

Informe práctica empresarial – Cámara de Comercio e Integración colombo-peruana

Juan Sebastian Sanabria Guarnizo

Trabajo de grado para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales

Director

Henry Giovanni Moran Cuan

Magister en Administración de Empresas

Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas y Administrativas

Facultad de Negocios Internacionales

2022

Dedicatoria

En un primer momento hago la dedicatoria de este informe a mi mama Beatriz Lucia Sanabria y a mi abuelo Fernando Sanabria, ejes centrales del impulso que he tenido a lo largo de mi vida, los cuales junto a mi abuela Clara patricia Guarnizo y mi tío Camilo Sanabria fueron mi núcleo familiar y mi impulso para salir adelante en cada obstáculo y de siempre estar dando lo mejor de mí en cada una de las etapas de mi vida, fueron las personas que me enseñaron a valorar todas y cada una de las cosas y que formaron mi carácter de una forma integral y correcta.

Agradecimientos

El agradecimiento más importante, se lo atribuyo a todo el personal dentro de la Universidad Santo Tomas, los cuales, desde la entrada, a la salida, fueron una pieza clave en la experiencia vivida a lo largo de la carrera, fueron aquellos que facilitaron, acompañaron y guiaron el proceso y además los cuales dieron mi acogida para poder decir orgullosamente que cursé mis estudios universitarios en esta prestigiosa universidad

Y en un segundo momento esta dedicatoria va a los integrantes de la cámara de comercio e integración colombo-peruana, los cuales guiaron la última etapa del proceso de posgrado y fueron aquellos que me llevaron a la vivencia toda la información y conocimientos que adquirí en la carrera

Contenido

Introducción	11
1. Informe de práctica empresarial – Cámara de Comercio e Integración colombo-peruana	12
1.1 Justificación	12
2. Objetivos	12
2.1 Objetivo general	12
2.2 Objetivos específicos	13
3. Perfil de la empresa	13
3.1 Misión	15
3.2 Visión	15
3.3 Estructura organizacional	15
3.3.1 Datos del jefe inmediato	16
3.4 Portafolio de servicios	16
3.5 Aliados	18
3.6 Afiliados	19
4. Cargo y funciones	20
4.1 Elaboración de informes comerciales	21
4.2 Elaboración de perfiles sectoriales	21
4.3 Apoyo en la organización y promoción de eventos comerciales (misiones comerciales, ferias, ruedas de negocios, networking empresarial) de modalidad virtual y presencial	21
4.4 Coordinación de citas con empresarios de Perú	22
4.5 Manejo de bases de datos empresariales	22
4.6 Atracción de afiliados	22

5. Marco conceptual y normativo.....	23
5.1 Marco conceptual	23
5.1.1 Definición de conceptos	23
5.1.1.3Negociación.....	24
5.2 Marco normativo	25
6. Aportes	26
7. Conclusiones	26
Referencias.....	28

Lista de tablas

Tabla 1. <i>Portafolio de servicios</i>	16
--	----

Lista de figuras

Figura 1. <i>Organigrama COLPERÚ</i>	15
Figura 2. <i>Aliados comerciales</i>	19
Figura 3. <i>Afiliados comerciales</i>	20

Resumen

Este documento evidencia todo el trabajo realizado a lo largo de las prácticas empresariales con la finalidad de demostrar y afianzar todos los conocimientos que fueron obtenidos durante la totalidad del espacio académico de pre grado y de igual manera lograr alcanzar nuevos aprendizajes al desempeñar el cargo al interior de las prácticas profesionales en la cámara de comercio e integración colombo-peruana; realizada de manera remota durante el primer semestre del año 2022, ejerciendo el cargo de analista de mercados internacionales, realizando análisis sectoriales, análisis de mercados además generando asesorías especializadas, atrayendo clientes y apoyando el intercambio de propiedad intelectual y acompañando los encuentros comerciales entre Colombia y Perú, como desarrollo del comercio bilateral.

