

Eduard ROY VIDAL

CÁMARAS DE COMERCIO.

Comparativa entre la Cámara de Comercio de Barcelona y la
Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña

Trabajo Fin de Carrera

dirigido por

Dra. Carmen RUÍZ VIÑALS

Universidad Abat Oliba CEU

Facultad de Ciencias Sociales

Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas

2014

En materia de gobierno todo cambio es sospechoso, aunque sea para mejorar.

Sir Francis Bacon (1561-1626)

Resumen

Las Cámaras de Comercio son corporaciones de derecho público que realizan funciones de carácter consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas. En el actual contexto económico, han adquirido una especial relevancia de cara a la regeneración del tejido económico y la creación de empleo y se consagra su finalidad de representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio así como la prestación de servicios a todas las empresas.

Estas instituciones nacieron en España a finales del siglo XIX, concretamente en el año 1886, con la intención de representar los intereses generales de las empresas. Las Cámaras seguían un modelo cameral continental caracterizado por la obligatoriedad en la adscripción de las personas que ejercían actividades empresariales con el correspondiente pago de cuotas.

El recurso cameral representaba la principal fuente de ingresos de las Cámaras, por lo que la entrada en vigor del Real Decreto 13/2010 que eliminaba la obligatoriedad del pago de la cuota a las empresas provocó un cambio muy importante de sus funciones.

El legislador introdujo este cambio por dos motivos. Por un lado, tenía como objetivo impulsar a las Cámaras como entidades de prestación de servicios con el fin de reforzar su eficiencia en el desarrollo de las funciones que se les atribuyen. Y por otro lado, consideraba que la eliminación de dicha obligatoriedad liberaría recursos a las empresas en la difícil situación económica existente.

Las Cámaras de Comercio tuvieron que adaptarse a esta nueva situación y tratar de conseguir los recursos económicos suficientes para su subsistencia. Dos buenos ejemplos son la Cámara de Comercio de Barcelona y la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña que, mediante una propuesta de servicios de alta calidad, como los servicios de internacionalización o los servicios de consultoría, están atrayendo a un gran número de empresas.

La realidad en la que nos encontramos es que ciertamente las Cámaras de Comercio, tanto las que se domicilian en territorio nacional como las que están establecidas en el extranjero, están prestando unos servicios claves para las pequeñas y medianas empresas en el ámbito de la internacionalización e incremento de su competitividad. Su experiencia, su conocimiento, su gran equipo de trabajo y sus colaboraciones con otras entidades son elementos diferenciales de estas corporaciones que les facilitan a las

empresas embarcarse en la apertura de nuevas líneas de negocio o de nuevos mercados con las máximas garantías.

Resum

Les Cambres de Comerç son corporacions de dret públic que realitzen funcions de caràcter consultiu i de col·laboració amb les Administracions Públiques. En l'actual context econòmic han adquirit una especial rellevància de cara a la regeneració del teixit econòmic i la creació de llocs de treball i es consolida la seva finalitat de representació, promoció i defensa dels interessos generals del comerç, així com la prestació de serveis a totes les empreses.

Aquestes institucions van néixer a Espanya a finals del segle XIX, concretament a l'any 1886, amb l' intenció de representar els interessos generals de les empreses. Les Cambres seguien un model cameral continental caracteritzat per l'obligatorietat en l'adscripció de les persones que exercien activitats empresarials amb el corresponent pagament de quotes.

El recurs cameral representava la principal font d'ingressos de les Cambres, pel que l'entrada en vigor del Reial Decret 13/2010 que eliminava l'obligatorietat del pagament de la quota a les empreses va provocar un canvi molt important de les seves funcions.

El legislador va introduir aquest canvi per dos motius. Per una banda, tenia com objectiu impulsar a les Cambres com entitats de prestació de serveis amb la finalitat de reforçar la seva eficiència en el desenvolupament de les funcions que se l'hi atribuïen. I per altra, considerava que l'eliminació d'aquesta obligatorietat faria que les empreses disposessin de més recursos en la difícil situació econòmica existent.

Les Cambres de Comerç van haver d'adaptar-se a aquesta nova situació i intentar aconseguir els recursos econòmics suficients per la seva subsistència. Dos bons exemples son la Cambra de Comerç de Barcelona i la Cambra de Comerç Espanyola de Gran Bretanya que, mitjançant una proposta de serveis d'alta qualitat, com els serveis d'internacionalització o els serveis de consultoria, estan captant a un gran nombre d'empreses.

La realitat en la que ens trobem és que certament les Cambres de Comerç, tant les que estan domiciliades en el territori nacional com les que estan establertes a l'estranger, estan oferint uns serveis molt importants per a les petites i mitjanes empreses en l'àmbit

de la internacionalització i augment de la seva competitivitat. La seva experiència, el seu coneixement, el seu gran equip de treball i les seves col·laboracions amb altres entitats són elements diferencials d'aquestes corporacions que faciliten a les empreses el procés d'iniciar la seva expansió a noves línies de negoci o a nous mercats amb les màximes garanties.

Abstract

The Chambers of Commerce are public corporations that perform consultative and partnership with government. In the current economic climate, they have acquired a special relevance for the regeneration of the economy and employment. Their purpose consists of representing, promoting and defending the general interests of commerce and they also offer business services to companies.

These institutions were born in Spain in the late nineteenth century, in 1886, with the idea of representing the general interests of the companies. The Chambers followed a continental model characterized by the requirement in the assignment of persons exercising business activities with payment of fees.

The cameral resource represented the main source of income of the chambers. However, with the establishment of the Royal Decree 13/2010 which eliminated the obligation to pay the fee to companies caused a major change in its functions. The legislator introduced this change for two reasons. On the one hand, it aimed to promote the Chambers as institutions providing services in order to enhance efficiency in the development of the functions attributed to them. On the other hand, the removal of the cameral resource could be beneficial for the companies in the current economic situation.

Chambers of Commerce had to adapt to this new situation and try to get enough financial resources for their survival. Two good examples are the Chamber of Commerce of Barcelona and the Spanish Chamber of Commerce in Great Britain, which by a proposal for high quality services, such as internationalization services or consulting services, are attracting a large number of companies.

The truth is that nowadays these Chambers of Commerce, both, the ones located in the national territory and the ones abroad, are providing a key service for small and medium enterprises (SME) in the field of internationalization and competitiveness. Their experience, their knowledge, their great team work and their collaborations with other

entities are distinctive features of these corporations that facilitate companies embarking on opening new lines of business or new markets with the maximum guarantees.

Palabras claves

Cámara de Comercio – Cuota Cameral – Legislación – Perspectivas de Futuro – Servicios – Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña – Cámara de Comercio de Barcelona.

Sumario

INTRODUCCIÓN.....	11
1. Introducción histórica.....	13
1.1. Historia de las Cámaras de Comercio en el mundo.....	13
1.2. Historia de las Cámaras de Comercio en España.....	14
1.3. Historia de la Cámara de Comercio de Barcelona.....	17
1.4. Historia de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña.....	19
2. Modelos Camerales.....	21
2.1. El modelo Continental.....	21
2.2. El modelo Anglosajón.....	22
2.3. El modelo Mixto.....	23
3. Legislación.....	24
3.1. Situación legislativa actual.....	26
3.2. Naturaleza y características de las Cámaras de Comercio.....	27
3.3. Las funciones de las Cámaras de Comercio.....	28
3.4. Los órganos de gobierno de las Cámaras de Comercio.....	29
3.5. El régimen económico de las Cámaras de Comercio.....	30
4. Servicios de las Cámaras de Comercio.....	30
4.1. Servicios de la Cámara de Comercio de Barcelona.....	30
4.2. Servicios de la Cámara de Comercio de España en Gran Bretaña.....	37
4.3. Diferencias y similitudes entre los servicios de las dos Cámaras de Comercio.....	42
5. Futuro de las Cámaras de Comercio.....	45
5.1. Futuro de la Cámara de Comercio de Barcelona.....	46
5.2. Futuro de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña.....	47
CONCLUSIONES.....	49
BIBLIOGRAFÍA.....	53
Bibliografía Básica.....	53
Bibliografía Complementaria.....	53
Webgrafía.....	54
ANEXOS.....	57
Anexo 1.....	57
Anexo 2.....	61
Anexo 3.....	65

Sumario de Tablas

Tabla 1. Nivel de demanda de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Barcelona.35

Tabla 2. Nivel de demanda de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña.....41

Tabla 3. Comparativa de los servicios ofrecidos por las dos Cámaras de Comercio.....44

INTRODUCCIÓN

Este Trabajo de Fin de Carrera tiene el propósito de profundizar en unas instituciones identificadas de manera generalizada con la defensa de los intereses empresariales y la prestación de servicios de esta naturaleza. Nos referimos a las Cámaras de Comercio.

En primer lugar, me gustaría exponer el motivo principal de la elección del estudio de las Cámaras de Comercio a pesar de ser éstas poco conocidas para la mayoría de los ciudadanos.

Mi interés en estas instituciones deriva de mi estancia durante siete meses en la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña realizando prácticas profesionales. Antes de empezar mis prácticas tenía un conocimiento muy superficial de las funciones que realizaban y del sentido que tenían, pero una vez me adentré en ellas vi la importancia que ostentaban.

Por lo tanto, una vez he estado realizando las tareas diarias que se desarrollan en las Cámaras, he considerado que sería muy interesante analizarlas desde una vertiente teórica añadiendo aportaciones de mi experiencia vivida. Además, con el objetivo de enriquecer este trabajo he realizado una comparativa de dos Cámaras de Comercio muy relevantes y de las cuales me siento identificado. Por una parte, la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña por haber estado trabajando allí, y por otro lado la Cámara de Comercio de Barcelona, ya que es la Cámara de mi provincia, hecho que puede facilitar la obtención de información para desarrollar este trabajo.

Algunas de las preguntas que nos planteamos al inicio de este trabajo y que intentarían ser resueltas una vez analizados los aspectos necesarios son: en primer lugar, si al ser las Cámaras de Comercio corporaciones de derecho público tienen una fuerte dependencia de los poderes públicos, es decir, si reciben financiación pública o si están sometidas a decisiones políticas; en segundo lugar, cuáles han sido las consecuencias más inmediatas a las que han tenido que hacer frente las Cámaras de Comercio debido a la eliminación de una de sus fuentes principales de ingresos como era la cuota cameral; y finalmente, si tienen futuro en la sociedad global en que vivimos unas instituciones públicas que ofrecen, en la mayoría de los casos, los mismos servicios que muchas empresas privadas.

Este trabajo de final de carrera está dividido en cinco grandes apartados. Un primer apartado consistente en la historia de las Cámaras de Comercio, tanto a nivel nacional como internacional. Después, un análisis de los tipos de modelos camerales que

existen actualmente, y las diferencias entre ellos. Otro tercer apartado, donde hemos querido analizar la legislación que regula estas instituciones y como se ha ido modificando a lo largo del tiempo. También hemos hecho una comparativa entre los servicios que ofrecen la Cámara de Comercio de Barcelona y la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña. Y finalmente, un último apartado donde se han analizado las perspectivas de futuro que se prevén para estas dos instituciones.

La metodología utilizada ha sido, por un lado, la lectura de distintos libros especializados para poder tener un mayor conocimiento en la materia; y por otro lado, el contacto con personas vinculadas a las Cámaras de Comercio para poder ver la parte cotidiana a la que se enfrentan estas instituciones. Dentro de las personalidades contactadas, podríamos destacar al Secretario General de la Cámara de Comercio de Barcelona, el Sr. Xavier Coronas, así como al Secretario General de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña, el Sr. Igor Urra. Sus aportaciones han sido de gran ayuda para analizar más profundamente el estudio de las Cámaras de Comercio.

Por último, y no por ello menos importante, me gustaría mostrar mi agradecimiento a la Doctora Carmen Ruíz por su gran dedicación y seguimiento sobre este trabajo.

1. Introducción histórica

1.1. Historia de las Cámaras de Comercio en el mundo

Desde el año 4.000 a.C. datan los primeros documentos que revelan la existencia de una oficina que era el centro de la organización de los comerciantes de la época, cuya finalidad era poder defender y promover sus propios derechos como tales. Dichos documentos fueron encontrados en Mari, la antigua Mesopotamia, en los territorios formados actualmente por los países de Irak, Irán y Siria.

Posteriormente, aparecieron las guildas comerciales, organizaciones de clara impronta mercantil que anticipan modelos organizativos de defensa de intereses profesionales de los modernos empresarios, mercaderes y comerciantes, quienes organizan a través de gremios, cofradías, guildas, hansas, etc., sus intereses profesionales.¹

La primera Cámara de Comercio como tal aparece en Francia, específicamente en Marsella, el 5 de agosto de 1599. Su nombre surge del "recinto" CHAMBRE donde se reunían los comerciantes y manufactureros para proteger sus derechos, promover sus productos y estimular las transacciones. Tras la época de abandono que supuso el reinado de Luis XIII, el Ministro Colbert vuelve a relanzar la institución con la creación en 1664 de 18 Cámaras de Comercio, correspondientes a las ciudades de mayor comercio en Francia. En el año 1700 se creó la Cámara de Dunkerque y por Decreto de 30 de agosto de 1701 se autorizó el establecimiento de las de Lyon, Rouen, Burdeos, Tolosa, Montpellier, La Rochela, Nantes, Saint-Maló, Lilly y Bayona.

