



Informe de pasantía en la cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

Pasantía Cámara Colombo Chilena

Fortalecimiento Comercial a empresas de la Alianza del Pacífico

Claudia Brigitte Godoy Chávez

Universidad Antonio Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Comercio Internacional

Bogotá D.C. Colombia

abril 29 de 2022



Informe de pasantía en la cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena

Claudia Brigitte Godoy Chávez

**Trabajo de grado como requisito para optar al título de
Profesional en Comercio Internacional**

Director

Jaime Enrique Ávila Álvarez

Universidad Antonio Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Comercio Internacional

Bogotá D.C. Colombia

abril 29 de 2022



Contenido

<u>RESUMEN</u>	8
<u>ABSTRACT</u>	9
<u>INTRODUCCIÓN</u>	10
<u>1. JUSTIFICACIÓN</u>	12
1.1. Valor de las exportaciones e importaciones.....	12
1.1. Balanza Comercial	15
1.2. Índices de apertura económica.....	18
1.3. Índice de Krugman.....	21
<u>2. OBJETIVOS</u>	23
2.1. Objetivo General.....	23
2.2. Objetivos Específicos	23
<u>3. ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN</u>	24
3.1. Alianza del Pacífico.....	24
3.2. Cámara de Comercio Colombo Chilena.....	26
<u>4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESEMPEÑADAS</u>	29
4.1. Cargo desempeñado.....	29
4.2. Funciones	29
4.3. Mapa de Procesos	29
4.4. Flujograma de procesos	31
4.5. Informe de actividades realizadas.....	32



<u>5. LOGROS DE LA PASANTÍA</u>	<u>39</u>
<u>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	<u>40</u>
6.1. Conclusiones	40
6.2. Recomendaciones.....	40
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	<u>42</u>



Lista de tablas

Tabla 1. Comercio intrarregional por país de la Alianza del pacífico.....	12
Tabla 2. Balanza Comercial intrarregional por país de la Alianza del Pacífico durante los últimos 10 años.....	16
Tabla 3. Índices de apertura económica de los países de la Alianza del Pacífico con el resto del mundo.	19
Tabla 4. Cálculo del IK para los países miembros de la Alianza del Pacífico año 2018.	21
Tabla 5. Servicios que presta la cámara Colombo Chilena.	28



Lista de gráficos

Gráfico 1. Exportaciones de los países miembros de la Alianza del Pacífico.....	13
Gráfico 2. Importaciones de los países miembros de la Alianza del Pacífico.....	15
Gráfico 3. Balanza comercial de los países miembros de la Alianza del Pacífico durante los últimos 10 años.....	17
Gráfico 4. Apertura económica medida por el promedio de intercambio comercial.	20
Gráfico 5. Matriz DOFA cámara Colombo Chilena.....	37



Lista de Figuras

Figura 1. Estructura organizacional de Alianza del Pacífico.....	25
Figura 2. Estructura organizacional de la Cámara Colombo Chilena	27
Figura 3. Mapa de procesos de la Cámara de Comercio Colombo Chilena.....	30
Figura 4. Flujograma de procesos para venta de plataforma Orusdata	31
Figura 5. Plataforma Bitrix.....	33
Figura 6. Plataforma de llamadas Wekall.....	33
Figura 7. Formato base de prospectos Cámara Colombo Chilena	34
Figura 8. Correo modelo para solicitud de reuniones Cámara Colombo Chilena.....	35



RESUMEN

En el presente informe se llevó a cabo el estudio de diferentes indicadores de comercio exterior durante los últimos diez años para los países que conforman la Alianza del Pacífico (AP), Colombia, Chile, México y Perú, con el fin de establecer la relación del crecimiento y desarrollo de estos países, con los aportes que realiza la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, una entidad que promueve las relaciones comerciales entre los países de la AP, a través de las herramientas de la comunicación e información que pone al servicio de sus clientes.

Dado lo anterior se hizo la recopilación de datos, y se encontró que la AP no es competitiva a nivel intrarregional, ya que presenta déficit comercial desde su creación hasta la fecha y aunque tiene estructuras económicas son muy similares, esto no es suficiente para dar paso a un mayor nivel de apertura con otras regiones como Asia-Pacífico, que es uno de los objetivos más relevantes de la AP.

Teniendo en cuenta la situación actual de la AP, la cámara Colombo Chilena, ha estado implementando diferentes servicios que permitan el apoyo de las relaciones comerciales de estos países a nivel intrarregional, sin embargo no está teniendo en cuenta los objetivos de la AP, pues sería conveniente iniciar a implementar sus servicios de tal manera que pueda ser creadora de estrategias y relaciones comerciales con empresas Asiáticas, por ejemplo en Singapur, teniendo en cuenta que este país firmo recientemente un acuerdo con la AP.

Como resultado de lo anterior, se realizó la matriz DOFA, que permite tener un diagnóstico en tiempo real del estado de la cámara en cuanto a sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas a nivel interno y externo, encontrando que debe mejorar procesos y herramientas e implementar medios que le permitan mayor reconocimiento a nivel regional.

Palabras claves: Exportaciones, importaciones, balanza comercial, alianza del pacífico, índice de Krugman, apertura económica, cámara Colombo Chilena, alianzas, acercamiento comercial.



ABSTRACT

In this report, the study of different foreign trade indicators was carried out during the last ten years for the countries that make up the Pacific Alliance (PA), Colombia, Chile, Mexico and Peru, in order to establish the relationship between growth and development of these countries, with the contributions made by the Colombo-Chilean Chamber of Commerce and Industry, an entity that promotes commercial relations between the PA countries, through the provision of communication and information tools that it puts at the service of Your clients.

Given the above, the data was collected, and it was found that the PA is not competitive at the intra-regional level, since it has a trade deficit since its creation to date and although it has very similar economic structures, this is not enough to give way to a greater level of openness with other regions such as Asia-Pacific, which is one of the most relevant objectives of the PA.

Taking into account the current situation of the PA, the Colombo-Chilean chamber has been implementing different services that allow the support of the commercial relations of these countries at an intra-regional level, however, it is not taking into account the objectives of the PA, since it would be convenient to start implementing its services in such a way that it can be the creator of strategies and commercial relations with Asian companies, for example in Singapore, taking into account that this country recently signed an agreement with the PA.

As a result of the above, the DOFA matrix was carried out, which allows a real-time diagnosis of the state of the chamber in terms of its weaknesses, opportunities, strengths and threats internally and externally, finding that it must improve processes and tools and implement means that allow greater recognition at the regional level.

Keywords: Exports, imports, trade balance, Pacific alliance, Krugman index, economic openness, Colombo-Chilean chamber, alliances, commercial rapprochement.



INTRODUCCIÓN

Dados los crecientes cambios que han enfrentado las economías, se han creado herramientas que permitan el desarrollo económico a nivel regional en diferentes países, los cuales se han venido agrupando según sus necesidades e intereses económicos.

Por lo anterior en la región latinoamericana, algunos países como Chile, Perú, México y Colombia han iniciado el proceso de búsqueda de herramientas que le permitan mantener una sostenibilidad económica y un crecimiento en temas de inversión. Es por ello que han implementado diferentes TLC con otros países, al igual que alianzas estratégicas, como la Alianza del Pacífico, que según Herrera (2017): Se presenta además como un llamado a la cooperación internacional y la integración latinoamericana.

La creación de este bloque económico ha logrado el libre comercio entre los países que la conforman a través de la reducción arancelaria, la agilización de operaciones de importación y exportación, creación de una plataforma de movilidad académica y estudiantil en la que han beneficiado estudiantes mediante el otorgamiento de becas, la integración de las bolsas de valores en el Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), eliminación de visas de turismo y trabajo en los cuatro países, apoyo a Pymes para que se integren en cadenas globales de valor, entre otros. A la fecha están siendo objeto de estudio la promoción de la cultura y proyectos de promoción del deporte en comunidades vulnerables, en educación, minería, salud.

Como resultado de los diferentes avances de la AP, se puede resaltar el reciente acuerdo firmado con Singapur el 26 de enero de 2022, en el cual, según la ministra de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Singapur es un país que ofrece enormes oportunidades para la región y para la Alianza del Pacífico. Ya que se trata de una economía de US\$340.000 millones, que importa del mundo un poco más de US\$359.000 millones. El acuerdo comercial abre enormes oportunidades para ampliar el comercio con ese mercado, pues Singapur otorga libre acceso arancelario para todos los productos a Chile, Colombia, México y Perú (Portafolio, 2022).



La firma de este acuerdo representa la oportunidad de cumplir uno de los objetivos de la Alianza del Pacífico, (establecer relaciones con el mundo, en especial con Asia-Pacífico), ya que Singapur será un aliado estratégico para la región gracias a su ubicación geográfica y su desarrollo logístico.

Es de aclarar que Singapur se encontraba como estado observador de la AP desde 2014 y se convirtió en candidato a estado asociado en 2017. A la fecha se adelantan negociaciones con Nueva Zelanda, Canadá, Ecuador, Corea del Sur y Australia, de quienes se espera la incorporación a la Alianza del Pacífico próximamente.