Palabras claves: análisis, bilateral, mercado, prácticas

Abstract

This document shows all the work done throughout the business practices in order to demonstrate and strengthen all the knowledge that was obtained during the entire academic space of undergraduate and in the same way achieve new learning new learnings when holding the position within the professional practices in the Colombian-Peruvian chamber of commerce and integration. Carried out remotely during the first half of 2022, holding the position of international market analyst, performing sector analysis, market analysis and specialized advice, attracting clients and supporting the exchange of intellectual property and follow in commercial meetings between Colombia and Peru, as a development of bilateral trade

Keywords: analysis, bilateral, market, practices

Glosario

Cámaras de Comercio: son personas jurídicas sin ánimo de lucro, de carácter corporativo y gremial, sujetas en la ejecución de todos sus actos de administración, gestión y contratación al derecho privado, las cuales tienen como fines defender y estimular los intereses generales del empresariado en Colombia.

Misiones comerciales: lugares de naturaleza académica que brindan oportunidades educativas y culturales únicas, realizadas por estudiantes de pregrado, posgrado, profesionales, docentes, empresarios y público en general, nacionales o internacionales, avaladas por las instituciones de origen y destino, brindándoles la oportunidad de realizar un viaje de máximo dos semanas al exterior, de manera grupal

Cultura de negocios: se refiere a qué comportamiento es común y aceptado profesionalmente en un lugar, en comparación con otro. Cada país tiene aspectos que determinan cómo actúan los empleados de una empresa en diversas transacciones sociales y comerciales

Introducción

A través del informe presentado se evidencia la experiencia adquirida al interior de la Cámara de Comercio e integración colombo-peruana, en la cual se buscó afianzar todos los conocimientos aprendidos en la facultad de negocios internacionales en la Universidad Santo Tomas haciendo énfasis en la creación de relaciones comerciales, apoyando tanto en organización, promoción, divulgación de la información de los eventos en modalidad virtual y presencial, en la generación de nuevos lazos comerciales, acompañando a las empresas desde el ingreso a la cámara como primer paso, hasta lograr hacer eficaz su afiliación, generando las reuniones con sus compañías objetivas, y el análisis de los mercados internacionales, los cuales van desde sectores, hasta partidas arancelarias y de empresas; los cuales no se encasillan únicamente a Colombia y Perú, dando también participación de países latinoamericanos, como Chile, Ecuador y México, teniéndolos a todos con la misma finalidad, de expandir el comercio, generar nuevas relaciones, logras traspasar las barreras comerciales y poder incursionar en nuevos mercados.

1. Informe de práctica empresarial – Cámara de Comercio e Integración colombo-peruana

1.1 Justificación

La realización de esta práctica empresarial tiene como finalidad la de poder lograr una primera inmersión en la obtención de experiencia laboral, la cual será suficiente para poder entender y tener un mejor desempeño al momento de comenzar el desarrollo en el mundo profesional; permitiendo la aplicación de todos los conocimientos adquiridos a lo largo del proceso académico de pregrado cursado en la universidad Santo Tomas, esta práctica se llevara a cabo en el interior de la cámara de comercio e integración colombo peruana, en donde se dará el escenario para poder llegar a conocer los mercados internacionales, las diferentes culturas de comercio y de igual manera poder llevar a cabo la ejecución de la información obtenida en el pensum académico. Con la culminación de esta práctica, se habrá recogido la experiencia y el conocimiento suficiente para cumplir los exigidos propuestos por la universidad y de esta manera poder obtener el título universitario en negocios internacionales

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Apoyar a los diferentes negociantes afiliados y no afiliados a la cámara, a lograr establecer relaciones comerciales y facilitar las reuniones e integración entre los empresarios de ambos países con la finalidad de ampliar y promover el ámbito comercial de ambas partes negociadoras

2.2 Objetivos específicos

Aplicar las técnicas de negociación aprendidas en el programa académico para lograr captar mejor la atención de nuevos afiliados

Afianzar los conocimientos adquiridos en la facultad y llevarlos a la ejecución en un escenario internacional real

Interpretar de una manera acertada los datos estadísticos y suministrarlos a los afiliados

