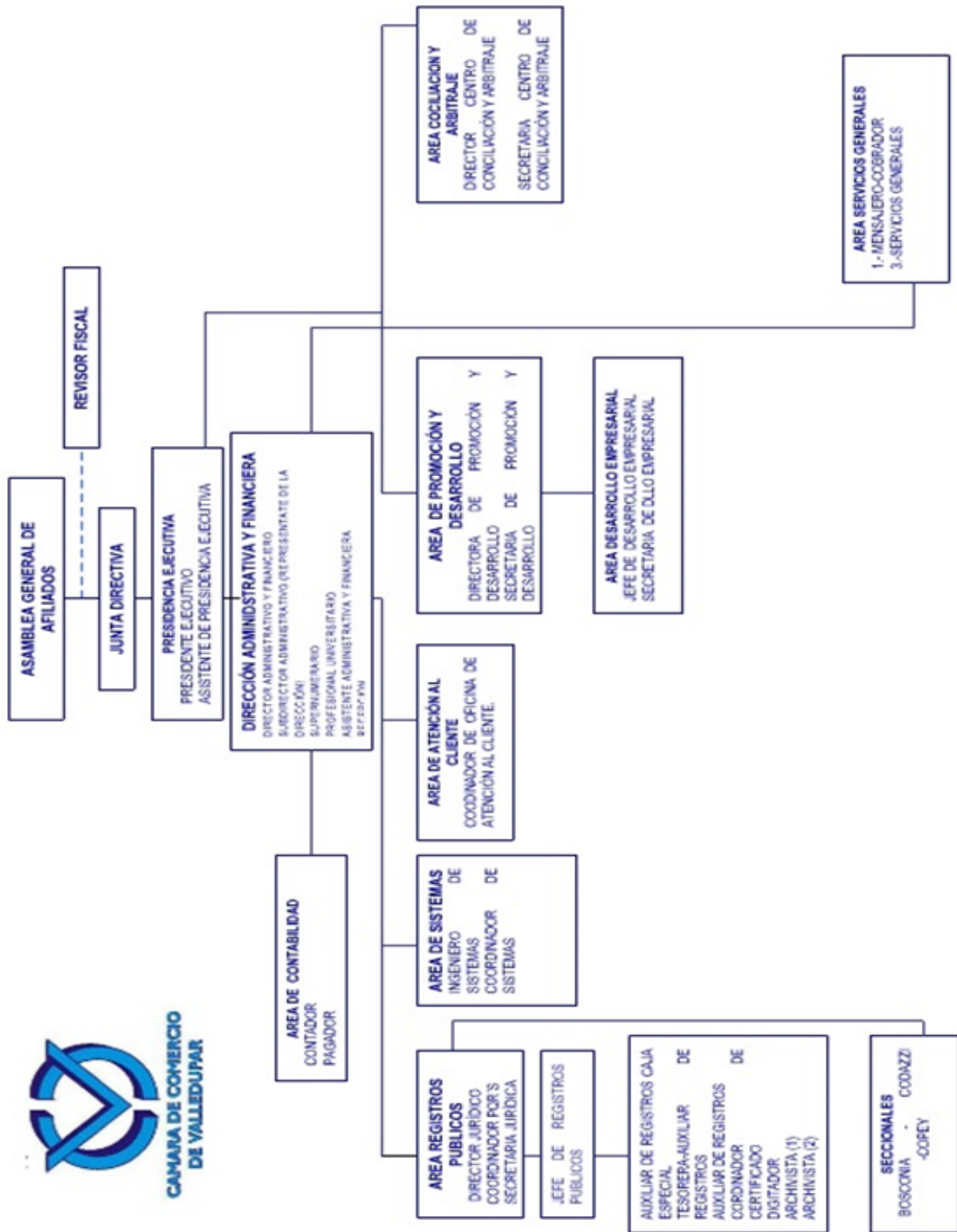


Figura 1, Organigrama Cámara de Comercio de Valledupar, archivos institucionales.