En la revolución, con la Ley Le Chapelier, de 14 de junio de 1791, a propuesta del Diputado Goudard, la Asamblea votó la disolución de las Cámaras. Pero el 24 de diciembre de 1802, Napoleón decidió restablecerlas, y a éstas se fueron sumando Cámaras creadas posteriormente. Así, en 1898 existían ya 106 Cámaras en la metrópoli y siete en Ultramar².

En los siglos XVII y XVIII se inicia su expansión por toda Europa.

En Italia siguieron muy de cerca el modelo francés de Chambres de Commerce³. La primera Cámara fue la Florentina, que data de 1770; en 1799 se autoriza la Cámara de Turín; por Decreto de 17 de Junio de 1805 se fundó la de Génova; por resolución de 10

¹ Extraído de SEGARRA, E, Los gremios, Barcelona, Imp. De F. Altés y Alabart, 1911; FEROCI, V., Instituciones de Derecho Sindical y Corporativo, trd. Esp., Madrid, Reus, 1942; RUSSOMANO, M.V., Principios generales de Derecho Sindical, Madrid, 1977..

² Extraído de *Nouvion*, L'institution des chambres de commerce. Pouvoirs et contrepoids, Paris, 1992.

³ F. Benvenuto, "Origene e prospettive della Camera di comercio in Italia".

de Marzo de 1809 se creó la de Nápoles; y las de Venecia, Bolonia, Ancona, Milán, Verona y Bérgamo tienen su origen en el Decreto imperial de 27 de Junio de 1811.

La Cámara de Rotterdam, primera en Holanda, surge en 1803. En Bélgica aparecen organizadas las Cámaras de Comercio desde 1841, y datan asimismo de mediados del siglo XIX las de Alemania y Austria.

La expansión de las Cámaras de Comercio a lo largo de estos tres siglos y medio, pero sobre todo de los últimos cien años, ha sido muy importante.

1.2. Historia de las Cámaras de Comercio en España

A partir del siglo XII surgieron en España las primeras organizaciones de comerciantes que, a diferencia de los Gremios, no tenían por objetivo la defensa de los intereses de los comerciantes, sino la del comercio y la industria en general. Estas primeras Corporaciones, denominadas Consulados, acumularon desde su origen competencias jurisdiccionales y administrativas de las que fueron privados con el paso del tiempo. Como era lógico, esta dualidad de funciones debía venir acompañada por una diferenciación orgánica; normalmente existía un órgano jurisdiccional, una Junta particular de comercio a la que se encomendaba la potestad gubernativa y una Comunidad de Comerciantes o Junta General en la que se integraban todos los matriculados⁴.

La promulgación del Código de Comercio de 1829 y la subsiguiente creación de los Tribunales de Comercio especializados, privó a los Consulados de sus funciones jurisdiccionales, aunque conservaron íntegras las gubernativas hasta que el Real Decreto de 1847 introdujo una importante modificación en las Juntas de Comercio que vino a significar su auténtica eliminación: al apretarse los lazos que las unían con la Administración, su función quedó reducida a la de ser meros órganos consultivos hasta su extinción en 1859.

Así pues, no fue hasta a finales del siglo XIX que el Gobierno pensó que era conveniente reavivar el principio corporativo y encomendar a los propios profesionales la defensa de los intereses generales del comercio y de la industria, pero ello no se hizo a partir de la revitalización de las viejas instituciones. Por el contrario, se optó por implantar un nuevo modelo: las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación,

⁴ Extraído de *Manzanedo Mateos y Nieto García*, "Régimen jurídico del comercio interior, con especial referencia a las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, Madrid, 1973.

instituciones que, como se reconocía en la Exposición de Motivos del Decreto de 9 de abril de 1886 que las creó, pretendía seguir el modelo francés de Chambres de Commerce, creadas por Napoleón en 1802:

Inútil sería dar hoy nueva vida a las antiguas corporaciones que registra la historia española, pues aunque el fin de todas ellas era fomentar el comercio y la industria, los medios de conseguirlo han variado notablemente, efecto de los modernos principios económicos-administrativos que no consienten al Estado central desprenderse de la gestión de los negocios que directamente interesan al Estado, ni ceder varias rentas públicas que ahora percibe y de que, antes, aquellos disponían [...] en beneficio de la institución que se trata de crear, en cambio Francia nos ofrece en sus Cámaras de Comercio un ejemplo que puede seguirse con provecho⁵.

Las Cámara Oficiales de Comercio, Industria y Navegación no fueron creadas hasta finales del siglo XIX, por el Real Decreto de 9 de abril de 1886, como asociaciones privadas de creación y pertenencia voluntaria, amparadas en la libertad constitucional de asociación.

En este sentido, el preámbulo de este Real Decreto es una clara ilustración del origen y la raíz de las Cámaras.

Desde muy antiguo ha venido en España promoviéndose el acrecentamiento del comercio y de la industria por medio de Juntas y Corporaciones oficiales, en armonía con los principios dominantes en cada época. Los Consulados marítimos y terrestres autorizados oficialmente desde 1823 para entender en asuntos del orden judicial y del administrativo, que funcionaron en Mallorca desde 1343, en Barcelona desde 1437, después en Gerona, San Feliú de Guixols, Tortosa, Tarragona y más tarde, en el Reino de Castilla; las Universidades de Mercaderes o Casas de Contratación, institución utilísima que, fundada en Burgos, se propagó a otros puntos del Reino y del extranjero y ejerció decisiva influencia en el descubrimiento y conquista de apartados territorios, facilitando recursos para realizar estas empresas; la Junta de Comercio, creada en 1679 para restablecer y aumentar el comercio general del Reino, y a cuyos altos fines hubo de agregarse más adelante cuanto hacía relación a moneda y minas, denominándose desde entonces Junta General de Comercio, Moneda y Minas; el Consejo y las Juntas provinciales de Agricultura, Industria y Comercio, posteriormente instituidas con la principal misión de evacuar las consultas que el Gobierno tuviera por conveniente encomendarles, y que, andando los tiempos, dieron origen a los actuales Consejos Superior y Provinciales de Agricultura, Industria y Comercio, así como otras Juntas de índole semejante, modificadas y reconstituidas en diferentes épocas, son otros tantos testimonios del cuidado con que los poderes públicos han protegido en otros tiempos en España los intereses del Comercio

⁵ Fragmento de la Exposición de Motivos del Decreto de 9 de abril de 1886, la cual dejaba traslucir serias dudas sobre los resultados del experimento, desconfianza que sirvió para justificar el que las Cámaras de Comercio no fueran reguladas por Ley, sino por Decreto y, de esta forma, pudieran modificarse, sobre la marcha, los aspectos que no resultaran.

y de la Industria, logrando en las épocas de su florecimiento comercial y fabril que sus instituciones sirvieran de enseñanza provechosa a otros países⁶.

Las Cámaras Oficiales eran, pues, una variedad peculiar de asociaciones cuya especialidad consistía, precisamente, en que su constitución y régimen se adaptaban al Real Decreto de 1886 que fijaba los requisitos necesarios para pertenecer a ellas, la competencia del Ministro de Fomento para designar las plazas donde podían constituirse teniendo en cuenta el desarrollo e importancia de los intereses mercantiles, la existencia de una Junta Directiva elegida por sufragio y una Asamblea General integrada por todos los miembros de la Cámara.

Más tarde, la Ley de Bases de 29 de Junio de 1911 transformó las Cámaras en establecimientos públicos. Este cambio de asociaciones oficiales a establecimientos públicos produjo la necesidad de fomentar e impulsar la vida y actividades de estas corporaciones. Se impuso la colegiación obligatoria y se exigió la creación de una Cámara de Comercio e Industria, o simplemente de Comercio, en cada provincia, sin perjuicio de que pudieran constituirse otras Cámaras en localidades y comarcas, coordinadas en su actuación con las Cámaras de ámbito provincial.

Según el nuevo modelo cada Cámara se compondría de un número de miembros a determinar por el Ministro de Fomento, siempre entre diez y cuarenta, elegidos por sufragio entre los comerciantes, industriales y nautas que pagasen por cuota al Tesoro una cantidad no inferior a 40 pesetas anuales. Los profesionales se dividían en grupos según su actividad y cada grupo elegía un número determinado de representantes, mayor o menor según la entidad de los intereses representados.

Este cambio en el régimen organizativo de las Cámaras de Comercio fue acompañado de un cambio en su configuración formal; la Ley de 1911 calificó a las Cámaras oficiales como Organismos Oficiales dependientes del Ministro de Fomento y cuerpos consultivos de la Administración.

Las Cámaras en España eran, por encima de todo, Corporaciones económicas, no de clase. Así se quiso aclarar con el artículo 1º del Real Decreto-Ley de 1929, que decía que pertenecerán a las Cámaras las personas, naturales o jurídicas, que profesionalmente se dediquen al comercio, la industria o la navegación y paguen por ello cuota al Tesoro.

⁶ Preámbulo del Real Decreto de 9 de abril de 1886 por el que se autoriza la creación de las Cámaras de Comercio.

En España en el año 1963 existían 88 Cámaras. De ellas, tres de Industria y las 85 restantes de Comercio. Las sedes de las Cámaras solían ser las capitales de provincia, con algunas excepciones como la de Alcoy, Algeciras, Astorga, Gijón, Jerez de la Frontera, Manresa, Melilla, Menorca, Palamós, Reus, Sabadell, etc.

Un nuevo Reglamento General de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación fue aprobado por el Decreto 1291/1974, de 2 de mayo, que se limitó a incorporar todas las modificaciones parciales que se habían ido produciendo sin introducir ninguna innovación de importancia sobre el modelo consagrado en la Ley de 1911. Este Decreto fue, a su vez, modificado por el Decreto 753/1978, de 27 de marzo, que reguló de nuevo los procesos electorales y suprimió todas las referencias a la extinta organización sindical.

Posteriormente la Ley 3/1993 de 22 de marzo siguió el modelo cameral continental basado en la obligada adscripción de las personas que ejercieran actividades empresariales y en la obligatoriedad en el pago de cuotas. Este sistema es el que se ha mantenido vigente hasta prácticamente nuestros días, fruto de su adecuación a nuestro Estado autonómico y pertenencia a la Unión Europea.

No obstante, la situación económica devenida obligó a introducir reformas normativas con el fin principal y prioritario de poner en marcha medidas eficientes de racionalización del gasto y fortalecimiento e impulso de la economía, en general y, en particular, de crecimiento de la competitividad de nuestras empresas mediante políticas de apoyo a la actividad comercial y empresarial. Así, las últimas reformas y, más concretamente, las introducidas mediante el Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, establecieron un sistema cameral de pertenencia voluntaria y eliminación del recurso cameral permanente.

1.3. Historia de la Cámara de Comercio de Barcelona

A propuesta del ministro de Fomento, Eugenio Montero Ríos, se publica el Real Decreto de 9 de abril de 1886 que incorpora a la vida económica del país la institución conocida como la Cámara de Comercio.

El 14 de octubre de 1886 se reunió una representación de comerciantes, industriales y pilotos de la marina mercante en Barcelona. Después de las votaciones necesarias,

fueron elegidos los miembros de la junta directiva y de las tres secciones. La primera junta directiva de la Cámara de Barcelona fue la siguiente⁷:

- Presidente: Manuel Girona.
- Vice-presidente: Enric Batlló.
- Contador: Maties Muntadas.
- Tesorero: Rafael Baster.
- Secretario General: Josep Espinós.

Desde entonces y hasta la actualidad, la Cámara ha sido protagonista de la vida económica de Cataluña y su trayectoria se puede dividir en tres etapas claramente diferenciadas:

La primera, hasta el 1912, caracterizada por una escasa representatividad y la carencia de recursos económicos. Su tarea principal era la realización de informes, aceptados por el Gobierno a título consultivo, sobre tratados de comercio, asuntos arancelarios, tributos e impuestos, presupuestos, etc.