Desempeñar con profesionalismo la interacción y el manejo de las reuniones con los afiliados a la cámara

3. Perfil de la empresa

La Cámara de Comercio e Integración Colombo Peruana – COLPERÚ es una entidad privada, sin ánimo de lucro creada por Acta del 26 de marzo de 1998 de Junta de Socios, inscrito en esta Cámara de Comercio el 24 de julio de 1998, con el No. 00016040 del Libro I de las entidades sin ánimo de lucro, se constituyó la persona jurídica de naturaleza Asociación denominada *Cámara de comercio e integración colombo peruana capítulo de Colombia*, que tiene como objetivo fomentar el comercio, la inversión, el turismo, la cultura y la integración binacional (Colombia-Perú) en todos sus órdenes.

Es objetivo fundamental de la Cámara de Comercio e Integración Colombo Peruana, estrechar, por todos los medios a su alcance las relaciones comerciales, turísticas y culturales entre Colombia y Perú y de manera especial: A) Brindar a los asociados el apoyo y la ayuda para desarrollo de sus negocios. B) Fomentar el desarrollo recíproco de negocios entre Colombia y Perú fomentar para negocios. C) Apoyar la integración latinoamericana y en especial la integración andina. D) Contribuir a la creación y desarrollo de empresas binacionales. E) Impulsar las

iniciativas de todo tipo que contribuyan al desarrollo económico y comercial de ambos países. Los objetivos de la Cámara se lograrán mediante el desarrollo de las siguientes actividades principales:

A) Suministros de información estadística sobre el comercio entre Colombia y Perú, como también en aspectos aduaneros y arancelarios, posibilidades mercados, transportes, régimen de inversiones y comercio, asuntos tributarios, financieros y cambiarios. B) Organización y promoción de conferencias, seminarios, cursos y actividades similares sobre las materias previstas en los objetivos de la Cámara. C) Realización de gestiones ante los organismos públicos, corporaciones y gremios. D) Análisis de las políticas económicas y comerciales binacionales y planteamiento de alternativas a los organismos competentes. E) Asesoramientos en materias relacionadas con el intercambio recíproco y el comercio exterior de Colombia y Perú. F) Orientación empresarial en materia legal, económica y administrativa. G) Colaboración con los organismos económicos y comerciales públicos que puedan interesar a la Cámara. H) Asesoramiento a las misiones diplomáticas y consulares de Colombia y Perú, en materias inherentes a los objetivos de la Cámara. I) Todas las que, a juicio de la junta directiva a la consecución de los objetivos de la Cámara. La Asociación, como persona jurídica de derecho privado tiene capacidad de ejercer derechos y contraer obligaciones en actos propios de su naturaleza y solo responderá con los bienes que posee sin que llegue a comprometer los bienes de sus asociados. Parágrafo: En ningún caso las actividades u operaciones que realice la Asociación pueden comprometer a terceros o a entidades que por razón de sus actividades deban desarrollar trabajos conjuntos en cumplimiento de su objetivo estatutario.

3.1 Misión

Somos una Cámara Binacional de carácter privado que tiene como finalidad promover negocios, inversiones, cultura, turismo y la integración de nuestros países en todos sus órdenes, además es un ente articulador con los sectores público-privado de Colombia y Perú para fortalecer la cooperación, el desarrollo social y económico de sus afiliados, el empresariado en general, la academia y la población de los dos países.

3.2 Visión

En el 2024, COLPERÚ será la principal entidad promotora para el desarrollo y puesta en marcha de los procesos comerciales de integración e inversión entre Colombia y Perú.

