

ARTÍCULO 2.2.2.35.8. OBLIGACIÓN DE VERIFICACIÓN DE LÍMITES MÁXIMOS LEGALES DE TASAS DE INTERÉS. Respecto de la verificación de los límites máximos legales de la tasa de interés, el proveedor o expendedor en los contratos de operaciones de crédito mediante sistemas de financiación a los que se refiere este capítulo, deberá:

1. Verificar mensualmente que los intereses cobrados están dentro del límite máximo legal vigente para el cobro de intereses.
2. Si concluye que la tasa de interés pactada está por encima del máximo legal permitido por la ley, la misma deberá ser reducida a dicho límite de forma automática sin necesidad de requerimiento del consumidor, retroactivamente a partir del momento en que se certificó un interés inferior.
3. Si el límite máximo legal en un periodo siguiente vuelve a ser superior a la tasa inicialmente acordada se podrá liquidar y cobrar para dicho periodo la tasa inicialmente pactada.

(Decreto 1368 de 2014, artículo 8o)



ARTÍCULO 2.2.2.35.9. OBLIGACIONES ESPECIALES DEL PRODUCTOR O PROVEEDOR. Las empresas que ofrezcan financiación al consumidor, en los términos descritos en el artículo [2.2.2.35.2](#) del presente decreto deberán conservar a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio la historia de cada crédito que se haya otorgado, por un término mínimo de tres (3) años, contados a partir de la fecha de vencimiento del último pago. La obligación de conservación se podrá cumplir con medios tecnológicos siempre y cuando se observe lo dispuesto en la Ley [527](#) de 1999 y demás normas que la sustituyan o modifiquen. Lo anterior, sin perjuicio de lo consignado en las disposiciones legales vigentes sobre conservación y archivo de documentos.

PARÁGRAFO. El micro y pequeñas empresas, definidas por la Ley [590](#) de 2000, deberán conservar la historia del crédito por un término de un (1) año, a partir de la fecha de vencimiento del último pago.

(Decreto 1368 de 2014, artículo 9o)



ARTÍCULO 2.2.2.35.10. SISTEMAS DE FINANCIACIÓN QUE UTILIZAN TABLAS CON FACTORES DETERMINADOS. Para ofrecer sistemas de financiación utilizando una tabla con factores determinados en función de la tasa de interés y/o el periodo, se deberán observar las siguientes instrucciones:

1. La tabla deberá ser revisada dentro de los cinco días siguientes a la fecha en que la Superintendencia Financiera de Colombia certifique el interés bancario corriente, señalando la fecha en la cual fue efectuada la revisión. En ella se deberá expresar, con caracteres destacados y negrilla, la tasa de interés en términos efectivos que para el periodo respectivo se esté cobrando al público y que haya servido para el cálculo de los factores.
2. Las tablas de factores de por lo menos los últimos tres (3) años, deberán permanecer a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio.

(Decreto 1368 de 2014, artículo 10)

ARTÍCULO 2.2.2.35.11. SANCIONES. En caso de incumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente capítulo, la Superintendencia de Industria y Comercio impondrá las sanciones previstas en la Ley [1480](#) de 2011.

(Decreto 1368 de 2014, artículo 11)

CAPÍTULO 36.

PUBLICIDAD ALUSIVA A CUALIDADES, CARACTERÍSTICAS O ATRIBUTOS AMBIENTALES DE LOS PRODUCTOS.

ARTÍCULO 2.2.2.36.1. OBJETO. El presente capítulo tiene por objeto establecer los requisitos que deberá cumplir la publicidad alusiva a cualidades, características o atributos ambientales de los productos que generen beneficios ambientales.

PARÁGRAFO. Las cualidades, características o atributos ambientales de un producto que se anuncien o publiciten, además de cumplir con las normas vigentes, deberán generar beneficios ambientales reales, de conformidad con la reglamentación de que trata el artículo [2.2.2.36.4](#) del presente decreto.

(Decreto 1369 de 2014, artículo 1o)

ARTÍCULO 2.2.2.36.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN. El presente capítulo se aplicará a todas las personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades publicitarias alusivas a las cualidades, características o atributos ambientales de los productos.

