

¿Cuáles son las barreras internacionales que tienen las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal para entrar al mercado Chileno?

Yessika Andrea Ramirez Plaza

Fundación Universidad del Área Andina

Programa de Negocios Internacionales, Fundación Universitaria del Área Andina

Documento para optar por el título de Profesional en Negocios Internacionales.

Facultad Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras, Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá, Cundinamarca

Descripción de la Empresa

- a. Nombre: Cámara de Comercio Colombo Chilena.
- b. Historia (breve reseña): Son una entidad gremial, sin ánimo de lucro, que fomenta, promueve y fortalece las relaciones comerciales y la inversión entre empresas chilenas y colombianas en ambos países, inició en el año 2009 por la iniciativa de empresarios Chilenos, el embajador Chileno en Colombia y Prochile le iniciaron lo que hoy es la Cámara de Comercio Colombo Chilena.
- c. Misión: Potencializamos el desarrollo social y económico de Colombia y Chile a través de una alianza empresarial innovadora de comercio e inversión.
- d. Visión: Queremos ser la Cámara binacional referente y admirada en la región, por agregar valor e impulsar la dinámica del mercado mediante la innovación.
- e. Valores Corporativos
 - Respeto: Valor fundamental para tratar con los demás, así como te gustaría ser tratado, escuchar con atención las propuestas y críticas que aportan todos los miembros que pertenecen a la compañía.
 - Honestidad: Conductas que lo demuestran en el desempeño laboral al actuar siempre con rectitud y veracidad; cumplir con el correcto proceder en el desempeño de su cargo y en todos sus actos: servicial, oportuno, amable, culto, esmerado, escrupuloso, disciplinado, intachable, pertinente y considerado, cabal, justo, moral y no generando dudas respecto a lo que se espera de este (a).

- Liderazgo: Atributos de un líder, Iniciativa, Confianza, Responsable, Sociable, Capacidad del manejo de sus emociones, capacidad de venderse a sí mismo y Capacidad de reconocer sus fortalezas.
- Compromiso: Es el deber de mantenerse con rectitud, honradez y buena fe, en todas las acciones realizadas para la organización, buscando siempre la exactitud de los hechos y la rectitud en el accionar de los colaboradores.
- Orientación al servicio: La orientación al cliente se define como un enfoque de ventas y relaciones con clientes en el que el personal se centra en ayudar a los clientes para satisfacer sus necesidades y deseos a largo plazo.
- Trabajo en equipo: cada uno de los miembros del equipo precisa de la colaboración en algo de cada una de las personas que participan en el trabajo.

f. Portafolio de Productos/Servicio

- Agenda de Reuniones: Organizamos reuniones con potenciales inversionistas, compradores o proveedores para iniciar sus negocios. Nos encargamos de la planificación y coordinación de la agenda, la cual contiene un mínimo y un máximo de reuniones, distribuidas en días estimados para el cumplimiento de esta. Este servicio propicia encuentros con empresas legalmente constituidas, seleccionadas profesionalmente, asegurando que la contraparte responda al perfil que busca el empresario. Como resultado, se entregará un documento final, que contendrá los datos completos sobre cada reunión confirmada y agendada.

- Bases de Datos: Entregamos información por requerimiento de empresas en Colombia o Chile, lo que permitirá una mejor gestión comercial y de marketing al identificar contactos a los que debes llegar.
- Apoyo empresarial: Ofrecemos apoyo para para la constitución de tu empresa o sucursal, presentándote las mejores opciones entre empresas afiliadas para temas legales, contables, financieros, recursos humanos, administrativos, entre otros.
- Misiones Empresariales: Ponemos a nuestros afiliados en contacto directo con compañías chilenas o colombianas, para que conozcan de primera mano la dinámica del mercado de interés, identificando, iniciando y desarrollando potenciales oportunidades empresariales. El servicio incluye investigación, planificación y coordinación de la agenda de reuniones con empresas de interés, como acompañamiento (presencial o virtual) de nuestros delegados que estarán a cargo de la logística y óptimo desarrollo de las actividades. Adicional gestionamos el alojamiento en el país de destino, con tarifas preferenciales entre los hoteles asociados a la organización, opciones de transporte aeropuerto-hotel-aeropuerto, y actividades complementarias en el marco de la misión (city tour, charlas sobre doing business y logística- opcionales).
- Asesoría Comercial: Brindamos información sobre indicadores económicos, estadísticas de importaciones y exportaciones, cultura de negocios, oportunidades comerciales, y orientación general para iniciar un proceso de comercio binacional.
- Representación Gremial: Prestamos apoyo y realizamos gestión ante autoridades regulatorias, gubernamentales, locales y regionales, tendientes a transmitir las demandas del gremio.

