

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL -
OFICINA COMERCIAL DEL PERU EN COLOMBIA



CARLOS ANTONIO ZAMORA LINARES

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2016

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
OFICINA COMERCIAL DEL PERU EN COLOMBIA

CARLOS ANTONIO ZAMORA LINARES

Informe final de prácticas presentado como requisito para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales

Tutor

JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR
Profesional en Negocios Internacionales

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2016

Autoridades académicas

P. JUAN UBALDO LÓPEZ SALAMANCA, O.P.

Rector general

P. MAURICIO ANTONIO CORTÉS GALLEGO, O. P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ARTURO RESTREPO RESTREPO, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FERNANDO CAJICA GAMBOA, O.P.

Vicerrector académico Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano De La Facultad De Negocios Internacionales

Nota de Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad de Negocios Internacionales

JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR

Director Trabajo de Grado

PAOLA ANDREA CELIS CAJICA

Jurado

Villavicencio, Octubre de 2016

Agradecimientos

Al cumplir satisfactoriamente el compromiso académico, debo iniciar dando gracias a Dios por todo lo recibido durante mi vida y también durante el proceso de formación en el cual estuvo siempre presente. Hoy le doy gracias a él y al apoyo incondicional de mis padres y mis abuelos que sin ayuda de ellos no hubiera sido posible estar en el lugar que ahora estoy, totalmente agradecido con ellos ya que me formaron desde pequeño a ser una persona íntegra llena de valores y capaz de superarme cada día más, lo cual me permitió enfrentar todos los retos de mi carrera profesional.

También resaltar el trabajo de los docentes y directivos de la universidad que sin su formación y su experiencia me brindaron una excelente educación la cual se ve reflejada hoy en día, de la misma manera para mis compañeros que formaron parte muy importante de esta etapa vivida, llena de diversas experiencias y momentos irremplazables.

De igual modo, agradecer a la Oficina comercial del Perú la cual me dio un espacio importante para el desarrollo de la práctica empresarial, donde puse en marcha mis conocimientos adquiridos en la universidad, la cual me permitió adquirir una mayor experiencia no solo profesional sino también personal al momento de enfrentarme al mundo laboral

Dedicatoria

Quiero dedicas esta gran logro en mi vida a las personas que me apoyaron incondicionalmente en el transcurso de mi vida y formación académica, agradecido por toda la colaboración y entrega por mi educación. También dedicar este gran pasó a toda mi familia los cuales confiaron en mí y pusieron un granito de arena para verme hoy en día un profesional y por ultimo a mis amigas incondicionales de la universidad que siempre han estado para todo lo que necesite.

Tabla de Contenido

	Pág.
Glosario	10
Resumen.....	11
Abstract	12
Introducción	13
Justificación	14
1. Objetivos.....	15
1.1. Objetivo General.....	15
1.2. Objetivos específicos.....	15
2. (OCEX Bogotá) oficina comercial del Perú en Colombia.....	16
2.1. Visión.....	16
2.2. Misión.....	16
2.3. Objetivos de las OCEX:	16
2.4. Funciones.....	17
2.5. Organigrama	18
3. Funciones Laborales	20
3.1. Actividades Realizadas	21
3.1.1 Ficha de mercado	21
3.1.2. Agendas de Negocios.....	22
3.1.2 Ferias y eventos.....	23
3.1.3 Atenciones.....	29
3.1.5 Boletines de Prensa	30
3.1.6 Informe de Gestión	30
Conclusiones	32
Referencias bibliográficas.....	33
Anexos	34

Tabla de Ilustración**Pág.**

Ilustración 1: Organigrama Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	19
--	----

Tabla de anexos

	Pág.
Anexo 1. Ficha de mercado	34
Anexo 2. Agenda de Negocio	49
Anexo 3. Boletines	49
Anexo 4. Eventos Participados	50
Anexo 5. Director OCEX Bogotá	51
Anexo 6. Colombia Moda 2016	52
Anexo 7. Instalaciones OCEX Bogotá	53

Glosario

OCEX: Oficina de Comercio Exterior

PROMPERU: Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

SUNAT: Entidad recaudadora de impuestos del Perú

SIICEX: Sistema Integrado de información de comercio exterior del Perú

Resumen

El presente trabajo se realizó con el propósito de llevar lo teórico a la práctica, demostrando la preparación integral recibida en la universidad y contribuir a la empresa vinculada en este caso con el conocimiento adquirido durante el periodo de formación académica.