### **3.7 Portafolio De Productos Y/O Servicios de la Empresa:**

La Cámara de Comercio de Valledupar, Es una entidad privada, representativa del sector empresarial, la cual desarrolla seis (6) funciones básicas: Llevar en forma eficiente el Registro Mercantil, Registro Único de Proponentes, Centros de Conciliación y Arbitraje, Registrar las Entidades Privadas sin Ánimo de Lucro, Promover el desarrollo empresarial en la ciudad de Valledupar y en el Departamento del Cesar, y el desarrollo social y cívico de la comunidad.

### **4. Funciones y Cargo a Desempeñar**

Practicante del área de Desarrollo regional, de la Cámara de Comercio de Valledupar.

#### **FUNCIONES ASIGNADAS:**

- ✓ Brindar Asesorías a Empresarios de los clústeres de Lácteos y Turismo Cultural en temas de Comercio Exterior.
  
- ✓ Brindar acompañamiento, en las actividades a desarrollar en los clústeres del sector Lácteo y el sector Turístico del departamento del Cesar.
  
- ✓ Elaborar los documentos de los clústeres de Lácteos y Turismo Cultural de la Cámara de Comercio de Valledupar y Rutas Competitivas (formatos de elaboración de inventarios turísticos, elaboración del cronograma de actividades para los clústeres de Turismo y Lácteo del departamento del cesar.

- ✓ Diseñar y organizar la implementación y Desarrollo del plan padrino empresarial, para el fortalecimiento del Sector Turístico en el Norte del Departamento del Cesar.
  
- ✓ Ser apoyo en organización y Logística de eventos empresariales, tales como:
  - Ruedas de Negocios Internacionales
  - Ferias Empresariales
  - Ruedas Financieras
  - Foros Internacionales.

Enviar Comunicaciones a los participantes del evento programado, por medio de correos, llamados y cartas, Realizar las inscripciones de los asistentes al evento.

- ✓ Brindar asesorías empresariales en el área de Desarrollo Empresarial, Resolver las inquietudes que tengan los empresarios en temas de logística, innovación y administración de negocios.
  
- ✓ Realización de jornadas de tele mercadeo para la convocatoria de nuevos empresarios en la participación de actividades Institucionales de la Cámara de Comercio.
  
- ✓ Apoyo en la implementación de actividades de emprendimiento empresarial, para incentivar la formación de empresas en el Departamento del Cesar.

- ✓ Brindar apoyo en la realización de capacitaciones de Emprendimiento para el sector empresarial.
  - Organizar y controlar la logística y actividades programadas para la realización del diplomado en Gestión Empresarial.
  - Apoyar las actividades necesarias para la realización del diplomado en Formulación de proyectos sociales y cooperación Internacional.
  - Apoyar y controlar las actividades para la ejecución del Diplomado de Gestión e Internacionalización de empresas Lácteas.

## **5. Marco Conceptual**

### **5.1 Desarrollo Empresarial.**

Tiene como función promover el emprendimiento, formalización y fortalecimiento Empresarial. Ser Garantes en la Administración de los Sistemas Públicos de Información Empresarial y prestar servicios oportunos de calidad, gestionar adecuadamente la infraestructura tecnológica que apoya el servicio como fortalecer las competencias del Talento Humano de la Organización y mejorar continuamente los procesos de la misma.

### **5.2 Fortalecimiento Empresarial.**

Estrategias dirigidas al aumento de las capacidades de la empresa, para desarrollar una mejor respuesta en las demandas del Mercado.

### **5.3 Emprendimiento.**

Como la manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. Así mismo factores endógenos como capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida, por medio del desarrollo de un plan de negocio o la creación de empresas. Es así como el emprendimiento hoy día se ha convertido en una opción de vida.

(gerencie.com/emprendimiento, 2015)

#### **5.4 Empresa.**

Organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman. (promonegocios.net/empresa/concepto, 2015)

## 5.5 Funciones Administrativas

### 5.5.1 planear:

Es un proceso que empieza por definir los objetivos y los planes para alcanzarlos; la fijación de los objetivos es la primera actividad que debe cumplirse, saber dónde se pretende llegar con exactitud.

La toma de decisiones anticipadas sobre lo que debe hacerse antes de la ejecución de la acción. Desde el punto de vista formal, Planear consiste en la simular el futuro esperado y establecer previamente los cursos de acción necesarios y los medios adecuados para alcanzar los Objetivos.