- Sala de Juntas: Es un espacio físico dedicado para los negocios con todas las comodidades (Internet fibra óptica, proyector, tablero y servicio básico de cafetería). Ideal para la realización de reuniones de trabajo, formales o presentaciones a grupos pequeños.
- Acceso a Presentaciones: Podrás descargar las presentaciones hechas de todos los eventos que realicemos, independiente a si pudiste asistir o no.
- Boletín: Difundimos información comercial sobre eventos y capacitaciones de nuestros asociados u organización, a través de boletines quincenales virtuales, a una lista con un alcance aproximado de 30.000 contactos. Esto con el fin de potencializar la difusión por un canal adicional para nuestros asociados.
- Newsletter: Brindamos información actualizada sobre noticias relacionadas con comercio, inversión y negocios entre Chile y Colombia.
- Producción y Organización de Eventos: Realizamos tu evento bajo el liderazgo de personal capacitado para planificar, organizar y producir eventos de diversas magnitudes en el ámbito relacionado con temas de interés comercial, inversión, jurídico o social, ya sea para asociados o clientes particulares privados, con un alto estándar de calidad y con un sello distintivo que hará que los seminarios, charlas, conversatorios, presentaciones corporativas, posicionamiento de marca, desayunos, almuerzos de negocios, cócteles, inauguraciones o capacitaciones, cumplan con el enfoque y el objetivo planteado.

- Dirección Tributaria y Comercial: Mediante este servicio nuestros empresarios contarán con un domicilio donde recibir correspondencia o documentación, al igual que la verificación de actividades, antes las entidades correspondientes.
- Planes de Trabajo:

Plan A:

- 12 reuniones en el semestre, sea misión empresarial o agenda de negocios. (Para misiones informar con 20 días de anticipación).
100 contactos semestrales. (1 contacto por empresa).

Plan B:

- 8 reuniones en el semestre, sea misión empresarial o agenda de negocios. (Para misiones informar con 20 días de anticipación).
- 60 contactos semestrales. (1 contacto por empresa).

Plan C:

- 120 contactos semestrales.

g. Mercado que atiende: Tiene como finalidad primordial promover, fomentar y fortalecer las relaciones comerciales Chilenas y Colombianas e inversión de empresas en ambos países.

2. Descripción de la unidad de Negocio de la empresa en la que realiza su práctica.

a. Funciones del cargo

- Brindar soporte al área comercial en la coordinación de agendas de negocios en Chile y Colombia.
- Realizar investigaciones comerciales y/o económicas, para la definición de servicios de bases de datos o agendas de negocio, fichas de requisitos no arancelarios y en general información requerida para fines empresariales y de comercio.
- Brindar soporte al área comercial en la coordinación y organización de misiones comerciales y/o conferencias.

3. Planteamiento del Problema

¿Qué barreras internacionales tienen las empresas Colombianas de servicios para entrar al mercado Chileno?

a. Causas

La cámara de Industria y Comercio Colombo Chilena no posee un apoyo específico para las empresas Colombianas de servicios para que puedan incursionar al mercado chileno y obtener altos niveles de competitividad el mayor porcentaje se ve reflejado por falta de desconocimiento de estas o experiencia, que no permite que sea de manera efectiva introducirse en el sector Chileno y según la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, los comunicadores), servicios financieros, software e informática, servicios culturales y personales y servicios del gobierno, no son nacionalmente competitivos (UNCTAD. (2018). (S.F). “Chile necesita un pacto renovado entre el gobierno, las empresas y la sociedad civil”) y la mayoría de las

empresas no se encuentran abiertas a cambiar metodologías o capacitaciones para poder ingresar al mercado Chileno, las empresas Colombianas de servicios tienen barreras al llegar al mercado Chileno y principalmente son las legales donde el empresario Colombiano debe cumplir para evitar incurrir en infracciones y multas, las administrativas de las empresas chilenas las cuales son rigurosas con sus normas administrativas y las culturales donde se observa las diferencias lingüísticas que el empresario colombiano debe comprender junto con el perfil del empresario para poder realizar los acercamientos comerciales y poder realizar las negociaciones, estas barreras son importantes ya que al sobrepasarse logran que las empresas colombianas de servicios de capacitación personal estén preparadas para entrar al mercado chileno.

