

LAS CÁMARAS DE COMERCIO Y EL DESARROLLO NACIONAL

Ms. Vicente Rosell berendson

La finalidad de este artículo es el de hacer de conocer la antigüedad y relevancia que tienen las Cámaras de Comercio para el desarrollo de una ciudad, región, país y del mundo entero, centrándonos en lo que respecta a nuestra Cámara de Comercio y Producción de La Libertad.

Haciendo un poco de historia, aproximadamente 4000 años A.C, según documentos encontrados en los territorios de Irak, Irán y Siria revelan que ya existía una oficina que al parecer era el centro de la organización de los comerciantes de la época, cuya finalidad era poder defender y promover sus propios derechos como tales.

Esto demuestra que no sólo la actividad comercial era lo que le interesaba a cada persona que ejercía el comercio , sino que además existía una gran preocupación por organizarse e impulsar su actividad comercial a través de un organismo representativo, lo que en la actualidad se traduciría en lo que son las Cámaras de Comercio como Asociaciones o Instituciones que a nivel local, provincial, nacional o internacional, agrupan a los comerciantes sean estos importadores, exportadores, industriales, mayorista, minoristas, etc, con el objeto de proteger sus intereses, mejorar sus actividades comerciales sobre la base de la mutua cooperación y promover su prosperidad, así como también la de la comunidad en la cual se hallan asentadas, esto último ha tomado una gran relevancia pues los empresarios a través de sus Cámaras e Instituciones representativas no solo velan por los legítimos intereses de sus asociados, si no que sirven de puente entre ellos y las autoridades a fin de que se mejore no solo el ambiente y la infraestructura para hacer empresa, si no que esa riqueza producida lleve a través de la inversión, el trabajo y los impuestos que se generan, a un mejor nivel de vida para todos los vecinos de su zona de influencia, adicionalmente al desarrollo de las obras que directamente realizan los empresarios dentro de un marco de responsabilidad social, que sin querer remplazar al Estado, coadyuven a hacer de su ciudad y región un mejor lugar para vivir.

- Ms. Vicente Rosell berendson

Haciendo algo de historia, podemos decir que la primera Cámara de Comercio aparece en Francia, específicamente en Marsella. Su nombre surge del "recinto" CHAMBRE donde se reunían los comerciantes y manufactureros para proteger sus derechos, promover sus productos y estimular las transacciones comerciales. Aquí empieza la historia de la entidad que a través del tiempo se ha ido formando en cada parte del mundo.

La primera Cámara que se fundó en el Perú es la Cámara de Comercio de Tacna, con el nombre de "Junta Central de Comercio de Tacna". El 22 de marzo de 1884, se suscribe en Tacna el Acta de instalación de la "JUNTA CENTRAL DE COMERCIO DE TACNA" y tres meses después se le da la partida de nacimiento que a la letra dice:

" 357 - En la ciudad de Tacna, república de Chile, a veinticuatro de junio de mil ochocientos ochenticuatro ante mí, notario público (Hermogenes Cordero) y testigos comparecieron a efectos de constituir y establecer una sociedad anónima con el título de "Junta central de Comercio de Tacna" los señores cuyos nombres y domicilios se expresa: don Tomas Burdos como apoderado de la casa de Comercio de Campbell Jones i Compañía, don Manuel Granier como apoderado de V. Farfán i Compañía, Don A. Jorge Lupuis como representante de la casa de comercio de Deves Freres, Don Carlos Brockmann en representación de Zibold Brieger i Compañía, Don Gustavo Bubeck como socio de A. Cavagnaro i Compañía, A. Frenzenhammer como representante de Jicheteer i Compañía, Don Juan Bostelmann como socio de la casa Schmidt i Boltelmann, Don J.L.Wilson por sí todos comerciantes, mayores de edad y de este dominio”.

En los años siguientes a 1880, la Guerra del Pacífico y su secuela de luchas internas, el caos, el caudillismo y la absoluta falta de consenso de nuestra clase política, habían configurado un escenario de profundas grietas económicas, políticas y sociales en el Perú.

Entonces los hombres de empresa, en este caso quienes ejercían la actividad productiva y comercial, coincidieron en la necesidad de fundar un gremio que los agrupe para contribuir a la reconstrucción nacional, cuya economía había sido destruida por la guerra.

De esta manera, el 20 de abril de 1888 nace la Cámara de Comercio de Lima bajo el principio de defensa y promoción de los legítimos intereses de la empresa privada, siempre en aras del desarrollo sostenido con equidad del Perú.