(Decreto 1369 de 2014, artículo 2o)

ARTÍCULO 2.2.2.36.3. REQUISITOS. La publicidad de las cualidades, características o atributos ambientales de cualquier producto, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Deberá tratarse de una aseveración objetiva y comprobada.
2. Las pruebas, investigaciones, estudios u otra evidencia deben basarse en la aplicación de procedimientos técnicos y científicos reconocidos. El anunciante mantendrá a disposición de la Superintendencia de Industria y Comercio, la información que demuestre sus afirmaciones.
3. La afirmación debe ser completa, veraz, transparente, oportuna, verificable, actualizada, comprensible, precisa e idónea y no omitir información relevante que pueda inducir en error a los consumidores.
4. Las afirmaciones ambientales deben indicar si la cualidad, característica o atributo publicitado se predica del producto, de su embalaje o de una porción o componente de ellos, y además especificar el beneficio ambiental que representa.
5. En caso de que la publicidad se fundamente en la comparación de un producto antiguo con uno nuevo de la misma marca, deberán especificarse las características ambientales del producto anterior y las del nuevo producto.
6. Si se desarrolla publicidad comparativa con fundamento en marcas distintas, deberán

especificarse las características ambientales de los productos comparados.

(Decreto 1369 de 2014, artículo 3o)



ARTÍCULO 2.2.2.36.4. REGLAMENTACIÓN DE LAS CUALIDADES, CARACTERÍSTICAS O ATRIBUTOS AMBIENTALES. Para efectos de lo dispuesto en el presente capítulo el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible establecerá las definiciones y los requisitos que deberán aplicarse para anunciar un producto que genere beneficios ambientales.

Previa expedición, las definiciones y requisitos establecidos por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, deberán surtir el proceso de notificación internacional, a través del Punto de Contacto, ante la Organización Mundial del Comercio y demás socios comerciales.

(Decreto 1369 de 2014, artículo 4o)



ARTÍCULO 2.2.2.36.5. COMPETENCIA. La Superintendencia de Industria y Comercio vigilará la publicidad regulada por el presente capítulo e impondrá las sanciones establecidas en la Ley [1480](#) de 2011.

(Decreto 1369 de 2014, artículo 5o)

CAPÍTULO 37.

VENTAS QUE UTILIZAN MÉTODOS NO TRADICIONALES Y LAS VENTAS A DISTANCIA.



ARTÍCULO 2.2.2.37.1. OBJETO. El presente capítulo tiene por objeto reglamentar:

1. Las ventas que utilizan métodos no tradicionales.
2. Las ventas a distancia.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 1o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN. El presente capítulo es aplicable a las relaciones de consumo que se efectúen a través de ventas a distancia o de aquellas que utilizan métodos no tradicionales.

PARÁGRAFO. Las disposiciones contenidas en el presente capítulo no son aplicables a las relaciones de consumo respecto de las cuales exista regulación especial en materia de ventas a distancia o ventas que utilizan métodos no tradicionales.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 2o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.3. MODALIDADES DE VENTAS QUE UTILIZAN MÉTODOS NO TRADICIONALES. De acuerdo con lo previsto en el numeral 15 del artículo [5o](#) de la Ley 1480 de 2011, se entenderán como ventas que utilizan métodos no tradicionales aquellas que se celebran sin que el consumidor las haya buscado, tales como:

1. Las ventas realizadas en el lugar de residencia o de trabajo del consumidor.
2. Las ventas en las que el consumidor es abordado de forma intempestiva por fuera del establecimiento de comercio.
3. Las ventas en las que el consumidor es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento.

PARÁGRAFO. El vendedor, al entrar en contacto con el consumidor, deberá informarle expresamente y de manera inequívoca que se trata de una oferta comercial.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 3o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.4. VENTAS NO TRADICIONALES POR ABORDAJE INTEMPESTIVO. Se considera que existió una venta no tradicional por abordaje intempestivo cuando, sin ser propiciado por el consumidor, el primer contacto entre este y el vendedor se da por fuera del establecimiento de comercio, aun cuando la operación se concluya en el establecimiento de comercio del vendedor o en instalación provisional o temporal acondicionada para el efecto.