La cámara de comercio colombo chilena para ayudar a los empresarios colombianos a sobrepasar estas barreras realizan reuniones colectivas para que se preparen, se capaciten y los empresarios mitiguen errores al realizar los acercamientos comerciales y así lograr las negociaciones.

b. Problema a resolver

¿Cuáles son las barreras que tiene las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal para entrar al mercado Chileno?

4. Objetivo General

- Diseñar un protocolo para el ingreso de las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.

5. Objetivos Específicos

- Identificar las barreras internacionales culturales, administrativas y no arancelarias Chilenas para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.
- Identificar las barreras legales Chilenas para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.
- Identificar los beneficios comerciales Chilenos para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.

6. Desarrollo del proyecto

1. Identificar las barreras internacionales Chilenas para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.

1.2 Barrera Cultural Chilena: Los Chilenos tienen en su cultura una mezcla de raíces indígenas mapuches y la influencia del colonialismo español que se ve reflejada en la lengua hablada y las costumbres católicas.

En septiembre de cada año los días 18 y 19 se realiza la celebración patriótica de la independencia Chilena dando homenaje a su ejército y sus victorias.

Los chilenos se caracterizan por ser amables, acogedores, solidarios y tranquilos, muestran su afecto emocional a su familia, hogar a sus amigos de acuerdo a sus tradiciones religiosas, aunque las generaciones más jóvenes de las ciudades están cambiando esto.

1.2.1 Paralelo entre la cultura colombiana y chilena.

Aspectos Culturales	Cultura empresarial Colombiana.	Cultura empresarial Chilena.
Idioma y Moneda	Idioma oficial es el Español, la moneda es el peso Colombiano y moneda que trabajan en el exterior es el dólar.	Idioma oficial es el Español, la moneda es el peso Chileno y moneda que trabajan en el exterior es el dólar.
Religión	Existe la libertad de cultos y la mayor regida es la Católica.	Existe la libertad de cultos y la mayor regida es la Católica.
Entorno Político	República, la rama ejecutiva domina la estructura de gobierno. Constitución: julio 5 de 1991 Poderes del Estado: El Poder Ejecutivo : Presidente de la República Legislativo: Senado y la Cámara, que conjuntamente forman el Congreso colombiano. Judicial : Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado, el Consejo Superior de la Judicatura, la	República. • Constitución: Aprobada en 1980, y reformada en 1989 • Poderes del Estado: Ejecutivo: Presidente. Legislativo: Senado y Cámara Judicial: Corte Suprema, cortes de apelaciones, corte militar.

	Fiscalía General de la Nación, los diversos tribunales y jueces.	
Gastronomía	<p>Los ingredientes más comunes en las preparaciones son cereales como el arroz y el maíz, tubérculos como la papa y la yuca, variedades de leguminosas (fríjoles), carnes como la vacuna, gallina, cerdo, y otros animales silvestres, pescados y mariscos. Frutas tropicales como el mango, el banano, la papaya, la guayaba, el lulo y la maracuyá.</p> <p>Colombia no tiene un plato nacional, aunque son muy reconocidos el sancocho y la arepa.</p>	<p>Los principales ingredientes en la cocina son: el maíz, la papa y el tomate, entre otros.</p> <p>Los platos más tradicionales de la cocina chilena son los anticuchos, el asado, la carbonada, la cazuela, el charquicán, el curanto, las empanadas de pino, las humitas y el pastel de choclo.</p> <p>El vino chileno es la principal bebida alcohólica.</p>
Fiestas	<p>Los días festivos se dividen en tres tipos: Los festivos de fecha fija</p> <p>Carnaval de Barranquilla Feria de Cali Feria de las Flores Carnaval de Negros y Blancos Feria de Manizales Festival de la Leyenda Vallenata Fiestas de la</p>	<p>Celebraciones Mapuche Cumbre Guachaca Días festivos de Chile Carnaval cultural de Valparaíso Carnaval del Vino Cristo de Mayo Cuasimodo Festival del Cantar Mexicano Festivales de la Canción en Chile Fiesta costumbrista de</p>