En este caso en la OCEX Bogotá, donde se llevan a cabo diversas actividades enfocadas totalmente al comercio nacional e internacional, focalizadas básicamente en promover los productos y servicios del Perú en Colombia por medio de la marca PROMPERU; entidad gubernamental de promoción de dicho país la cual busca promocionar la marca Perú alrededor del mundo, logrando abarcar la mayor cantidad de mercados.

Además, en este trabajo se expone lo realizado durante los 7 meses de mi práctica empresarial la cual me permitió manejar temas netos del comercio internacional que se evidenciaran a continuación, junto a los aportes que brinde para el mejor desarrollo durante esta.

Palabras claves: Ocex Bogotá, Comercio Internacional, Perú, Colombia, PROMPERU, Practica Empresarial.

Abstract

This work was done with the purpose of bringing the theoretical to the practical, demonstrating the comprehensive training received at university and contribute to the related company in this case with the knowledge acquired during the period of education.

In this case OCEX in Bogota, where are conducted various activities focused entirely to domestic and international trade, focused primarily on promoting the products and services of Peru in Colombia through PROMPERU brand; promotion governmental entity that country which seeks to promote the brand Peru around the world, making cover as many markets.

In addition, this paper exposed the developments during the 7 months of my business practice which allowed me to handle net international trade issues that will become apparent below, together with the contributions that provide for the best development during this.

Key words: Ocex Bogotá, International business, Perú, Colombia, PROMPERU, Business practice.

Introducción

En el presente trabajo de grado sobre prácticas empresariales nos dará a conocer detalladamente todas las funciones desempeñadas en una entidad gubernamental de otro país en este caso del Perú y de este mismo modo conocer más acerca del comercio entre ese país y Colombia.

Para el profesional recién egresado es primordial relacionarse con el área laboral a fin de su preparación académica con el fin de adquirir mayores conocimientos por medio de esta experiencia, para de este modo obtener una visión real del entorno y brindar soluciones eficientes para impulsar el objetivo de la empresa u organización en la cual está vinculado.

Esta experiencia es una gran oportunidad para los profesionales en Negocios Internacionales ya que se manejan temas muy ligados con la carrera y permitiendo familiarizarse más con los temas de comercio internacional de nuestra región.

Justificación

El presente documento valida el desarrollo de culminación de este proceso, por medio de las diferentes actividades realizadas como profesional practicante, poniendo en marcha todos los conocimientos adquiridos no solo profesionales sino también humanos brindados por la universidad durante la formación académica que son de gran utilidad para la entidad en cuestión, permitiendo obtener muy buenos resultados y llenando las expectativas propuestas en un comienzo.

1. Objetivos

1.1. Objetivo General

Aplicar, fortalecer y profundizar los conocimientos adquiridos durante mi formación académica durante mi la práctica empresarial, con el respaldo de la Oficina Comercial del Perú en Colombia, la cual, por su trayectoria y el contexto en el cual se desarrolla le permite al practicante obtener una visión real del comercio internacional, para así mismo generar ideas o propuestas para la solución de cualquier tipo de escenario de entorno internacional.

1.2. Objetivos específicos

- ❖ Aportar los conocimientos y destrezas adquiridos en todas las áreas, durante el periodo de formación académica.
- ❖ Lograr obtener la experiencia y el conocimiento del campo laboral dentro del contexto de comercio internacional.
- ❖ Desempeñar un trabajo conjunto de manera rápida y eficiente, donde se logren los objetivos establecidos por la entidad.
- ❖ Adquirir una mayor experiencia laborar que permita el mejor desempeño en la vida.