Una segunda etapa, entre 1911 y 1967, en que la institución se dividió en Cámara de Industria y Cámara de Comercio y Navegación y tuvo que posicionarse ante los acontecimientos que marcaron la vida del país (dictadura de Primo de Rivera, II República, guerra civil y primer franquismo);

Y una tercera etapa que se inicia a partir de 1967, año en que las Cámaras de Comercio y Navegación, junto con la Cámara de Industria fueron oficialmente reunificadas, hasta la actualidad. En el año 1979, el Pleno de la Cámara decidió hacer la siguiente declaración:

La Cámara, más allá de las posiciones respetables pero parciales de los partidos, aspira a ser expresión de los intereses generales de la economía del país, cuya defensa, orientación y estímulo constituyen su principal razón de ser. Por ello hacemos un llamamiento a todos los catalanes, no ya a negociar sobre los intereses encontrados que en determinada coyuntura puedan sostener los diferentes grupos sociales (tarea ésta que corresponde a las organizaciones patronales y sindicales)- y que evidentemente convendría que, en todo caso, encontraran solución por la vía tan catalana de la discusión libre y del pacto- sino a reflexionar, honrada y conjuntamente, sin prejuicios y a fondo, sobre el futuro de nuestra economía⁸.

⁷ Composición de la junta directiva de la Cámara de Barcelona extraída de *ARACIL, RAFAEL.*, "El libro centenario de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona" 1986.

⁸ Declaración del Pleno de la Cámara de Barcelona. Extraído de *ARACIL, RAFAEL.*, "El libro centenario de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona" 1986.

En el año 1982, el presidente, que en aquel momento era el señor Josep Maria Figueras, vio la necesidad de reforzar la actividad corporativa de la Cámara y estableció los siguientes objetivos:

- Potenciar la presencia y el prestigio de la Cámara como una institución económica de primer orden.
- Mejorar los lazos existentes con el resto de España.
- Incrementar la presencia internacional que permitiese aumentar las relaciones económicas con más países, a través de una mayor integración en los órganos comunitarios.
- Definir unas líneas de política económica a medio plazo, en los cuales, teniendo en cuenta la crisis, se prevea como se debe orientar el aparato productivo y distributivo del país en los próximos años.
- Dar una imagen de cámara abierta, tanto a sus electores como a los hombres de trabajo y de la cultura, porque la economía no es abstracción, sino una realidad social que hemos de hacer conjuntamente.
- Ayudar a reconstruir los valores morales y éticos que rigen el cumplimiento de las obligaciones, la responsabilidad individual y la colectiva.

1.4. Historia de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña

El día 24 de Noviembre de 1866 tuvo lugar la reunión preparatoria convocada por el Ministro Plenipotenciario, D.Cipriano del Mazo y D.Ghirardi, al objeto de nombrar un Comité de Organización para la Cámara de Comercio de España en Londres, mandada crear por el Gobierno de Su Majestad con arreglo a las instrucciones del Ministerio de Estado, publicadas en la Gaceta Oficial de Madrid, el día 8 de Octubre de 1886.

El Ministro manifestó en dicha reunión los incalculables beneficios que para el incremento de nuestro crédito y riqueza nacional, estaba llamado a producir el establecimiento de una Cámara de Comercio de España en la colosal y palpitante entraña del mundo comercial como era Londres, la opulenta metrópoli del imperio británico.

Terminados los trabajos del Comité de Organización, se celebró el día 9 de Diciembre de 1886 la reunión fundacional de la Asamblea General, a la que asistieron representantes de los intereses españoles en Londres, desde la alta banca a la industria, artes y comercio. En esta Asamblea constituyente fue elegida la primera Junta Directiva de la Cámara, siendo el primer Presidente D. Manuel Misa y Bertematy,

Conde de Bayona; siendo aprobados asimismo los estatutos y reglamentos de la Cámara.

Según el artículo 1º de los estatutos de 1886 la denominación de la Cámara era: “Cámara de Comercio de España en Londres”. Según el artículo 2º de dichos estatutos, el objeto de la Cámara era dar estímulo a la asociación de todos los comerciantes, industriales y artistas españoles, establecidos en el país, consolidando la formación de un centro representativo influyente, en el cual, además de desarrollar sus propios intereses, se esfuerce en dar impulso a la producción y riqueza de nuestro suelo por medio de la expansión del tráfico internacional.

Con el transcurrir de los años, los estatutos de la Cámara han sufrido varias revisiones, sobre todo como consecuencia de la publicación del Decreto de 27 de Noviembre de 1935, que estableció las normas reguladoras del estatuto orgánico de las Cámaras españolas de comercio en ultramar. Finalmente la Administración española, al reconocer la labor específica que realizan las Cámaras de Comercio españolas, en beneficio de los intereses generales españoles en el país en que radican, y muy especial en el fomento de las exportaciones españolas, de la estrecha colaboración con la Administración española, y muy especialmente con las Oficinas Comerciales, se vio obligada a legislar, promulgando el Real Decreto del 16 de Marzo (Boletín Oficial del Estado del 19 de Abril de 1979), por el que se establecieron las normas reguladoras del Estatuto General de las Cámaras de Comercio españolas oficialmente reconocidas en el extranjero.

El 22 de Abril de 1980 se celebró una Asamblea General extraordinaria, en la que se aprobaron los estatutos vigentes de la Cámara, de conformidad con el Real Decreto de 16 de Marzo de 1979. La denominación oficial actual es de “Cámara Oficial de Comercio de España en Gran Bretaña” y según los estatutos vigentes constituye una asociación libremente fundada por comerciantes, industriales y profesionales españoles y británicos, que tiene por objeto fomentar las relaciones económicas y comerciales hispano-británicas y velar por los intereses de sus asociados, y muy en especial el fomentar el comercio de exportación de España hacia la Gran Bretaña, en estrecha colaboración con el Ministerio de Economía y Hacienda.

Dicha Cámara se honra de haber participado, a través de sus socios, en gran medida en las transacciones comerciales y operaciones de prestación de servicios entre España y el Reino Unido, habiendo sabido erigirse en portavoz y defensor de los intereses generales de sus socios y habiéndose esforzado en todo momento en

procurar extender a éstos unos servicios para el mejor desarrollo de sus actividades profesionales y comerciales.

Finalmente, es importante destacar para esta institución, la visita que realizaron sus Majestades los Reyes de España el 24 de Abril de 1986, en los locales de la Cámara, teniendo la visita una significación especial, ya que supuso un reconocimiento oficial del importante papel que el tráfico económico-comercial, así como las personas que lo realizan, tiene en las relaciones entre España y Gran Bretaña.

2. Modelos Camerales

En Europa nos podemos encontrar dos grandes modelos camerales, el modelo continental, que son Cámaras de derecho público con adscripción automática de las empresas y cuotas obligatorias, y el modelo anglosajón, que son Cámaras privadas y adscripción voluntaria de las empresas. Sin embargo, las Cámaras de Hungría debido a sus particularidades han hecho aparecer un nuevo modelo cameral, llamado modelo cameral mixto.

Son las razones históricas, el sistema jurídico de cada país, y la influencia de los países del entorno geográfico quienes determinan la pertenencia a uno u otro modelo.

2.1. El modelo Continental

Este modelo cameral se caracteriza por definirlos como: corporaciones de derecho público establecidas y reguladas por ley. Son instituciones independientes y gozan de autogobierno. Son gestionadas por representantes de las empresas, que en la mayoría de los casos son elegidos por sufragio universal. Sus órganos de gobierno son democráticos. Desarrollan importantes funciones públicas y tienen una fuerte implantación territorial. Ofrecen servicios avanzados de apoyo a las empresas y son órganos consultivos de la administración.

Además, la adscripción de las empresas se produce de forma automática, de acuerdo con los criterios fijados en la ley. Las empresas deben contribuir a la financiación de las funciones públicas de las Cámaras a través de cuotas obligatorias, que tienen una naturaleza fiscal o parafiscal.

La mayor parte de sus ingresos son de carácter público. Todas las Cámaras están sometidas a tutela de la administración.

Por lo tanto podríamos decir que la ventaja principal de este modelo es la solvencia financiera que tienen debido a las cuotas obligatorias por parte de las empresas. En cambio, las principales debilidades a que se enfrentan son; la relación con los poderes públicos debido a la gran dependencia a que se encuentran sujetas; y por otro lado, el hecho de obtener unos ingresos por cuotas obligatorias que pueden traducirse en ineficiencia de las Cámaras o en una atención de baja calidad para sus miembros.

Los países europeos que actualmente siguen este modelo cameral son los siguientes: Alemania, Austria, Francia, Grecia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos y Croacia.

2.2. El modelo Anglosajón

En este modelo cameral la adscripción de las empresas es siempre voluntaria por lo que sólo pagan la cuota las empresas que deciden asociarse a la Cámara. Gracias a que su financiación se basa en las cuotas de los socios y en los ingresos por los servicios prestados, se encuentran en una situación de total independencia respecto a la administración lo que implica que su capacidad de influencia es directamente proporcional a su capacidad de incidir en la vida económica y política local.

Una de sus singularidades es que son instituciones independientes y tienen autogobierno. Dichos órganos de gobierno están formados por representantes de las empresas.

Pueden adoptar distintos tipos de forma jurídica: en algunos casos son empresas, en otras asociaciones, o personas jurídicas de utilidad pública, u organizaciones sin ánimo de lucro.

A pesar de que en algunos de los países donde existe este tipo de modelo cameral existe una ley que regula las Cámaras y sus funciones, en la gran mayoría las Cámaras se rigen exclusivamente por el derecho privado.

Las funciones principales de las Cámaras del modelo anglosajón son la prestación de servicios empresariales y comerciales a sus asociados, y la de ejercer de grupo de presión de los comerciantes y empresarios ante el gobierno, para lograr influir en decisiones políticas y legislativas.

Además vemos que dentro del modelo anglosajón nos encontramos entre dos tipos de Cámaras: Las Cámaras del Reino Unido son las que más similitudes tienen con las Cámaras de Estados Unidos: realizan un lobby muy activo, ofrecen numerosos servicios comerciales, cuentan con patrocinadores privados, fomentan la interrelación entre sus miembros (networking) y se rigen exclusivamente por el derecho privado. Por otro lado las Cámaras nórdicas como Finlandia y Suecia, que están reguladas por ley, sometidas a tutela, y desempeñan importantes funciones públicas, teniendo por lo tanto similitudes con las Cámaras de derecho público.

Los países europeos que actualmente siguen este modelo cameral son los siguientes: Reino Unido, Irlanda, Portugal, Malta, Finlandia, Suecia, Dinamarca, Bélgica, Polonia, República Checa, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Letonia, Lituania, Chipre, Bulgaria y Rumanía.

2.3. El modelo Mixto

Las Cámaras de Hungría constituyen un caso particular en Europa. Su forma jurídica es de corporación de derecho público. Están reguladas por una ley de Cámaras, y tienen además asignadas determinadas funciones públicas, pero sin embargo son de adscripción voluntaria. Entre sus funciones públicas está la representación y defensa del interés general de todas las empresas. Todas las empresas húngaras son electoras de las Cámaras, pero sólo los representantes de empresas miembros que han pagado su cuota pueden ser elegidos para formar parte de los órganos de gobierno de la Cámara. Las Cámaras húngaras no están sometidas a tutela de la administración, el control de legalidad y la supervisión es realizada por el ministerio fiscal. En la actualidad, el gobierno húngaro está estudiando la eventual modificación de la ley de Cámaras, de cara a reinstaurar el sistema de adscripción y cuota obligatoria de las empresas (anteriormente existente, pero modificado en el año 2000); se trata de una constante demanda de las Cámaras húngaras al Gobierno y al Parlamento. Cabe destacar que las Cámaras húngaras gestionan proyectos de apoyo a empresas financiados con fondos estructurales europeos, y cuentan además con financiación pública de la administración nacional para el desarrollo de sus funciones públicas.

Dentro de este modelo con la nueva reforma legislativa ahora podríamos incluir a las Cámaras de Comercio de España.

Históricamente estas instituciones seguían el modelo continental, pero con la reciente reforma del Real Decreto Ley 13/2010 que suprime la obligatoriedad del pago de la

cuota cameral por parte de las empresas, vemos que implican que sigan un modelo mixto. Por una parte al igual que en el modelo continental estas instituciones son corporaciones de derecho público reguladas por ley, pero por otra, también siguen el modelo anglosajón porque la adscripción de las empresas a las Cámaras es siempre voluntaria.

Por lo tanto, en la actualidad, España con esta nueva regulación ha hecho que las Cámaras tengan características de los dos modelos camerales predominantes.

3. Legislación

Como bien hemos comentado en la introducción histórica, las Cámaras de Comercio, son unas instituciones reguladas desde su creación con el Real Decreto de 9 de abril de 1886. Ahora bien, a lo largo de los últimos años han sufrido grandes modificaciones.

Quien marca el camino reciente de estas instituciones es lógicamente la Constitución Española del 1978, en su artículo 52:

“La ley regulará las organizaciones profesionales que contribuyan a la defensa de los intereses económicos que les sean propios. Su estructura interna y funcionamiento deberán ser democráticos.”⁹

Pero no es hasta que se promulga la Ley Básica de 1993 y las posteriores Leyes Autonómicas cuando se regulan su naturaleza, sus funciones y las organizaciones propias de las Cámaras.