La historia de La Cámara como uno de los gremios empresariales decanos, estuvo así desde siempre ligada a los destinos del país, pues muchos de sus directivos asumieron luego las más altas responsabilidades de la Nación. Don Manuel Candamo por ejemplo, que presidió la institución en 1897 llegó después a ocupar la Presidencia de la República entre 1903 y 1904.

Nuestra Cámara de Comercio de La Libertad, se funda el 13 de julio de 1902, teniendo el honor que dentro de sus fundadores esta mi bisabuelo Don Juan N Armas, actualmente podemos enorgullecernos de tener una de las Cámaras más activas a nivel nacional.

Las Cámaras de Comercio están llamadas por su naturaleza, por su historia y por sus estatutos, a ser un referente social e institucional. Para ello, no sólo debe prestar servicios de excelencia; si no que tienen que desarrollar acciones que se acerquen a ese objetivo final que es ofrecer a la sociedad caminos y conductas dirigidas al progreso económico; al progreso comercial, empresarial y como fin último el desarrollo humano, objetivos que un grupo de asociados estamos empeñados en lograr, sobre lo ya hecho eficientemente por las administraciones anteriores.

Como es sabido por todos una de las grandes debilidades de nuestra sociedad, Estado y de muchas Instituciones y empresas es el de querer refundar todo, desconociendo lo bueno de otras gestiones y sobre esa base iniciar una nueva gestión de tal manera de cambiar lo malo e impulsar lo bueno ya en marcha, implementando las ideas que uno trae para desarrollarlas en la nueva gestión. Para justificar cambios abruptos generalmente usamos la palabra “Reingeniería” muchas veces sin saber que lo que Michael Hammer expuso en su libro en los 80s y que por los resultados obtenidos, el 70% de las empresas que la aplicaron no lograron sus objetivos; lo obligaron a rectificarse, por lo que hacer tabla rasa de lo anterior como la historia reciente nos lo muestra no es una solución, quizá los egos nos jueguen una mala pasada a los empresarios, técnicos y políticos, pero los números siempre nos regresaran a la realidad, es por eso que nosotros sabemos que todo debe ser cuantificable, medible y comparable, ya que “lo que no se puede medir no se puede gestionar”, es por ese motivo que para que una nueva gestión de nuestra Cámara sea eficiente debe continuar con la metodología anterior y mejorarla, pero siempre teniendo las líneas de base que permitan, dentro de lo que nos imponen los cambios del entorno y la tecnología, poder medir y comparar el impacto que la nueva gestión vaya generado en el desarrollo de los Ejes Estratégicos propuestos y las Unidades de negocio en operación de la Cámara, para que así con total transparencia los asociados puedan juzgar el desempeño de la nueva administración.

La propuesta de la nueva Directiva de la Cámara debería basar el accionar de todas sus actividades en cuatro columnas:

1. La Transformación Digital de la Cámara, que conlleva todos sus procesos internos, externos, accesos a redes sociales y la promoción de esta tecnología tanto entre nuestros asociados como en el ámbito estatal municipal y regional.
2. La promoción de la institucionalidad empresarial a través de la fundación de Cámaras de Comercio en cada Provincia de La Libertad, promoviendo su acceso a la tecnología digital, a los servicios de nuestra Cámara para su desarrollo empresarial y ser un puente para el acceso de las empresas de la Región a los diferentes programas estatales de apoyo al desarrollo del sector privado, así como a la ayuda de instituciones y países amigos líderes en procesos digitales y desarrollo de nuevas tecnologías.
3. Promover la Reforma del Estado, requerimiento indispensable para que el esfuerzo privado en generar riqueza sea bien utilizado por los diferentes estamentos del Estado y no sean utilizados en proyectos inútiles, con corrupción en su gestión o despilfarrados en programas sociales con

múltiples filtraciones, problemática que está llevando a las crisis de nuestros países vecinos, incluyendo a un referente como Chile, en donde el crecimiento no ha sido suficiente ya que la gestión del Estado en la distribución de la riqueza ha sido ineficiente y el involucramiento de los empresarios insuficiente.

4. Continuar con el desarrollo del plan maestro del Centro Empresarial bajo el concepto de prestar diversos servicios no solo a nuestros asociados, sino del de hacer de nuestro Centro el foco del Humanismo Tecnológico y de esta manera impulsar a nuestros asociados, ciudad y región a dar el gran salto hacia la era del conocimiento, para esto se deberá contar con el apoyo, concurso y asociación con empresas líderes en tecnología y de países amigos como Canadá, India, Israel y Alemania entre otros.