En estos términos, se consideran ventas no tradicionales por abordaje intempestivo, entre otras situaciones, aquellas en las que el consumidor es abordado en espacios públicos abiertos o en corredores o lugares de desplazamiento público de instalaciones comerciales o institucionales, o las que usualmente ocurren para la venta de colecciones de libros o enciclopedias, revistas, suscripciones, cursos o materiales para el aprendizaje de idiomas, tiempos compartidos, planes vacacionales o de turismo, seguros, planes funerarios, acciones de clubes, afiliaciones a gimnasios, entre otros.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 4o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.5. VENTAS NO TRADICIONALES EN LAS QUE EL CONSUMIDOR ES LLEVADO A ESCENARIOS DISPUESTOS ESPECIALMENTE PARA AMINORAR SU CAPACIDAD DE DISCERNIMIENTO. Podrán considerarse como ventas en las que el consumidor es llevado a escenarios dispuestos especialmente para aminorar su capacidad de discernimiento y se sujetarán a las disposiciones previstas en este capítulo, entre otras, las ventas que:

1. Utilicen técnicas de ventas con sistemas de escalonamiento de vendedores para oponerse o desvirtuar las negativas del consumidor y dilatar o dificultar el rechazo de la oferta, o
2. Utilicen expresiones o actos que ridiculicen o discriminen al consumidor para oponerse o desvirtuar su negativa y dilatar o dificultar el rechazo de la oferta, entre otras.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 5o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.6. VENTAS A DISTANCIA. De acuerdo con lo establecido en el numeral 16 del artículo 5o de la Ley 1480 de 2011, se consideran ventas a distancia las realizadas sin que el consumidor tenga contacto directo con el producto que adquiere, a través de correo, teléfono, catálogo, comercio electrónico o con la utilización de cualquier otra técnica de comunicación a distancia.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 6o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.7. RESPONSABILIDAD. Para efectos del presente capítulo, se entenderá que las obligaciones previstas en los numerales 3 y 4 del artículo [46](#) de la Ley 1480 de 2011, son exigibles exclusivamente a quien realiza la operación de venta en forma directa al consumidor. Sin perjuicio de lo anterior, el productor es responsable del cumplimiento de dichas obligaciones, cuando un tercero realiza la operación de venta en su nombre y representación.

Respecto de las obligaciones previstas en los numerales 1 y 2 del artículo [46](#) de la Ley 1480 de 2011, en lo que tiene que ver con la entrega del bien o servicio y la posibilidad de presentar reclamaciones y solicitar devoluciones, el productor y el proveedor serán solidariamente responsables, de conformidad con los artículos [10](#) y [11](#) de la misma ley.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 7o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.8. INFORMACIÓN PREVIA QUE EL VENDEDOR DEBE SUMINISTRAR AL CONSUMIDOR EN LAS TRANSACCIONES DE VENTAS A TRAVÉS DE MÉTODOS NO TRADICIONALES O A DISTANCIA. Sin perjuicio de lo previsto en los artículos [23](#), [24](#) y [37](#) de la Ley 1480 de 2011, en las ventas por métodos no tradicionales o a distancia, el vendedor, con anterioridad a la aceptación de la oferta, debe suministrar al consumidor como mínimo la siguiente información:

1. Su identidad e información de contacto.
2. Características esenciales del producto.
3. El precio, conforme con las reglas previstas en el artículo [26](#) de la Ley 1480 de 2011.
4. Los gastos de entrega y transporte, cuando corresponda.
5. Las formas de pago que se pueden utilizar.
6. Las modalidades de entrega del bien o prestación del servicio.
7. La disponibilidad del producto.
8. La fecha de entrega o de inicio de la prestación del servicio, cuando corresponda.
9. La existencia del derecho de retracto previsto en el artículo [47](#) de la Ley 1480 de 2011.
10. La existencia del derecho a la reversión del pago en los casos previstos en el artículo [51](#) de la Ley 1480 de 2011.
11. El plazo de validez de la oferta y del precio.
12. Las cláusulas y condiciones relativas a renovación automática o permanencia mínima, esta última en caso de que proceda en los términos del artículo [41](#) de la Ley 1480 de 2011.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 8o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.9. CONTENIDO MÍNIMO DE LOS CONTRATOS DE VENTAS