Con esta Ley Básica de 1993, se introducen los siguientes puntos:

- La Ley atribuye a las Cámaras competencias de carácter público.
- La función de tutela sobre las Cámaras de Comercio pertenece tanto al Estado como a las respectivas Comunidades Autónomas, en el caso de que éstas decidan asumir dichas competencias.
- Las Cámaras pasan a tener un doble fin: por una parte la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, industria y navegación; y por otra, la prestación de servicios a las empresas de su demarcación.
- Establece el principio de autofinanciación parcial de las Cámaras, para optimizar la gestión económica de estas instituciones, de tal manera que un mínimo del 40% de los gastos debía ser cubierto por ingresos no procedentes del recurso cameral.

⁹ Artículo 52 de la Constitución Española de 1978.

- Regula la existencia de al menos una Cámara por provincia.
- El personal de las Cámaras pasa a estar regulado por el Derecho laboral.
- Modifica la finalidad del recurso cameral permanente. Inicialmente este recurso tenía una finalidad “parafiscal”, es decir, existía una obligación de pago independientemente del disfrute de los servicios de la Cámara fijándose las cuotas según un porcentaje de los beneficios empresariales.

Más adelante, concretamente en el 2010, se introducen unas modificaciones muy importantes a la Ley 3/1993 con la regulación del Real-Decreto Ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo. La más importante de ellas es la supresión de la cuota cameral obligatoria por parte de las empresas, que hasta el momento era la principal fuente de ingresos de las Cámaras con las consecuencias que significaban. Este cambio según los legisladores buscaba un doble fin; por una parte la liberación de recursos económicos a casi 2,5 millones de empresas, y por otro lado la mejora de competitividad por parte de las Cámaras. Con estas palabras lo argumentan en la exposición de motivos del Real-Decreto:

En el contexto de dificultades financieras del sector productivo y de incertidumbre sobre la fortaleza y ritmo de recuperación, se hace necesario eliminar aquellas cargas económicas que recaen sobre las empresas de forma directa.

La necesidad de asegurar el interés de las empresas por seguir contribuyendo servirá de estímulo para impulsar su modernización y consolidación como prestadoras de servicios de mayor utilidad para sus asociados¹⁰.

Como era de esperar y debido a la importancia de las modificaciones realizadas con este nuevo Decreto, no tardaron en llegar las primeras consecuencias y en manifestarse los principales afectados.

La consecuencia inmediata fue la dimisión del presidente de las Cámaras de Comercio, Javier Gómez-Navarro. El presidente se vio obligado a presentar su dimisión el 13 de Abril de 2011 debido a su incapacidad para hacer cambiar de opinión a los legisladores sobre este Real Decreto. Así lo reflejaron los principales diarios del país como El Economista o Expansión:

- Economista: “Javier Gómez-Navarro dimite como presidente de las Cámaras de Comercio”¹¹.

¹⁰ Exposición de motivos del Real-Decreto Ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.

¹¹ Noticia del diario El Economista, en fecha 13 de Abril del 2011.

- Expansión: “El presidente de las Cámaras de Comercio Javier Gómez-Navarro, presenta su dimisión”¹².

Entre las manifestaciones más relevantes sobre dichos cambios normativos, nos gustaría destacar las realizadas por las siguientes autoridades:

- El secretario de Estado de Comercio Exterior, Alfredo Bonet, que admitió que la supresión de la cuota cameral afectará indudablemente a los recursos disponibles para impulsar la internacionalización. “El Gobierno admite que el fin de la cuota cameral obligatoria repercutirá en la internacionalización”¹³.
- El Comité Ejecutivo del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación que alertó de la gravedad de suprimir la cuota cameral.

El Comité Ejecutivo del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España manifiesta que la supresión de la cuota con la que se cofinancian las Cámaras de Comercio, perjudica a las empresas con menos ingresos y a las PYMES, las beneficiarias de los principales servicios¹⁴.

- Asimismo, Cámaras concretas como La Cámara de Comercio de Castellón que expresaron su total desacuerdo con las medidas tomadas porque considera que solo provocaran la eliminación de servicios. “La Cámara de Comercio dice que la supresión de la cuota cameral obligatoria puede eliminar muchos servicios”¹⁵.

3.1. Situación legislativa actual

Como consecuencia de la evolución económica y legislativa experimentada en los últimos años los legisladores han considerado necesario aprobar una nueva Ley de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación, fundamentalmente, debido a la necesidad de racionalizar, en el actual contexto económico y jurídico en el que nos encontramos, las estructuras y funcionamiento de las Cámaras hasta hoy previstas en la Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.

¹² Noticia del diario Expansión, en fecha 13 de Abril de 2011.

¹³ Noticia del diario El Economista, en fecha 22 de Marzo de 2011.

¹⁴ Noticia de la web Libertad Digital, en fecha 2 de Diciembre d 2010.

<http://www.libertaddigital.com/profesionales/las-camaras-de-comercio-alertan-de-la-gravedad-de-suprimir-la-cuota-1276408574/>

¹⁵ Noticia de Europapress, en fecha 2 de Diciembre de 2010.

<http://www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-camara-comercio-dice-supresion-cuota-cameral-obligatoria-puede-eliminar-muchos-servicios-20101202143844.html>

Con esta nueva ley, la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, se introducen una serie de reformas que pretenden impulsar a las Cámaras como entidades de prestación de servicios, abogando por un modelo de Cámaras dirigido a resultados, todo ello con el fin de reforzar su eficiencia en el desarrollo de las funciones que se les atribuyen.

Esta ley refuerza el papel de las Cámaras de Comercio para el apoyo a las pequeñas y medianas empresas en el ámbito de la internacionalización e incremento de su competitividad.

Además, siendo las Cámaras instituciones fundamentales para la vida económica de nuestro país, se debe garantizar su sostenibilidad económica en el actual contexto económico, de ahí que en esta Ley se establezca un sistema de ingresos basado, fundamentalmente, en los servicios que presten las Cámaras y en aportaciones voluntarias de empresas o entidades.

Ahora bien, para muchos implicados, entre ellos el Secretario General de la Cámara de Barcelona, esta Ley carece de contenido y considera que es una versión extendida de la Ley del 93. Así lo manifestó en la entrevista realizada:

A mi juicio, la nueva Ley parece un collage de “copiar, cortar y pegar” de la anterior Ley del 93, con alguna mejora respecto del RD-Ley de 2010. Desde el punto de vista jurídico, suscita muchos interrogantes, entre los cuales destaca el de cómo garantizar la sostenibilidad de unas corporaciones públicas sin asegurarles un mínimo de financiación pública. Desde el punto de vista político, es de reconocer el esfuerzo de consenso que se ha hecho entre las fuerzas políticas con representación parlamentaria, y entre ellas, los principales grupos mayoritarios y nacionalistas, para aprobar un texto legal que ofrezca un marco de estabilidad y un cierto horizonte de actuación a las Cámaras. Ahora no es el momento de modificar, sino de desarrollar y reglamentar con el fin de ir cubriendo esas carencias para devolver a las Cámaras su papel de entidades representativas que son, además de prestadoras de servicios¹⁶.

3.2. Naturaleza y características de las Cámaras de Comercio

El artículo 2 de la Ley 4/2014 define la naturaleza de las mismas. Las califica como corporaciones de derecho público con personalidad jurídica con las siguientes características: tienen que estar específicamente creadas por Ley; la Ley les encomienda el ejercicio de funciones de carácter público-administrativo; y no forman

¹⁶ Entrevista realizada al Sr. Xavier Coronas, Secretario General de la Cámara de Comercio de Barcelona. Anexo 1. Pregunta 7.

parte en sentido estricto de las Administraciones Públicas, aunque participan de su naturaleza.

El poder legislativo otorga a las Cámaras esta personalidad jurídica porque lo dispuso en atención a la importancia social y económica de sus fines.

3.3. Las funciones de las Cámaras de Comercio

La finalidad principal de una Cámara de Comercio es la representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, así como la prestación de servicios a las empresas que ejerzan la indicada actividad. En este sentido también lo expone el Secretario General de la Cámara de Barcelona: “la función principal de una Cámara es representar, promover y defender los intereses generales de la economía empresarial en su demarcación. Y prestar servicios.”¹⁷

La Ley 4/2014, en su artículo 5, regula las funciones principales que deben de desarrollar estas instituciones. Estas funciones las podemos englobar en:

Funciones de representación de los intereses generales de las empresas: defender estos intereses principalmente a través del ejercicio de la función consultiva de las Administraciones Públicas, mediante un planteamiento activo de relaciones institucionales, nacionales e internacionales.

Internacionalización: conscientes de que la globalización de los mercados es un hecho, tiene como clara prioridad el fomento del comercio exterior de las empresas. Para ello, anualmente se desarrolla el Plan Cameral de Promoción de las Exportaciones, que incluye todas las actividades dirigidas a promover la adquisición en el exterior de bienes y servicios producidos en España y han desarrollado una estructura cameral internacional que ponen a disposición de las empresas.

Formación: una clave para afrontar el futuro es preparar a los hombres de empresa para ello, las Cámaras se han convertido, así, en el segundo formador nacional, después de la enseñanza pública.

Información y asesoramiento: prestar a las empresas servicios de información acerca de la estructura económica de su mercado, de su desarrollo previsible, de su situación coyuntural, etc., tanto desde el punto de vista general como en su sector específico de

¹⁷ Entrevista realizada al Sr. Xavier Coronas, Secretario General de la Cámara de Comercio de Barcelona. Anexo 1. Pregunta 1.

actividad. Igualmente, las empresas, sometidas cotidianamente al cambio de sus mercados, sus competidores, las exigencias del entorno y las novedades tecnológicas, disponen en la Cámara de apoyos técnicos y de servicios de infraestructura.

Promoción: fomentar el desarrollo económico de su demarcación, previendo sus necesidades futuras de equipamientos, promoviendo las infraestructuras necesarias e impulsando iniciativas interesantes para los intereses generales de las empresas.

3.4. Los órganos de gobierno de las Cámaras de Comercio

Los órganos de gobierno de las Cámaras son el Pleno, el Comité Ejecutivo y el Presidente.

El Pleno es el órgano supremo de gobierno y representación de la Cámara. Está compuesto por un número no inferior a 10 ni superior a 60 vocales pertenecientes a personas de las empresas de la demarcación y por personas de reconocido prestigio en la vida económica de la circunscripción de la Cámara, que son elegidos democráticamente cada cuatro años. Las funciones principales que realiza el Pleno son básicamente tres; aprobar el presupuesto cameral, determinar la política de la Cámara y finalmente designar al Presidente y a los miembros del Comité Ejecutivo.

El Comité Ejecutivo es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta de la Cámara. Está formado por el Presidente, Vicepresidentes, el Tesorero y los miembros del Pleno que se determinen. Entre las atribuciones del Comité Ejecutivo destacan la propuesta al Pleno de los programas anuales de actuación y gestión corporativa y sus correspondientes presupuestos, y la realización y dirección de su ejecución una vez aprobados.

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

Además tal y como regula la Ley, las Cámaras cuentan con un Secretario General, personal directivo y el personal laboral necesario para el correcto desempeño de sus funciones.

3.5. El régimen económico de las Cámaras de Comercio

La Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, consciente de la magnitud de la eliminación de las cuotas camerales que representaba para estas instituciones, se encarga de definir en su artículo 19 los ingresos que pueden disponer actualmente las Cámaras. Clasifica los ingresos en:

- Ingresos ordinarios y extraordinarios obtenidos por los servicios que presten y, en general, por el ejercicio de sus actividades.
- Productos, rentas e incrementos de su patrimonio.
- Aportaciones voluntarias de empresas o entidades comerciales.
- Legados y donativos que pudieran recibir.
- Ingresos procedentes de las operaciones de crédito que se realicen.
- Cualesquiera otros que les puedan ser atribuidos por Ley, en virtud de convenio o por cualquier otro procedimiento de conformidad con el ordenamiento jurídico.

4. Servicios de las Cámaras de Comercio

4.1. Servicios de la Cámara de Comercio de Barcelona

La Cámara de Barcelona ofrece cursos, programas y servicios adaptados a las necesidades de cada una de las empresas. Para ello ofrece soluciones globales en competitividad, formación, trámites, estudios, internacionalización y negocios.

Competitividad

La Cámara acompaña a la empresa en la detección de sus necesidades y de las oportunidades de mejora y de negocio. Para ello, pone a disposición de la empresa muchos mecanismos para mejorar su competitividad desde la gestión del negocio. Los más destacados son:

- Acompañamiento empresarial; con el objetivo de ayudar a las empresas a hacer frente a sus retos para avanzar en un entorno complejo y competitivo de tal manera que puedan aprovechar las oportunidades que se les presentan.