### 5.5.2 Organización:

Orientada a alcanzar objetivos específicos y estructurada deliberadamente. La organización es una entidad social porque las conforman personas, está orientada a objetivos por se ha diseñado para conseguir resultados generar utilidades (empresas en general) o proporcionar satisfacción social (clubes). Esta estructura, deliberadamente porque propone la división del trabajo y asigna su ejecución a los miembros.

### 5.5.3 Dirección:

Poner en acción y dinamizar la empresa, está relacionada con la acción, con la puesta en marcha y tiene que ver con las personas, la disposición de los recursos humanos de las empresas

La dirección es la función administrativa que se refiere a las relaciones interpersonales de los Administradores y sus respectivos subordinados en todos los niveles de la organización para que

la planeación y la organización puedan ser eficaces, necesitan ser dinamizadas y complementadas con la orientación que se dé a las personas mediante la adecuada comunicación y habilidad de liderazgo y de motivación.

#### 5.5.4 Control:

Asegura los resultados de aquello que se planeó, organizó, dirigió, se ajusten tanto como sea posible a los objetivos establecidos. La esencia del control reside en comprobar si la actividad controlada consigue o no los objetivos o los resultados esperados, el control es fundamentalmente, un proceso que guía la actividad ejecutada hacia un fin determinado.

(Chiavenato-Introducción a La Teoría General de La Administración, 2015)

## 5.6 Manejo De Bases De Datos

El término Base de Datos fue escuchado por primera vez en 1963, en un simposio en California, USA.

Una base de datos es una colección de datos organizados en registros (filas) y en campos (columnas). Un registro contiene toda la información perteneciente a un elemento (ítem). ([www.gerencie.com/manejo-y-funciones-de-base-de-datos-en-excel-para-casos-financieros.html](http://www.gerencie.com/manejo-y-funciones-de-base-de-datos-en-excel-para-casos-financieros.html), 2015)

Las bases de datos son organizadas y explotadas por los sistemas de información de una empresa o negocio en particular. Las bases de datos poseen diversas características como independencia lógica y física de los datos, redundancia mínima, acceso concurrente por parte de múltiples usuarios, integridad de datos, respaldo y recuperación, entre otras. Una de las ventajas de las bases de datos es que controlan la redundancia de datos ya que los sistemas de ficheros están integrados para que no se almacenen tantas copias de los mismos datos.

Estas herramientas ofimáticas son de gran importancia para las empresas ya que ayudan a despejar la carga en los trabajadores.

Según Philip Kotler las empresas generalmente utilizan su base de datos de cuatro maneras para:

- Identificar Clientes Potenciales. Muchas empresas generan ventas por medio de la publicidad de sus productos u ofertas. Los anuncios contienen por norma general un sistema de respuesta, como una tarjeta de respuesta de negocios o un número gratuito, se confecciona la base de datos a partir de esas respuestas.

La empresa selecciona, dentro de la base, a los mejores clientes potenciales y luego se los contacta por algún medio o se les hace una visita para intentar convertirlos en clientes.

- Decidir Qué Clientes Deberían Recibir una Oferta Especial. Las empresas establecen criterios que describen a su cliente objetivo ideal para una oferta. Después buscan en su base de datos de clientes a los que más se parecen al tipo ideal y a esos dedican todo el esfuerzo en función de la oferta que ofrecen en ese momento.

- Profundizar en la Fidelidad del Cliente. Las empresas pueden crear interés y entusiasmo recordando las preferencias de los clientes, remitiéndoles por ejemplo regalos adecuados, vales de descuento o material de lectura interesante.

- Reactivar las Compras de los Clientes. Las empresas pueden utilizar programas automáticos de correo que envían tarjetas de cumpleaños o aniversario,

Recordatorios de compras de navidad, o promociones fuera de temporada. La base de datos puede ayudar a la empresa a realizar ofertas atractivas y oportunas.

(<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategia/base-de-datos-en-la-empresa.htm> , 2015)

Para este caso las bases de datos serán utilizadas con el propósito de identificar clientes potenciales y a estos, ofrecerles seminarios, cursos y capacitaciones que se realizan en la entidad, e invitarlos a participar en las ruedas financieras y de negocios, con el fin de que participen y aprendan sobre los temas ofrecidos.