	Independencia o del 11 de noviembre de Cartagena Feria de la Ganadería Fiestas del Mar Ceremonias	Cerro Castillo Fiesta de La Tirana Fiesta de la Vendimia del Valle de Curicó Fiestas Patrias en Chile Semana Valdiviana
Clima	Tipo tropical lluvioso, la altura es el factor que define 4 pisos climáticos, donde existe zonas frías y otras calurosas.	El clima es suave y seco en el norte y húmedo en el sur.
Características de personalidad de los empresarios.	Las cualidades que más caracterizan a los colombianos son ser espontáneos, sinceros y creativos pero impuntuales.	Se caracterizan por ser puntuales en la hora de negociar, también son amables, la mayoría son serios y les interesa siempre la honestidad e integridad.

(Méndez.(2015). Cuadro comparativo entre Colombia y Chile.)

- **Convergencias:** El idioma y moneda es muy importante por que facilita realizar los acercamientos comerciales y poder realizar las negociaciones con facilidad y más cuando se prestan servicios de capacitación ya que el capacitado al ir a Chile se hará comprender de manera más rápida.

Su sistema político es una ventaja ya que permiten entender el contexto de ambos países facilitando que ambos empresarios puedan comprender sus beneficios económicos y las decisiones que toma cada gobierno.

- Divergencias: Una de las primeras es el clima ya que el capacitador al afectarse por la altura puede tener un mal cambio climático y enfermarse haciendo que el periodo de capacitación se alargue y retrase el proceso solicitado, para ello el capacitador debe ir con 3 días de anterioridad para que se acople y también en las fiestas no se pueden realizar las capacitaciones por que esos días son muy importantes para los chilenos, por ende se debe tomar días acordes para no intervenir en sus festividades.

En los perfiles de personalidad se encuentra que el chileno le interesa ser más concreto y puntual a la hora de negociar por lo tanto el colombiano debe cambiar su impuntualidad y llegar 30 minutos antes a la hora de ir a negociar, también al observar que el empresario chileno es serio no es conveniente utilizar tácticas agresivas sino ser sinceros y tener una conversación amena para lograr realizar la negociación.

(Sarkis, Ocampo.(2015) Negociando con otras culturas)

1.3 Barreras de Identificación del perfil del empresario chileno.

Una solución para esta barrera se idea implementar dentro de la Cámara y Comercio brindar en su plataforma web toda la información para los empresarios que brindan los servicios de capacitación personal logren identificar el perfil de los empresarios chilenos permitiéndoles tener un acercamiento comercial efectivo.

Los empresarios chilenos tienden a ser serios, estrictos negociadores, se recomienda no utilizar tácticas agresivas, comenzar una reunión con el intercambio de tarjetas de presentación y una conversación liviana, de carácter más personal, antes de discutir asuntos de negocio, prepararse y cumplir con la hora acordada para la reunión, especificar las prioridades, términos y condiciones, la propuesta financiera debe ser fuerte, con opciones tales como condiciones de financiación no tradicionales pueden ser un atractivo para realizar una reunión eficiente.

1.4 Las barreras administrativas: Es una a la cual las empresas de servicios de capacitación se van a ver enfrentadas ya que pueden ser obstaculizada por las normas administrativas de las diferentes empresas, por ejemplo el recibir las capacitaciones fuera del horario laboral sin ser remunerados haciendo que el límite del personal para capacitar no sean los suficientes, también que después de recibir las capacitaciones no se realice nuevos lineamientos para poder aplicar los nuevos conocimientos y que el empleado no esté ligado por una norma el ejecutar los conocimientos brindados pueden retrasar o evitar que los procesos de capacitación fallen ya que se debe haber un acoplamiento entre empleador y empleado para realizar a las directrices que se brindaron en la capacitación.

De acuerdo con las normas administrativas de las diferentes empresas, puede retrasar los procesos, se recomienda establecer parámetros administrativos como el crear documentos donde registren como deben aplicar sus conocimientos dentro de la empresa y crear directrices para que puedan en tiempos laborales tomar las capacitaciones para un acoplamiento óptimo a los empleados de cada cliente y realizar las capacitaciones solicitadas de manera más eficiente.