Dadas las estrategias comerciales que ha desarrollado la Alianza del Pacífico, a su vez se han creado otras entidades externas que tienen por objeto el apoyo y el fomento de estas relaciones empresariales precisamente para los países que integran la AP.

La cámara de comercio e industria Colombo Chilena es una entidad gremial que fomenta, promueve y fortalece las relaciones comerciales y la inversión entre Chile, Colombia, México y Perú a través de los diferentes servicios que presta para las empresas afiliadas en esta cámara binacional.

Por lo anterior se puede afirmar que esta Cámara binacional al ser una entidad gremial que promueve las relaciones comerciales de sus afiliados a través de la construcción de bases de datos de contactabilidad, generación de agendas de reuniones entre afiliados, realización de estudios de mercados, entre otros servicios, permite una interacción real y directa con las empresas y por ende con sus tomadores de decisiones, lo que conlleva al desarrollo y crecimiento económico de la región.

1. JUSTIFICACIÓN

El presente informe tiene como finalidad el estudio, interpretación y análisis de algunos indicadores económicos, como lo señala Lima, (2008): Los principales datos de comercio exterior corresponden a los componentes de la cuenta corriente, esto es las exportaciones e importaciones de bienes y servicios. Son indicadores ampliamente conocidos, y que definen en gran medida el nivel de internacionalización de una economía o país, es por ello que también se tendrá en cuenta la balanza comercial, el índice de Krugman y los índices de apertura económica, de los países que conforman la Alianza del Pacífico durante los últimos diez años a partir de su creación.

1.1. Valor de las exportaciones e importaciones

Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por los residentes de un país un territorio extranjero, siendo estos la producción que no es consumida al interior del país y por ello debe ser vendida a otra economía que tenga la necesidad de estos bienes y servicios, por su parte las importaciones, son inversas al concepto de exportación, siendo estas el conjunto de bienes y servicios comprados por los residentes de un país a un país B. La evolución de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios se puede identificar por la variación anual o tasa de crecimiento en un periodo determinado, en el que indica la mayor o menor contribución en el crecimiento total de la economía de estudio.

Tabla 1. Comercio intrarregional por país de la Alianza del Pacífico.

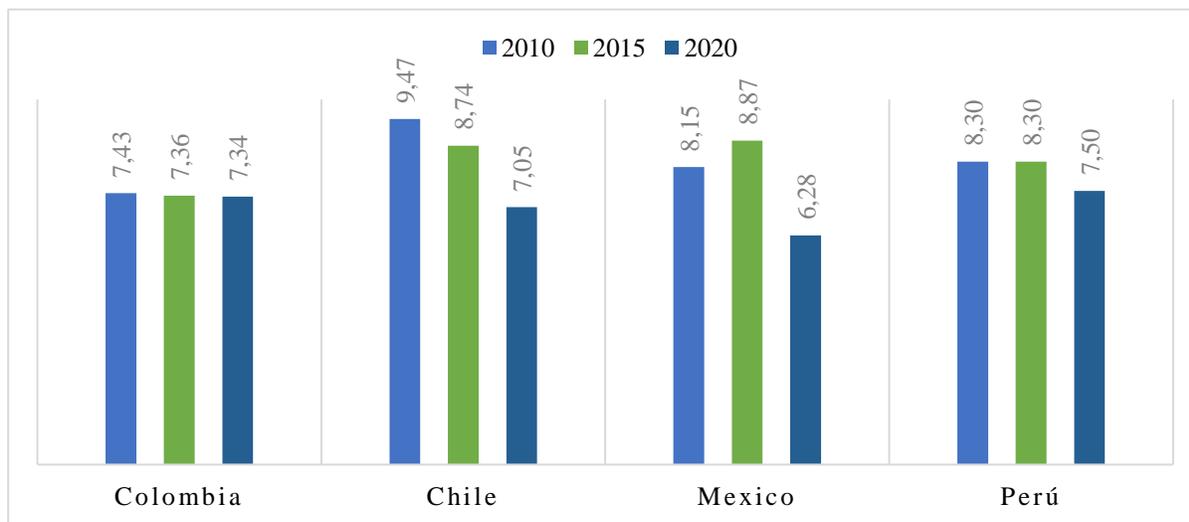
Años	Exportaciones a la AP				Importaciones desde la AP			
	Colombia	Chile	México	Perú	Colombia	Chile	México	Perú
2010	7,43	9,47	8,15	8,30	7,91	9,10	8,55	7,45
2011	11,33	11,02	11,11	11,75	11,75	12,3	9,73	8,94
2012	12,12	9,24	11,58	11,17	12,28	12,38	7,82	9,56
2013	9,76	9,44	10,62	9,84	10,69	10,81	8,14	9,84
2014	8,13	9,60	10,64	11,71	10,89	9,68	9,53	9,49
2015	7,36	8,74	8,87	8,30	8,19	7,26	8,55	8,94
2016	6,99	8,27	7,68	7,41	7,08	6,79	8,29	8,51
2017	9,77	8,43	8,01	7,15	7,59	7,61	10,33	9,53
2018	10,51	9,34	8,99	8,17	8,58	8,98	10,86	10,42
2019	9,27	9,41	8,06	8,70	8,40	8,11	10,37	9,68
2020	7,34	7,05	6,28	7,50	6,63	6,97	7,83	7,65

Fuente: Elaboración propia con información base de (Aladi, 2022)

Exportaciones

Según la Tabla 1, los países que han realizado mayor aporte en exportaciones a la AP han sido Colombia en primer lugar con un 12,12% del total de las exportaciones intrarregionales de la Alianza del Pacífico en 2012, en segundo lugar, Perú con un aporte del 11,75% en 2011, en tercer lugar, México con un aporte del 11,58% en 2012. No obstante, estos aportes se concentraron en el año 2011 y 2012 cuando se estaba dando inicio a la creación de este importante bloque económico, lo que da lugar a realizar un recorrido histórico durante los últimos 10 años hasta 2020 de los cuatro países, encontrando que, a partir de la creación de la AP, las exportaciones de la región han disminuido 0,17%.

Gráfico 1. Exportaciones de los países miembros de la Alianza del Pacífico.



Fuente: Elaboración Propia con información base de (Aladi, 2022).

En el año 2010 y 2015 Chile y México fueron los países que mayor aporte realizaron a las exportaciones de la AP con un 9,47% y 8,87% respectivamente, así mismo Colombia fue el que menor aporte realizó con un 7,43% y 7,36% respectivamente, disminuyendo así en este periodo las exportaciones de Perú un 0,0004%, las de Colombia un 0,010%, Chile un 0,077% y las exportaciones de México un 0,089%.

En el año 2015 México fue el país con mayor aporte a las exportaciones de la AP con un 8,87% de sus exportaciones totales, y Colombia el de menor participación con un 7,36% de



sus exportaciones totales. En 2020 Perú realizó el mayor aporte con un 7,50% a diferencia de México que solo logró exportar el 6,28% a la AP de sus exportaciones totales. En este sentido para el periodo 2015 – 2020, las exportaciones de Colombia disminuyeron un 0,003%, las de Perú un 0,09%, las de Chile un 0,19% y las exportaciones de México disminuyeron un 0,29%.

Según el Gráfico 1, durante el periodo 2010-2020, las economías objeto de estudio tuvieron una disminución significativa de sus exportaciones, para el caso de Colombia y Perú se dio de manera gradual con 0,09% y 0,8% respectivamente, mientras que Chile y México experimentaron cambios fuertes con 2,42% y 1,87% respectivamente. Lo anterior da muestra de las debilidades que ha tenido el comercio intrarregional y que a la fecha no ha logrado superar, aun después de más de 10 años de la creación de la Alianza del Pacífico.

Es de aclarar que las exportaciones a nivel regional con el resto del mundo han tenido un crecimiento paulatino según estadísticas de Min comercio, tanto así que la AP se sitúa como la octava potencia económica y la octava potencia exportadora, mientras que a nivel regional representa el 41% del PIB y atrae el 38% de la inversión extranjera directa (Pacífico, 2022), sin embargo a nivel intrarregional los datos no son alentadores, ya muestran la poca intensidad del comercio entre el bloque económico, esto debido a la escasa complementariedad que resulta de falta de la especialización exportadora de estos cuatro países (Márquez Rangel, 2015).