2. (OCEX Bogotá) oficina comercial del Perú en Colombia

La oficina se crea hace 2 años y medio, siendo una oficina adscrita a la embajada del Perú en Colombia, la cual tiene como fin la promoción del Perú en Colombia. Esta entidad está regida bajo el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (MINCETUR) por la ministra Blanca Magali Silva Velarde-Álvarez, la cual es la cabeza de todas las OCEX alrededor del mundo. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015)

2.1. Visión

“Perú, país exportador de una oferta de bienes y servicios con valor agregado, competitiva, diversificada y consolidada en los mercados internacionales; reconocido internacionalmente como destino turístico sostenible; donde el Comercio Exterior y el Turismo contribuyen a la inclusión social y a mejorar los niveles de vida de la población”.

2.2. Misión

“Somos el Órgano Rector del Sector Comercio Exterior y Turismo que define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política del Sector. Tenemos la responsabilidad en materia de las negociaciones comerciales internacionales, así como de la promoción, orientación y regulación del comercio exterior, el turismo y la artesanía, para lograr el desarrollo sostenible del Sector”.

2.3. Objetivos de las OCEX:

- ❖ Promoción de la oferta exportable, turística y artesanal peruana.
- ❖ Apertura y consolidación de mercados, especialmente de productos no tradicionales y servicios.
- ❖ Proveer información para el sector exportador, turístico y artesanal y servir de enlace con potenciales consumidores e inversionistas extranjeros.
- ❖ Cumplir con tareas orientadas al conocimiento de los mercados externos.

- ❖ Captar las oportunidades que existan, colaborando en la organización de la oferta exportable, turística y artesanal.
- ❖ Identificar fuentes de inversión y de tecnología adecuadas al desarrollo económico nacional.

2.4. Funciones

Entre las principales funciones de la OCEX alrededor del mundo se encuentran:

