



**SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO
“SECC”**

**EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN
CÁMARA DE COMERCIO DE URABÁ
VIGENCIA 2020**





TABLA DE CONTENIDO

I. INFORME SOBRE LA GESTIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO.....	4
1. 1. INDICADORES DE GESTIÓN.....	4
1.1. Virtualización de los registros.....	4
1.2. Asesorías para la formalización	5
1.3. Nivel de Satisfacción.....	5
1.4. Sistema de Peticiones Quejas y Reclamos	5
2. DIFICULTADES ORIGINADAS POR LA PANDEMIA - SUS ACCIONES PARA MITIGARLAS	6
3. ACCIONES REALIZADAS PARA LA REACTIVACIÓN ECÓNOMICA.	6
4. GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA.....	6
4.1. Acciones de mejora frente a los hallazgos de la Oficina de Control Interno	7
4.2. Indicadores Financieros.....	7
4.3. Gestión de Cartera	8
4.4. Reconocimiento, Medición y Revelación Medición de Propiedades de Inversión.....	8



I. INFORME SOBRE LA GESTIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO

En virtud de lo establecido en el Decreto 4886 de 2011, esta Superintendencia adelantó la evaluación de la gestión llevada a cabo por la **CÁMARA DE COMERCIO DE URABÁ** en la vigencia 2020, con base en la información reportada a través del **SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS –SAIR** relativa al Plan Anual de Trabajo, la Información Financiera y el Informe de Labores, que fueron elaborados teniendo en cuenta los lineamientos establecidos para la vigencia anterior, conforme se señala en el Título VIII Capítulo Noveno Numerales 9.1.1, 9.1.2. y 9.1.5 de la Circular Única.

De la revisión efectuada, se observa que las cámaras de comercio del país no fueron ajenas a las decisiones tomadas por el Gobierno Nacional, con ocasión de la crisis generada por la pandemia COVID-19, viéndose obligadas a reinventarse e implementar políticas y procedimientos para continuar con el desarrollo de sus funciones y actividades y adoptar medidas de austeridad en el gasto, por cuanto los ingresos se afectaron drásticamente.

Así las cosas, esta Superintendencia consciente del esfuerzo y la gestión llevada a cabo por los entes camerales y teniendo en cuenta que el año 2020 fue atípico y por lo mismo, no es dable compararlo con ninguna otra vigencia, procede a efectuar las siguientes observaciones:

1. 1. INDICADORES DE GESTIÓN

Se analizaron los indicadores de gestión cuantitativos y cualitativos de la vigencia 2020, remitidos por la Cámara de Comercio, los cuales cumplen con las especificaciones solicitadas por esta Superintendencia. No obstante se resaltan algunas características que bien podrían ser objeto de mejora.

1.1. Virtualización de los registros

La Cámara de Comercio indica que realizó 14.515 trámites virtuales de un total de 51.093 trámites, es decir el 28.41%. Considerando la importancia de la virtualización de los servicios, es necesario que la entidad continúe implementando estrategias de capacitación y sensibilización que permitan acrecentar la confianza en la virtualización y el conocimiento de los beneficios que ésta les brinda, prestando un servicio oportuno, ágil y de alta calidad.

Es necesario resaltar que es obligación de los entes camerales promover y dar a conocer la utilización de los servicios por internet, garantizando el acceso de todas las



personas a los canales virtuales según lo establece el numeral 1.1., Capítulo Primero, Título VIII de la Circular Única¹.

1.2. Asesorías para la formalización

Es evidente el esfuerzo realizado por la Cámara de Comercio para mantener sus servicios a disposición del usuario pese a las restricciones de la pandemia. Es así que de 38.104 asesorías prestadas el 28.52% culminó en formalización. Sin embargo, es importante que continúe adelantando programas que motiven a los comerciantes informales a inscribir sus negocios en el Registro Mercantil, dándoles a conocer los beneficios, como abrirse a nuevos clientes, acceder al sistema financiero, alivios tributarios, expandir sus mercados a nivel nacional e internacional.