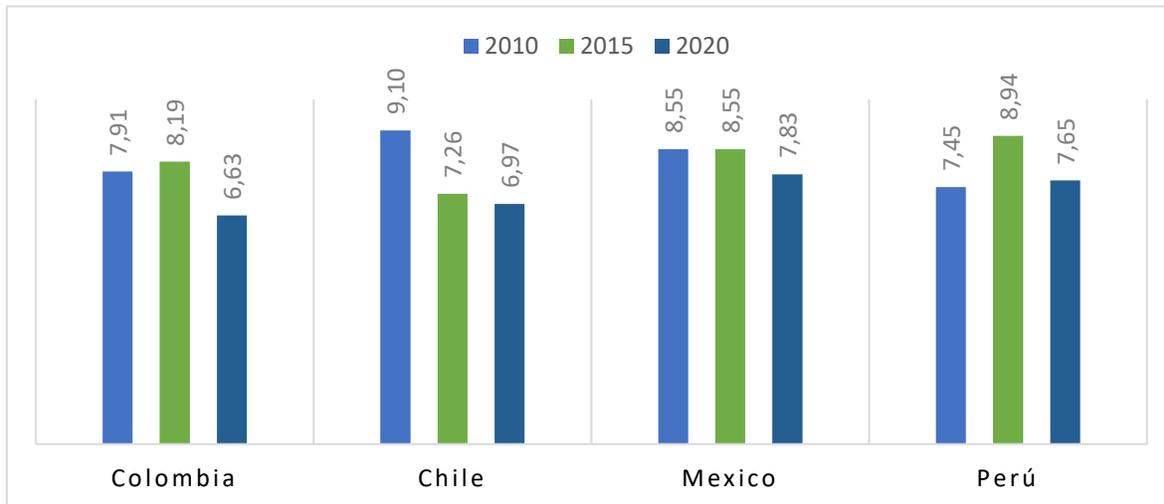
Importaciones

Según la Tabla 1, el mayor registro de importaciones lo realizó en primer lugar Chile con un 12,38% del total de las importaciones realizadas por la AP en 2012, en segundo y tercer lugar, Colombia con un aporte del 12,28% para el mismo año con una variación de 10 puntos, y 11,75% en 2011.

En 2010 Chile y México fueron los países que registraron mayor número de importaciones desde la Alianza del Pacífico con 9,10% y 8,55% respectivamente, y el país que menos registro importaciones fue Perú con un 7,45%.

Para el año 2015 Perú y México lideran las importaciones de la AP, aportando así cada uno un 8,94% y 8,55% respectivamente, a diferencia de Chile que solo aportó un 7,26% del total de sus importaciones.

Gráfico 2. Importaciones de los países miembros de la Alianza del Pacífico.



Fuente: Elaboración Propia con información base de (Aladi, 2022).

México en 2020 logra un 7,83% del total de las importaciones de la AP, siendo el país que registro mayor número de importaciones durante los últimos 10 años a la región, no obstante Colombia registro un 6,63% del total de sus importaciones, siendo el segundo país que menor aporte realizo a las importaciones totales de la AP.

Para el periodo 2010 – 2015 las importaciones de Colombia aumentaron un 0,036%, las de Chile y México disminuyeron un 0,20% y 0,0002% respectivamente y las de Perú aumentaron 0,19%. Sin embargo, para el periodo 2015-2020, las importaciones de toda región disminuyeron 0,13%. Durante los últimos 10 años hasta 2020 las importaciones de la región han disminuido 0,13%.

1.1. Balanza Comercial

La balanza comercial es un indicador económico que registra los ingresos y pagos en términos de comercio de mercancías de un país o región en un periodo determinado, en el que esta puede tener un superávit comercial cuando su resultado es positivo, y por ende el

valor de las exportaciones superan las importaciones, y un déficit comercial cuando este es negativo, en este sentido, el valor de las importaciones supera las exportaciones.

Como señala Lima, (2008): El indicador balanza comercial es importante para el análisis, ya que se puede calcular a nivel de socios comerciales, regiones y en términos totales, así como también por grupos de productos, permitiendo determinar en qué productos y/o con qué socios existe desventaja competitiva.

Tabla 2. Balanza comercial intrarregional por país de la Alianza del Pacífico durante los últimos 10 años.

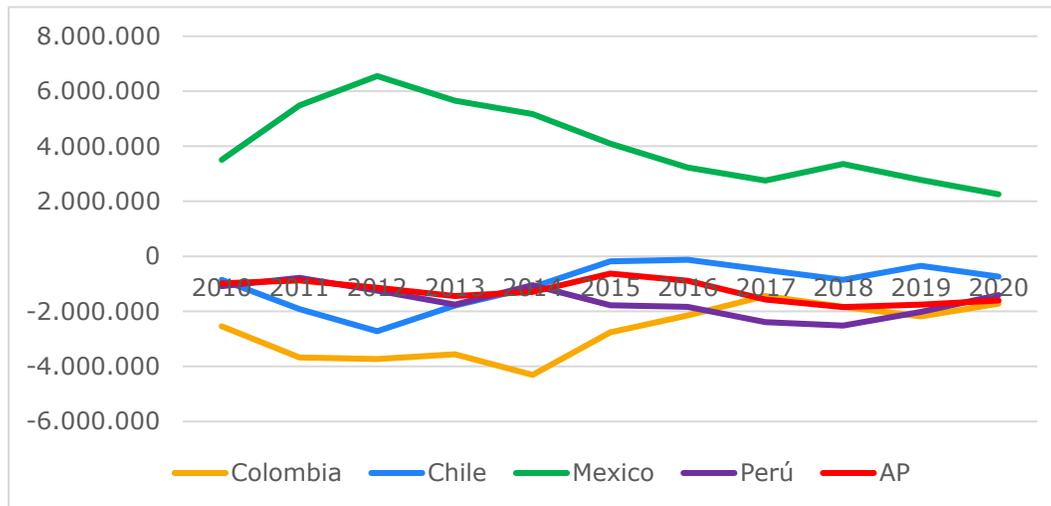
Años	Colombia	Variación %	Chile	Variación %	México	Variación %	Perú	Variación %
2010	-2.541.372		-856.004		3.509.378		-1.084.445	
2011	-3.668.457	0,44	-1.910.821	1,23	5.482.827	0,56	-779.902	-0,28
2012	-3.729.945	0,02	-2.718.945	0,42	6.551.772	0,19	-1.241.618	0,59
2013	-3.550.592	-0,05	-1.786.880	-0,34	5.654.792	-0,14	-1.755.180	0,41
2014	-4.305.740	0,21	-1.111.706	-0,38	5.173.734	-0,09	-1.047.387	-0,40
2015	-2.762.232	-0,36	-177.626	-0,84	4.095.997	-0,21	-1.780.228	0,70
2016	-2.146.779	-0,22	-123.415	-0,31	3.225.861	-0,21	-1.838.394	0,03
2017	-1.438.777	-0,33	-493.284	3,00	2.754.662	-0,15	-2.391.959	0,30
2018	-1.833.799	0,27	-846.521	0,72	3.351.983	0,22	-2.513.063	0,05
2019	-2.177.596	0,19	-344.351	-0,59	2.782.707	-0,17	-2.013.585	-0,20
2020	-1.713.225	-0,21	-737.558	1,14	2.257.375	-0,19	-1.408.079	-0,30
Total	-29.868.514		-11.107.111		44.841.088		-17.853.840	

Fuente: Elaboración Propia con información base de (Aladi, 2022).

En la Tabla 2, se puede observar que la balanza comercial de la Alianza del Pacífico ha sido negativa desde su creación, registrando así un déficit acumulado de 2010 a 2020 por valor de USD 13.988.377, siendo Colombia el socio con mayor déficit en el periodo señalado con USD 29.868.514 y Chile el de menor con USD 11.107.11.

Es de aclarar que al 2010 no existía la Alianza del Pacífico, y los países que actualmente la conforman ya tenían balanza comercial negativa, a excepción de México, quien ha mantenido un superávit acumulado por valor de USD 44.081.088 desde 2010 a 2020, pero a su vez se ha dado una disminución del superávit total del bloque en los últimos 10 años del 35,68%, dando lugar a un decrecimiento de la economía regional.

Gráfico 3. Balanza comercial de los países miembros de la Alianza del Pacífico durante los últimos 10 años.



Fuente: Elaboración Propia con información base de (Aladi, 2022).

En 2014 se puede observar que Colombia llega a punto máximo, siendo este el año de mayor déficit comercial con USD 4.305.740, teniendo así un aumento del 0,21% respecto a 2013 y 2012 con una variación negativa de 0,05% y 0,02% respectivamente, mientras que en 2017 registra el déficit con USD 1.438.777 con una disminución del 0,33%, respecto a 2016 año en que también disminuyó un 0,22%, sin embargo, para el año 2020 se da disminución del 32,59% del déficit comercial de los últimos 10 años.

Chile en 2012, un año después de haber sido establecida la AP, obtiene el mayor déficit de los últimos 10 años con USD 2.718.945, con un aumento del 1,42 respecto a 2011 con 1.910.821, mientras que en 2019 registra una disminución significativa de su déficit comercial con USD 344.351, con una variación de 0.59% respecto al año anterior con un 0,72%, no obstante, en el año 2020 se da una disminución de del 13,84% del déficit comercial de los últimos 10 años.

Por su parte Perú, en año 2011 es cuando menor déficit presenta a lo largo de los 10 años de estudio con USD 799.902, disminuyendo un 0,28%, respecto al 2010 con USD 1.084.445, sin embargo, en 2018 registra un aumento de su déficit comercial con USD 253.063, y una

variación positiva del 0,05% respecto al año anterior, por consiguiente, en los diez años de estudio no disminuye el déficit comercial, sino que aumenta un 29,84%.

Como lo señala (Gómez, Peña, & Caraballo, 2020) El comportamiento de los bajos niveles de flujo comercial entre los cuatro países de la AP, no propicia una fuerte consolidación de redes productivas y alianzas empresariales, que serían la base para poder actuar como bloque económico en función de uno de los propósitos de la Alianza del Pacífico, como es la incursión a mercados asiáticos; por el contrario, se evidencia una tendencia a la disminución de los intercambios comerciales intra-alianza.