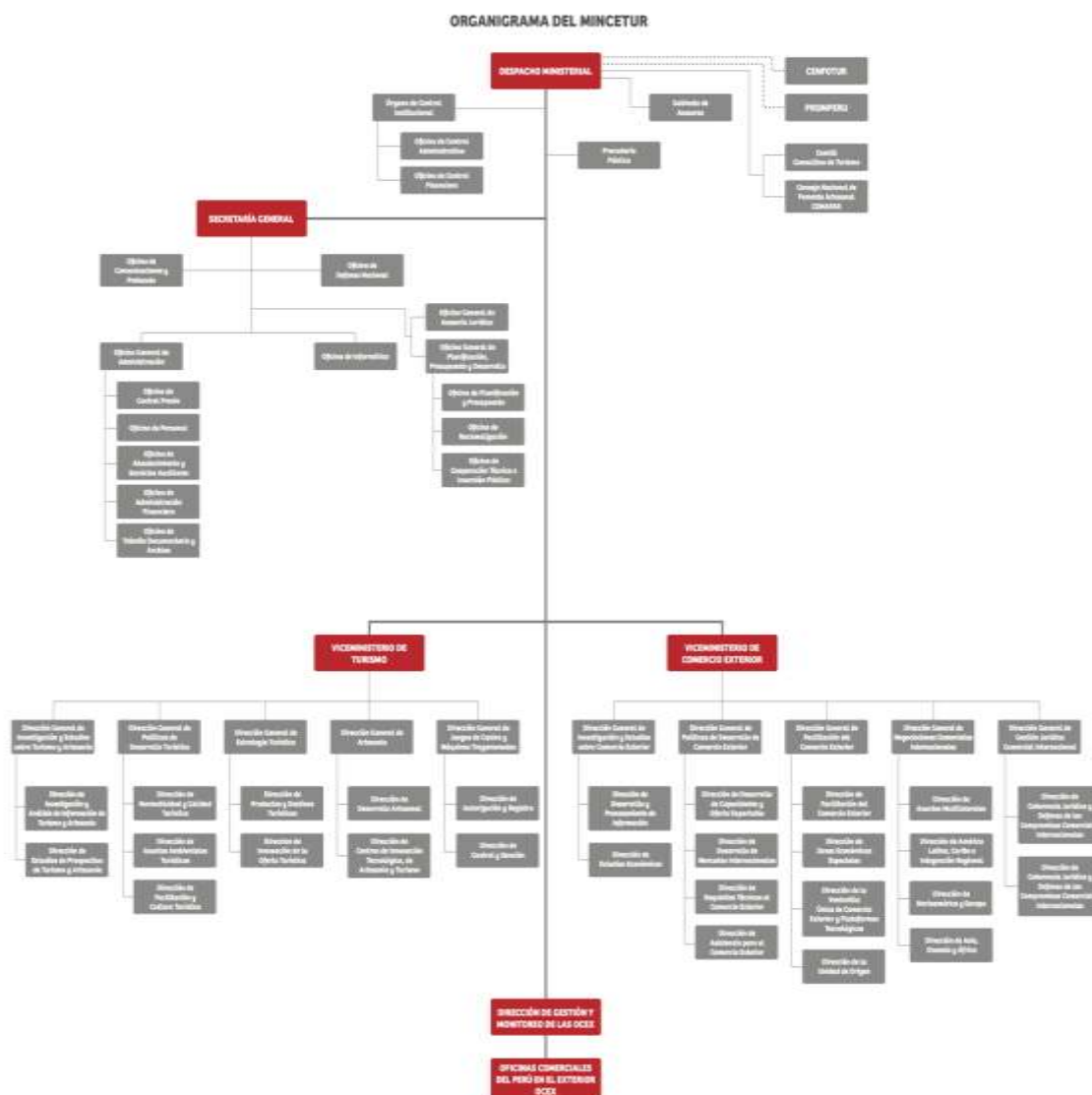
- ❖ Promover la apertura y consolidación de mercados de exportación, turísticos y de inversiones.
- ❖ Realizar acciones de inteligencia comercial y de prospección de mercados
- ❖ Establecer y mantener vínculos estratégicos con instituciones públicas y privadas en el mercado asignado
- ❖ Apoyar y participar en las actividades relacionadas con el desarrollo del comercio, el turismo, las inversiones y la imagen país, promovidas por instituciones públicas y privadas del Perú en el mercado asignado y apoyar las iniciativas del sector privado nacional en la búsqueda de nuevos mercados y la colocación de productos, a través de la facilitación de información.
- ❖ Fortalecer la participación y presencia del Perú en las negociaciones comerciales internacionales y de integración en su zona de adscripción, en el marco de la política comercial del país.
- ❖ Proponer la participación de productos peruanos en las ferias comerciales internacionales, organización de ruedas de negocios y de misiones empresariales de compra y venta de productos y servicios de exportación, del turismo, y de fomento a la inversión.
- ❖ Absolver las consultas de empresas y gremios empresariales del sector privado nacional e internacional, referentes a las materias de comercio exterior, inversiones y turismo en el ámbito de su competencia.
- ❖ Realizar el monitoreo y seguimiento de los contactos y de las oportunidades en las diferentes actividades de promoción del comercio exterior, inversión y turismo.

2.5. Organigrama

El organigrama de Mincetur esta diseñado para Ministra, Secretaria General, Viceministerio de Turismo, V iceministerio de Comercio Exterior y Direccion de de nonitoreo de las Ocex, como ultimo eslabon se encuentran las OCEX en todo el mundo encargadas por un director le rinden cuentas a todo el ministerio en especial al ministro actual Eduardo Ferreyros.

En el Caso de Colombia el Director es el señor Max Rodriguez quien es la persona a cargo de esta oficina y va de la mano al Embajador de Peru en Colombia, es el la persona que se encarga del manejo de todas las areas de la oficina y a quien yo le rendia cuenta de todo lo realizado en la oficina, tambien junto a una especialista de comercio exterior la cual esta dentro de la nomina de Mincetur.

Ilustración 1: Organigrama Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



Fuente: Mincetur

3. Funciones Laborales

Practicante de la Universidad Santo Tomas, donde desempeñe el cargo de Analista Comercial para la promoción de exportaciones de bienes y servicios del Perú en Colombia. Donde di inicio el 06 de Enero de 2016 en la Ciudad de Bogotá, en la Oficina Comercial del Perú en Colombia.

JEFE INMEDIATO: MAX RODRIGUEZ GUILLEN (Director General en Colombia)

Plataforma

Para el desarrollo del trabajo en la OCEX se utilizan primordialmente las siguientes plataformas:

INFOTRADE: Plataforma de estadísticas de exportación de productos peruanos, por partida, empresas, sectores, países, entre otras variables (Estadísticas de Comercio Exterior de Peru, s.f).