## **6. Marco Normativo**

En Colombia la normatividad relacionada con las Cámaras de Comercio tuvo su inicio en la ley 111 de 1890, seguida de la Ley 28 de 1931, que regulo por primera vez todos aspectos concernientes a la organización jurídica-administrativa de estas entidades y les delego la importante función de llevar el Registro Mercantil, refrendada en el Decreto 410 de 1971, actual Código de Comercio, a partir del 2 de febrero de 1972.

Hasta el 2004 se han expedido nuevos decretos sobre las cámaras de comercio que reglamentan en forma especial, el proceso electoral de sus juntas directivas. Se destaca, entre los decretos expedidos, el número 1520 de 1978 en virtud, se regula durante más de 24 años, los temas relativos al funcionamiento interno de las Cámaras de Comercio; dicho decreto fue modificado y actualizado por el decreto 898 de 2002 que soluciona muchos aspectos reclamados por las Cámaras de Comercio para atender el normal desempeño de sus funciones, con la eficiencia requerida por la actividad empresarial colombiana.

### **6.1 Cámara de Comercio**

Formas de asociación de carácter gremial, corporativa, privada y sin ánimo de lucro, reguladas por el Derecho privado y el Derecho público, dada las funciones y administrativas que cumplen, sin que ello implique desvirtuar su naturaleza privada.

Las Cámaras son personas jurídicas de derecho privado creadas en la actualidad por el Gobierno Nacional, como consecuencia de un Estado intervencionista y director de la Economía,

integrada por los comerciantes matriculados en el respectivo registro mercantil; cuya personería se adquiere por el acto administrativo de su creación, la cual puede ser oficio o a la solicitud de los comerciantes, una vez se dé cumplimiento a los requisitos legales exigidos para el efecto. Adicionalmente, tendrá como representante legal al Presidente de la junta directiva o el Presidente Ejecutivo, y su Junta Directiva estará integrada por miembros privados y Gubernamentales principales con sus mínimo de seis, nueve y doce miembros principales con sus respectivos suplentes personales.

**LEY 111 DE 1890:** En Colombia se expidió por primera vez esta ley, en la que se reconoció y organizó la existencia legal de las Cámaras de Comercio, es decir, se evidencia aquí el origen de la creación estatal de estas agremiaciones, que según la tradición histórica eran fundadas exclusivamente por la iniciativa de los comerciantes, como también lo fue la formación del Derecho Mercantil, corporativo y de clase.

En esta ley como bien lo anotan José Gabino Pinzón en su libro *Introducción al Derecho comercial*, Sergio Mantilla Suarez y Gastón E. Abellos en su obra *las Cámaras de Comercio en Colombia*, no se profundizó acerca de la naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio, sino que al regularlas se observó que su principal función ha sido la de representar los intereses generales de Comercio ante el Gobierno y los comerciantes mismos, y adicionalmente, se concretó la idea en el análisis de la necesidad y sus antecedentes de importancia en el desarrollo Económico del Mundo.

**LEY 28 DE 1931:** Esta ley se edifica como el verdadero estatuto orgánico de las Cámaras de Comercio, conforme lo manifiestan Sergio Mantilla Suarez y Gastón E. Abello. En efecto, fue notorio el avance de la ley en lo que tiene que ver con su objetivo y funciones de las Cámaras.

Así expreso textualmente la ley: “las Cámaras de Comercio tienen por objeto, en términos generales, propender al desarrollo de los intereses generales del comercio, de las Industrias y de la Agricultura de las Regiones de su jurisdicción, fomentar el Turismo en beneficio del País y procurar la prosperidad de dichas Regiones”.

En esta ley se estableció la Institución de Registros Público del comercio concibiéndolo como un servicio público, vale decir como una función estatal, cuyo ejercicio se delegó o confirió a las Cámaras de Comercio.

DECRETO DE LEY 410 DE 1971: La expedición de este código se representó al Congreso de la Republica en el año 1958 el proyecto de reforma al Código de Comercio. Dicho proyecto de Código tenía como firme intención definir la naturaleza de las Cámaras de Comercio como establecimiento públicos y de igual manera de sus empleados (Funcionarios Públicos) así se convertían las Cámaras a la rama ejecutiva, lo cual las hacia depender definitivamente del Gobierno Nacional y se les sometía a su total vigilancia.