En general la Alianza del Pacífico ha mantenido una balanza comercial negativa desde su conformación, siendo México el único país que ha logrado mantenerse en superávit con un decrecimiento de su saldo comercial durante los últimos 10 años.

1.2. Índices de apertura económica

A partir de los índices de apertura económica es posible analizar las barreras u obstáculos que presenta una economía para intervenir en un mercado extranjero en materia del comercio de bienes y servicios, en este caso la región de AP respecto al resto del mundo.

Como lo señala Lima, (2008): Los índices de apertura económica dan cuenta del nivel o grado de internacionalización de la economía analizada dividiendo el total de las exportaciones, importaciones, y/o la suma del intercambio comercial para la población total del país informante, o alternativamente para el total del PIB del mismo, se obtiene el total del comercio respectivo por habitante, o un índice de apertura.

Por lo anterior, se llevará a cabo el estudio de la apertura económica de los países de la AP durante los últimos 10 años, teniendo en cuenta los indicadores que se enuncian a continuación:

Indicadores de Apertura

X/PIB	Apertura Medida por Exportaciones
M/PIB	Apertura Medida por importaciones
$(X+M) / 2) / \text{PIB}$	Apertura medida por el intercambio comercial
$(X+M) / \text{PIB}$	Apertura medida por el promedio del intercambio comercial

Tabla 3. Índices de apertura económica de los países de la Alianza del Pacífico con el resto del mundo.

Países	(X/PIB) *100			(M/PIB) *100			(((X+M) /2) /PIB) *100			((X+M) /PIB) *100		
	2010	2015	2020	2010	2015	2020	2010	2015	2020	2010	2015	2020
Colombia	24,27	21,24	19,98	21,32	27,66	24,06	22,79	24,45	22,02	45,59	47,88	44,04
Chile	26,85	22,59	28,06	24,02	22,36	24,76	25,44	22,47	26,41	50,87	44,95	52,82
México	21,22	29,2	26,43	21,34	30,15	24,15	21,28	29,68	25,29	42,56	59,35	50,58
Perú	28,79	20,78	22,79	25,4	25,08	22,36	27,1	22,93	22,58	54,19	45,85	45,15

Fuente: Elaboración Propia con información base de (Cepalstat, 2022)

Notas: X = exportaciones Totales; M = importaciones Totales; PIB = Producto Interno Bruto Total. Estos índices son calculados con las importaciones y exportaciones realizadas desde los países de la AP hacia el resto del mundo.

Los índices de apertura económica promedio de los países de la Alianza del Pacífico, muestran el poco avance que hasta ahora se ha dado en AP en relación con el resto del mundo, ya que el comercio se está realizando intrarregionalmente y no están dando lugar a nuevos socios comerciales que les permita tener una mayor apertura económica.

En las exportaciones expresadas como porcentajes del PIB, se puede apreciar que para el periodo 2010-2020 México registro el mayor porcentaje de exportaciones con un 29,20% del PIB de 2015, superando así durante todo el periodo a los demás socios comerciales del bloque.

Por su parte México, en 2015 exporto el 29, 20% de su PIB, teniendo así un aumento de 7,98 puntos respecto al año anterior y 2,35 puntos.

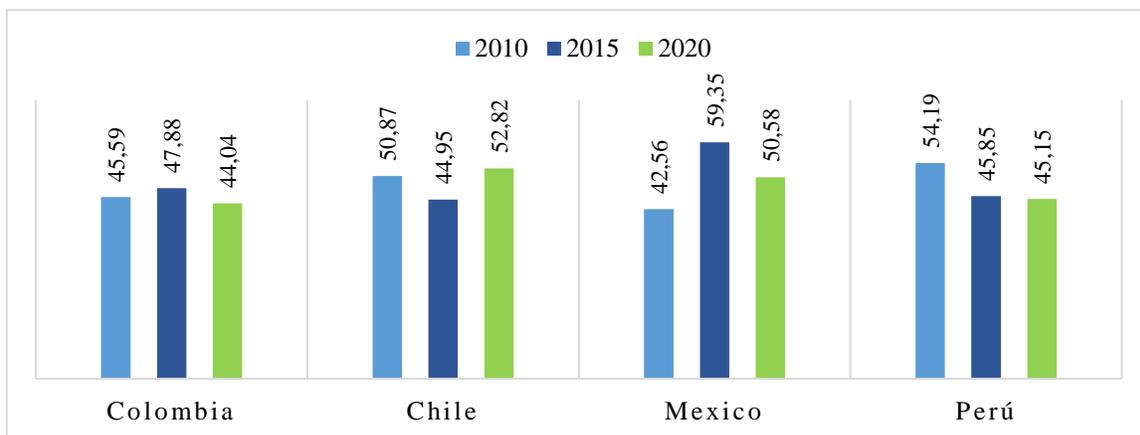
A 2020 se evidencian fluctuaciones en los valores exportados durante los años de estudio para todos los países, excepto para Colombia quien ha ido disminuyendo su índice de apertura económica con exportaciones del 24,27% en 2010, el 21,24% en 2015 y el 19,98% para el 2020 en porcentajes del PIB para esos mismos años respectivamente. No obstante Chile exporto en 2020 el 28,06% de su PIB, teniendo así el primer lugar del año mención y el segundo lugar del periodo 2010-2020.

En la apertura económica medida por importaciones, México importó el 30,15% del valor de su PIB, siendo este el mayor índice en el periodo de estudio, sin embargo, Colombia obtuvo el menor índice de apertura con un 21,32% del PIB total.

Por otro lado, el grado de apertura comercial puede ser medido con el índice de apertura comercial que muestra, como porcentaje del PIB, la suma de las exportaciones e importaciones de las economías de estudio, siendo México de nuevo la economía con mayor nivel de apertura con el 76,24% del PIB de los años 2010, 2015 y 2020 y Colombia el País con menor índice de apertura con el 69,26% del PIB para los años en mención.

Cabe aclarar que estos índices de apertura son medidos en porcentajes del PIB y por lo tanto en algunas economías cuanto mayor es el PIB, menor puede ser el índice de apertura que se esté midiendo, ya que este tipo de economías son más dadas a generar nuevas alianzas comerciales por su alto índice de consumo en términos de importaciones.

Gráfico 4. Apertura económica medida por el promedio de intercambio comercial.



Fuente: Elaboración Propia con información base de (Cepalstat, 2022).

El grado de apertura económica promedio de la Alianza del Pacífico en se encuentra entre el 44% y el 59% de medición en porcentajes del PIB respecto al resto del mundo, siendo México el país con mayor índice de apertura en el todo el periodo de estudio con el 59,35% del PIB.

Según el Gráfico 4, los países de la Alianza del Pacífico tienen un nivel de apertura económica muy similar que los hace menos competitivos a nivel regional y no con el resto del mundo, no obstante, es importante resaltar que la AP se encuentra en proceso de

construcción constante, especialmente en la generación de alianzas comerciales con los países de la región Asia- Pacífico, lo que les permitiría en un futuro ser más competitivos no solo a nivel regional, sino también a nivel mundial.

1.3. Índice de Krugman

Con el índice de Krugman se pretende analizar las estructuras económicas en términos de exportación de los países de la Alianza del Pacífico, lo que permite conocer si son similares o por el contrario no se parecen.

Como señala Lima, (2008): El Índice de Krugman sigue la lógica del índice de similitud, y mide la diferencia de las estructuras de exportación, sumando las diferencias entre la participación de cada industria en el total del valor agregado industrial de un país y la participación de esa misma industria en el valor agregado industrial de otro país tomado como referencia. Variar entre cero (las estructuras son exactamente iguales) y 2 (no hay absolutamente ninguna superposición entre las estructuras comerciales de los dos países).

Su cálculo formal se realiza de la siguiente forma:

$$IK_i = \sum_{k=1}^n |P_i^k - P_j^k|$$

Donde:

P_i^k = Participación del producto k en las exportaciones totales del país i

P_j^k = Participación del producto k en las exportaciones totales del país j.

n = Número de productos.

Tabla 4. Cálculo del IK para los países miembros de la Alianza del pacífico año 2018.

	Colombia	Chile	México	Perú
Colombia		1,79	1,99	0,55
Chile	1,79		0,08	0,31
México	1,99	0,08		0,26
Perú	0,55	0,31	0,26	

Fuente: Elaboración Propia con información base de (Map, 2022)

Productos: Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte, Caucho y sus manufacturas y Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas.



El índice indica la relación que existe entre los sectores económicos de los países de la alianza del pacífico: En este caso la estructura económica de Chile y México son iguales, al igual que Perú con Colombia, Chile y México, es decir, que los sectores económicos que dan cuenta de las exportaciones son muy similares, caso contrario el de Colombia con Chile y México, que tienen distribuidas sus fuentes de ingresos en actividades diferentes. Cabe resaltar que Colombia presenta estructuras económicas diferentes con Chile y México, dado que estos últimos presentan un mayor grado de industrialización que Colombia.