El propósito de este indicador es medir el resultado de los comerciantes formalizados, frente a las capacitaciones y asesorías que brinda el ente cameral a los comerciantes informales.

Así mismo, debe dar a conocer los programas que tiene la Cámara para el desarrollo empresarial y mostrar todos los beneficios que recibe de la entidad por estar matriculado e informarlo de qué manera ha beneficiado a los comerciantes de su jurisdicción.

1.3. Nivel de Satisfacción

Si bien la Cámara de Comercio reporta un nivel de satisfacción al cliente del 99.57% es importante tener en cuenta, que este fue el resultado de 1.392 encuestas realizadas, frente a un total de 51.093 trámites de registro realizados, lo cual no es representativo. Por lo mismo, es necesario que refuerce el uso de esta herramienta en todos los trámites que realiza de forma virtual y presencial, a fin de que el resultado de las mismas, pueda contribuir efectivamente al proceso de mejora continua de la Entidad.

1.4. Sistema de Peticiones Quejas y Reclamos

La Cámara de Comercio reporta que no tuvo quejas ni reclamos en la vigencia 2020. No obstante, es necesario que la Cámara de Comercio realice un fortalecimiento en la infraestructura física y virtual para la recepción de las PQRs, así como los mecanismos de difusión y conocimiento del sistema por parte de los usuarios, para que a través de ellos puedan conocer la percepción y opinión del público respecto de los servicios

¹ (...) “Las Cámaras de Comercio están en la obligación de promover y dar a conocer la utilización de los servicios por internet, garantizando el acceso de todas las personas a los canales virtuales, y establecer herramientas que permitan, sin costo a los usuarios, verificar la identidad de quien realiza el trámite por medios electrónicos” (...)



recibidos y la atención que ofrece la administración, conforme a lo señalado en el párrafo 5) del numeral 1.1, Capítulo Primero, Título VIII de la Circular Única.

Así las cosas, la Cámara de Comercio deberá reforzar sus programas de capacitación al personal no sólo en conocimientos relacionados con los aspectos registrales, sino además aquellos que se refieren a la buena atención y satisfacción del cliente tanto de forma personal, como a través de los canales virtuales, para lo cual pueden establecer protocolos en los que se tengan en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- a) Cordialidad,
- b) Reducción de tiempos de espera,
- c) Información clara y fidedigna,
- d) Atención de las necesidades y opiniones del Cliente,
- e) Buena Comunicación
- f) Capacidad resolutive
- g) Atención de peticiones, quejas, sugerencias y reclamos.
- h) Tramites virtuales.

2. DIFICULTADES ORIGINADAS POR LA PANDEMIA - SUS ACCIONES PARA MITIGARLAS

La cámara reporta no haber presentado dificultades materiales para la ejecución de la misión institucional, indica que fue un reto y una oportunidad que permitió darle paso a la creatividad, potenciando las labores desde el trabajo en casa, de forma remota; encaminadas a fortalecer a los empresarios, mediante la puesta en marcha de programas y proyectos de desarrollo empresarial, y en la atención de asesorías y acompañamiento en trámites virtuales; respondiendo de esta manera sus necesidades y requerimientos.

3. ACCIONES REALIZADAS PARA LA REACTIVACIÓN ECÓNOMICA.

La reactivación económica se convirtió en uno de los pilares de las Cámaras de Comercio en el momento de planear y desarrollar sus programas en beneficio de los comerciantes y empresarios de la región. Es así como se resaltan las actividades llevadas a cabo por el Ente cameral en sus programas de formación, innovación, asesorías, convenios, ferias, formación, entre otras.