QUE UTILIZAN MÉTODOS NO TRADICIONALES O A DISTANCIA. Sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley [1480](#) de 2011, los contratos de ventas no tradicionales o a distancia deberán incorporar como mínimo las siguientes condiciones:

1. Identidad del vendedor y su información de contacto.
2. Características esenciales del producto.
3. El precio, conforme con las reglas previstas en el artículo [26](#) de la Ley 1480 de 2011.
4. Los gastos de entrega y transporte, cuando corresponda.
5. Las formas de pago que se pueden utilizar.
6. Las modalidades de entrega del bien o prestación del servicio.
7. La fecha de entrega o de inicio de la prestación del servicio, cuando corresponda. Salvo pacto en contrario, el vendedor deberá entregar el bien o iniciar la prestación del servicio a más tardar en el plazo de treinta (30) días calendario contados a partir de la celebración del contrato.
8. Información suficiente sobre las condiciones y modalidades de ejercicio de los derechos de retracto y reversión del pago, de acuerdo con lo establecido en los artículos [47](#) y [51](#) de la Ley 1480 de 2011.
9. La identificación e información de contacto del prestador de los servicios posventa, así como la forma de acceder a dichos servicios.
10. Las condiciones de terminación cuando se trate de contratos de duración indeterminada o superiores a un año.
11. Las cláusulas y condiciones relativas a renovación automática o permanencia mínima, esta última en caso de que proceda en los términos del artículo [41](#) de la Ley 1480 de 2011, las cuales deberán constar en documento aparte y ser aceptadas expresamente por el consumidor.

PARÁGRAFO 1o. Cuando en algún sector de la economía exista regulación especial en la que se establezcan condiciones contractuales aplicables a ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, y diferentes de las indicadas en este artículo, las contenidas en el régimen especial se aplicarán de manera preferente. En lo no previsto en el régimen especial en materia de ventas que utilizan métodos no tradicionales o a distancia, se aplicarán de manera suplementaria las condiciones establecidas en el presente artículo.

PARÁGRAFO 2o. El vendedor deberá utilizar mecanismos que permitan conservar la constancia de la aceptación o consentimiento expreso de las condiciones del contrato por parte del consumidor.

PARÁGRAFO 3o. De conformidad con lo previsto en el artículo [35](#) de la Ley 1480 de 2011, en ningún caso la falta de respuesta a la oferta de venta no tradicional o a distancia podrá considerarse como aceptación de la misma.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 9o)



ARTÍCULO 2.2.2.37.10. REGISTROS SOBRE LA TRANSACCIÓN Y LA ENTREGA. En

el evento que el consumidor requiera copia de las condiciones bajo las cuales se celebró y ejecutó el contrato, el vendedor deberá entregarla dentro de los tres (3) días siguientes a la solicitud.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 10)



ARTÍCULO 2.2.2.37.11. SANCIONES. El incumplimiento de lo establecido en este capítulo dará lugar a la aplicación de las sanciones previstas en los artículos [61](#) y [62](#) de la Ley 1480 de 2011.

(Decreto 1499 de 2014, artículo 11)

CAPÍTULO 38.

CÁMARAS DE COMERCIO.

SECCIÓN 1.

RÉGIMEN LEGAL DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO.



ARTÍCULO 2.2.2.38.1.1. NATURALEZA JURÍDICA. Las Cámaras de Comercio son personas jurídicas de derecho privado, de carácter corporativo, gremial y sin ánimo de lucro, administradas y gobernadas por los comerciantes matriculados en el respectivo registro mercantil que tengan la calidad de afiliados. Son creadas de oficio o a solicitud de los comerciantes mediante acto administrativo del Gobierno nacional y adquieren personería jurídica en virtud del acto mismo de su creación, previo cumplimiento de los requisitos legales exigidos para el efecto y verificación de su sostenibilidad económica que garantice el cumplimiento eficiente de sus funciones.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 1o)

Doctrina Concordante

Concepto SENA [20266](#) de 2020



ARTÍCULO 2.2.2.38.1.2. JURISDICCIÓN. Corresponde al Gobierno nacional fijar los límites territoriales dentro de los cuales cada Cámara de Comercio desarrollará sus funciones y programas, teniendo en cuenta la continuidad geográfica, los vínculos económicos y comerciales de cada región.