2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Apoyar el fortalecimiento de las relaciones comerciales de los países de la Alianza del Pacífico para que a través de las herramientas de la comunicación e información que ofrece la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena, se pueda dar un proceso de apertura económica global en la Alianza del Pacífico.

2.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita estudiar el desarrollo de un área de libre comercio entre los países de la Alianza del Pacífico con Asia-Pacífico, a través del comportamiento de las importaciones y exportaciones durante los últimos 10 años.
- Analizar los beneficios que trae a la Alianza del Pacífico la creación de un acuerdo con Singapur, siendo este la puerta de entrada como bloque económico a Asia-Pacífico.
- Fomentar la internacionalización de las relaciones comerciales a través de los diferentes servicios que ofrece la Cámara Colombo Chilena, de tal manera que permita un enfoque económico acorde con sus estructuras económicas.



3. ANTECEDENTES DE LA ORGANIZACIÓN

3.1. Alianza del Pacífico

Como lo señala el Ministerio de Relaciones Exteriores, (2022): La Alianza del Pacífico está conformada por Chile, Colombia, México y Perú, y es un mecanismo de integración económica y comercial, basado en cuatro pilares: libre movilidad de bienes, servicios, capitales y personas y un eje transversal de cooperación. Es una estrategia de integración innovadora y flexible, con metas claras, pragmáticas y coherentes con el modelo de desarrollo y la política exterior colombiana. Este mecanismo no busca hacer contrapeso a otras iniciativas regionales.

La Alianza del Pacífico (AP) fue establecida en abril de 2011 por Chile, Colombia, México y Perú, entró en vigor en julio de 2015 y su protocolo comercial inició el 1 de mayo de 2016.

Objetivos de la Alianza del Pacífico

- Construir, de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas;
- Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo y competitividad de las economías de las partes, con miras a lograr un mayor bienestar, la superación de la desigualdad socioeconómica y la inclusión social de sus habitantes; y
- Convertirse en una plataforma de articulación política, de integración económica y comercial, y de proyección al mundo, con especial énfasis al Asia Pacífico.

Estructura Organizacional



Figura 1. Estructura organizacional de la Alianza del Pacífico.

Fuente: Tomado de (Pacífico, 2022).

Cumbre: Es una conferencia regional en la que se reúnen los presidentes de los Estados miembros.

Consejo de ministro: Esta conformado por el ministro de Relaciones Exteriores y de Comercio Exterior de los países que integran la AP. La finalidad es verificar el cumplimiento de los mandatos presidenciales, definir lineamientos políticos de la alianza en su relación con otros Estados y otros acuerdos.

El Grupo de Alto Nivel (GAN): Reúne a los viceministros de Relaciones Exteriores y viceministros de Comercio Exterior. Así, desarrollan el seguimiento periódico de la aplicación de los acuerdos y el trabajo de los grupos técnicos.

Coordinadores nacionales: tienen las mismas funciones que la GAN y está integrado por los coordinadores nacionales de las naciones de la Alianza del Pacífico.



Grupos Técnicos: Grupos de trabajo compuestos por representantes de diversos sectores gubernamentales de Chile, Colombia, México y Perú. Tienen como objetivo trabajar en temas prioritarios que beneficien a los ciudadanos de los cuatro países. Estos grupos trabajan en temas como: movimiento de personas, comercio e integración, servicios y capitales, cooperación, entre otros.

Presidencia Pro Tempore (PPT): La PPT de la Alianza del Pacífico, alterna anualmente en orden alfabético.

3.2. Cámara de Comercio Colombo Chilena.

Reseña Histórica

La cámara de comercio Colombo Chilena inicio sus actividades comerciales en mayo de 2009 en la ciudad de Bogotá, siendo una entidad gremial sin ánimo de lucro dedicada a fomentar y promover las relaciones comerciales y la inversión inicialmente en Chile y Colombia.

Años más tarde, con la creación de la Alianza del Pacífico, la cámara Colombo Chilena expande sus servicios que conforman este importante bloque, aumentando así las oportunidades de alianzas comerciales en la región.

Misión

Potencializar el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de una alianza empresarial innovadora de comercio e inversión.

Visión

Ser la Cámara binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación.

Estructura Organizacional

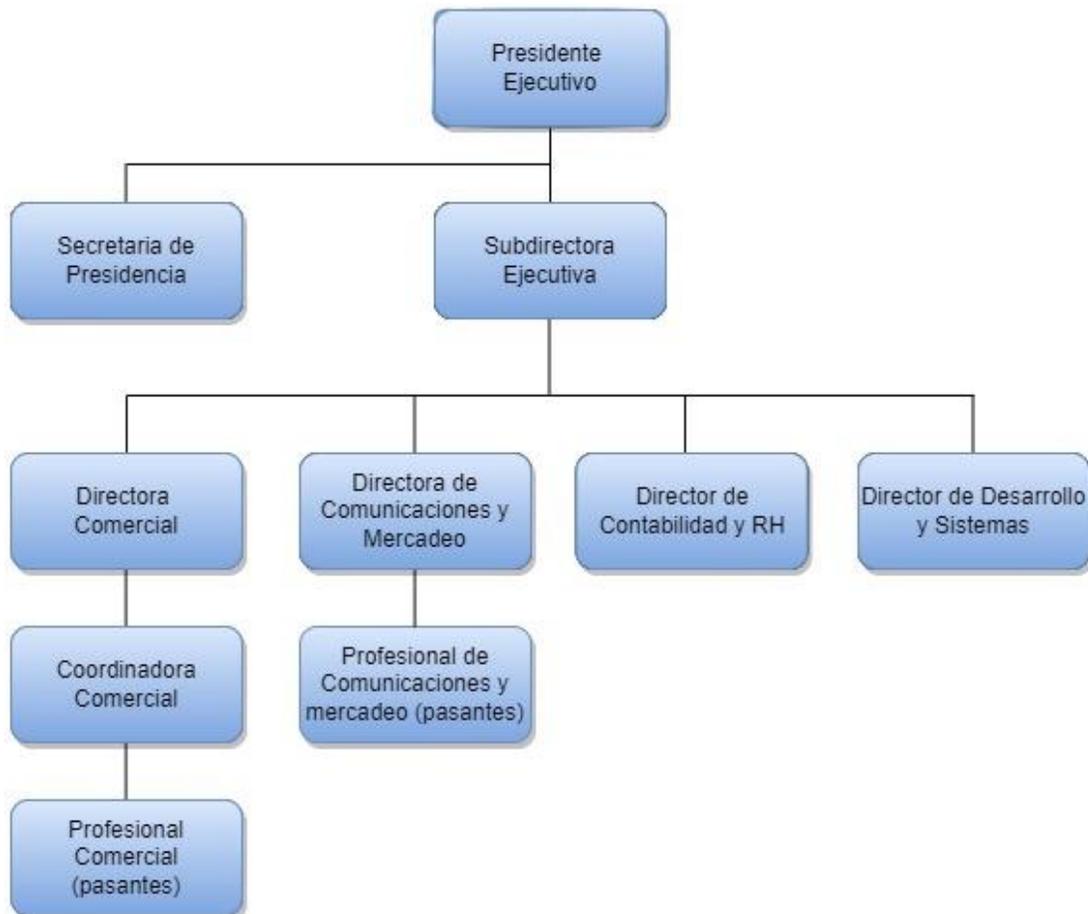


Figura 2. Estructura organizacional de la Cámara Colombo Chilena
 Fuente: *Elaboración Propia con información de (Cámara de Comercio Colombo Chilena, 2022)*

Servicios Empresariales

La cámara Colombo Chilena desde su creación ha prestado diferentes servicios en pro del fortalecimiento de las alianzas comerciales en los países de la Alianza del Pacífico, a continuación se describen algunos de ellos:

Tabla 5. Servicios que presta la cámara Colombo Chilena.

Servicio	Descripción
Agendas de Reuniones	Son una herramienta moderna de gestión empresarial, eficiente para realizar contactos comerciales e iniciar negocios con potenciales compradores, proveedores o inversionistas en Chile o Colombia.
Misiones Empresariales	Son un servicio de promoción empresarial en el que se busca establecer nuevas relaciones comerciales en otros mercados, actividad que es preparada anticipadamente y en conjunto entre la empresa interesada en explorar otros mercados y los consultores de la Cámara.
Servicio Orusdata	Orusdata es una plataforma online que ayuda a agilizar ventas o a cerrar alianzas comerciales, facilitando los contactos de tomadores de decisión de empresas de mediano o gran tamaño y a licitaciones en los países que conforman la Alianza del Pacífico (Colombia, Chile, Perú y México).
Servicio KAM	Es un servicio que permite mediante profesionales KAM (Junior o Senior) vinculados a la Cámara, asignar diferentes tareas que van desde lo operativo a lo comercial, permitiendo a la empresa contratante desarrollar su negocio aminorando costos, pero a su vez, teniendo presencia en el mercado objetivo, mediante un embajador de marca.
Produccion de Eventos	Es un servicio que permite crear vínculos solidos con sus clientes, reforzar las estrategias comerciales y el posicionamiento de su empresa. Esto a través de reuniones ya sea de manera presencial o virtual.
Estudios de Mercado	Son la compilación de diferentes variables que le permiten al empresario conocer el comportamiento y las tendencias del mercado, para su análisis y toma de decisiones, a partir del flujo de información suministrada.
Planes Comerciales	Servicio en el que se valida la potencialidad de un producto o servicio en el mercado de interés y la elaboración de un documento de acuerdo a la información recopilada de diferentes fuentes institucionales virtuales y estadísticas, constituyendo de manera objetiva un resumen ejecutivo que permite presentar información básica para evaluar de manera rápida y sencilla, los principales aspectos a saber del mercado al que se quiere acceder
Proyectos de Inversion	Es un servicio que permite hacer un mapeo de las tendencias y oportunidades en los mercados, con el fin de mitigar los riesgos de entrada a través de aliados estratégicos que maximicen el valor de las inversiones a efectuar.
Programa soft landing	Es un servicio legal que le permite a las empresas chilenas con intención comercial en el mercado colombiano, comprender los requisitos y regulación que deberá cumplir para establecerse en el mercado, siendo la Cámara por su parte, será un ente facilitador en la llegada.