1.5 Barrera no arancelaria: Esta barrera es muy importante por que la empresas colombianas de servicios de capacitación personal deben regirse a esta ya que permite tener una mejor estadía en Chile y brindarle al cliente la mayor seguridad en que sus cartillas, libros o videos cumplen con las leyes de protecciones a la propiedad intelectual de su país.

Protección a la Propiedad Intelectual y derechos de autor, es un problema que el gobierno Chileno considera un perjuicio para las empresas, para minimizar este problema la (Ley N° 20.435) que

protege la propiedad intelectual del autor ya sea en libros, regalías o revistas, así sea físico y digital al no verse reflejado la pertenencia del autor incurre en una sanción por piratería, no se considera un delito penalizado con prisión pero si genera una sanción que produce la incautación de la mercancía por parte de los carabineros de Chile o de la policía de investigaciones de Chile (PDI) y se genera una multa dictada por un juez.

1.6 Barrera Comercial: Dentro de este se identifica una oferta por parte de empresas que se han capacitado por medio del gobierno chileno y las empresas que brinda el servicios de capacitación en Chile, se identifica una demanda de empresas medianas y grandes con la finalidad de sean sus trabajadores más productivos, motivados y eficaces.

- Oferta: El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) es un organismo del Estado que beneficia a las empresas para ser capacitadas, la OTEC (Organismos Técnicos de Capacitación) que cumplen con la Norma Chilena 2728, pueden impactar directa y positivamente en la productividad de Chile, tiene en vigencia a 3,125 empresas acreditados. <http://www.sence.cl/> Si bien, el Estado, a través de Sence, invierte muchos recursos, aún son pocas las empresas que aprovechan esta inversión y oportunidad para inyectar conocimiento, tecnicismo y especialidad a los trabajadores.
- Demanda: En Chile, hay un poco más de un millón de empresas, y sólo 16 mil de ellas utiliza la OTEC (Organismos Técnicos de Capacitación) esta franquicia tributaria para capacitar a sus

colaboradores, es decir que quedan 984.000 mil empresas de diferentes sectores que no se capacitan y que son clientes potenciales para las empresas de capacitación de personal colombianas que requieren capacitarse en “¿Cómo ser más productivos?, ¿Cómo usar el el tiempo laboral para minimizar errores?, ¿Cómo planear las tareas laborales?, ¿Cómo ser más eficiente y efectivo?, ¿Cómo crear planes estratégicos?, esto con el fin de incrementar la productividad, la eficiencia, la eficacia y minimizar errores ya sea administrativos o productivos ya que el chileno trabaja 1.989 horas al año y el valor de su trabajo ronda los 11 dólares la hora mientras tanto, en Luxemburgo, uno de los países considerados entre los más productivos del mundo, trabajan 1.643 horas anuales y el valor de su trabajo es de 58 dólares, (Wompner. (2017). La capacitación como palanca impulsora de la productividad empresarial).

Tabla 4: Promedio de productividad por empresa según sector económico y tamaño de empresa
(valor agregado por trabajador dependiente, miles de pesos de 2015)

Sector	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total Sector
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	25.539	29.004	52.301	34.380	29.450
Explotación de minas y canteras	13.894	23.087	37.274	205.961	36.944
Industrias manufactureras	7.074	12.187	16.638	49.748	13.086
Construcción	16.633	13.263	20.074	23.810	15.449
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas; hoteles y restaurantes	13.004	20.463	40.487	75.315	22.186
Transporte, almacenamiento	17.752	20.968	27.569	123.767	23.172
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	14.181	10.551	19.143	25.792	12.833
Información y comunicaciones	17.577	28.326	44.026	76.162	29.179
Actividades financieras y de seguros	-	-	79.746	221.328	133.947
Actividades profesionales, científicas y técnicas	13.563	30.804	37.816	46.785	25.189
Suministro de electricidad, gas y agua (EGA)	-	-	73.924	300.329	215.887
Actividades de servicios	17.834	47.327	113.250	224.198	48.399
Otros servicios	9.326	16.403	20.126	36.128	13.075
Total	15.043	21.692	39.644	86.563	23.269

Fuente: Elaboración propia en base a la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas.