La circunscripción territorial de una Cámara de Comercio podrá comprender el territorio de varios municipios. No obstante lo anterior, en el área de un municipio, distrito o área metropolitana, deberá funcionar solo una Cámara de Comercio. Se exceptúan de esta regla los casos en que con anterioridad al 15 de octubre de 2014 ya existieran varias Cámaras de Comercio en una misma área metropolitana.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 2o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.1.3. SEDES, SECCIONALES Y OFICINAS. Con el objetivo de facilitar la prestación y acceso a sus servicios, las Cámaras de Comercio podrán abrir sedes,

seccionales y oficinas en diferentes lugares, dentro de su circunscripción territorial.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 3o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.1.4. FUNCIONES DE LAS CÁMARAS DE COMERCIO. Las Cámaras de Comercio ejercerán las funciones señaladas en el artículo [86](#) del Código de Comercio y en las demás normas legales y reglamentarias y las que se establecen a continuación:

1. Servir de órgano consultivo del Gobierno nacional y, en consecuencia, estudiar los asuntos que este someta a su consideración y rendir los informes que le soliciten sobre la industria, el comercio y demás ramas relacionadas con sus actividades.
2. Adelantar, elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos, financieros, estadísticos y socioeconómicos, sobre temas de interés regional y general, que contribuyan al desarrollo de la comunidad y de la región donde operan.
3. Llevar los registros públicos encomendados a ellas por la ley y certificar sobre los actos y documentos allí inscritos.
4. Recopilar y certificar la costumbre mercantil mediante investigación realizada por cada Cámara de Comercio dentro de su propia jurisdicción. La investigación tendrá por objeto establecer las prácticas o reglas de conducta comercial observadas en forma pública, uniforme, reiterada y general, siempre que no se opongan a normas legales vigentes.
5. Crear centros de arbitraje, conciliación y amigable composición por medio de los cuales se ofrezcan los servicios propios de los métodos alternos de solución de conflictos, de acuerdo con las disposiciones legales.
6. Adelantar acciones y programas dirigidos a dotar a la región de las instalaciones necesarias para la organización y realización de ferias, exposiciones, eventos artísticos, culturales, científicos y académicos, entre otros, que sean de interés para la comunidad empresarial de la jurisdicción de la respectiva Cámara de Comercio.
7. Participar en la creación y operación de centros de eventos, convenciones y recintos feriales de acuerdo con lo dispuesto en la Ley [1558](#) de 2012 y las demás normas que las sustituyan, modifiquen o adicionen.
8. Promover la formalización, el fortalecimiento y la innovación empresarial, así como desarrollar actividades de capacitación en las áreas comercial e industrial y otras de interés regional, a través de cursos especializados, seminarios, conferencias y publicaciones.
9. Promover el desarrollo regional y empresarial, el mejoramiento de la competitividad y participar en programas nacionales de esta índole.
10. Promover la afiliación de los comerciantes inscritos que cumplan los requisitos señalados en la ley, con el fin de estimular la participación empresarial en la gestión de las Cámaras de Comercio y el acceso a los servicios y programas especiales.
11. Prestar servicios de información empresarial originada exclusivamente en los registros públicos, para lo cual podrán cobrar solo los costos de producción de la misma.
12. Prestar servicios remunerados de información de valor agregado que incorpore datos de otras

fuentes.

13. Desempeñar y promover actividades de veeduría cívica en temas de interés general de su correspondiente jurisdicción.

14. Promover programas, y actividades en favor de los sectores productivos de las regiones en que les corresponde actuar, así como la promoción de la cultura, la educación, la recreación y el turismo.

15. Participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, siempre y cuando se pueda demostrar que el proyecto representa un avance tecnológico o suple necesidades o implica el desarrollo para la región.

16. Mantener disponibles programas y servicios especiales para sus afiliados.

17. Disponer de los servicios tecnológicos necesarios para el cumplimiento y debido desarrollo de sus funciones registrales y la prestación eficiente de sus servicios.

18. Publicar la noticia mercantil de que trata el numeral 4 del artículo [86](#) del Código de Comercio, que podrá hacerse en los boletines u órganos de publicidad de las Cámaras de Comercio, a través de Internet o por cualquier medio electrónico que lo permita.

19. Realizar aportes y contribuciones a toda clase de programas y proyectos de desarrollo económico, social y cultural en el que la Nación o los entes territoriales, así como sus entidades descentralizadas y entidades sin ánimo de lucro tengan interés o hayan comprometido sus recursos.

20. Participar en programas regionales, nacionales e internacionales cuyo fin sea el desarrollo económico, cultural o social en Colombia.

21. Gestionar la consecución de recursos de cooperación internacional para el desarrollo de sus actividades.

22. Prestar los servicios de entidades de certificación previsto en la Ley [527](#) de 1999, de manera directa o mediante la asociación con otras personas naturales o jurídicas.

23. Administrar individualmente o en su conjunto cualquier otro registro público de personas, bienes, o servicios que se deriven de funciones atribuidas a entidades públicas con el fin de conferir publicidad a actos o documentos, siempre que tales registros se desarrollen en virtud de autorización legal y de vínculos contractuales de tipo habilitante que celebren con dichas entidades.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 4o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.1.5. PROHIBICIONES A LAS CÁMARAS DE COMERCIO. A las Cámaras de Comercio les queda prohibido realizar cualquier acto u operación que no esté encaminado al exclusivo cumplimiento de sus funciones. Las Cámaras de Comercio no podrán desarrollar ninguna actividad con fines políticos. Los miembros de Junta Directiva y los empleados de las Cámaras de Comercio no podrán sacar provecho o ventaja de los bienes, información, nombre o recursos de las Cámaras de Comercio para postularse, hacer proselitismo y obtener beneficios políticos de ninguna clase en nombre propio o de un tercero.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 5o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.1.6. DESARROLLO DE LAS FUNCIONES. Las Cámaras de Comercio podrán celebrar convenios entre ellas, asociarse o contratar con cualquier persona natural o jurídica para el cumplimiento de sus funciones. También podrán cumplir sus funciones mediante la constitución o participación en entidades vinculadas. Ningún mecanismo de asociación o vinculación que celebren las Cámaras de Comercio podrá ser alegado como causal eximente de responsabilidad en el cumplimiento de sus funciones. La participación de las Cámaras de Comercio en cualquiera de estas actividades, deberá ser en igualdad de condiciones frente a los demás competidores, incluso en cuanto al manejo de la información.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 6o)

SECCIÓN 2.

JUNTA DIRECTIVA.



ARTÍCULO 2.2.2.38.2.1. INTEGRACIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA. <Artículo modificado por el artículo 1 del Decreto 1995 de 2018. El nuevo texto es el siguiente:> Cada Cámara de Comercio tendrá una Junta Directiva que será el máximo órgano de administración, conformada por comerciantes inscritos que tengan la calidad de afiliados y una tercera parte por representantes del Gobierno Nacional, teniendo en cuenta la importancia comercial de la correspondiente circunscripción y el número de comerciantes inscritos que tengan la calidad de afiliados, así:

1. Las Cámaras de Comercio que tengan entre doscientos (200) y menos de mil (1.000) afiliados, seis (6) miembros principales y seis (6) suplentes personales.