Dentro de las diferentes Unidades de Negocio con que cuenta la Cámara, hemos visto conveniente impulsar como una prioridad las que a continuación expongo, debido principalmente a que serán las primeras que deberán dar el paso hacia la transformación digital, y así evitar que estos sectores sean tomados por los “anti” y ser reales interlocutores ante el Estado para la solución de los problemas que afectan a los empresarios de la región y para transparentar todas las acciones y decisiones que se tomen tanto en el Consejo Directivo como en cada una de las unidades de negocio:

1. Centro de Desarrollo Sostenible (CEDESOS Ambiental).- Adicionalmente a las actividades de asesoría y consultoría en gestión ambiental a nuestros asociados y clientes, deberá liderar conjuntamente con las diferentes instituciones de la sociedad civil de Trujillo y capitales de provincia, lo que hemos llamado el “Acuerdo Local para el Medio Ambiente 2030”, en donde se deberán proponer soluciones a la contaminación de nuestro mar, erosión de nuestras playas, contaminación de nuestras cuencas, la limpieza pública, residuos sólidos, contaminación visual, del aire y ruidos, entre otros, para así hacer de Trujillo una ciudad amigable a la inversión y al turismo.

Asimismo las actividades de responsabilidad social saldrían de su ámbito para pasar a ser responsabilidad directa de la Presidencia como el área de Relaciones Comunitarias que debe ser una responsabilidad directa de la alta dirección de toda institución.

2. Centro de Conciliación y Arbitraje (CCA).- Sobre la experiencia obtenida en estos años, desarrollar procesos digitales que permitan transparentar todas las decisiones que tomen los árbitros y así impedir los desagradables acontecimientos de corrupción que estamos viendo y que desprestigian el dinámico mecanismo de arbitraje.
3. Centro de Desarrollo Empresarial (CDE).- Adicionalmente a su objetivo de impulsar la formalización, productividad, competitividad y el crecimiento sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas y emprendedores, el CDE deberá hacer el análisis permanente de las políticas y coyuntura económica, financiera y laboral del país, la región y el mundo, a fin de que proporcione los insumos al Consejo Directivo para que este se pueda pronunciar y proponer políticas de alcance local y nacional para así aportar al incremento de la competitividad empresarial y creación de empleo de la región y el país.

Como experiencia, en el año 2000, a iniciativa del Vicepresidente y Presidente de Prompex y Prompime Ing. Ricardo Marques y siendo Presidente de la CONFIEP Roque Benavides y de la Cámara Eduardo León, se llevaron a cabo reuniones de coordinación entre los ministros de diferentes sectores y sus equipos y las Cámaras de Comercio llegándose a diversos acuerdos que permitirían a los empresarios de las diversas regiones invertir en sus regiones con el apoyo del Estado que actuaría como facilitador, inclusive se planificó una reunión con el SIMA PERU y la Marina de Guerra a fin de que los empresarios pudieran ver la infraestructura técnica de última generación sub utilizada en estas instituciones y pudiera ser utilizada por el sector privado vía convenios, lastimosamente los acontecimientos políticos que todos conocemos truncaron estas iniciativas. Lo relevante está en saber que si se pueden llegar a estos niveles de colaboración y apoyo mutuo entre el Estado y el sector privado en favor de la generación de riqueza y puestos de trabajo, es por eso que el CDE, deberá tener objetivos mucho más ambiciosos que los actuales.

4. Gestión de Proyectos de Innovación.- Esta nueva área de Cámara deberá ser potenciada para que no solo intervengan las universidades y el gobierno regional, si no las municipalidades y a través de convenios empresas tecnológicas de primer nivel y países que a través de la cooperación nos ayuden a desarrollar proyectos de real impacto para nuestras empresas, estudiantes y comunidad en general, teniendo como principal herramienta el desarrollo de nuestro Centro Empresarial como un centro de innovación y desarrollo digital.

Para finalizar y siguiendo la estructura de la memoria anual 2019 presentada por nuestra actual Directiva, los Ejes Estratégicos y sus actividades más destacadas serían las siguientes:

Primer Eje Estratégico.- Fortalecer la institucionalidad de la Cámara para elevar la calidad de servicios que se brinda a los asociados.