BACEX: Plataforma de estadísticas de importaciones colombianas, por partida, empresa. La cual proporciona valores de importación por años y meses en USD, importadores, país de origen, partidas importadas, entre otros datos (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, s.f).

SICEX: Plataforma de estadísticas de importaciones colombianas, al igual que BACEX muestra la información más detallada, pero lo más relevante de esta es que de esta nos proporciona los directorios de importadores colombianos con información de primera mano, tales como: Nit, representante legal, email, teléfono, dirección, ciudad, departamento y valor FOB importado (Quintero Hermanos LTDA, s.f).

DIAN: Dirección de impuestos y aduanas nacionales, la cual proporciona información del régimen de comercio en Colombia, estadísticas de comercio, entre mucha más información de interés (Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2015).

SUNAT: Superintendencia nacional de aduanas y de administración tributaria, es la DIAN peruana, que del mismo modo que esta se utiliza para obtener información de empresas peruanas

por medio del RUC que conocemos en Colombia como el NIT (Entidad Recaudadora de Impuestos del Perú, 2016).

SIICEX: Plataforma de comercio exterior y exportaciones del Perú, donde se encuentra información proporciona a la comunidad empresarial, especialmente a los exportadores peruanos, información actualizada y clasificada para fortalecer e integrar los negocios al mundo (Comercio Exterior y Exportaciones Peruanas, 2008).

MINCETUR: Plataforma del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en la cual se encuentra información actualizada del Ministerio, las OCEX de todo el mundo, boletines de prensa, entre mucha más información y el manejo del correo electrónico corporativo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2015).

3.1. Actividades Realizadas

3.1.1 Ficha de mercado

Descripción: Los Perfiles de mercado son una herramienta útil para los exportadores peruanos. Al momento de querer llegar con sus productos al mercado colombiano, el exportador proporciona las partidas de sus productos o en dados casos se seleccionan de la plataforma de datos del Perú (Infotrade); estos perfiles se conforman de datos útiles como:

1. Nomenclatura arancelaria
2. Denominación o nombre comercial en el país destino
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificadores, otros)
4. Tendencias del mercado
5. Estacionalidad de la producción local
6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos/aeropuertos)
7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores)

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)
9. Presencia de la oferta peruana en el mercado
10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto
11. ANEXOS: Evolución de las importaciones colombianas, Principales empresas importadoras y Directorio de importadores.

Importancia: Dar en primera mano una información acertada al exportador peruano para que este tenga claro sus puntos a favor al momento de ingresar al mercado colombiano.

Conocimientos requeridos: Tener un conocimiento acertado del mercado en estudio para el desarrollo de este, teniendo en cuenta que la Mayoría de estos datos son proporcionados por la DIAN, plataforma del Ministerio de Comercio (BACEX) y SICEX, las cuales proporcionan información de todos los importadores según partida arancelaria.

Objetivos a cumplir: Alrededor de la pasantía realice perfiles para todos los sectores económicos del Perú, tales como: Textil, Agroindustria, Manufactura diversas, Pesca, entre otros. Fortaleciendo el crecimiento de las exportaciones peruanas hacia nuestro país.

Obstáculos particulares: Algunas veces al momento de organizar el trabajo el formato proporcionado por PROMPERU no se dejaba acomodar y esto hacía que se retardara la entrega de los perfiles de mercado.

Estrategias propuestas para superar obstáculos: Tener un formato estándar y aprender a acomodar toda la información para que fuera de forma más rápida y efectiva la entrega.

Finalización de la gestión: Presentar los perfiles a los exportadores peruanos.

3.1.2. Agendas de Negocios

Descripción: Las agendas de negocios se realizan al momento que un exportador peruano decide visitar Colombia con el propósito de ofrecer sus productos en el país, es allí cuando se le

proporciona una ficha de mercado con los productos que quiere ofrecer y se le agendan citas con los posibles potenciales compradores dependiendo el lugar, las fechas y las horas de su visita.