3.3 Estructura organizacional

Figura 1. Organigrama COLPERÚ



3.3.1 Datos del jefe inmediato

Luis Alfonso Chala

Director General

direccion@colperu.com

Calle 67 7-94 Oficina 504, Bogotá

Tel: (57-1)3476144 / 4824208 – Móvil: (+57)321 3335904

3.4 Portafolio de servicios

Tabla 1. Portafolio de servicios

Servicios	
Asesoría y Consultoría Especializada	Asesoría especializada Brindar a nuestros clientes una asesoría integral y especializada de manera directa o a través de nuestros expertos afiliados y aliados para apoyar la gestión comercial y los negocios internacionales de las empresas en Colombia y Perú en diversos temas de interés, tales como: • Identificación de oportunidades de negocios e inversión • Procesos comerciales de importación-exportación • Condiciones de acceso al mercado • Gravámenes arancelarios • Barreras no arancelarias • Constitución de empresas y filiales • Aspectos tributarios • Temas laborales - migratorios • Asuntos aduaneros y cambiarios • Bases de datos especializadas de proveedores, comercializadores, distribuidores, importadores, exportadores • Estudios sectoriales y de mercado • Apoyo en arbitraje, mediación y conciliación de conflictos • Auditorías de seguridad, análisis y verificación de documentación
Eventos y Promoción Comercial	Apoyar el comercio, la inversión y la integración binacional por medio de actividades que promuevan y faciliten los negocios entre el empresariado de Colombia y Perú. • Agendamiento individual de negocios en Colombia y Perú (virtual y presencial). • Misiones comerciales multisectoriales (receptivas y externas). • Misiones especializadas o unisectoriales. • Traída de compradores a ferias internacionales en Colombia y Perú. • Apoyo para la participación de empresarios de los dos países en las principales ferias desarrolladas en Colombia y Perú. • Identificar oportunidades de inversión a través de intercambio de información con entidades aliadas y la comunicación permanente con el empresariado. • Boletín de ofertas y demandas comerciales entre Colombia y Perú.

Servicios	
	• Actividades Networking con la Red de Cámaras Binacionales en Colombia (virtual y presencial). • Coordinación de visitas comerciales exclusivas de importadores y/o exportadores. • Visitas técnicas a empresas para reconocimiento de procesos industriales, tecnologías e innovación.
Formación y Capacitación	Coordinar y desarrollar actividades de formación y capacitación permanente para la academia, el empresariado y la comunidad en general dictados directamente por Colperú, a través de expertos invitados, nuestros propios afiliados, entidades y aliados estratégicos. • Diplomados • Seminarios • Talleres • Foros • Cursos Temáticas: • Identificación de oportunidades de negocios e inversión. • Cómo hacer negocios entre Colombia y Perú. • Temas de interés y actualidad binacional. • Desarrollo empresarial. • Acuerdos comerciales. • Alianza Pacífico. • Internacionalización.
Estudios e Investigación	Promover la investigación y el desarrollo permanente de información y conocimiento especializado a través de la elaboración de guías, informes y perfiles sectoriales, encuestas y proyectos para mejorar las condiciones del entorno para los negocios binacionales, elevar la productividad empresarial, aprovechar el mercado interno e internacional y mejorar la gestión empresarial de nuestros afiliados y clientes en general • Guía sobre creación de empresas: formalización, emprendimiento, creación de empresas. • Guía sobre cómo participar en ferias y misiones comerciales. • Informes sobre oportunidades de negocios. • Informes de producto/servicio. • Informes empresariales. • Perfiles sectoriales. • Perfiles de mercado. • Perfiles logísticos. • Perfil económico y comercial de Perú y Colombia.
Misiones Académicas	A través de las misiones académicas internacionales las instituciones de educación superior promueven y apoyan la internacionalización de los programas de pre y posgrado, fomentan la participación de la institución en proyectos y programas de cooperación binacional fortaleciendo las relaciones institucionales con organismos, entidades y empresas internacionales a través de la atracción de estudiantes y docentes extranjeros a sus programas en Colombia y Perú. Además, los estudiantes, profesores e investigadores son impulsados a tener experiencias de movilidad internacional, amplían su visión por medio de actividades que permiten el contacto directo con el ambiente político, económico, empresarial, cultural y social de Colombia y Perú aportando a su desarrollo en el ámbito profesional, académico y personal.
Principales objetivos:	