Fuente: Elaboración Propia con información de la (Cámara de Comercio Colombo Chilena, 2022).



4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DESEMPEÑADAS

4.1. Cargo desempeñado

- Profesional comercial (Pasante)

4.2. Funciones

- Brindar soporte al área comercial en la coordinación de agendas de reuniones en Chile y Colombia.
- Brindar soporte al área comercial de Orusdata en la coordinación de agendas de reuniones.
- Prospección e investigación de la economía y normatividad empresarial Chile - Colombia.
- Brindar soporte a los clientes y afiliados por medio de la plataforma Orusdata, (resolver solicitudes y reportes como el ingreso de la información, organización de contactos y alimentación de la plataforma con la información más actual).
- Realizar validación de empresas según nombre comercial y razón social.
- Venta de la plataforma Orusdata.
- Gestionar reuniones para los potenciales clientes.

4.3. Mapa de Procesos

Para llevar a cabo las funciones delegadas, fue importante conocer los procesos que tiene la cámara y a partir de ellos crear un mapa de procesos que permita su clasificación en: estratégicos, misionales y de apoyo.

Un mapa de procesos es una representación gráfica de todos los procesos de una empresa, donde se establece relación de un proceso con otro, teniendo en cuenta el orden jerárquico, encontrándose en los procesos estratégicos el presidente y subdirectora ejecutiva, en los procesos misionales la dirección comercial, de comunicaciones y mercadeo y en los procesos de apoyo, la parte contable y desarrollo y los pasantes.



Figura 3. Mapa de procesos de la Cámara de Comercio Colombo Chilena
 Fuente: *Elaboración Propia con información (Cámara de Comercio Colombo Chilena, 2022).*

4.4. Flujograma de procesos

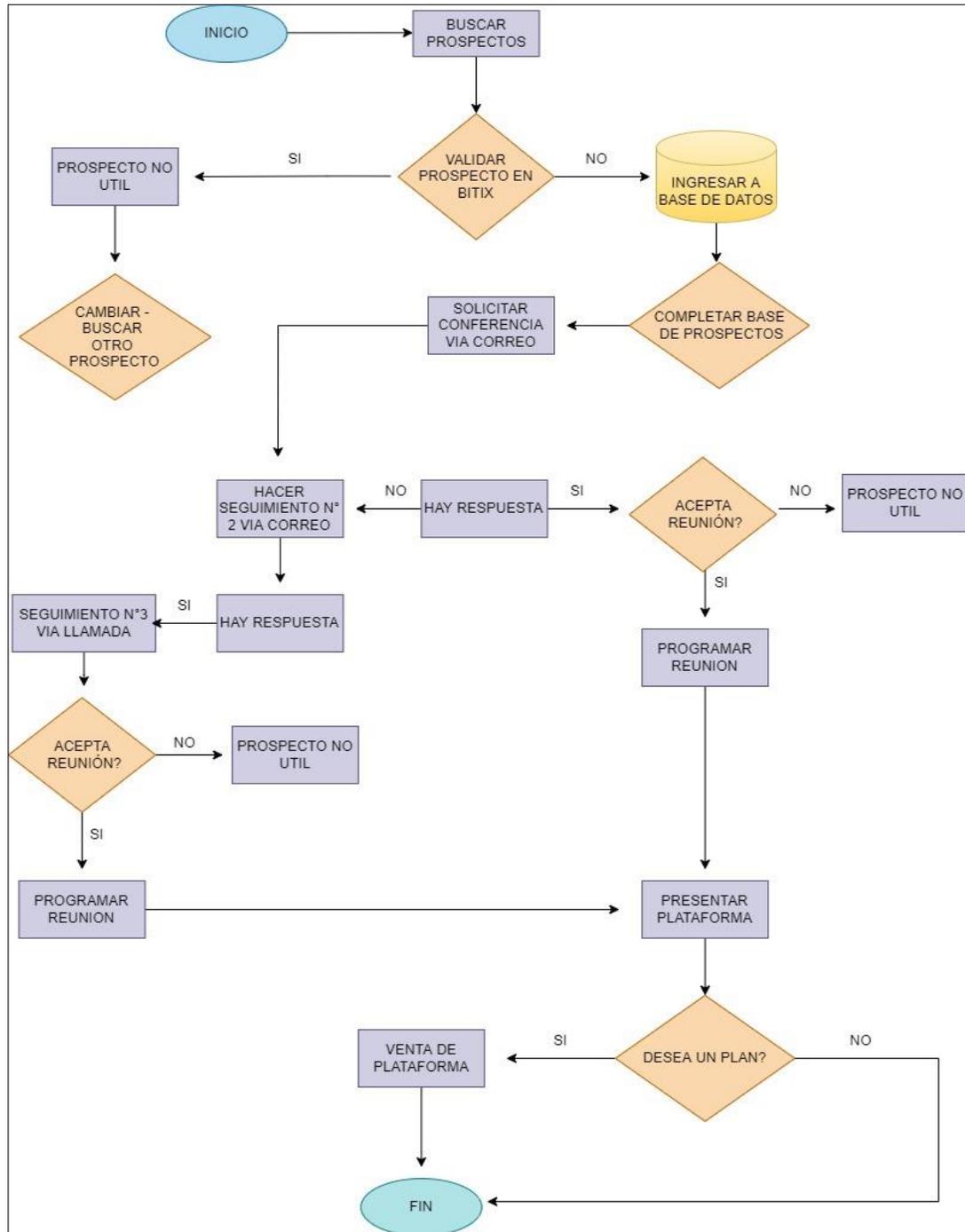


Figura 4. Flujograma de procesos para venta de plataforma Orusdata

Fuente: Elaboración Propia con información (Cámara de Comercio Colombo Chilena, 2022)



Este flujograma de procesos da a conocer una explicación de cada uno de los pasos a tener en cuenta para la venta de la plataforma Orusdata.

Em primer lugar se realiza la búsqueda de los prospectos (50 por cada base), a medida que se van encontrando, se verifica que no estén registrados en Bitrix como clientes, afiliados o prospectos de otro comercial, si hay alguno registrado se debe buscar otro prospecto, acto seguido se procede a completar la base y se da inicio a la solicitud de conferencias vía correo haciendo mínimo 3 seguimientos cada tercer día, ya sea vía telefónica o por correo, si la persona a la que nos dirigimos contesta indicando que no está interesada, se marca como prospecto no útil, si por el contrario está interesada y acepta la reunión, se procede con la programación de la misma y por ende la presentación y explicación del funcionamiento de la plataforma así como también su valor agregado, al finalizar se ofrecen los planes y si la persona está interesada se cierra la venta, de lo contrario se marca como prospecto no útil y finaliza el proceso.

4.5. Informe de actividades realizadas

El informe que se presentan a continuación da conocer de manera detallada las actividades desarrolladas durante la pasantía en la Cámara de Comercio Colombo Chilena, la cual permite el apoyo en la consolidación de las relaciones comerciales de las diferentes empresas de los países de la Alianza del Pacífico a nivel intrarregional a través de los diferentes servicios prestados por la cámara, en este caso ahondaremos en Orusdata, una plataforma de contactabilidad que hace parte de las herramientas de comunicación de esta entidad.

Inducción, realizada por la Coordinadora comercial, quien da a conocer la historia, misión, visión y trayectoria de la cámara, así como también su estructura organizacional y los servicios que presta desde su creación a la fecha.

También se llevó a cabo la presentación del equipo de trabajo y con ello la explicación del protocolo de trabajo que se manejara durante la pasantía, el horario laboral se lleva a cabo desde casa de lunes a jueves de 8:00 am – 4:00 pm con un espacio diario de 30 minutos para realizar una pausa activa y una hora de almuerzo comprendida entre la 1:00 pm y las 2:00 pm.

La presentación de la plataforma de trabajo Orusdata realizada por la persona encargada del desarrollo y buen funcionamiento de la misma. En esta intervención dio a conocer el manejo y los factores diferenciadores respecto a otras plataformas del mercado.