Importancia: Lograr que el exportador peruano tenga un contacto directo con el comprador colombiano y lograr que estos dos lleguen a buenos negocios en el presente y futuro.

Conocimientos requeridos: Persuadir al comprador de la manera más adecuada para lograr convencerlo de que se reúna con dicho exportador y mostrarle la importancia de hacer negocios con el Perú.

Objetivos a cumplir: En mi práctica empresarial realice 3 agendas de negocios en Colombia, a empresas como PROENSA de alimentos procesados, ABEL de productos forjados y ASLLI de hilados de algodón, con muy buenos resultados según lo indican los exportadores al final de su visita.

Obstáculos particulares: El incumplimiento de algunas citas o en algunos casos la una gran cantidad de citas que por el tiempo estimado del exportador no permitía reunirse con todos.

Estrategias propuestas para superar obstáculos: Lograr realizar la agenda más adecuada con tiempos de traslados adecuados para que el exportador pueda cumplir con todas las citas

3.1.2 Ferias y eventos

Descripción: Durante el año se llevan a cabo diferentes eventos en Colombia de los cuales participa la OCEX y otros que se llevan a cabo en el Perú, por lo cual se hace una convocatoria a posibles compradores para los productos peruanos, en dados casos se les otorgan todos los beneficios a compradores que por su trayectoria y nivel de importaciones son importantes clientes para el Perú.

A continuación mencionare los eventos en los cuales me hice participe durante mi práctica empresarial, con una breve descripción de lo que se realizó en cada uno de ellos:

COLOMBIATEX

Es la muestra textil, de insumos, maquinaria y químicos para la confección y el hogar líder en América Latina. Se ha posicionado como el centro de negocios más importante para el sector textil con una contundente oferta de valor, pues además de ser la Feria que abre la agenda de negocios del continente americano, es el lugar donde se unen la oferta y la demanda en todos los segmentos de negocio y para todos los universos de vestuario. Adicional es el escenario donde las marcas nacionales e internacionales inician su viaje de distribución en Latinoamérica.

Para este evento se realizó convocatoria de compradores para las empresas peruanas que venían al país como representación del sector textil a Colombia ofreciendo su amplia oferta de productos, de igual modo, se le realizó una agenda a cada una de ellas con las citas establecidas con los compradores colombianos, entre las fechas del 24 al 26 de Enero del 2016 en la ciudad de Medellín.

NORTE EXPORTA

Esta macro rueda se llevó a cabo el 31 de Marzo de 2016 en la Ciudad de Trujillo (Perú) donde se da a conocer las empresas y productos más destacados del sector de calzado y agroindustria de la región norte del Perú.

En el evento participaron 35 compradores internacionales y 75 pequeñas y medianas empresas de la Macrorregión Norte, que integran Piura, La Libertad, Lambayeque y Cajamarca.

“Esta actividad, que se realiza cada año en diferentes ciudades de la macro región norte, trae para las pymes de esta parte del país la posibilidad de concretar importantes negocios, ya que trasladamos a compradores de diversas partes del mundo a la región sede, para que conozcan in situ lo mejor de su oferta exportable”, declaró la ministra y presidenta del Consejo Directivo de Promperú, Magali Silva.

Para esta ocasión lo realizado fue convocar a compradores colombianos que estuvieran interesados en la oferta exportable para ese año, de este modo, seleccionar a las empresas más interesantes que se mostraran interesadas en comprarle al Perú.

PERU GIFT SHOW

Esta feria fue realizada en la Ciudad de Lima (Perú) entre el 20 y 22 de abril de 2016. Esta ofrece la mejor selección de artículos de decoración y regalo para el hogar. En este evento las empresas presentan lo último de su colección. Una mirada a sus diseños es descubrir algunos elementos de la tradición peruana.

Se realiza desde 1998 y se ha consolidado como un espacio importante para el comercio de la industria de la decoración y regalo. En todas sus ediciones ha reunido a importantes compradores de grandes compañías de los Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Para este evento se convocó a empresas de este sector de alta categoría, que ya han asistido a eventos anteriores con el fin de que conozcan las nuevas tendencias y promocionen los productos peruanos en Colombia, que también están presentes en la feria Expoartesanias que se realiza en nuestro país.