CONSTITUCION DE 1991: Desde la perspectiva constitucional, también es válido considerar el reconocimiento privado de las Cámaras de Comercio. Se tiene en cuenta que el constituyente del 91, definió la competencia a la jurisdicción especial, permitiéndoles a los particulares el ejercicio y el desempeño de funciones y servicios públicos.

A su vez, la ley 489 de 1998 desarrolla el ejercicio de esas funciones administrativas por particulares, es claro que al delegárseles funciones y/o servicios públicos y que entre ellos se hallan las Cámaras de Comercio; estas entidades en ejercicio de dichas funciones públicas van a estar bajo la vigilancia y control de un Estado intervencionista como el nuestro. Por todo ello, se les va aplicar las normas de Derecho público y de igual manera se justifica la presencia de

miembros del Gobierno en sus juntas directivas, como también la obligación que tiene el Gobierno de regular las tasas o pagos que deben efectuar los usuarios de los servicios públicos que prestan.

DECRETO 898 DE 2002: Virtud del cual se precisa y reconoce claramente la naturaleza jurídica de las Cámaras de Comercio, como personas jurídicas de Derecho privado, de carácter corporativo, gremial y sin ánimo de lucro. Se confirma su creación Gubernamental, conforme a las argumentaciones precedentes, sin que con ellos se desvirtúe su esencia asociativa, gremial y privada.

## **6.2 Código De Comercio**

**ARTÍCULO 10. Comerciantes - Concepto - Calidad.** Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.

La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

### **Deberes de los Comerciantes**

**ARTÍCULO 19.** Obligaciones de los comerciantes

Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el Registro Mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;

- 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
- 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
- 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.
- 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia Desleal

#### ARTÍCULO 26. **Registro mercantil** - Objeto - Calidad.

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.

El Registro Mercantil será público. Cualquier persona podrá examinar los libros y archivos en que fuere llevado, tomar anotaciones de sus asientos o actos y obtener copias de los mismos.

ARTÍCULO 27. Competencia de las Cámaras de Comercio para llevar el Registro Mercantil - competencias de la Superintendencia de Industria y Comercio.

El Registro Mercantil se llevará por las Cámaras de Comercio, pero la Superintendencia de Industria y Comercio determinará los libros necesarios para cumplir esa finalidad, la forma de hacer las inscripciones y dará las instrucciones que tiendan al perfeccionamiento de la institución.

### **6.3 Resoluciones**

Resolución 71029 de 2013: por la cual se aprueba una reforma al Formulario Único de Registro Empresarial y Social - RUES y sus anexos.

Resolución 12383 de 2011: procedimiento expedición NIT según resolución expedida por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Resolución 30296 del 15 de mayo de 2012: Expedida por la Superintendencia de Industria y Comercio para determinar el Factor de Paridad Internacional (FPI) para constructores y consultores.

Resolución 36951 de 2011 RUP: Por la cual se autoriza provisionalmente la creación de una especialidad en el Registro Único de Proponentes.

Resolución 17762 de 2010: Superintendencia de Industria y Comercio.

Resolución 34918 de 2010: Superintendencia de Industria y Comercio por la cual se aprobó el esquema gráfico del RUP.

Resolución 62497 de 2009: Por la cual se autoriza provisionalmente la creación de una especialidad en el Registro Único de Proponentes.

Resolución 64274 de 2009: Por la cual la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) ordenó modificar el procedimiento de inscripción de actas en el Registro Mercantil.

Resolución 65134 de 2009: Aprobación especialidad Registro Único de Proponentes.

Resolución 121 de 2006: del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Por lo cual se adiciona un párrafo transitorio al artículo 3° del Decreto 2763 de 2005.

Resolución 643 de 2004 de la Superintendencia de Notariado y Registro: Por la cual se definen las reglas para el envío electrónico de las copias de las escrituras públicas sujetas a en las Cámaras de Comercio.

Resolución 840 de 2002: Por la cual se modifica el artículo primero de la Resolución 0201 del 10 de diciembre de 1999.