Servicios
• Visitar entidades relacionadas con la promoción del comercio, la inversión, la cultura, la gestión empresarial y el turismo en el orden binacional. • Realizar visitas de carácter técnico a puertos, aeropuertos, zonas francas, centros logísticos, entre otros. • Interacción con reconocidas empresas del sector agrícola, industrial y servicios de los dos países para conocer sus estrategias de mercado, tecnificación, procesos de innovación, BPM, prácticas de RSE, entre otros. • Desarrollar jornadas de intensidad académica (4 a 6 horas diarias) en las más prestigiosas universidades en Colombia y Perú. • Acercarse a la cultura, tradiciones, gastronomía y lugares emblemáticos de nuestros países a través de recorridos guiados por los principales puntos turísticos de las ciudades y países a visitar. • Promover y apoyar la internacionalización de los programas de pregrado, posgrado y de educación no formal de las universidades participantes. • Fortalecer las relaciones inter institucionales con organismos y entidades en Colombia y Perú. • Atraer estudiantes de nuestros países para que lleven a cabo su formación y sus prácticas profesionales. • Facilitar a los estudiantes, profesores e investigadores las herramientas para tener experiencias de movilidad internacional que les permitan fortalecer sus competencias en el orden académico, científico, tecnológico, político, cultural, económico y empresarial. • Fomentar la hermandad entre nuestros países a través del conocimiento de su cultura, gastronomía, lugares emblemáticos, comparativos entre ciudades, su gente, etcétera. • Conocer las experiencias de éxito llevadas a cabo por el sector público-privado para la promoción e impulso de la economía, el fortalecimiento empresarial y desarrollo sectorial.

Adaptado COLPERÚ, (2022)

3.5 Aliados

Colperu a lo largo de su trayectoria ha ido generando aliados estratégicos, los cuales le permiten un mejor desarrollo de su actividad, junto a un mayor alcance, todo esto de una manera eficiente al momento de alcanzar su objetivo de ampliar el comercio bilateral, en estos se encuentran cámaras de comercio, y asociaciones promotoras del comercio, algunos de estos aliados son:

Figura 2. Aliados comerciales

Tomado de Cámara de Comercio, (2022).

3.6 Afiliados

Con el ejercicio de su actividad, colperu ha llegado a manejar en su agenda comercial, los nombres de reconocidas empresas que además de no ser exclusivamente destinadas a un solo sector comercial, hacen parte empresas de ambos países, con lo cual se logra conseguir un aporte junto a un gran desarrollo de la región colombiana y peruana, en donde entre ellos se encuentran las siguientes empresas:

Figura 3. Afiliados comerciales

Tomado de Cámara de Comercio, (2022).

4. Cargo y funciones

El cargo para desarrollar como Practicante dentro de la cámara de comercio e integración colombo-peruana es el de analista de mercados internacionales

Las funciones son las que se disponen a continuación:

4.1 Elaboración de informes comerciales

Como parte primordial del proceso se realizó la elaboración de informes por petición de los afiliados a la cámara, los cuales se hacían con la intención de poder mantenerse informados de datos como lo son la competencia internacional, de valores de importaciones, exportaciones, balanza comercial entre países, principales países importadores y exportadores; entre otros datos sobre productos a su preferencia y periodos de tiempo específicos y de esta manera poder ayudarlos a planear y trazar sus estrategias comerciales.

4.2 Elaboración de perfiles sectoriales

Se realizan informes en los cuales se busca datos muy específicos sobre el sector al cual pertenece la empresa, aclarando la competencia, proveedores del mercado, barreras arancelarias presentes en el sector, rentabilidad, todo esto basado principalmente en las 5 fuerzas de Porter; con la intención de encontrar los datos relevantes sector y conseguir analizarlos de la manera más eficiente para lograr realizar una toma de decisiones acertada.

4.3 Apoyo en la organización y promoción de eventos comerciales (misiones comerciales, ferias, ruedas de negocios, networking empresarial) de modalidad virtual y presencial

A lo largo de los eventos comerciales se ejecutará un acompañamiento con la intención de ampliar el alcance de la información y la captación de los mismos. logrando culminar con una mayor efectividad la construcción de reuniones, tanto en la modalidad virtual, como presencial incrementando la posibilidad de generar negociaciones entre ambas partes.