ENCUENTRO EMPRESARIAL ANDINO

Este evento se realizó entre los días 27 y 28 de abril de 2016 en Guayaquil (Ecuador). Este es un evento realizado conjuntamente con las Agencias Andinas de Promoción de Exportaciones PROMUEVE Bolivia, PROCOLOMBIA, PROECUADOR y PROMPERÚ, donde se busca afianzar el comercio entre estos países logrando el acercamiento entre Exportadores y compradores de la región.

Las funciones de la oficina fueron dar a conocer este evento ante importantes empresas Colombianas de sectores como alimentos, construcción, textiles, entre otras que pudiesen estar interesados en la oferta peruana que se estaría mostrando en dicho evento. Logrando así la

participación de tan solo 10 empresas colombianas, en consecuencia de que para ese entonces sucedió una catástrofe en Ecuador.

AUTOMOTIVE

Se llevó a cabo los días 24 y 25 de Mayo de 2016 en la ciudad de Bogotá. Perú logro una buena participación en la primera edición de la feria “Automotive Manufacturing Meeting Colombia” que se realizó en la ciudad de Bogotá, donde se reunieron las más importantes marcas del sector automotriz de Colombia e invitados de empresas internacionales como México, Francia, Argentina, Uruguay, Ecuador, Estados Unidos, Costa Rica, Venezuela, España, Brasil, Austria, Canadá, Turquía y Perú.

Durante los dos días que duro el evento, se mostró la oferta de empresas peruanas más representativas del sector Autopartes; brindando información clara y precisa de estas empresas para que los compradores potenciales no solo de Colombia sino del exterior pudiesen contactarlas.

Por otro lado, en esta primera edición, se pudo establecer como una ventana donde se dio a conocer en primera mano lo potencial del sector en el Perú con los diversos productos que se ofrecen y que están en buen crecimiento. Es importante destacar que algunas empresas quedaron con el interés de hacer negocios con el Perú, por lo cual la OCEX Bogotá se encargara de brindar toda la información necesaria para aquellos interesados e invitarlos a futuros eventos como el próximo que se llevara a cabo en Lima “Industrias Perú”.

ALIMENTEC

Se realizó en la ciudad de Bogotá en el centro de eventos Corferias los días del 8 al 11 de junio de 2016. Con la participación de empresas Peruanas del sector de alimentos se llevó a cabo con gran éxito la IX Alimentec Corferias 2016 la cual este año tuvo como uno de los organizadores la empresa Alemana Koelnmesse, quien le dio un giro a este evento y permitió crear un escenario más próspero para los negocios; siendo una de las ferias más representativas del sector de

alimentos en Colombia con participación nacional e internacional, donde se establecieron más de 100 contactos directos con posibles clientes de productos peruanos.

Los productos que más se dieron a conocer por medio de directorios impresos dados por la OCEX BOGOTA fueron: Frutas, frejoles, productos del mar de los cuales ya ingresan al mercado Colombiano actualmente. Junto a el apoyo de empresas Peruanas como PROVENZAL, Cuzco Foods, KKHORA, PIKI High Quality, INTERLOO y una empresa importadora de productos procesados del Perú EXPLORANDES S.A quien estuvo compartiendo el stand de Perú.

Entre las empresas que visitaron el stand fueron representantes de las más destacadas empresas comercializadora de alimentos entre ellas CENCOSUD dueña de los supermercados JUMBO, ALPINA, PRICESMART, KOBAS, dueños de D1.

De tal modo, la OCEX BOGOTA llevara un seguimiento a las empresas demandantes de alimentos para asegurar la asistencia a EXPOALIMENTARIA 2016 en Lima, convocando las más grandes para darles a conocer en gran medida y más profunda la oferta exportable del Perú.

INDUSTRIAS PERU

El 18 y 19 de julio de llevo a cabo este evento en Lima (Perú), una plataforma comercial para generar contactos y negocios con empresas del sector de manufacturas diversas del Perú.