Para fortalecer este eje estratégico se deberá continuar con lo ya realizado, adaptando todos sus procesos y actividades para convertir a la Cámara en una Institución digitalizada culturalmente actualizada e innovadora; debiéndose asimismo desarrollar índices de gestión para poder medir el impacto tanto en la Cámara como en nuestros asociados, de cada convenio inter institucional firmado, de cada comisión interna y externa en la que participamos, así como de los eventos en que la Cámara se ve representada.

Segundo Eje Estratégico.- Elevar de manera continua la competitividad de las empresas asociadas a la Cámara con un claro enfoque de sostenibilidad.

En la era del conocimiento, el cambio tecnológico impulsa a nuevas mejoras en los productos y servicios ofrecidos, es por eso que este eje estratégico estará basado y tendrá como principal objetivo el promover la transición digital tanto al interior de la Cámara como en nuestros asociados ya que logrando la digitalización la atención al cliente mejora en todos los aspectos, pues la velocidad de respuesta es mayor y aceleraremos la velocidad de respuesta ante cambios repentinos en el entorno.

Tercer Eje Estratégico.- Impulsar el desarrollo de capacidades de infraestructura productiva y social para lograr el desarrollo sostenible de nuestras empresas y de la Región.

En este eje se contempla como un objetivo prioritario el soporte para la creación de cámaras de comercio en cada capital de provincia y la mejora continua de sus capacidades de las ya formadas.

Asimismo, como es por todos conocido en la actualidad con la globalización y entrando a la cuarta ola a la que Albín Toffler califica como la de la transición a la digitalización y en la que despegan la inteligencia artificial, la interface entre nanotecnología y la biología sintética, es decir el ingreso a la era del conocimiento; donde ya no son los países los que compiten si no las ciudades y las regiones como lo expone Manuel Castells, por lo que las áreas ejecutoras y soporte de la realización de las actividades que conforman este eje estratégico, deberán coadyuvar a la búsqueda y localización de cuáles son los atributos de nuestros territorios ganadores y las falencias que determinan que otros sean perdedores, a fin de avanzar en la identificación de políticas públicas más adecuadas para la creación de riqueza.

Para ser un territorio ganador es imprescindible diseñar instrumentos y políticas públicas específicas a las características de cada territorio para estimular el aprovechamiento de sus recursos locales endógenos, así como impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales para lograr la transformación de los sistemas locales de empresas en un clima de mayor competitividad.

En este sentido, se ha llegado a plantear que en la nueva economía global sólo pueden competir los territorios que aprenden, es decir, aquellos capaces de adaptarse a las transformaciones de la estructura productiva mundial con base en el conocimiento.

Para ser un territorio ganador es necesario propiciar el desarrollo de espacios claves de encuentro entre los actores, públicos, sociales y privados, con el fin de modificar el aparato productivo e impulsar un proceso de crecimiento económico con equidad, y allí precisamente es donde debe ingresar nuestra Cámara a través de los Comités Gremiales y sus unidades de negocio, a fin de ser la generadora del cambio y el soporte institucional y técnico de nuestros asociados, así como ser también la promotora de la Reforma del Estado y de su modernización en el ámbito municipal y regional, única manera de lograr el objetivo de este eje estratégico, el desarrollo sostenible de las empresas y la Región.

Cuarto Eje Estratégico.- Construcción de la primera etapa del Centro Empresarial del Norte (CEN) y elaboración de un proyecto de auto sostenibilidad de las demás etapas.

En este eje adicionalmente a seguir desarrollando lo ya planificado se deberá incluir en todo lo que se ejecute el concepto de edificios inteligentes, ya que el Centro Empresarial deberá ser el foco del humanismo digital, para lo cual se deberán realizar la alianzas estratégicas que se requieran para obtener el financiamiento o cualquier otra forma de asociación que nos permita alcanzar los objetivos.

Quinto Eje Estratégico.- Impulsar y ejecutar programas efectivos de innovación para elevar el nivel de desempeño de las empresas así como el nivel de desarrollo de Trujillo y la región.

En este eje, se deben potenciar las acciones que ejecute el Centro de desarrollo empresarial promoviendo entre nuestros asociados, la comunidad educativa y la comunidad de emprendedores el desarrollo de proyectos que vayan en el sentido de la transformación digital en todos los sectores.

BIBLIOGRAFÍA

- El shock del futuro, La tercera ola; Albin Toffler
- Globalización económica e instituciones políticas en la era de la información; Manuel Castells
- Memoria Institucional 2018-2019; Cámara de Comercio