(Gobierno de Chile. (2017). Informe de resultados:Productividad laboral sectorial y por tamaño de empresa a partir de microdatos)

En la tabla anterior podemos observar que las empresas que mayor necesitan capacitación son de los sectores de mano de obra como construcción, empresas que realizan alojamiento e industria manufacturera, restaurantes, los que efectivamente presentaron una de las menores productividades laborales y esta se centran en las ciudades que necesitan mayor capacitación son Concepción, Viña del mar y Santiago de Chile que tiene mayor concentración de empresas medianas.

El 14 de mayo del 2018 “se presentó la investigación denominada “¿Cuánto, cómo y en qué capacitan las empresas a sus trabajadores?: dinámicas de la inversión privada en capacitación”, estudio que recoge los datos de la Encuesta Longitudinal de Empresas en Chile, la cual consideró las consultas de 7.267 empresas chilenas de más de 10 rubros, considerando agricultura, minería, pesca, manufactura, construcción, hotelería, transporte, finanzas, inmobiliarias, electricidad y retail” y dio como resultado “sólo el (4,6%) de los trabajadores de empresas privadas en Chile recibe capacitación, donde el sector de retail es el que se concentra la mayor cantidad de firmas que sí las realiza (10,4%)” es decir que el otro (89 %) de las empresas de diferentes sectores requieren capacitación para su personal y que pueden ser clientes potenciales para las empresas colombianas. (Publimetro, 2018)

2. Identificar las barreras legales Chilenas para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.

2.1 Identificar las barreras legales para la persona que brinda las capacitaciones o conferencista:

- La persona que va a viajar a Chile debe contar con sus respectivos documentos de identificación (ya sea cédula de identidad o pasaporte), puede contar con pasaporte electrónico o de lectura mecánica con vigencia mínima de 3 meses a partir de la fecha de ingreso.
- Tiquete aéreo de ida y regreso. Acreditar solvencia económica que le permita viajar y financiar estadía.
- Carta de invitación de una persona natural o una empresa en Chile. Reservas de hotel cuando no tenga una persona de contacto en Chile.
- Su permanencia en el país debe ser por un tiempo menor a 90 días.
- Si el citador o conferencista lleva material bibliográfico debe estar incluido las normas de autoría para evitar incurrir en sanciones o multas por derechos de propiedad respaldadas por la (Ley N° 20.435).
- “El marco regulatorio no tipifica los servicios y modelos de negocio Fintech (Finance y Technology)”. (Rojas, 2018)

2.1 Asesoría Legal por parte de la Cámara de Comercio e industria Colombo Chilena:

- Brindar toda la información necesaria sobre la (Ley N° 20.435) que habla sobre protección a la Propiedad Intelectual y derechos de autor.
- Solicitar la documentación donde representa que la empresa está constituida en Colombia. En caso de tener certificados de Normas de Calidad deben estar vigentes.
- En caso de que uno o más representantes de la empresa viajen a Chile deben de estar con la documentación turística y estadía.
- Se recomienda tener todos los folletos, cartillas y demás documentos, deben estar con sus respectivos autores para evitar incurrir en plagio.

3. Identificar los beneficios comerciales Chilenos para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno.

3.1 Tratado de libre Comercio (TLC) entre Chile y Colombia: Beneficia al empresario colombiano al realizar nuevas negociaciones haciendo que su empresa crezca por medio de las nuevas oportunidades de negocio en Chile, es importante resaltar que el tener el TLC hace que esta unión sea favorable para ambas partes y se puede observar en los siguientes puntos:

- ✓ Se firmó el 27 de noviembre de 2006 y entró en vigencia el 8 de mayo del 2009 brindando las diferentes oportunidades de negocio.
- ✓ Fortalecer ambas economías por medio de relaciones comerciales.
- ✓ Fortalecer al personal de empleados por medio de las empresas colombianas de capacitación personal.

3.2 Apoyo Empresarial por parte de la Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena:

- Capacitación Empresarial

Brindar herramientas para participar en reuniones empresariales, foros, ruedas empresariales para mejorar sus conocimientos y aptitudes de los empresarios y así lograr captar más clientes potenciales, dentro de esos espacios.

- Asesoramiento Empresarial

Permite al empresario informarse de toda la necesidad que tiene su cliente y así mejorar su portafolio de servicios para que sea atractivo para el sector que desea ingresar, realizar misiones empresariales de manera eficiente y realizar toma de decisiones para posteriores misiones y captación de clientes.