4.4 Coordinación de citas con empresarios de Perú

Se hace la mediación entre las empresas peruanas afiliadas a la cámara de integración con empresas latinoamericanas, especialmente colombianas que muestren el perfil económico y comercial deseado por la parte peruana, para posteriormente contactar, agendar y de esta manera asegurar una reunión posterior que les dé la información necesaria para la toma de decisiones sobre una posible negociación.

4.5 Manejo de bases de datos empresariales

Para asegurar la confiabilidad de la información otorgada a todos los afiliados y aliados a la cámara de comercio, se certifica que la totalidad de las cifras utilizados para los informes son de bases de datos especializadas, dadas por los organismos de control pertenecientes a cada país, otorgando una investigación precisa y actualizada.

4.6 Atracción de afiliados

Indagar e investigar el mercado nacional e internacional con la finalidad de encontrar empresas con el potencial para lograr una apertura comercial hacia la internacionalización a las cuales los servicios ofrecidos sean una pieza clave para alcanzar este cometido; y mediante nuestra asesoría y acompañamiento poder solucionar inquietudes y tener claridad del proceso.

5. Marco conceptual y normativo

5.1 Marco conceptual

5.1.1 Definición de conceptos

5.1.1.1 Mercados internacionales. Partiendo como base de sustentación del modelo teórico de demanda, que otorga a las exportaciones de bienes y servicios un efecto expansivo directo sobre el producto, y un efecto indirecto de relajación de la restricción exterior, se justifica el creciente interés de analistas y políticos por la exportación (Alonso y Donoso, 1998)

En general, las naciones menos avanzadas van quedando relegadas en varios planos de las relaciones, lo que incluye temas económicos, tecnológicos, de seguridad, sociales y políticos. De allí que la evidencia muestre que, más que un proceso de integración entre todas las regiones y países del mundo, con la totalidad respectiva de sus poblaciones, lo que se tiene es un proceso de globalización segregante. Son amplios sectores que van quedando al margen de los procesos de integración económica mundial (Reyes, 2006).

5.1.1.2 Alianza del pacífico. En un primer momento para definir, la Alianza del Pacífico es un proyecto de integración económica latinoamericana que comenzó en 2011 y entró en vigor en 2016. Sus cuatro miembros son Chile, Colombia, México y Perú (Toro y Tijmes, 2020).

La clave de esta es la articulación de fuerzas más allá de las fronteras territoriales. Este es un mecanismo de articulación política, económica, de cooperación e integración que busca encontrar un espacio para impulsar un mayor crecimiento y mayor competitividad de las cuatro

economías que la integran. Los miembros de la Alianza del Pacífico confían que esto es posible a través de un avance progresivo de la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

Mientras los lazos se fortalecen dentro de la Alianza, hay un trabajo en paralelo para convertir al bloque en una potencia mundial de negocios y oportunidades. Es por ello que uno de sus principales mercados objetivo es el que se extiende en el litoral asiático del Pacífico, una de las regiones fundamentales de la economía global. El trabajo conjunto de los cuatro países también se demuestra con la presencia de la Alianza del Pacífico en ferias de promoción internacional. Estas actividades son coordinadas desde los grupos técnicos especializados que hay dentro de la Alianza.

Además, es indispensable resaltar que la Alianza del Pacífico hace parte de un Nuevo Multilateralismo latinoamericano que muestra la relevancia de los factores externos en la construcción de regímenes internacionales. Sus cuatro miembros son potencias regionales de diverso rango las cuales presentan variados intereses en su participación, tendiendo a un Multilateralismo Cooperativo y a un liderazgo compartido por medio de la secretaria Pro-tempore que rota anualmente entre los miembros de la Alianza del Pacífico (Ardila,2015, p.246)

5.1.1.3Negociación. La negociación es un proceso en el que intervienen dos partes enfrentadas que intentan el acercamiento de posiciones conseguir una situación aceptable para ambas de forma que les permita crear, mantener o desarrollar una relación. Cuando la negociación es internacional, las partes negociadoras pertenecen a distintos países. (García,2015)