Resolución 2057 de 2006: Por medio de la cual se modifican parcialmente los artículos 17 y 18 de la resolución 0478 del 26 de enero de 2002.

Resolución 267 de 2001: Por la cual se establecen los derechos por concepto de apostilla de documentos por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Resolución 400 de 2000: Por la cual se adopta el nuevo Plan General de Contabilidad Pública y se dictan otras disposiciones.

Resolución 8746 de 2000: Por la cual se señalan los formatos y especificaciones técnicas de la información tributaria a que se refiere el artículo 624 del Estatuto Tributario, que debe ser

presentada por el año gravable 2.000 y siguientes, a la unidad Administrativa especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales en medios magnéticos, por las Cámaras de Comercio.

Resolución 5149 de 2000: Por la cual se establece el procedimiento para la expedición del boletín de Responsables Fiscales en la Contraloría General de la República.

Resolución 2497 de 1994: Por la cual se señalan las especificaciones técnicas para el suministro de información sobre contratos, multas, sanciones, licitaciones y concursos ante el Registro de Proponentes.

Resolución 2125 de 1992: Por la cual se determinan los libros necesarios para cumplir la finalidad del Registro de Proponentes y se impartan instrucciones sobre dicha materia.  
(camara.ccb.org.co/contenido/contenido, 2015)

## 7. Aportes

### *7.1 DEL ESTUDIANTE A LA EMPRESA COMO VALOR AGREGADO:*

En el tiempo de trabajo en la Cámara de Comercio de Valledupar, fue posible realizar un fortalecimiento al programa de Desarrollo Empresarial, con el propósito de optimizar sus resultados.

- Iniciando con el aporte para el fortalecimiento de Rutas competitivas, ente avalado para apoyar el desarrollo del sector turístico de la ciudad de Valledupar, en esta dependencia de desarrollo empresarial, pude realizar el inventario de los Museos, Monumentos, Parques, Bustos de personajes que hicieron historia años atrás, Balnearios, Ríos, y viviendas que albergan la cultura Vallenata y Musical de la región, Gracias a la realización de este inventario turístico, la mesa competitiva de la región, decidió enfocarse en este, para trabajar de la mano con las entes competentes de la ciudad, y lograr ser reconocidas como Destino Turístico avalado por Proexport, con el fin de darle a la Ciudad de Valledupar, Turismo de talla Mundial.
  
- Un aporte que puedo destacar fue el apoyo en la realización de consultorías en temas empresariales y de Comercio Exterior, ya que muchos microempresarios no están preparados para enfrentar procesos de internacionalización y requerían de asesorías permanentes en donde se les explicaba paso a paso el proceso de industrialización para

sus empresas, ya que muchos de estos producen su línea de productos de manera artesanal, no cuentan con un empaque llamativo, no cuentan con logo empresarial que les permita ser conocidos en el mercado vallenato, no cuentan con código de barras, ni tabla nutricional y mucho menos certificado Invima, por lo tanto no tienen el potencial de abastecer el mercado interno, gracias dichas asesorías entendieron que la forma más cercana de realizar exportaciones con su marca empresarial, es fortalecer sus empresas y posicionarse en el mercado local para atender la demanda internacional.

- En la organización de la logística para las capacitaciones en gestión empresarial, e Internacionalización del sector lácteo, pude realizar encuestas de evaluación a las actividades de capacitaciones que se ejecutaban en la oficina de desarrollo empresarial, tomando con referencia los siguientes ítems; 1. cumplimiento de la agenda, 2. Atención y trato recibidos, 3. Disposición de los espacios (auditorios dotados, salones, logística) 4. Medios audiovisuales, 5. Efectividad de la convocatoria, 6. temática propuesta, 7. Logro de los objetivos, 8. Metodología, 9. Desempeño de los capacitadores y asesores.

En la encuesta de evaluación de actividades realizadas, se calificaba desde 5 puntos – excelente, 4 puntos- bueno, 3 puntos-regular, 2 puntos-malo, 1 punto pésimo y N/A- No aplica.