4. GESTION ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA



4.1. Acciones de mejora frente a los hallazgos de la Oficina de Control Interno

La Cámara de Comercio reporta un listado de las acciones de mejora realizadas con ocasión de las auditorías realizadas por la Oficina de Control Interno, sin embargo debe fortalecer la evaluación y seguimiento a los procesos administrativos como son el proceso contable y el de contratación y procurar por el cumplimiento de los principios de i) legalidad ii) eficiencia, iii) economía, iv) eficacia, (v) equidad, vi) imparcialidad, vii) moralidad, viii) transparencia, y ix) publicidad en las diferentes actuaciones.

4.2. Indicadores Financieros

INDICADOR	2020	2019
Razón corriente	8,27	5,72
Prueba ácida	7,53	5,37
Capital de trabajo	\$3.368.207.561	\$ 2.190.395.228

Se observa una tendencia a la mejora de la liquidez de la Cámara de Comercio en comparación con las últimas vigencias. Hay que resaltar que la vigencia 2020 estuvo caracterizada por la presencia de la pandemia Covid-19. En efecto, programas que debido a sus características presenciales y que aglomeraban participantes de alguna forma no se ejecutaron, según lo planteado, generando excedentes en los flujos de efectivo y en la ejecución de sus presupuestos.

Por otro, la obligación para los comerciantes y empresarios de renovar la matrícula mercantil o inscribirse en ella, principales fuentes de ingresos de las Cámaras de Comercio, no se vio drásticamente afectada, los ingresos provenientes del registro disminuyeron un 2.21% de los \$3.620 millones reportados para la vigencia 2019. En relación a los ingresos totales se evidencia una disminución del 33% frente a los \$6.797 millones reportados en la vigencia 2019. Es evidente la afectación de los ingresos originados por alquileres y otras actividades diferentes a las del registro a efecto de la pandemia.

Las medidas tomadas en la vigencia 2020 de frente a la austeridad del gasto fueron suficientes ya que se reporta una disminución del 36% de los \$5.728 millones reportados en la vigencia 2019.

4.3. Gestión de Cartera

Se evidencia debilidad en la política de recaudo y deterioro de cartera. Alrededor de \$85 millones de pesos se dieron de baja sin un proceso jurídico de cobro. Solamente se tuvo en cuenta el vencimiento de 360 días para establecer así su deterioro.

Frente a este aspecto la cámara deberá fortalecer sus políticas de recaudo, cobro de cartera y castigo de cartera.

4.4. Reconocimiento, Medición y Revelación Medición de Propiedades de Inversión

La Cámara de Comercio no realiza un adecuado reconocimiento, medición y revelación de su Propiedad Planta y Equipo y Propiedades de Inversión. Toda vez, que en las vigencias 2020 y 2019 ha obtenido ingresos por arrendamientos que no cumplen con las características de alguna de las funciones asignadas por Ley. En consecuencia, esta Superintendencia considera necesario Instruir a la **CÁMARA DE COMERCIO DE URABÁ**, para que realice las siguientes actuaciones, a fin de corregir sus registros contables, para la vigencia 2021:

- a) Efectuar un análisis adecuado para establecer el valor de los activos usados como propiedades de inversión.
- b) Aplicar las secciones 16.2 y 17.2 de las **NIIF para Pymes** relacionadas con el reconocimiento medición y revelación de las Propiedades de Inversión y Propiedad Planta y Equipo.
- c) Realizar los ajustes y registros contables pertinentes para el adecuado reconocimiento y revelación de sus Propiedades de Inversión y Propiedad Planta y Equipo.
- d) Evaluar la aplicación de la sección 10 Políticas Contables, Estimaciones, y Errores de las NIIF para Pymes.

Visto lo anterior, se le invita a tomar en cuenta estas observaciones con el fin de mejorar sus procesos internos, y a continuar promoviendo la formalización empresarial y la renovación oportuna de los comerciantes de su jurisdicción, a fortalecer la virtualización de los trámites y brindarles acompañamiento especial a los usuarios de sus servicios, con el fin de incentivar el desarrollo regional, el emprendimiento y la innovación.