- Acompañamiento individualizado de empresa familiar; consciente de las singularidades específicas de este tipo de empresas, la Cámara ofrece sus servicios para asegurar la continuidad de la empresa a la hora de fijar los retos, resolver posibles conflictos y promover la profesionalización.
- Asesoramiento individual en turismo; con el objetivo de ayudar a establecer una línea de actuación global para el negocio turístico que potencie la calidad y la excelencia. Para ello, se requiere la implementación de modelos, sistemas y metodologías basados en la calidad total.
- Cliente misterioso en comercio o turismo; para de esta manera evaluar el nivel de atención, trato y presencia que ofrece el personal de venta de un comercio o el personal de venta de una empresa a los clientes.
- Expendeduría corporativa; la Cámara promueve la colaboración entre empresas de diferentes sectores con potencial innovador para impulsar proyectos complementarios al negocio de cada una de ellas y generar nuevas iniciativas de alto valor añadido.
- Plan de continuidad empresarial; se encarga de encontrar empresarios con vocación que tomen el relevo en empresas que se encuentren en riesgo de desaparición.

Formación

Para la Cámara de Comercio de Barcelona, la formación es un eje fundamental para el desarrollo y competitividad de las empresas. Por este motivo, ofrecen los siguientes servicios para cubrir todas las posibles necesidades de los empresarios:

- Campus empresarial virtual; cursos para actualizar conocimientos o desarrollar nuevas habilidades a distancia para adaptarse a las necesidades de cada una de las empresas. Son programas dinámicos, basados en clases virtuales en tiempo real y ejercicios y casos prácticos.
- Formación a medida; la Cámara pone a disposición del empresario, todo su conocimiento y amplia experiencia en formación para desarrollar las habilidades y competencias profesionales de los equipos humanos.
- Programa de dirección comercial y marketing; para dar a las empresas una visión actualizada de los sistemas de venta y experiencias de éxito que puedan aplicar en sus propios negocios.

- Programa de dirección estratégica de PYMES; ofrece el desarrollo de un plan estratégico del negocio a medio y largo plazo para así poder detectar los cambios y tomar las decisiones de una manera razonada, lógica y estructurada.
- Programa de finanzas estratégicas y operativas para el empresario; para evitar la improvisación en la toma de decisiones financieras por parte de los empresarios.

Trámites

La Cámara de Comercio de Barcelona pone a disposición de las empresas el servicio de trámites empresariales con la voluntad de facilitar la actividad económica. Los principales trámites que ofrece son:

- Certificado cámara de capacidad y moralidad mercantil; acredita la capacidad legal del empresario y la honorabilidad comercial y profesional para ejercer el comercio.
- Certificado de conocimiento de marca; documento que certifica que una marca, grafismo o denominación goza de un grado de conocimiento suficiente en un sector determinado.
- Certificado de origen comunitario; documento que certifica el país de origen de una mercancía destinada a la exportación. Acredita que los productos provienen de la Comunidad Europea.
- Servicio integral de resolución de consultas; la Cámara da respuesta a las consultas de tipo empresarial planteadas por los clientes o usuarios.

Estudios

La Cámara es una institución de referencia en la opinión y el análisis económicos. Gracias al seguimiento exhaustivo de la evolución de la economía catalana y de las políticas económicas aplicadas, elabora publicaciones periódicas, notas de prensa, estudios territoriales y sectoriales e informes monográficos que pone a disposición de todos los agentes económicos interesados. Los principales estudios que ofrece son:

- Estudios y estadísticas económicas a medida, para que las empresas puedan obtener de forma rápida y ágil la información económica necesaria para su actividad.

- Estudios monográficos; informes específicos sobre temas de interés de la empresa solicitante dentro del ámbito económico y de infraestructuras.
- Informe coyuntura económica, trimestralmente la Cámara elabora un documento sobre el estado actual de la economía catalana y sobre el comportamiento de ésta en el futuro.
- Observatorio Barcelona; una publicación que muestra el lugar que ocupa actualmente la ciudad de Barcelona respecto las otras ciudades del mundo, que tiene por objetivo atraer talento y negocio a la ciudad.

Internacionalización

Para la Cámara de Comercio de Barcelona, la internacionalización es un pilar estratégico, pues incide en todos los procesos de crecimiento y expansión empresarial. Para ello ofrecen un itinerario internacional adecuado a las necesidades de cada empresa a través de cuatro líneas de actividad como son; iniciación a la exportación, nuevos mercados, estrategia internacional y oportunidades de negocio. Los servicios concretos para la internacionalización que ofrecen son:

- Agendas internacionales, donde la Cámara identifica los clientes internacionales potenciales de una empresa y realiza el seguimiento para concretar reuniones con ellos.
- Análisis de priorización de mercados, identifica los mercados con más potencial para los productos y servicios que ofrece una empresa para que pueda aprovechar las oportunidades a corto y a largo plazo.
- Bolsas de oportunidades comerciales, mediante la Cámara se puede acceder a una base de datos con información sobre empresas que buscan socios en sectores muy variados. Es una buena manera de internacionalizar una actividad.
- Desayunos de negocios, sesiones donde se proporcionan conocimientos e instrumentos de análisis de los mercados en un contexto internacional que ayudan a definir estrategias y a tomar decisiones en un proceso de internacionalización.
- Servicio integral de asesoramiento en comercio exterior, se ofrece apoyo de expertos en la gestión de materia internacional de las empresas ante situaciones desconocidas o problemáticas.

- Viajes de acción comercial, donde se analizan las oportunidades de negocio reales in situ. El viaje se hace acompañado de profesionales para obtener una experiencia más provechosa.

Negocio

La Cámara de Barcelona es una de las instituciones de referencia en información y en ayuda en la creación de red de negocios entre empresas. Ponen a disposición de las empresas un abanico de productos de información empresarial que permiten encontrar nuevos clientes potenciales, nuevos proveedores, realizar segmentaciones para realizar campañas promocionales, etc. Los servicios principales que ofrecen son:

- Bases de datos empresariales a medida; tanto de empresas españolas como extranjeras para que el empresario cubra todas las necesidades que se puede encontrar.
- Comercio electrónico; pone a disposición todas las herramientas necesarias para hacer crecer un negocio en un nuevo canal de distribución como es Internet.
- Dinars Cambra; espacio creado con la intención de debatir sobre las necesidades, inquietudes e intereses del empresariado catalán sobre temas de máxima actualidad.
- Informes geoposicionados; ayudar a los emprendedores en la toma de decisiones acerca la mejor ubicación para un negocio.
- Informes sectoriales, ofrecer informes sobre la evolución y la tendencia de cualquier sector empresarial.

En el gráfico de continuación, vemos definidos todos los servicios que actualmente está ofreciendo la Cámara de Comercio de Barcelona, clasificados según la demanda que tienen. La leyenda es la siguiente:

- 1 = Poca demanda
- 2 = Media demanda
- 3 = Alta demanda

Tabla 1. Nivel de demanda de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio de Barcelona.

Área	Servicio	Demanda del servicio - Cámara de Comercio de Barcelona
Competitividad	Acompañamiento Empresarial	3
	Acompañamiento individualizado a empresa familiar	1
	Asesoramiento individualizado en turismo	2
	Cliente misterioso en comercio o turismo	3
	Plan de Continuidad Empresarial	2
Formación	Campus empresarial virtual	2
	Formación a medida	3
	Programa de dirección comercial y marketing	2
	Programa de dirección estratégica de PYMES	2
	Programa de finanzas estratégicas y operativas para el empresario	1
Trámites	Certificado cámara de capacidad y moralidad mercantil	2
	Certificado de conocimiento de marca	2
	Certificado de origen comunitario	2
	Servicio integral de resolución	2

	de consultas	
Estudios	Estudios y estadísticas económicas a medida	1
	Estudios monográficos	1
	Informe coyuntura económica	3
	Observatorio Barcelona	2
Internacionalización	Agendas internacionales	3
	Análisis de priorización de mercados	2
	Bolsas de oportunidades comerciales	2
	Desayunos de negocios	2
	Servicio integral de asesoramiento en comercio exterior	2
	Viajes de acción comercial	3
Negocio	Bases de datos empresariales a medida	2
	Comercio electrónico	2
	Dinars Cambra	3
	Informes geoposicionados	2
	Informes sectoriales	2

Fuente: Elaboración propia. Con la colaboración del Secretario General de la Cámara de Barcelona, el Sr. Xavier Coronas.

4.2. Servicios de la Cámara de Comercio de España en Gran Bretaña

Promoción

La Cámara de Comercio de España en Gran Bretaña es una institución que tiene como principal objetivo apoyar el crecimiento de las empresas asociadas en los mercados español e inglés, y para ello ofrece una serie de servicios de promoción empresarial, destinados a apoyar la expansión comercial de los negocios asociados y clientes. Los servicios encaminados a la promoción son:

- Cooperación empresarial: la Cámara potencia la cooperación empresarial actuando como vínculo conector entre empresas. Entre las actividades prioritarias de la Cámara para favorecer la interrelación entre sus socios está la organización de eventos.
- Búsqueda de representantes: ofrece la posibilidad de mediar entre el interesado en contactar con agentes comerciales o representantes de ventas para sus productos.
- Asistencia a ferias: No hay duda de que la asistencia a ferias del sector puede aportar un gran beneficio a las empresas, principalmente por la gran cantidad de contactos de interés que se pueden establecer en un breve período. La Cámara ofrece a las empresas el servicio de preparación de agendas comerciales para la asistencia a ferias debido a que para muchas empresas no resulta fácil aprovechar los beneficios de todas las ferias que les son relevantes, principalmente por la dificultad en preparar una agenda de reuniones que justifiquen los viajes.
- Misiones comerciales: El objetivo de las misiones comerciales es impulsar la internacionalización de productos locales de una zona o demarcación. Se trata de visitas colectivas organizadas por instituciones como Cámaras de Comercio locales, organismos de desarrollo autonómico, agrupaciones empresariales, cooperativas, consorcios, denominaciones de origen, etc... en las que el fin principal es promover las relaciones comerciales de las empresas participantes en el mercado objetivo a través de presentaciones de productos, búsqueda de distribuidores y demás acciones comerciales.
- Agendas individuales: Las Agendas Comerciales o Agendas de Visitas son un instrumento clave para aquellas empresas que quieren abrir mercado en otro país pero no disponen de representación comercial local. La Cámara de

Comercio de España en Gran Bretaña organiza agendas comerciales tanto para empresas españolas que quieren comercializar su producto o servicio en el Reino Unido como para empresas británicas que quieren invertir o exportar a España.

- Eventos promocionales: Para la promoción de determinados productos o servicios, o en su mayoría para campañas de comunicación y de marca, la Cámara organiza para sus socios y empresas colaboradoras diferentes tipos de eventos como presentaciones, seminarios, cursos, ponencias, cócteles y recepciones.

Eventos

El principal objetivo de la Cámara es la promoción del intercambio comercial, la Cámara es un gran canal de comunicación entre empresas, con las potenciales oportunidades de negocio que ello supone. Los eventos organizados por la Cámara de Comercio permiten, tanto a las empresas socias como a las no socias desarrollar su cartera de contactos dentro del contexto de negocios hispano-inglés.

De entre los múltiples eventos de networking que la Cámara organiza a lo largo del año destacan seminarios, conferencias, desayunos de trabajo, cócteles, fiestas informales, cenas, etc.¹⁸

Dichas actividades suponen un marco excepcional para expandir de una forma sencilla la red de contactos de las empresas y ofrecen la oportunidad de conocer a potenciales clientes y colaboradores.

Información

A través de la Cámara las empresas pueden acceder a información básica sobre los mercados español y británico y pueden aprovechar el apoyo técnico ofrecido.

En función de la información de mercado que la empresa requiera, la Cámara puede ofrecerle sus servicios o bien referirle al organismo o empresa socia oportuna en el Reino Unido o España. Los servicios principales son:

- Listados de empresas: La Cámara elabora listados personalizados de empresas filtrando tanto por sectores empresariales como perfiles de empresa concretos.

¹⁸ Ejemplos de los eventos citados, organizados por la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña, en el Anexo 3.

- Información sobre ferias: la Cámara informa de las ferias más relevantes que se celebran anualmente en el Reino Unido.
- Información de mercados: La Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña, en su labor por promover las relaciones comerciales entre los mercados español y británico, trata de guiar a las empresas con el fin de encontrar información de mercado que objetivamente sea de su interés a través de los organismos, instituciones y socios de la misma especializados en ello.
- Inversión: La Cámara pone en contacto al interesado en invertir en España o en Reino Unido, o en alguna región en particular de algunos de estos países, con los Organismos tanto nacionales como autonómicos públicos y/o privados más relevantes del país y que de esta manera puedan asesorarle en su proyecto.

Socios

La Cámara ofrece la posibilidad a las empresas de asociarse a la misma para a cambio ofrecerles una serie de beneficios. En primer lugar, mostrar los datos de contacto del asociado publicados en la página web de la Cámara, que es visitada diariamente tanto por empresas españolas como británicas. Además, los nuevos socios son anunciados en la Newsletter semanal, publicación electrónica que se envía a todas las empresas asociadas y contactos de la Cámara.