Dando un resultado alentador y favorable para la gestión ejecutada en la oficina de Desarrollo Empresarial, un 92% de los encuestados respondió que las actividades realizadas merecían una calificación entre 5 y 4 puntos, un 6% de los encuestados respondió que las actividades realizadas merecían una calificación de 3 y dos puntos, y

un 2% de los encuestados respondió que las actividades realizadas merecían una calificación de 1 punto y N/A.

- Un aporte significativo que cabe destacar es la elaboración del formato para Ruedas Financieras y de Negocios, este aporte que realicé a la oficina de desarrollo empresarial fue necesario para generar información verídica de cuál es el resultado que arrojan las ruedas de negocios, apoyadas por la Cámara de Comercio de Valledupar, en este formato se realizó una descripción detallada de la jornada de Negociación, como, Nombre de la empresa, Número aproximado de visitantes al stand, ¿Ha podido hacer negocios? SI- NO, ¿Por qué? Capacidad de producción, precio, empaque, Normas de Calidad, otro. Los negocios que ha realizado son: Nacionales o Internacionales, Cuáles son los principales compradores: Distribuidores, Minoristas, Mayoristas, otro? Y al finalizar se le pedía a cada empresario que realizara una opinión personal a cerca del panorama del evento.
  
- Sin lugar a dudas es importante destacar las ideas rápidas e innovadoras que permitieron darle solución a las dificultades presentadas en la empresa en el tiempo de realización de las prácticas empresariales en la Cámara de Comercio de Valledupar.
  
- Realización de cartillas empresariales para dar orientación a los empresarios en diferentes temas de Gestión Empresarial, tales como Técnica de Ventas y Servicio al cliente.
  
- Diseño y elaboración del plan padrino del sector turístico de Valledupar, el cual busca generar un acrecentamiento en este gremio del departamento, los hoteles de mayor

reconocimiento y trayectoria del departamento del Cesar, podrán apadrinar a los hoteles menos experimentados, pero con gran potencial a desarrollar, a su vez los ahijados, podrán aprovechar el conocimiento que les transmiten los mejores hoteles del Cesar.

## *7.2 DE LA EMPRESA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL PRACTICANTE:*

La realización de mi práctica empresarial en la Cámara de Comercio de Valledupar, me permitió enriquecer y aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional.

Fue posible ingresar al campo laboral e interactuar directamente con los empresarios, ayudar a solucionar sus dudas y requerimientos para mejorar el funcionamiento de sus empresas.

Pude acceder a conocer los principales procesos que lleva la Cámara de Comercio para posibilitar el funcionamiento y constitución de nuevas empresas de la región.

Trabajando conjuntamente con los funcionarios de la entidad, y los empresarios de los sectores del departamento del Cesar; Fue posible involucrarme directamente con los principales procesos de comercio exterior que se aplican a las empresas del departamento del Cesar, y ayudar a enfocar las principales necesidades para buscar fortalecer sus empresas

Me permitió capacitarme en la organización y profundizar conceptos en diferentes programas como: Diplomado en Gestión Empresarial- avalado por la Universidad de Santander-

UDES, Programa de formación exportadora - dictado por Proexport, Master Class estrategias Tics para emprendedores y Pymes – en convenio con la fundación yo soy de la ciudad de Valledupar, entre otros.

## Conclusiones

Las prácticas empresariales en Cámara de Comercio de Valledupar, permitió consolidar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional en Negocios Internacionales.

A su vez el entorno empresarial, permitieron que el estudiante pusiera en práctica todas las temáticas establecidas e implementarlas en el diario vivir de la entidad, dando prontas soluciones a situaciones planteadas donde fue posible afianzar las bases académicas.

Se realizó un análisis del fortalecimiento en el área de Desarrollo regional donde se pudo establecer que la labor realizada, está cada día tomando fuerza, debido a que los empresarios, entidades públicas y privadas, requieren de las actividades ejecutadas en esta área para lograr cumplir con sus objetivos institucionales.

El pasante estableció una visión enriquecedora de las oportunidades vigentes para ejercer la labor como profesional en Negocios Internacionales. Además se pudo tener plena confianza que esta labor es impredecible en las empresas que desean ampliar sus mercados, enfrentarse a procesos de Globalización para cumplir sus metas empresariales.