La cámara cuenta con diferentes herramientas que permiten el trabajo conjunto y ordenado, las cuales se mencionan a continuación:

Bitrix, es un espacio de trabajo unido en una nube que permite llevar el control de los prospectos, clientes y afiliados a los diferentes servicios de la cámara.

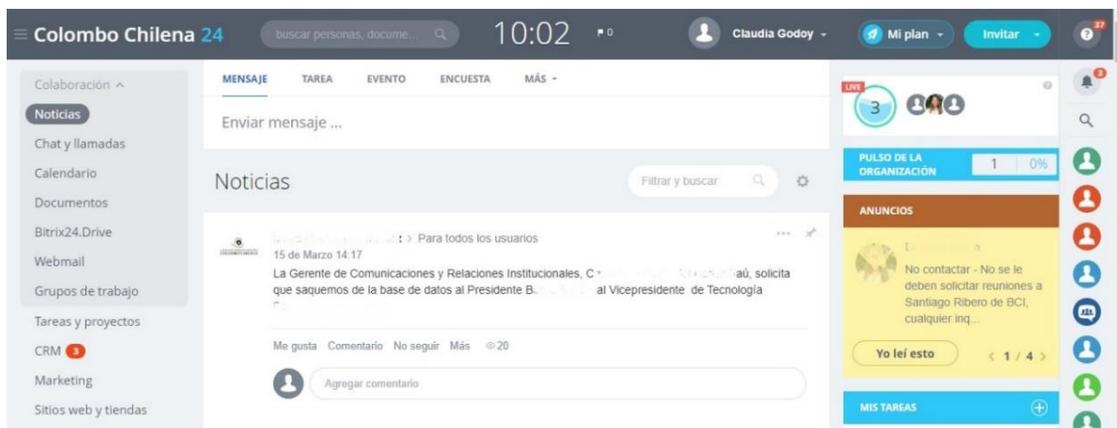


Figura 5. Plataforma Bitrix.
Fuente: Tomado de Bitrix, 2022.

Wekall, una plataforma que funciona como Call center y facilita la comunicación de los pasantes con los prospectos.

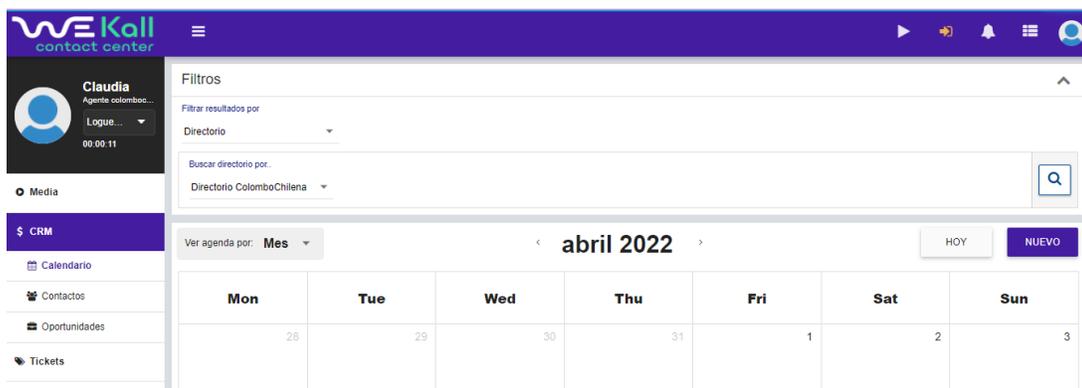


Figura 6, Plataforma de llamadas Wekall
Fuente: Tomado de Wekall, 2022.

Generación base de datos – 50 prospectos, en este espacio se llevó a cabo la generación de bases de datos de diferentes sectores económicos (una base mensual), en la cual se incluyó (nombre, cargo, dirección, teléfono etc.) de personas tomadoras de decisiones (CEOS, presidentes, vicepresidentes, Gerentes y jefes), información pública y corporativa, ya que la cámara se acoge a la ley 1581 de 2012, ley de habeas data, la cual no permite el uso y divulgación de datos personales, es por ello que en Orusdata no se encuentran datos de contacto de carácter personal.

Es de aclarar que esta información se extrae de fuentes de información abierta como Google y a través de la red empresarial LinkedIn usando una extensión propia de la cámara.

No	SECTOR	EMPRESA	NOMBRE DEL CONTACTO	CARGO	CORREO	TELEFONO	DIRECCIÓN	CIUDAD	PÁGINA WEB	CORREO DE SOLICITUD	SEGUIMIENTOS	COMENTARIOS

Figura 7. Formato base de prospectos Cámara Colombo Chilena
 Fuente: Fuente: Elaboración Propia con información (Cámara de Comercio Colombo Chilena, 2022)

Para generar la base de datos es importante tener en cuenta, que antes de incluir un prospecto en esta, se debe verificar en Bitrix que la empresa a la que pertenece no esté como prospecto de otro pasante o afiliado a la cámara, ya que todos los afiliados tienen derecho al uso gratuito de Orusdata, en caso de que la empresa este afiliada, se debe marcar como prospecto no útil y debe cambiarse o buscar otro hasta lograr completar la base como máximo en una semana.

Solicitud de reuniones vía correo y seguimiento de estas, una vez completada la base con los 50 prospectos, se procede con la solicitud vía correo de una conferencia para la presentación de la plataforma comercial de Negocios Orusdata, adjuntando el brochure de la plataforma.

Estimado Jorge

¡Espero que esté muy bien!

Le escribe Claudia Godoy, Profesional Comercial de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena.

El motivo de mi correo es presentarle una nueva plataforma de contactabilidad comercial y de negocios llamada Orusdata, en caso que tengan interés de hacer nuevos contactos y aumentar oportunidades de negocio en los países de la Alianza del Pacífico.

Ésta es una herramienta, con acceso a más de 50.000 contactos de tomadores de decisiones (CEO, Vicepresidentes, Gerentes y Directores y Jefes) con empresas en Colombia, Chile, Perú y México, que le ayudará a agilizar ventas o cerrar alianzas comerciales y acceder a más de 3.000 Licitaciones Públicas.

En el siguiente enlace: www.orusdata.com así como en el archivo adjunto, podrá ampliar la información acerca de la plataforma. Por lo anterior, le agradecería si tiene un espacio en su agenda para reunirnos virtualmente entre las 8:00 am y las 4:00 pm de Lunes a Jueves.

Muchas gracias y saludos cordiales,



Claudia Godoy
Sales Manager
C. (+57) 312 644 8149
claudia.godoy@colombochilena.com
www.orusdata.com

 Propuesta_Orusdata_2022.pdf
286K

Figura 8. correo modelo para solicitud de reuniones Cámara Colombo Chilena
Fuente: Elaboración Propia con información (Cámara de Comercio Colombo Chilena, 2022).

A esta solicitud se debe realizar unos seguimientos cada tres días vía correo y por llamada telefónica a través de Wekall, dejando constancia con fecha y comentarios en la base de datos, si al cabo de 5 seguimientos no se logra contacto entonces se marca como prospecto no útil y si por el contrario se logra una reunión, se realiza la presentación de la plataforma con el fin de que el posible cliente realice la compra de esta.

A continuación, se listan algunas empresas incluidas en las bases de datos:

- Banco de Bogotá (Colombia)
- Banco Agrario de Colombia
- Banco Caja Social (Colombia)
- Banco Mundo Mujer (Colombia)
- Banco Crezcamos (Colombia)



- Banco Serfinanza (Colombia)
- Bancamía (Colombia)
- Benítez, Vargas y Ugaz Abogados (Perú)
- Cavelier Abogados (Colombia)
- Payet, Rey, Cauvi, Pérez Abogados (Perú)
- Guerrero Olivos (Chile)
- Bruzzone y González Abogados (Chile)
- Galvis Giraldo Legal Group (Colombia)
- Olarte Moure y Asociados (Colombia)
- Duran y Osorio Abogados Asociados (Colombia)

De las empresas nombradas anteriormente, se ha logrado programar reunión con:

Banco Caja Social

Se lleva a cabo reunión el 31 de marzo con la vicepresidente comercial, quien se muestra interesada y solicita se envíe demo (uso gratuito de la plataforma por 7 días) al Gerente Nacional de Banca Empresarial y Constructor, con quien se tiene una reunión el 26 de abril para explicar el uso de la plataforma, se programa reunión de nuevo para 05 de mayo, donde se conocerá la experiencia que obtuvo con la plataforma, esperando que se pueda cerrar la venta.

Banco Mundo Mujer

Se acuerda reunión la directora comercial vía telefónica para el 17 de marzo, y no se logra, ya que ella no asistió, posteriormente se acuerda reunión de nuevo para el lunes 4 de abril, a la cual tampoco asiste, dado esto se da fin al seguimiento del prospecto.

Benítez, Vargas y Ugaz Abogados

Firma de abogados peruana, se agenda reunión con un asociado del área de marketing y desarrollo para el martes 19 de abril, quien al finalizar se muestra interesado, y solicita el demo, se espera agendar reunión de nuevo en mayo para conocer la experiencia con la plataforma, esperando poder cerrar la venta.