En segundo lugar, la empresa asociada puede formar parte del acuerdo “Member-to-Member” por el que los socios de la Cámara ofrecen descuentos especiales dirigidos única y exclusivamente a los socios de esta Cámara de Comercio.

Igualmente, los socios disfrutan de importantes descuentos en todos los servicios que la Cámara ofrece, desde la elaboración de una base de datos, pasando por la organización de una agenda comercial, la organización de un evento a medida...etc.

La Cámara organiza numerosos eventos a lo largo de todo el año a los que siempre son invitados todos los socios. Por lo tanto es una excelente oportunidad para conocer no sólo empresas españolas con presencia en Reino Unido sino también empresas británicas con presencia o intereses comerciales en el mercado español.

La mayor parte de estos eventos son gratuitos para las empresas asociadas, sin embargo, todas aquellas empresas no socias que deseen asistir podrán hacerlo previo pago del correspondiente precio.

Consultoría

Las empresas españolas que quieran empezar a desarrollar su actividad comercial en el Reino Unido pueden beneficiarse ampliamente de los servicios de la cámara. Desde la simple intermediación para encontrar y facilitar la búsqueda de empresas cliente, representantes, proveedores, partners, etc, hasta servicios específicos de elaboración de agendas comerciales, asistencia a ferias, son servicios ofrecidos por la cámara.

- Creación de empresas: Para las personas interesadas en crear una empresa en España o en Reino Unido, o en alguna región en particular, la Cámara puede ponerle en contacto con los organismos tanto nacionales como autonómicos, públicos y privados más relevantes para que le apoyen en este proyecto. Igualmente, entre los socios de la Cámara se encuentran profesionales de muy distintos sectores que podrán ser de gran ayuda durante las distintas fases de creación de la empresa.
- Traducción e Interpretación: La Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña puede recomendar empresas de traducción e interpretación en España y el Reino Unido para que el idioma no sea un problema al desarrollar las actividades. La Cámara cuenta con un listado de empresas miembros con una extensa experiencia en traducción e interpretación que pueden desarrollar esta actividad para los interesados.
- Espacios publicitarios: La Cámara ofrece la posibilidad de contratar espacios publicitarios en la página web y publicaciones de la Cámara.

Formación y empleo

Una de las principales formas de favorecer la cooperación entre empresas del Reino Unido y España es proporcionar formación específica, en muchos casos necesaria para el desarrollo del intercambio cultural y comercial.

Por ello la Cámara ofrece formación a través de la organización de un programa de prácticas para graduados llamado Joven Emprendedor Europeo, y certifica los Exámenes de Español de negocios, uno de los certificados más solicitados entre las empresas con interés comercial en España.

En el gráfico de continuación, vemos definidos todos los servicios que actualmente está ofreciendo la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña, clasificados según la demanda que tienen. La leyenda es la siguiente:

- 1 = Poca demanda
- 2 = Media demanda
- 3 = Alta demanda

Tabla 2. Nivel de demanda de los servicios ofrecidos por la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña.

Área	Servicio	Demanda del servicio – Cámara de Comercio Española de Gran Bretaña
Promoción	Cooperación empresarial	1
	Búsqueda de representantes	2
	Asistencia a Ferias	1
	Misiones Comerciales	2
	Agendas individuales	3
	Eventos promocionales	1
Eventos	Organización de eventos	3
Información	Listado de empresas	3
	Información sobre ferias	2
	Información de mercados	3
	Inversión	1
Socios	Captación de socios	3
Consultoría	Creación de empresas	1
	Traducción e interpretación	2
	Espacios publicitarios	1
Formación y empleo	Graduate Programe	2

Fuente: Elaboración propia. Con la colaboración del Secretario General de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña, el Sr. Igor Urra.

4.3. Diferencias y similitudes entre los servicios de las dos Cámaras de Comercio

Tras analizar los servicios que ofrecen las dos Cámaras, podemos apreciar en primer lugar la gran cantidad de servicios que actualmente ofrecen ambas instituciones a las empresas. Hay que señalar que desde la eliminación de la cuota cameral, las Cámaras se han visto obligadas a obtener unos mayores ingresos con su actividad y por lo tanto han multiplicado los servicios ofertados para intentar cubrir todas las necesidades de sus clientes.

A primera vista, podemos ver la importancia de la Cámara de Comercio de Barcelona por ser una Cámara situada en una de las ciudades más importantes a nivel europeo y con un gran flujo de empresas, y ello se refleja en el gran abanico de servicios ofertados. Actualmente, podríamos decir que los servicios más demandados son los relativos al negocio como las bases de datos personalizados, comercio electrónico o informes sectoriales; y sobre todo aquellos servicios relacionados con la internacionalización. Dentro del mundo globalizado en el que vivimos es comprensible que los servicios para la ayuda a la internacionalización de las empresas sea uno de los más demandados, debido a las circunstancias en que se encuentra el mercado interno español, las empresas cada vez más están optando por expandir su negocio, y una de las mejores maneras para empezar en este proceso es junto a profesionales, que pueden aconsejar y ayudar para iniciar este camino con el mayor éxito posible.

La Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña al ser una institución que reside en el extranjero no tiene un servicio específico de internacionalización, pero sí que ofrecen un servicio similar como es el servicio de promoción. Es un servicio pensado tanto para las empresas españolas que se quieran instalar en el Reino Unido como para las empresas inglesas que quieran expandir su negocio por el mercado Español. Tal y como nos reconoce el Secretario General, el Sr. Igor Urra, este es uno de los servicios más demandados sobre todo por las empresas españolas que se quieren instalar en Reino Unido debido al potencial económico de éste país y especialmente a las posibilidades que ofrece una capital como Londres.

Ambas Cámaras ofrecen un servicio de formación, pero pensado desde dos puntos de vista totalmente opuestos. Por un lado, la Cámara de Comercio de Barcelona enfoca este servicio al empresario, e intenta poner a su disposición las herramientas claves para que sepa llevar con las mejores garantías su negocio. Estos servicios van desde la formación a medida para casos concretos a programas especiales de todo tipo de ámbitos como puede ser dirección comercial, dirección estratégica, finanzas, etc. Por otro lado, el servicio de formación de la Cámara de Comercio Española en el Reino

Unido, en lugar de dirigirse a los empresarios, está pensado para recién licenciados. Ofrecen un programa llamado "The Graduate European" que quieren que dé respuesta a la creciente demanda de graduados que quieren completar su formación profesional en el Reino Unido. Este programa consiste en unas prácticas de trabajo en distintos tipos de empresas ubicadas en Londres y tienen por objetivo ayudar en la búsqueda de empleo y mejorar la experiencia de los recién graduados.

Otra diferencia importante que vemos entre estas dos instituciones son los eventos que organizan. Para la Cámara de Barcelona no es ni mucho menos uno de los puntos estratégicos, aunque sí que es cierto que organizan habitualmente los Dinars Cambra, que es un espacio abierto donde se debate sobre temas de actualidad. En cambio, para la Cámara de Comercio de Gran Bretaña los eventos son muy importantes porque permiten tanto a las empresas socias de la Cámara como a las no socias desarrollar su cartera de contactos dentro del contexto de negocios hispano-inglés. De entre los múltiples eventos de networking que organiza destacan los seminarios, conferencias, desayunos de trabajo y las fiestas informales. El éxito de estos eventos según el Sr. Igor Urra es que dichas actividades suponen un marco excepcional para expandir de una forma sencilla la red de contactos de las empresas y ofrecen la oportunidad de conocer a potenciales clientes y colaboradores.

Finalmente, vemos que la Cámara de Comercio de Barcelona tiene un mayor abanico en los servicios que ofrece y por ello ofrece también los servicios de trámites y de estudios. Son servicios de interés para las empresas que requieran certificados de diferentes tipos como los certificados de origen comunitario o los de conocimiento de marco, o bien, quieran obtener estudios monográficos, informes de la coyuntura económica, etc.

Como conclusión, nos gustaría destacar la importancia que le dan ambas Cámaras a los servicios que ofrecen, ya que los consideran uno de los pilares fundamentales de su actividad. Por este motivo centran gran parte de sus recursos en mejorar y ampliar el abanico de sus servicios.

En el gráfico de a continuación, nos servirá para visualizar los servicios que tanto la Cámara de Comercio de Barcelona como la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña actualmente están ofreciendo, así como los servicios que solo ofrecen una de las dos instituciones citadas.

Tabla 3. Comparativa de los servicios ofrecidos por las dos Cámaras de Comercio

Servicios	Cámara de Comercio de Barcelona	Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña
Competitividad: acompañamiento individualizado en el desarrollo del negocio	X	
Formación a empresarios	X	
Programas para estudiantes		X
Gestión de trámites	X	
Estudios y estadísticas económicas a medida	X	
Internacionalización	X	X
Negocios: bases de datos	X	X
Promoción		X
Realización de eventos de networking	X	X
Búsqueda de representantes		X
Viajes de acción comercial	X	
Misiones comerciales	X	X
Información sobre: países, mercados, clientes, etc.	X	X
Captación de socios	X	X
Servicios de consultoría	X	X

Fuente: Elaboración propia.

5. Futuro de las Cámaras de Comercio

Tras la supresión de la cuota obligatoria cameral las Cámaras de Comercio empiezan a dibujar las cartas que deben definir su futuro. La relevancia del importe era tal, que los presupuestos sin estos ingresos se rebajaron entre un 40% y un 50% en la mayoría de los casos.

Ante esta situación, la mayoría de los implicados ha manifestado su creencia hacia donde deben evolucionar las Cámaras:

Un ejemplo, es el director Gerente de la Cambra de Terrassa, el señor Josep Prats, que considera que dichos cambios obliga a las Cámaras a ser instituciones más eficientes, para seguir siendo una herramienta útil para las empresas y sin perder la calidad en sus servicios. Por lo tanto, considera clave mostrar el por qué una empresa debe unirse a una Cámara y lo resume en:

A través de las cámaras, el empresario obtiene información y conectividad con su entorno empresarial, además de un vínculo directo con la administración; consigue identificación y significación internacional, ya que las cámaras ubican los negocios en el territorio; y, por último, tienen acceso a servicios directos de internacionalización y apoyo a la emprendeduría con expertos en el tema ¹⁹.

Otro ejemplo es el antiguo Secretario de Estado de Comercio que manifestó que las Cámaras de Comercio serán la gran palanca de las políticas públicas para la recuperación económica. Además, cree que con la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, estas instituciones tienen un horizonte claro principalmente porque los puntos clave de esta nueva ley son: que la prestación de servicios a las pymes debe ser el objetivo; que las Cámaras serán sedes naturales de mediación y arbitraje para descongestionar los juzgados; y finalmente porque serán un apoyo fundamental a la internacionalización como instrumento complementario a las políticas gubernamentales para vender más y mejor en el exterior. ²⁰

En este sentido, también se ha posicionado el actual Secretario de Estado de Comercio, el señor Jaime García-Legaz, que manifiesta que las Cámaras de Comercio serán la gran palanca de las políticas públicas para la recuperación económica.

¹⁹ Noticia del diario La Vanguardia, fecha 9 de Marzo del 2012.

²⁰ Información extraída de la página web de la Cámara de Comercio de Bilbao <http://www.camarabilbao.com/ccb/contenidos.item.action?id=615285>

Considera por su parte, que las Cámaras “tendrán un papel clave para regenerar el tejido empresarial y productivo”²¹.

Otro personaje importante como el consejero de Turismo y Comercio, Rafael Rodríguez, también ha defendido la labor de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación. Califica a estas instituciones como herramientas útiles para las empresas. Además afirma que deben de ser vistas y reconocidas por su servicio general hacia la ciudadanía debido al papel importante que juegan en el avance y articulación hacia un nuevo modelo productivo. Finalmente, sobre la supresión del recurso cameral, ha apuntado la necesidad de un nuevo régimen fiscal que desgrave las diferentes aportaciones que realicen voluntariamente las empresas, así como por la autofinanciación mediante la prestación de servicios, para de esta manera garantizar la solvencia de estas instituciones.²²

5.1. Futuro de la Cámara de Comercio de Barcelona

La Cámara de Comercio de Barcelona es un claro ejemplo de las consecuencias sufridas por estas instituciones con la supresión de la cuota cameral. Tal y como nos ha comentado su Secretario General, dicha eliminación supuso la imposición de un ajuste muy severo tanto en lo que se refiere a su actividad como en el personal. Concretamente se redujo el presupuesto en un 60% y se recortó la plantilla en un 40%.

El Sr. Coronas, no comparte la opinión que dicha supresión significará una mejora en la gestión de las Cámaras en el sentido de que estas instituciones optimizarán sus recursos para generar la autofinanciación necesaria para su supervivencia, ya que considera que entramos en un nuevo modelo de gestión, y por lo tanto, tendrán que adaptarse necesariamente al nuevo sistema.

Por otro lado, tal y como vemos a continuación el Secretario General tiene claro que a pesar de vivir en un mundo globalizado, las Cámaras de Comercio tienen futuro y que todas ellas, incluida la Cámara de Comercio de Barcelona tienen que adaptarse a los nuevos cambios.