Considerando que toda negociación es un proceso de comunicación entre dos partes cuyo objetivo final es llegar a un acuerdo a partir de necesidades y planteamientos distintos, no debemos

olvidar que los diferentes países que realizan negocios internacionales poseen características únicas y particulares que los distinguen unos de otros debiendo tomar en cuenta sus costumbres y tradiciones pues éstas determinan en alto grado su manera de ver las cosas, así como el comportamiento asumido durante una negociación. (Ávila 2012)

“Las pausas de la negociación serán cortas, si las hay, y la negociación será habitualmente rápida. Se pasan los temas de la agenda sin demasiado preámbulo y se abordan con vehemencia, rapidez y sin dilatación” (Cabeza, et ál., 2013).

5.2 Marco normativo

En un primer momento hay que tener en cuenta la legislación acerca de las operaciones de cambios internacionales obligatoriamente canalizables

Las operaciones de cambios internacionales están reguladas por la Constitución Nacional a nivel general²¹, la Ley 9 de 1991 con sus respectivas modificaciones, la Ley 31 de 1992 y su decreto 2520 de 1993 que regulan las funciones del Banco de la República y el gobierno en materia cambiaria. De forma especial el régimen de cambios internacionales se encuentra contenido en la Resolución Externa No. 8 de 2000 del Banco de la República, así como sus modificaciones²² y por el Libro 17 capítulo 2, título 1 del Decreto Único 1068 de 2015 el cual compendia el Decreto 1735 de 1993. Las siguientes operaciones deben ser canalizadas obligatoriamente a través del mercado cambiario

Inversiones de capital del exterior en el país.

Inversiones de capital colombiano en el exterior.

Importación y exportación de bienes.

Operaciones de endeudamiento externo celebradas por residentes en el país, así como los costos financieros inherentes a las mismas.

Otorgamiento de avales y garantías en moneda extranjera.

Operaciones de derivados

6. Aportes

A lo largo del proceso de practicante como analista de mercados dentro de la cámara de comercio e integración colombo peruana, aporte a la empresa en diferentes ámbitos, entre los cuales están en la actualización del perfil comercial de Colombia al año 2021-2022, contribuí con los conocimientos adquiridos en la universidad Santo Tomas, los cuales enriquecieron el análisis y aportaron diferentes puntos de vista en las reuniones semanales realizadas para estar al día con los procesos dentro de la cámara, además de la eficacia laboral en la optimización del tiempo, en la realización de informes y cumplimiento de las labores asignadas.

Además de lo anteriormente mencionado, la cámara de comercio me aporó como practicante la primera experiencia laboral que está completamente relacionada con el plan de estudios propuesto en la facultad de negocios internacionales, un conocimiento más cercano del entorno y de la cultura de comercio peruana, de las formalidades y tips a tener en cuenta en el momento de formalizar las reuniones para tener un mayor impacto, una mejor captación de la atención y realizar reuniones posteriores al encuentro.

7. Conclusiones

Tras culminar con el proceso de las prácticas empresariales al interior de la cámara de comercio e integración colombo-peruana y en concordancia con los objetivos planeados, pude

concretar que Colperu es uno de los principales promotores del comercio bilateral entre ambos países. La participación de todos los aliados de la cámara, como lo son la embajada de Perú en Colombia, ANALDEX, FENALCO, cámara de comercio de Bucaramanga y cámara de comercio de Bogotá, entre otros dan soporte, como organizaciones de alta importancia enfocadas al crecimiento del comercio; a la creciente importancia que ha tenido desde su creación, hasta su funcionamiento en la actualidad.