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Aguachica; Amazonas; Arauca; Barrancabermeja; Buenaventura; Buga; Cartago; Chinchiná; Chocó; Dosquebradas; Duitama; Florencia para el Caquetá; Girardot, Alto Magdalena y Tequendama; Honda, Guaduas y Norte del Tolima; Ipiales; La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar y Oriente de Caldas; La Guajira; Magangué; Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño; Montería; Ocaña; Oriente Antioqueño; Palmira; Pamplona; Piedemonte Araucano; Putumayo; San Andrés, Providencia y Santa Catalina; San José; Santa Rosa de Cabal; Sevilla; Sincelejo; Sogamoso; Sur y Oriente del Tolima; Tuluá; Tumaco; Urabá y Valledupar para el Valle del Río Cesar tendrán, con independencia del número de afiliados, seis (6) miembros principales y seis (6) suplentes personales, salvo que tengan el número de afiliados a que se refieren los numerales 2 y 3 de este artículo.

2. Las Cámaras de Comercio que tengan entre mil (1.000) hasta dos mil quinientos (2.500) afiliados, nueve (9) miembros principales y nueve (9) suplentes personales.

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Aburrá Sur; Armenia y del Quindío; Cartagena; Casanare, Cauca; Cúcuta; Facativá; Ibagué; Manizales por Caldas; Neiva; Pasto; Pereira; Santa Marta para el Magdalena; Tunja y Villavicencio tendrán, con independencia del número de afiliados, nueve (9) miembros principales y nueve (9) suplentes personales, salvo que tengan el número de afiliados a que se refiere el numeral 3 de este artículo.

3. Las Cámaras de Comercio que tengan más de dos mil quinientos (2.500) afiliados, doce (12)

miembros principales y doce (12) suplentes personales.

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Barranquilla; Bogotá; Bucaramanga; Cali y Medellín para Antioquia tendrán, con independencia del número de afiliados, doce (12) miembros principales y doce (12) suplentes personales.

PARÁGRAFO 1. No podrán participar en la Junta Directiva de manera permanente, personas ajenas a sus integrantes.

PARÁGRAFO 2. No podrán efectuarse nominaciones honorarias de miembros de Junta Directiva y, quienes ostenten actualmente dicha calidad, no podrán continuar asistiendo a las reuniones, de Junta Directiva, salvo que hayan sido elegidos o sean representantes del Gobierno Nacional.

PARÁGRAFO 3. El número de comerciantes inscritos que tengan la calidad de afiliados a los que se refiere este artículo serán los existentes al 31 de marzo del año de la elección.

PARÁGRAFO 4. Las Cámaras de Comercio que cuenten con menos de doscientos (200) afiliados al 31 de marzo del año de la elección, podrán ser suspendidas o cerradas por el Gobierno Nacional.

Notas de Vigencia

- Artículo modificado por el artículo 1 del Decreto 1995 de 2018, 'por el cual se modifica el artículo [2.2.2.38.2.1](#) en el Capítulo 38 del Título 2, Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo, Decreto número 1074 de 2015', publicado en el Diario Oficial No. 50.763 de 31 de octubre de 2018.

Legislación Anterior

Texto original del Decreto 1074 de 2015:

ARTÍCULO 2.2.2.38.2.1. Cada Cámara de Comercio tendrá una Junta Directiva que será el máximo órgano de administración, conformada por comerciantes inscritos que tengan la calidad de afiliados y una tercera parte por representantes del Gobierno nacional, teniendo en cuenta la importancia comercial de la correspondiente circunscripción y el número de comerciantes inscritos que tengan la calidad de afiliados, así:

1. Las Cámaras de Comercio que tengan entre doscientos (200) y menos de mil (1.000) afiliados, seis (6) miembros principales y seis (6) suplentes personales.

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Buga; San Andrés, Providencia y Santa Catalina Islas; Dosquebradas; Sincelejo; Urabá; Cartago; Duitama; Arauca; La Guajira; Florencia para el Caquetá; Putumayo; Chocó; Sogamoso; Tumaco; Girardot; Ipiales; Sur y Oriente del Tolima; Aguachica; Magdalena Medio y Nordeste Antioqueño; La Dorada, Puerto Boyacá, Puerto Salgar y Oriente de Caldas; Piedemonte Araucano; Honda; Chinchiná; Santa Rosa de Cabal; Magangué; Sevilla; Ocaña; Pamplona; San José; y, Amazonas tendrán, con independencia del número de afiliados, seis (6) miembros principales y seis (6) suplentes personales, salvo que tengan el número de afiliados a que se refieren los numerales 2 y 3 de este artículo.