Vivimos en un entorno cada vez más globalizado, competitivo y complejo. La Cámara de Comercio de Barcelona es sin duda un agente principal en la defensa, promoción y representación de las empresas de su demarcación. Esos objetivos siguen siendo válidos y más necesarios que nunca. Pero no así los instrumentos y las circunstancias existentes para

²¹ Noticia del Diario de Salamanca, del Miércoles 26 de Septiembre de 2012.

²² Noticia del Diario de Andalucía, del 26 de Marzo de 2014.

alcanzarlos. La innovación y la adaptación constante a los cambios tecnológicos en el ámbito del transporte, comunicaciones y transformaciones sociales obligan a explorar nuevas palancas de acción, más inmediatas, eficientes y accesibles. La Cámara de Barcelona es un operador de operadores y un catalizador de iniciativas y de proyectos. Pero no está sola y debe compartir y mutualizar su liderazgo. Si lo sabe hacer, su futuro está asegurado²³.

5.2. Futuro de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña

Tras superar unos primeros años con dificultades tras la supresión de la cuota cameral, la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña está definiendo a la perfección hacia donde quiere ir. Tal y como nos ha comentado, el Secretario General el Sr. Igor Urrea, ésta institución tiene que conseguir ser el primer contacto para las empresas españolas que quieran expandir su negocio en el mercado británico. De esta manera nos lo ha manifestado el Secretario General:

El futuro de la Cámara no va a ser muy diferente del presente: una institución que ayuda a las empresas. A través de la oferta de servicios y de la organización de eventos facilitamos la entrada y la implantación en el mercado británico. La Cámara del futuro será lo que sus socios quieran que sea, pero siempre tendrá que ser útil y dar un valor añadido.²⁴

Además, considera que gracias a la gran reputación que se han ido ganando a lo largo de estos años, junto con la experiencia obtenida y un equipo de trabajo muy competente pueden maximizar el proceso de internacionalización de las empresas en el mercado anglosajón.

Para alcanzar dicho objetivo ha centrado todos sus esfuerzos en ofrecer unos servicios de máxima calidad que sirvan para satisfacer las necesidades de las empresas. Un ejemplo claro es el servicio de Agendas Comerciales donde la Cámara hace las gestiones pertinentes para concertar citas para las empresas españolas con empresas que residan en Gran Bretaña y que puedan llegar a algún acuerdo de colaboración. Según el Sr. Igor Urrea, este servicio está siendo muy demandado debido a que es una manera muy interesante para las empresas que quieren expandir su negocio en un mercado donde la mayoría de las veces no tienen conocimientos del funcionamiento, de los proveedores, de la legislación, etc. y por lo tanto, les permite iniciarse con colaboraciones con empresas que les pueden orientar.

²³ Entrevista realizada al Sr. Xavier Coronas, Secretario General de la Cámara de Comercio de Barcelona. Anexo 1. Pregunta 2.

²⁴ Entrevista realizada al Sr. Igor Urrea, Secretario General de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña. Anexo 2. Pregunta 3.

Además, la Cámara de Comercio Española de Gran Bretaña actualmente está haciendo un gran esfuerzo para promocionar todos estos servicios. Para ello, están firmando acuerdos de colaboración con muchas Cámaras de Comercio que residen en el territorio español ya que estas son el nexo principal con las pequeñas y medianas empresas y por lo tanto pueden conseguir atraer a empresas interesadas en el mercado británico. La respuesta tan positiva que han recibido ha sorprendido gratamente al Sr. Igor Urra que no esperaba captar la atención de tantas empresas en un periodo tan corto de plazo. Además, el Secretario General nos ha confirmado que la mayoría de estas empresas son de pequeña dimensión que están muy interesadas en abrir nuevos mercados para vender sus productos o servicios debido a la bajada de la demanda interna que están sufriendo.

Por otro lado, debido a la presencia cada vez más numerosa de empresas españolas en Inglaterra, la Cámara está consiguiendo ser el punto de encuentro para todas ellas. Asociándose a ésta institución los representantes de las empresas pueden conocerse en la multitud de eventos que la Cámara organiza para ellos y por lo tanto es una opción que facilita la Cámara para que sus socios se conozcan y puedan hacer networking.

Finalmente, el Sr. Urra considera que la Cámara es una organización necesaria, aunque también tiene claro que debe tener otro enfoque que el que tenía cuando inicialmente fueron creadas.

La Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña fue creada hace 128 años y las necesidades de las empresas hace 100 años son totalmente diferentes a las necesidades actuales. Pero por otro lado, si estamos hablando de una institución centenaria es porque sin duda ha sabido reconvertirse y adaptarse.

Hoy en día todavía es una organización necesaria y la prueba es que sigue contando con más de 300 socios, que la financian con las cuotas y con la asistencia a los eventos de pago. Si las empresas no vieran necesario tener una Cámara esta no existiría.

Dicho esto, el sentido de la Cámara probablemente sea muy distinto hoy que el sentido que tenía hace 50 o 75 años. Venimos de una Cámara que giraba en torno a determinados servicios y estamos en una época en la que sin perder ese origen de proveedor de servicios, dedicamos muchos recursos a la organización de eventos. El futuro será una combinación de lo anterior más un desarrollo de sus labores de representación y defensa de los intereses de la inversión española en Gran Bretaña²⁵.

²⁵ Entrevista realizada al Sr. Igor Urra, Secretario General de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña. Anexo 2. Pregunta 4.

CONCLUSIONES

Una vez analizados con profundidad los aspectos más relevantes y controvertidos de las Cámaras de Comercio, procedemos a dar respuesta a las hipótesis o preguntas que nos planteábamos al principio de este trabajo.

Por lo que respecta a la relación entre las Cámaras de Comercio con los poderes públicos podemos apreciar que, a pesar de ser estas corporaciones de derecho público no son consideradas organismos gubernamentales, y que entre sus funciones principales precisamente destaca la de actuar como organizaciones locales de negocio con el objetivo de intentar influir sobre la promulgación de leyes de los poderes públicos para que les sean favorables a las empresas que representan.

Por otro lado, hemos podido comprobar que las Cámaras de Comercio se nutren económicamente de los ingresos obtenidos de los servicios que realizan, aportaciones voluntarias por parte de las empresas o rentas o incrementos de su propio patrimonio. Así lo hemos podido corroborar con el artículo 19 de la Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación, que tasa los ingresos de que pueden disponer estas instituciones. Entre ellos no hay constancia de ningún tipo de aportación por parte de las arcas públicas. En este sentido también nos lo han confirmado dos máximos representantes de dos Cámaras de Comercio, como son los Secretarios Generales de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña y de la Cámara de Comercio de Barcelona, el Sr. Igor Urrea y el Sr. Xavier Coronas, respectivamente.

En base a la segunda hipótesis planteada relativa a qué consecuencias han tenido que hacer frente debido a la supresión de la cuota cameral por parte de las empresas, hemos podido comprobar que a pesar de que inicialmente perjudicó gravemente a las Cámaras de Comercio, estas con el tiempo han sido capaces de recomponerse y buscar otros recursos.

La eliminación del ingreso principal para la mayoría de las Cámaras de Comercio con el Real Decreto Ley 13/2010 con efectos en el año 2011 no dejó margen de maniobra para intentar buscar otras vías de financiación u otros recursos, por lo que muchas de las Cámaras se vieron obligadas a hacer drásticos recortes tanto en los presupuestos como en los empleados. En este sentido, la Cámara de Comercio de Barcelona es un ejemplo muy ilustrativo ya que en 2011 por este motivo tuvo que recortar un 60% su presupuesto y reducir la plantilla en un 40%.

Ahora bien, la inscripción voluntaria por parte de las empresas a las Cámaras han hecho que con el tiempo estas corporaciones de derecho público se hayan visto obligadas a redefinir su estrategia para sobrevivir. Se han centrado básicamente en ofrecer servicios de alto valor añadido, especialmente para las empresas con menos recursos, es decir, las pequeñas y medianas empresas.

Finalmente, respecto a la última hipótesis planteada de si tienen futuro las Cámaras de Comercio como instituciones públicas que, como hemos explicado, se centran en ofrecer una gran variedad de servicios para poderse financiar, y que precisamente dichos servicios son ofrecidos también por empresas privadas, podemos concluir que el futuro de estas instituciones es esperanzador.

Por un lado vemos que las Cámaras de Comercio han tenido la capacidad de ver las necesidades de las empresas, así como de los empresarios, y han considerado que era necesario aumentar el abanico de servicios que estaban ofreciendo y, sobre todo se han centrado en potenciar los servicios de internacionalización. Creen que en la situación actual de un mercado interno con pocas posibilidades de prosperar, una vía muy interesante para las empresas es expandirse. Es por ello, que las Cámaras de Comercio quieren ayudar a las empresas nacionales en su aventura empresarial, y con sus medios y recursos garantizar el máximo éxito posible en el establecimiento en nuevos mercados.

Por otro lado, gracias a ser las Cámaras unas instituciones de gran prestigio en el sector empresarial, les facilita el contacto con las empresas que les interesa a sus clientes. De esta manera nos lo ha explicado el Sr. Igor Urra, Secretario General de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña, que nos ha dicho que ha podido comprobar que la reacción de las empresas contactadas para concertar una cita con sus clientes varía si dicen que colaboran con la Cámara de Comercio o no. Dicha reacción positiva por parte de las empresas contactadas, cuando la Cámara de Comercio en cuestión contacta con éstas informando que lo hace en representación de una empresa cliente, según el Sr. Igor Urra, se debe al reconocimiento que se ha ido ganando esta institución por su buena labor y su trabajo de gran calidad.

En este sentido, hemos podido comprobar que las Cámaras de Comercio han optado por centrarse en abarcar el máximo de servicios posibles que puedan ayudar tanto a los empresarios como a las empresas en el camino al éxito empresarial. Además, hemos visto del gran prestigio que gozan a día de hoy estas instituciones dentro del mundo empresarial, que es una clara ventaja competitiva respecto de las demás empresas privadas que ofrecen servicios similares a los suyos.

Finalmente podemos concluir que este Trabajo de Final de Carrera nos ha permitido adentrarnos en unas instituciones muy relevantes dentro del mundo empresarial que hacen una función de representación y defensa de los intereses generales de la economía empresarial en cada una de sus demarcaciones muy importante, además de prestar unos servicios de alta calidad para intentar cubrir todas las necesidades de las pequeñas y medianas empresas. También, hemos podido comprobar que las Cámaras de Comercio están redefiniendo su estrategia de negocio a las necesidades del mercado como consecuencia de los últimos cambios legislativos.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Básica

ARACIL, RAFAEL., *El libro centenario de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona*: 1986.

CABEZAS HERNÁNDEZ, María Teresa, *Las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España: naturaleza jurídica y funciones*: Barcelona, 2002.

GORORDO BILBAO, José María, *Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación*, 2005.

PONT ESTRADERA, María, *Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona 1886-2011. 125 anys d'història. Qui l'ha fet possible*, Barcelona, 2011.

Bibliografía Complementaria

a) Normativa

- Ley 3/1993, de 22 de marzo, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación.
- Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.
- Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación.
- Constitución Española de 1978.

b) Obras y Manuales

F. BENVENUTTI, *Origine e prospettive della Camera di commercio in Italia*. 1970.

FEROCI, V., *Instituciones de Derecho Sindical y Corporativo*: Reus, 1942.

LÓPEZ RODÓ, Laureano, *Las Cámaras de Comercio e Industria en la Europa Continental*. Coloquio Jurídico Internacional: 1995.

MANZANEDO MATEIOS y NIETO GARCÍA, *Régimen jurídico del comercio interior, con especial referencia a las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación*: Madrid, 1973.

NOUVION, *L'institution des chambres de commerce. Pouvoirs et contrepoids*: Paris, 1992.

RUSSOMANO, M.V., *Principios generales de Derecho Sindical*: Madrid, 1977.