Galvis Giraldo Legal Group

Firma de abogados colombiana, se agenda reunión con la socia fundadora y gerente administrativa para el lunes 2 de mayo y se espera que esté interesada en adquirir la plataforma.

Empresas que no estaban interesadas en la plataforma:

- Banco Agrario de Colombia
- Bancamía
- Banco crezcamos
- Duran y Osorio Abogados Asociados
- Cavelier Abogados
- Olarte Moure y Asociados

4.5. Matriz DOFA

Para conocer a fondo el estado actual de la Cámara, se realizó la matriz DOFA, una herramienta que muestra un diagnóstico real de la empresa, mostrando la situación actual en cuanto los factores internos y externos que la afectan o la favorecen, y es partir de estos factores que se toman decisiones de mejora.

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - La mayor parte de empresas afiliadas son Chilenas. - Pocos profesionales para el desarrollo de las actividades - La herramienta para hacer llamadas (Wekall), solo esta habilitada para Colombia y Chile. - Poco reconocimiento en el mercado de la AP. - Cambio semestral de aprendices. - Dependencia de sus afiliaciones. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma Orusdata dirigida a los países de la Alianza del Pacífico. - Ofrece variedad de servicios a sus afiliados. - Puede llegar a incursionar en el mercado Asia-Pacífico a futuro teniendo en cuenta los objetivos de la AP. - Aumento significativo del uso de las herramientas de la comicación e información.
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fidelización de clientes. - Apoyo en el acercamiento comercial entre empresas de la Alianza del Pacífico. - Acompañamiento en el posicionamiento de empresas extranjeras en Colombia. - Mayor posicionamiento en el mercado chileno. - Seguridad y credibilidad por parte de sus afiliados. - Bajos costos en sus operaciones, ya que contrata pasantes no remunerados. 	<p>Amenzas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia con otras camaras binacionales. - Competencia con otras herramientas que ofrecen bases de datos. - No renovación de los planes por parte de las empresas. - Fluctuaciones en los ingresos por las empresas que se desafilian. - Diferencias políticas y económicas ente países. - Falta de alianzas estratégicas. - Nuevas preferencias de los clientes en el mercado.

Gráfico 5. Matriz DOFA Cámara Colombo Chilena.

Fuente: Elaboración Propia.

En la elaboración de esta matriz se evidencio que las principales fortalezas de la cámara son el aumento del uso de las herramientas de la comunicación e información, ya que esto permite



la internacionalización de los servicios, y la fidelización de sus clientes logrando conseguir que su afiliación se extienda por otro periodo igual o incluso mayor y esto conlleva también a una de sus debilidades, ya que su actividad comercial depende de las afiliaciones de empresas a sus diferentes servicios y la decisión de una empresa para continuar con un plan depende del nivel de satisfacción y la experiencia que haya tenido. Su mayor oportunidad es poder incursionar en otros mercados especialmente aquellos que se ajusten a las necesidades de la Alianza del Pacífico, sin embargo, se encuentran amenazas, como las constantes diferencias políticas entre países, que ocasionan el decaimiento de algunas economías y por ende conlleva a la no renovación de planes o afiliaciones.



5. LOGROS DE LA PASANTÍA

Apoyo al fortalecimiento de las relaciones comerciales entre los países de la Alianza del Pacífico, a través de herramientas de la comunicación e información que permiten la internacionalización de servicios como lo es Orusdata.

Este fortalecimiento se dio mediante la búsqueda constante de posibles clientes que tuvieran la necesidad de adquirir una base de datos que les permitiera hacer nuevas alianzas comerciales con empresas de la Alianza del Pacífico.

Dado lo anterior se logró llevar a cabo reuniones con la empresa Benítez, Vargas y Ugaz Abogados, una firma de abogados peruana que se encuentra en la búsqueda de alianzas comerciales más allá de su entorno nacional, lo que permitió conocer un poco de sus necesidades y cultura en general de su país.



6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Se realizó un diagnóstico situacional teniendo en cuenta diferentes indicadores económicos de los países de la Alianza del Pacífico, encontrando que desde su creación ha mantenido una balanza comercial deficitaria, dado los bajos niveles de competitividad que presentan los países miembros, siendo México el único país que ha logrado mantener un saldo positivo.

Con la aplicación del índice Krugman se logró evidenciar que las estructuras económicas de exportación de los países miembros de la alianza son muy similares y por ende no están orientados a mercados con un alto índice de dinamismo económico, lo que conlleva a la búsqueda y generación de estrategias que permitan mejorar la innovación y la estructura productiva.

La entrada de Singapur a la AP, será el puente que conducirá al bloque para potenciar una apertura económica a partir de las cadenas de valor a nivel regional, ya que el nivel de exportaciones a este asociado puede aumentar significativamente, dadas las facilidades que este ofrece con el libre acceso arancelario de los productos y servicios, además de su ubicación geográfica y desarrollo logístico.

Finalmente, generar relaciones comerciales con la alianza del Pacífico, significa poder ingresar a grandes mercados como EE. UU., ya que los miembros de la AP cuentan con gran cantidad de tratados con beneficios arancelarios que permiten que los bienes y servicios fluyan libremente, lo que hace que esta región sea atractiva para inversión extranjera.

6.2. Recomendaciones

A partir de la matriz DOFA realizada, se considera conveniente realizar acciones que estén enfocadas en ir de la mano con los objetivos de la alianza del Pacífico, para que de esta manera la cámara pueda tener apertura a otros mercados a medida que la AP logra la creación de alianzas con otros países como lo es el acuerdo firmado recientemente en enero de 2022 con Singapur, lo que significaría grandes retos y beneficios para la alianza, ya que este se



encuentra posicionado entre los diez primeros países con mayor índice de competitividad e innovación.

En cuanto a las herramientas de comunicación e información se recomienda ampliar la red de uso de estas, con el fin de poder acceder a cercamientos comerciales con países otros países.

Mejorar las estrategias de promoción y posicionamiento de cámara, para que pueda tener mayor reconocimiento como entidad gremial que fomenta, promueve y fortalece las relaciones comerciales entre empresas.



BIBLIOGRAFÍA

- Alianza del Pacífico [2022]. “Organigrama-ap2018_eng.” *Alianza del Pacífico*. Fecha de consulta, 15 de abril de 2022.
https://alianzapacifico.net/organigrama-ap2018_eng/
- Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI] [2022]. “Índices de comercio internacional de la Alianza del Pacífico.” *Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI]*. Fecha de consulta, 12 de marzo de 2022.
http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsfComercio/totales_comercio_exterior.seam?cid=6468255
- Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena [2022]. “Antecedentes de la Cámara de Comercio e industria Colombo Chilena.” *Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena [2022]*. Fecha de consulta, 07 de abril de 2022.
<https://colombochilena.com/quienes-somos/>
- Comisión Económica para América y el Caribe [CEPAL] [2022]. “Crecimiento interno bruto [PIB].” *Comisión Económica para América y el Caribe [CEPAL]*. Fecha de consulta, 12 de marzo de 2022.
https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat/dashboard.html?indicator_id=2207&area_id=131&lang=es
- Estadísticas comerciales para el desarrollo empresarial internacional [TRADE MAP] [2022]. “Indicadores de comercio internacional.” *Estadísticas comerciales para el desarrollo empresarial internacional [TRADE MAP]*. Fecha de consulta, 19 de marzo de 2022.
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm
- Gómez, Parada Edgar; Leidy Peña Hernández & Javier Leonardo Caraballo [2020]. “Dinámica del flujo comercial intrarregional en la Alianza del Pacífico.” *Aibi, revista de investigación, administración e ingeniería*. 8 [diciembre de 2020], pp. 1-15. Fecha de consulta, 21 de marzo de 2022.
https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/dinamica_del_flujo_comercial_intrarregional_en_la_alianza_del_pac%C3%ADfico/2314
- Herrera, Miguel Ángel (2017). “Colombia: la Alianza del Pacífico avanza, pero ¿y la economía?” *Agora Public Affairs & Strategic Communications*. Fecha de consulta, 19 de marzo de 2022.
<https://agoraasuntospublicos.com/colombia-la-alianza-del-pacifico-avanza-pero-y-la-economia/>
- Lima, Duran José [2008]. “Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial.” *Colección de documentos de proyectos*. Comisión Económica para América y el Caribe [CEPAL]. Fecha de consulta, 19 de marzo de 2022.



- https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794_es.pdf
- Márquez Rangel, Albio [2015]. “Desafíos a enfrentar por el comercio intrarregional en la Alianza del Pacífico.” *Aldea Mundo* (Universidad de los Andes), 20 [julio-diciembre 2015] pp. 71-84. Fecha de consulta, 15 de abril de 2022.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3690/S2008794_es.pdf
- Ministerio de Relaciones Exteriores [2022]. “Alianza del Pacífico.” *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Fecha de consulta, 15 de abril de 2022.
<https://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>
- Portafolio [2022]. “Lo que aportará Singapur a la Alianza del Pacífico.” *Portafolio* (enero 2022). Fecha de consulta, 15 de abril de 2022.
<https://www.portafolio.co/internacional/lo-que-aportara-singapur-a-la-alianza-del-pacifico-560877>