7. Impacto que genera o generará en la empresa la implementación de este proyecto.

Las empresas de capacitación de personal Colombiana al entrar al mercado Chileno, la cámara Colombo Chilena va a tener facilidades de interacción con nuevos prospectos, que permiten apoyar a al incremento de soluciones administrativa y laborales de las empresas Chilenas al capacitar a su personal, obtendrá reconocimiento de la misma al dar apoyo de soluciones óptimas de empresas Chilenas y al crear una nueva línea especializada permite obtener eficacia y eficiencia al realizar las actividades por su enfoque y sus clientes satisfechos por la efectividad en todos los servicios que la cámara colombo Chilena ofrece.

Se realizó una encuesta analítica de manera virtual a 15 empresas colombianas de capacitación personal con 10 preguntas de respuesta múltiple, ubicadas en las ciudades de Bogotá a las cuales se realizó a 12 empresas y en Medellín a 3 empresas para determinar el interés que tienen las empresas

colombianas de capacitación personal para ingresar al mercado chileno, con el fin de analizar las posibilidades de exportación de servicios a Chile y dio como resultado que el 73,3 % confirma que está interesado en exportar a Chile y que cuenta con el 50% de posibilidades de exportar sus servicios a Chile, sólo el 27% no se encuentra interesado en exportar y tiene el 20% de posibilidades de exportar sus servicios a Chile.

8. Conclusiones.

En el presente trabajo se realizó la identificación de las barreras internacionales Chilenas de entrada para las empresas Colombianas de servicios de Capacitación Personal al mercado Chileno, se especificó las barreras administrativas como un factor importante para que las empresas Colombianas lo tengan en cuenta dentro de la negociación. También cuáles son las barreras comerciales actuales que presenta el mercado Chileno para las empresas Colombianas de servicio, todo con el fin de la cámara Colombo Chilena obtenga una interacción con nuevos clientes, apoyando al incremento socioeconómico de Colombia y Chile de manera eficiente y eficaz ya que sus actividades se realizarán con un enfoque más puntual para este sector y los clientes estarán más satisfechos por la efectividad en la gestión.

9. Bibliografía que soporte teóricamente el proyecto.

- (Publimetro, 2018) (Publimetro, 2018) Porter, M.E. (2017). *SER COMPETITIVO*. España: EDICIONES DEUSTO. Recuperado de

https://planetadelibrosco0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf

- Megias, J. (2013). Importancia Barreras de salida modelo de negocio. Recuperado el 13 de enero 2020 de JavierMegias.com: www.javiermegias.com/blog/2013/10/importancia-barreras-de-salida-modelo-negocio/
- Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. (S.F). “ETIQUETAS CULTURALES Y DE NEGOCIOS”. Recuperado el 30 de enero 2020 de www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/chile-etiqueta-cultural-y-de-negocios/
- Siicex. (2013). Guía de Mercado COLOMBIA Sector Servicios. Recuperado el 5 de febrero del 2020 de siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Colombia%202013.pdf
- Cámara de Comercio Colombo Chilena. (S.F). Cámara de Comercio Colombo Chilena. Recuperado el 15 de noviembre del 2019 de www.colombochilena.com
- Secretaria de Estado de Comercio. Barreras comerciales. (S.F). Gobierno de España. Recuperado el 10 de febrero www.barrerascomerciales.es/
- (Sarkis, Ocampo.(2015) Negociando con otras culturas. Recuperado el 26 de marzo del 2020 de <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v15n29/v15n29a09.pdf>)
- (Wompner. (2017). La capacitación como palanca impulsora de la productividad empresarial. Recuperado el 25 de marzo del 2020 de <https://www.elquintopoder.cl/economia/la-capacitacion-como-palanca-impulsora-de-la-productividad-empresarial/>)

- (Gobierno de Chile. (2017). Informe de resultados:Productividad laboral sectorial y por tamaño de empresa a partir de microdatos. Recuperado el 25 de marzo del 2020 de <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2017/08/Bolet%C3%ADn-productividad-laboral-ELE4.pdf>)
- (Converti. (2019). Chile: bajo crecimiento y alta concentración. Recuperado el 25 de marzo del 2020 de <https://www.celag.org/chile-bajo-crecimiento-alta-concentracion/>)