SEGARRA, E, *Los gremios, Barcelona*, Imp. De F: Altés y Alabart, 1911.

c) Diarios

-Diario de Andalucía

- Miércoles 26 de marzo de 2014

-Diario El Economista:

- Martes 22 de marzo de 2011
- Miércoles 13 de abril de 2011

-Diario Expansión:

- Miércoles 13 de abril de 2011

-Diario La Vanguardia:

- Viernes 2 de marzo de 2012
- Jueves 24 de abril de 2014
- Lunes 5 de mayo de 2014

-Diario de Salamanca

- Miércoles 26 de setiembre de 2012

Webgrafía

www.cambrabcn.org/ (fecha de consulta: 29-01-2014).

www.spanishchamber.co.uk (fecha de consulta: 29-01-2014).

www.eurochambres.be (fecha de consulta: 02-02-2014).

www.libertaddigital.com/profesionales/las-camaras-de-comercio-alertan-de-la-gravedad-de-suprimir-la-cuota-1276408574/ (fecha de consulta: 05-02-2014).

www.europapress.es/comunitat-valenciana/noticia-camara-comercio-dice-supresion-cuota-cameral-obligatoria-puede-eliminar-muchos-servicios-20101202143844.html (fecha de consulta: 05-02-2014) .

www.lavanguardia.com/vida/20120309/54266112476/las-camaras-de-comercio-disenan-futuro-sin-ingresos-de-cuotas-obligatorias.html (fecha de consulta:15-02-2014).

www.camarabilbao.com/ccb/contenidos.item.action?id=615285 (fecha de consulta: 23-02-2014).

www.salamanca24horas.com/local/74360-la-camara-de-comercio-tendra-nuevas-funciones (fecha de consulta: 03-03-2014).

www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/economia/089408/rafael/rodriguez/destaca/papel/camaras/comercio/diseno/nuevo/modelo/productivo/andalucia (fecha de consulta: 03-03-2014).

www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/160a6e1d-bc84-4418-907a-7d2fa4c1025e (fecha de consulta: 12-03-2014).

www.camaras.org/publicado/comunicacion/organizacion_y_funciones.html (fecha de consulta: 14-03-2014).

www.eleconomista.es/castilla_y_leon/noticias/5183126/09/13/ (fecha de consulta: 28-03-2014).

www.elpais.com/diario/2010/12/06/economia/1291590006_850215.html (fecha de consulta: 02-04-2014).

www.valenciaplaza.com/ver/64880/la-camara-de-comercio-adios-a-los-cursos-gratis.html (fecha de consulta: 05-04-2014).

www.cambramenorca.com/pagina.php?Cod_fam=3 (fecha de consulta: 11-04-2014).

www.camaracaceres.es/guia/guia-05.html (fecha de consulta: 12-04-2014).

ANEXOS



Anexo 1

Entrevista realizada al Sr. Xavier Coronas, Secretario General de la Cámara de Comercio de Barcelona.

1. *¿Qué función principal tiene la Cámara de Comercio de Barcelona?*

Representar, promover y defender los intereses generales de la economía empresarial en su demarcación. Y prestar servicios.

2. *¿Cuál cree que será el futuro de la Cámara de Comercio de Barcelona? ¿Hacia dónde va encaminada?*

Vivimos en un entorno cada vez más globalizado, competitivo y complejo. La Cámara de Comercio de Barcelona es sin duda un agente principal en la defensa, promoción y representación de las empresas de su demarcación. Esos objetivos siguen siendo válidos y más necesarios que nunca. Pero no así los instrumentos y las circunstancias existentes para alcanzarlos. La innovación y la adaptación constante a los cambios tecnológicos en el ámbito del transporte, comunicaciones y transformaciones sociales obliga a explorar nuevas palancas de acción, más inmediatas, eficientes y accesibles. La Cámara de Barcelona es un operador de operadores y un catalizador de iniciativas y de proyectos. Pero no está sola y debe compartir y mutualizar su liderazgo. Si lo sabe hacer, su futuro está asegurado.

3. *¿Cree usted que en el mundo tan globalizado en el que vivimos hoy, tienen sentido las Cámaras de Comercio?*

Poco importa que lo crea yo o no. La realidad es que hay millares de cámaras de comercio en todo el mundo y en todos los sistemas sociopolíticos existentes, con alguna excepción (Ciudad del Vaticano, Timor Oriental) Evidentemente que no todas son iguales, y responden a intereses y naturalezas distintas. Pero sí que comparten una marca única y suelen perseguir intereses multisectoriales de

empresas con independencia de su tamaño. Preguntarse si en un mundo tan globalizado como el de hoy las cámaras de comercio tienen sentido es como preguntarse si el Estado-Nación tiene razón de ser en ese mismo contexto.

4. *¿Qué efectos tuvo la eliminación de la cuota cameral para vuestra Cámara?*

La supresión de un recurso financiero del orden del 60% del total del presupuesto. La imposición de un ajuste muy severo en términos de personal – el 40% ha perdido su empleo – y de actividad. La cámara ha tenido que reorganizar su estructura orgánica y reorientar su actividad a la obtención de resultados, sin poder renunciar del todo a su ámbito de actuación institucional y representativa a que está obligada por ley y por su naturaleza de corporación de derecho público.

5. *Según los legisladores, se optó por la eliminación de la cuota cameral básicamente para mejorar la competitividad de las Cámaras, ¿cree usted que se ha conseguido este efecto deseado?*

Si por competitividad se entiende la reducción de los costes y la prestación de servicios o realización de actividades a menor precio, de forma que la Cámara deviene un actor más competitivo en ese mercado, la respuesta es no. Si se refiere a la competitividad de las empresas, la respuesta también es un no, ya que aparte de que sólo un 50 % de las empresas contribuían al recurso cameral obligatorio, ya que las otras estaban exentas, la supresión les ha supuesto al mismo tiempo la supresión de la deducción por tal concepto de la base imponible del impuesto de sociedades, con lo cual en la práctica han visto aumentar su cuota impositiva. Si con ello se quiere dar a entender que con la supresión mejorará la gestión de las cámaras en el sentido que tendrá que optimizarse para generar la autofinanciación necesaria para su supervivencia, la respuesta no puede ser que sí ni que no, ya que la cuestión no es si mejorará la gestión o no, sino que necesariamente tendrá que cambiar para adaptarse al nuevo sistema. Habrá, por tanto, una nueva gestión, ni mejor ni peor, diferente.

6. *¿Sería usted partidario en volver a establecer el pago de la cuota cameral?*

A estas alturas, y dada la oposición social empresarial a la restauración de una exacción parafiscal como es la cuota cameral, quizá no. Pero sí que sería partidario de establecer una línea presupuestaria pública suficiente para garantizar la viabilidad y ejercicio de las funciones públicas propias de las Cámaras de Comercio.

7. *¿Qué opinión tiene sobre la nueva Ley 4/2014, de 1 de abril, Básica de las Cámaras Oficiales de Comercio? ¿Sería partidario de modificar algún aspecto?*

A mi juicio, la nueva Ley parece un colage de “copiar, cortar y pegar” de la anterior Ley del 93, con alguna mejora respecto del RD-Ley de 2010. Desde el punto de vista jurídico, suscita muchos interrogantes, entre los cuales destaca el de cómo garantizar la sostenibilidad de unas corporaciones públicas sin asegurarles un mínimo de financiación pública. Desde el punto de vista político, es de reconocer el esfuerzo de consenso que se ha hecho entre las fuerzas políticas con representación parlamentaria, y entre ellas, los principales grupos mayoritarios y nacionalistas, para aprobar un texto legal que ofrezca un marco de estabilidad y un cierto horizonte de actuación a las Cámaras. Ahora no es el momento de modificar, sino de desarrollar y reglamentar con el fin de ir cubriendo esas carencias para devolver a las Cámaras su papel de entidades representativas que son, además de prestadoras de servicios.



Anexo 2

Entrevista realizada al Sr. Igor Urrea, Secretario General de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña.

1. ¿Qué función tiene la Cámara de Comercio española en Gran Bretaña?

Fundada en 1886, la Cámara de Comercio Oficial de España en Gran Bretaña es una institución clave en el desarrollo de relaciones económicas y comerciales entre estos dos países. Ubicada en Londres, la Cámara ofrece a las empresas españolas e inglesas oportunidades de promoción comercial en ambos mercados a través de un amplio rango de servicios, que cubren las áreas de promoción, networking, información y asesoramiento, formación, desarrollo comercial, cooperación empresarial, soporte logístico y administrativo.

La Cámara de Comercio de España en Gran Bretaña es una Institución que tiene como principal objetivo promover las relaciones comerciales entre empresas españolas y británicas, facilitando a nuestros asociados los datos de contacto de los sectores productivos y los canales de comercialización en los que estuviesen interesados.

2. ¿Cuáles son los servicios principales que ofrecéis? ¿Y cuál de éstos son los más solicitados por las empresas?

La Cámara de Comercio ofrece una gran variedad de servicios a empresas españolas y británicas, que van desde promoción comercial, información y asesoramiento. A través de la Cámara las empresas pueden acceder a información básica sobre los mercados español y británico y pueden aprovechar el apoyo técnico ofrecido.

Los eventos organizados por la Cámara de Comercio permiten, tanto a las empresas socias como a las no socias, desarrollar su cartera de contactos dentro del contexto de negocios hispano-británico.

3. *¿Cuál cree que será el futuro de la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña? ¿Hacia dónde va encaminada?*

El futuro de la Cámara no va a ser muy diferente del presente: una institución que ayuda a las empresas. A través de la oferta de servicios y de la organización de eventos facilitamos la entrada y la implantación en el mercado británico. La Cámara del futuro será lo que sus socios quieran que sea, pero siempre tendrá que ser útil y dar un valor añadido.

4. *¿Cree usted que en el mundo tan globalizado en el que vivimos hoy, tienen sentido las Cámaras de Comercio en el extranjero?*

Es una pregunta totalmente pertinente. La Spanish Chamber fue creada hace 128 años y las necesidades de las empresas hace 100 años son totalmente diferentes a las necesidades actuales. Pero por otro lado, si estamos hablando de una institución centenaria es porque sin duda ha sabido reconvertirse y adaptarse.

Hoy en día todavía es una organización necesaria y la prueba es que sigue contando con más de 300 socios, que la financian con las cuotas y con la asistencia a los eventos de pago. Si las empresas no vieran necesario tener una Cámara esta no existiría.

Dicho esto, el sentido de la Cámara probablemente sea muy distinto hoy que el sentido que tenía hace 50 o 75 años. Venimos de una Cámara que giraba en torno a determinados servicios y estamos en una época en la que sin perder ese origen de proveedor de servicios, dedicamos muchos recursos a la organización de eventos. El futuro será una combinación de lo anterior más un desarrollo de sus labores de representación y defensa de los intereses de la inversión española en Gran Bretaña.

5. *¿Qué efectos tuvo la eliminación de la cuota cameral para vuestra Cámara?*

El impacto directo inmediato fue la pérdida como socios de varias Cámaras, pero a medio y largo plazo no tengo ninguna duda de que recuperaremos esas Cámaras y ganaremos alguna más porque los servicios que ofrecemos son valorados por nuestros socios.

6. *Según los legisladores, se optó por la eliminación de la cuota cameral básicamente para mejorar la competitividad de las Cámaras, ¿cree usted que se ha conseguido este efecto deseado?*

El problema de fondo con el cambio legislativo es que existe una distancia entre lo que se exige a las Cámaras y los recursos (o la falta de recursos) con las que se les dota. Las Cámaras tendrán que ser más competitivas, tendrán que transformarse en organizaciones profesionales proveedoras de servicios, pero alguien tendrá que dotarlas de recursos para que puedan ofrecer esos servicios. O bien la Administración las financia, o bien las empresas pagan por sus servicios, pero, ya se está viendo, no van a poder ser competitivas si se les obliga a dar unos servicios y se suprimen sus fuentes de financiación.

7. *¿Sería usted partidario en volver a establecer el pago de la cuota cameral?*

Las cuotas deberían ser voluntarias, pero también deberían pagarlas todas aquellas empresas que se beneficiaran del trabajo de las Cámaras. Si las Cámaras no son necesarias desaparecerán, pero si no desaparecen es porque cumplen una función: si satisfacen una necesidad, siempre habrá empresas que estén dispuestas a mantener estas instituciones vivas. Está pasando con las Cámaras en el extranjero y pasará con las Cámaras en España. El patrimonio histórico que representan es valiosísimo y estoy seguro que no se perderá.

Anexo 3

A continuación, veremos unos ejemplos ilustrativos de los diferentes tipos de eventos de networking que la Cámara de Comercio Española en Gran Bretaña organiza a lo largo del año:

Fiesta informal de Halloween organizada en colaboración con el restaurante The Haciendas Co. El restaurante cedió sus instalaciones y un catering de bienvenida para que los socios de la Cámara pudiesen disfrutar de otra manera una fecha tan señalada. - Octubre 2013.



Desayuno con el Sr. Jaime García-Legaz, Secretario de Estado de Comercio. El evento empezó con una conferencia del Sr. García-Legaz, seguido de un desayuno para compartir opiniones entre los asistentes.

- Marzo 2013.

Seminario de actualización de derecho laboral, con la colaboración de la empresa Levenes Employment. El objetivo era informar a las empresas sobre las modificaciones en la legislación laboral inglesa.

- Enero 2014.



Evento en el estadio de Wembley. Asistencia en un partido de futbol de la selección inglesa. Asistieron representantes de grandes empresas españolas asociadas a la Cámara como: Banco Santander, BBVA, Iberia o Mapfre.

- Octubre 2013.



Cata de vinos. Evento organizado con Cámaras de Comercio de otros países, como las Cámaras de Argentina, México, Canadá, etc. Consistía en ofrecer a los socios la posibilidad de catar vinos de distintos países.

- Setiembre 2013.