Fue posible la interpretación de las necesidades de los sectores económicos de la región, y se puede establecer que requieren mayor acompañamiento en las actividades realizadas, ya que las asesorías personalizadas, ayudan a enfocar cuales son las necesidades que deben atender en el mercado y las estrategias corporativas para conseguir el logro de sus metas propuestas.

Se puede concluir que el sector empresarial de la ciudad de Valledupar ha registrado un incremento en la vinculación a las diferentes actividades que se realizan desde la Cámara de Comercio de Valledupar, interesados en capacitarse y recibir asesorías profesionales, para generar estrategias diferenciadoras en sus empresas, posicionarse en el mercado local y buscar realizar procesos de internacionalización en sus empresas.

## **Recomendaciones**

El área de Desarrollo regional es fundamental en la Cámara de Comercio de Valledupar, puesto que es la encargada de brindar herramientas, conocimientos y asesorías necesarias para impulsar el crecimiento y fortalecimiento de entorno empresarial en el departamento, a través de programas de capacitación originados de convenios con entidades públicas y privadas, a nivel local, Nacional e Internacional.

Se recomienda la realización de reuniones para compartir las actualizaciones realizadas en el área de trabajo.

Se deben realizar campañas de información de los diferentes servicios que presta la empresa; entre ellos las capacitaciones, debido a que la afluencia de aspirantes es mayor cuando no es posible la inserción de nuevos empresarios a las diferentes actividades que ofrece la empresa.

Hacer controles y seguimientos a las solicitudes manifestadas por los clientes para la mejor prestación del servicio, puesto que los empresarios realizan el proceso de solicitudes en el buzón de sugerencias, pero estas no son atendidas oportunamente, y es necesario realizar el seguimiento de las mejoras implementadas a dichas sugerencias en la empresa.

Realizar incentivos a los empresarios para una mayor inserción de empresas formales, y lograr que puedan establecerse como empresas legales, reduciendo así la informalidad en la región.

Es necesario establecer el tiempo de inducción al trabajo con el pasante saliente, debido a que el tiempo de acople y el recibimiento de funciones y tareas es corto para realizar efectivamente las labores, se debe tener el pleno conocimiento de cómo se realiza cada función encomendada.

Realizar actividades con los empresarios de todos los gremios empresariales, ya que los comerciantes de los sectores menos representativos del Cesar manifiestan la falta de inclusión en los diversos servicios que presta la Cámara de Comercio de Valledupar, ya que se priorizan los gremios de Turismo y Lácteos que son los que actualmente, han desarrollado un creciente impacto en la región.

(Camara de comerio de Valledupar)Se recomienda realizar cursos virtuales y diplomados On-line, con variedad de horarios, ya que muchos de los asistentes son empresarios, y por su ocupación se les hace difícil abandonar sus lugares de trabajo; con las capacitaciones virtuales, se mantendrían actualizados de los temas económicos que mayor demanda presenta la región, apuntándole a la necesidad de capacitarse sin salir de sus oficinas y sin descuidar sus ocupaciones laborales.

## Bibliografía

- Camara de comercio de Valledupar. *Archivos institucionales*. Camara de comercio de Valledupar.
- Camara de comercio de Valledupar. (2014). *Camara de comercio de Valledupar*. Recuperado el 2014, de [www.ccvalledupar.org.co](http://www.ccvalledupar.org.co)
- De gerencie. (2013). *Gerencie*. Recuperado el 2014, de Benchmarking: <http://www.degerencia.com/tema/benchmarking>
- UNDP. (s.f.). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Colombia*. Recuperado el 2014, de [www.undp.com](http://www.undp.com)
- MINCOMERCIO. (2014). Recuperado el 2014, de RUP: <http://www.mipymes.gov.co/publicaciones.php?id=5652>
- Camara de Comercio de Bogota. (2014). Recuperado el 2014, de <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=790&conID=244>
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a La Teoría General de La Administración*. Mexico: McGraw-Hill.
- Monografías. (2013). *Monografías*. Recuperado el 2014, de <http://www.monografias.com/trabajos5/basede/basede.shtml>

- Gestipolis. (2012). *Gestipolis*. Recuperado el 2014, de Base de datos en la empresa:  
<http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia/estrategia/base-de-datos-en-la-empresa.htm>