2. Las Cámaras de Comercio que tengan entre mil (1.000) hasta dos mil quinientos (2.500)

afiliados, nueve (9) miembros principales y nueve (9) suplentes personales.

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio Aburrá Sur; Palmira; Cúcuta; Facatativá; Manizales por Caldas; Cauca; Santa Marta por el Magdalena; Pereira; Neiva; Villavicencio; Ibagué; Oriente Antioqueño; Montería; Tuluá; Pasto; Buenaventura; Armenia y del Quindío; Tunja; Valledupar; Barrancabermeja; y Casanare tendrán, con independencia del número de afiliados, nueve (9) miembros principales y nueve (9) suplentes personales, salvo que tengan el número de afiliados a que se refiere el numeral 3 de este artículo.

3. Las Cámaras de Comercio que tengan más de dos mil quinientos (2.500) afiliados, doce (12) miembros principales y doce (12) suplentes personales.

Las Juntas Directivas de las Cámaras de Comercio de Bogotá, Medellín para Antioquia, Cali, Barranquilla, Cartagena y, Bucaramanga tendrán, con independencia del número de afiliados, doce (12) miembros principales y doce (12) suplentes personales.

PARÁGRAFO 1o. No podrán participar en la Junta Directiva de manera permanente, personas ajenas a sus integrantes.

PARÁGRAFO 2o. No podrán efectuarse nominaciones honorarias de miembros de Junta Directiva y, quienes ostenten actualmente dicha calidad, no podrán continuar asistiendo a las reuniones de Junta Directiva, salvo que hayan sido elegidos o sean representantes del Gobierno nacional.

PARÁGRAFO 3o. El número de comerciantes inscritos que tengan la calidad de afiliados a los que se refiere este artículo serán los existentes al 31 de marzo del año de la elección.

PARÁGRAFO 4o. Las Cámaras de Comercio que cuenten con menos de doscientos (200) afiliados al 31 de marzo del año de la elección, podrán ser suspendidas o cerradas por el Gobierno nacional.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 7o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.2.2. INTEGRACIÓN DE JUNTA DIRECTIVA 2014 2018. Las juntas directivas de las Cámaras de Comercio que se elijan para el período 2014-2018 conservarán el número de integrantes vigentes a la fecha de la expedición de la Ley 1727 de 2014.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 8o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.2.3. REPRESENTANTES DEL GOBIERNO NACIONAL. Los miembros de las juntas directivas de las Cámaras de Comercio designados por el Gobierno nacional son sus voceros y, por consiguiente, deberán obrar consultando la política gubernamental y el interés de las Cámaras de Comercio ante las cuales actúan. Tales miembros deberán cumplir los requisitos señalados en la ley para ser afiliado o tener título profesional con al menos cinco (5) años de experiencia en actividades propias a la naturaleza y las funciones de las Cámaras de Comercio, y les será aplicable el régimen de inhabilidades e incompatibilidades previsto para miembros elegidos por los comerciantes afiliados, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 1727 de 2014.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 9o)



ARTÍCULO 2.2.2.38.2.4. DEBERES DE LOS MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA. Los miembros de las juntas directivas de las Cámaras de Comercio deberán velar por la eficiente administración de sus recursos, priorizando la visión regional, la gestión empresarial y la competitividad, en concordancia con lo dispuesto en el artículo [86](#) del Código de Comercio, el artículo 7o de la Ley 1727 de 2014, y demás normas que establezcan o reglamenten las funciones a cargo de las Cámaras de Comercio.

PARÁGRAFO. Los miembros de la Junta Directiva y los presidentes ejecutivos, en su calidad de administradores, estarán sujetos al régimen de responsabilidad previsto en la ley y deberán conocer y respetar las responsabilidades legales y reglamentarias que impone el ejercicio de sus funciones.

(Decreto 2042 de 2014, artículo 10)



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma del Sena

ISSN Pendiente

Última actualización: 20 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.716 - 3 de abril de 2024)