De esta manera la participación que se tuvo dentro de la organización mantuvo el crecimiento en la participación y creación de nuevos lazos comerciales entre peruanos y colombianos, en donde se evidencio que esta intervención no está estrictamente ligada a los dos países, encontrado que también fue facilitador de comercio con empresas externas a las intenciones de la cámara, llegando a otros países latinoamericanos

Referencias

- Afiliados*. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/afiliados/>
- Aliados*. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/aliados/>
- Ardila, M. A. (20015). La alianza del pacífico y su importancia geoestratégica. En W. G. Grabendorff (Ed.), *Pensamiento Propio* (Edición especial ed., p. 246). https://www.researchgate.net/profile/Raul-Benitez-Manaut-2/publication/327679678_Mexico_La_trampa_diplomatica_entre_Estados_Unidos_y_America_Latina_Soft_Power_sin_Hard_Power/links/5b9e5ed8a6fdccd3cb5c9cc4/Mexico-La-trampa-diplomatica-entre-Estados-Unidos-y-America-Latina-Soft-Power-sin-Hard-Power.pdf#page=245
- Asesoría especializada*. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 7 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/asesoria-especializada/>
- Ávila, M. F. (2012). *Tácticas para la negociación internacional: Las diferencias culturales*. Trillas. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/download/94/4014?inline=1#refe1>
- Cabeza, D. C., Corella, P. C., y Jiménez, C. J. (2013). *Negociación intercultural estrategias y técnicas de la negociación internacional* (1.^a ed.) [Libro electrónico]. MARGE books. Recuperado 29 de agosto de 2022, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xUw-AQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA73&dq=negociaci%C3%B3n+internacional&ots=y76u->

RLL-V&sig=hf4XOIuc57-

qc1N031pgpNMF6Wc#v=onepage&q=negociaci%C3%B3n%20internacional&f=false

Donoso, V. D., y Alonso, J. A. A. (1998). Competir en el exterior. La empresa española y los mercados internacionales. *Economía aplicada*.

<https://revecap.alde.es/revista/numeros/17/pdf/lopez.pdf>

Estudios e investigaciones. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/estudios-e-investigaciones/>

Formación y capacitación. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/formacion-y-capacitacion/>

García Lomas, O. L. (2015). *Negociación internacional*. Global Marketing. <http://www.aglutinaeditores.com/media/resources/public/6f/6fb4/6fb463e1747841c390d3bd97a628be3c.pdf>

Misiones académicas. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 9 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/misiones-academicas/>

Naturaleza jurídica de las cámaras de comercio. (s. f.). Confecámaras. Recuperado 25 de agosto de 2022, de <https://confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/introduccion-a-camaras-de-comercio#:~:text=Las%20C%C3%A1maras%20de%20Comercio%2C%20son,empresariado%20en%20Colombia%2C%20y%20llevar>

observatorio estratégico de la alianza del pacífico. (2017). ESTUDIO SOBRE COMERCIO de servicios en la alianza del pacífico. Alianza del pacifico. Recuperado 26 de agosto de 2022, de <http://www.cpc.cl/wp-content/uploads/2017/03/estudio-sobre-comercio-de-servicios-ap-2017.pdf>

Promoción de negocios. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 8 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/promocion-de-negocios/>

Quienes somos. (2022, 1 enero). Colperu. Recuperado 5 de mayo de 2022, de <https://colperu.com/wps/quienes-somos/>

Reyes, G. E. R. (2006, junio). *América latina y el caribe: Integración e inserción en los mercados internacionales.* <https://www.redalyc.org/pdf/4795/479548748006.pdf>

Tijames, J. T., y Gallardo, N. G. (2021, junio). *La alianza del pacífico y el CPTPP: ¿Alternativas para la solución de diferencias ante la OMC?* <https://doi.org/10.18800/derechopucp.202101.002>

Zarate Chávez, E. O. Z. C., & Cabrejos Campana, M. C. C. (2015, noviembre). *Plan de negocios para una empresa de coaching y asesoría especializada en ventas y calidad de servicio a empresas y/o empresarios de la ciudad de Lima.* Repositorio académico UPC. Recuperado 24 de agosto de 2020, de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622699/Cabrejos_cm.pdf?sequence=13&isAllowed=y

¿Qué es la Alianza del Pacífico? – Alianza del Pacífico. (s. f.). Alianza del Pacifico. Recuperado 25 de agosto de 2022, de <https://alianzapacifico.net/que-es-la-alianza/>