Para este evento se hizo una gran convocatoria con 3 meses atrás para abarcar mayormente el mercado de Colombia, dándole a conocer el evento por medio de una invitación con una ficha de registro para continuamente ser evaluados por PROMPERU directamente en Perú o por el equipo en Colombia para ser aceptada su participación y ser otorgados los beneficios. Principalmente fue un trabajo de difusión del evento y conocimiento de los niveles de importación de las empresas interesadas en comprarle al Perú.

COLOMBIA MODA

Este gran importante evento para la Moda en Colombia se llevó a cabo en Medellín los días 26 al 28 de Julio de 2016.

Se contó con un gran stand y con la participación de 12 exportadores peruanos que ofrecían sus tejidos de punto en diferentes presentaciones con una gran acogida en Colombia por su excelente calidad y precios competitivos.

Se realizó una convocatoria a compradores potenciales de todo el país, realizando tele marketing de un mes aproximadamente para lograr conseguir el mayor número de citas posibles con los compradores colombianos.; Logrando así unas 100 citas entre las 12 empresas presentes.

Principalmente en la ciudad de Medellín se realizó una bienvenida a los exportadores peruanos en un restaurante típico “Puro Perú” invitando a los compradores más importantes y con el mayor número de citas posibles, esto con el fin de crear un mejor acercamiento entre el vendedor y el cliente que resulto muy satisfactorio como abre bocas de la feria.

En consecuencia, durante los 3 días que duró la feria se logró lo esperado en ventas para estas empresas, a pesar que el exportador peruano es un poco tímido para llegar al cliente, por medio de nosotros pudo llegar a gran cantidad de clientes y visitantes de la feria. Siendo una gran experiencia para mí por lo vivido y logrado en dicho evento ya que ellos llenaron sus expectativas que tenían cuando llegaron y cumpliendo así con una gran labor a cargo de la oficina en Colombia.

Importancia: Relacionarse en un contexto de negocios para mostrar todo lo que ofrece el Perú y registrar el mayor número de contactos para futuros eventos.

Conocimientos requeridos: Saber desenvolverse en el medio de los negocios y así mismo poder relacionarse de forma efectiva con los empresarios y visitantes que se presenten en el stand.

Objetivos a cumplir: Lograr las ventas esperadas para algunos casos u el mayor número de posibles clientes para un futuro mostrando la diversidad y calidad de los productos peruanos.

Obstáculos particulares: En algunos casos no se concretaban el número de citas establecidas por PROMPERU ya que la mayoría de clientes se interesaba pero preferían dirigirse directamente al stand.

Estrategias propuestas para superar obstáculos: Lograr convencer al mayor número de clientes motivándolos con ciertos beneficios o presentes para que logren un acercamiento con la oferta exportable del Perú.

3.1.3 Atenciones

Descripción: Las atenciones son solicitudes que hacen las personas o empresas a la OCEX Bogotá interesadas en productos o servicios provenientes del Perú y en algunos casos de cómo invertir en el Perú.

Importancia: Como oficina nuestra labor es atender a esas solicitudes de manera inmediata ya sea brindando directorios de proveedores de algún productos específico con su partida arancelaria y con datos de primera mano para que el comprador colombiano pueda contactarse con la empresa peruana. También en algunos casos de información de cómo invertir en el Perú por medio de una guía práctica y datos de primera mano de contactos en el Perú y aquí en Colombia. Entre otras más solicitudes que llegan diariamente.

Conocimientos requeridos: Agilidad en la búsqueda de datos y organización de estos mismos para la entrega oportuna de esta información.

Objetivos a cumplir: proporcionar la información solicitada en el menor tiempo posible en cuestión de minutos.

Obstáculos particulares: Que en algunos momentos llegaban dichas solicitudes en donde nos encontrábamos realizando otras actividades.

Estrategias propuestas para superar obstáculos: Manejar el tiempo en las actividades realizadas.

3.1.5 Boletines de Prensa

Descripción: Estos son notas de prensa con datos concisos entre el comercio de Colombia y Perú, es decir, información de crecimiento de exportaciones peruanas hacia Colombia e importaciones colombianas desde el Perú de productos que hayan crecido del sector tradicional y no tradicional, teniendo en cuenta esas variables y otras como los principales importadores colombianos y variaciones de todas las cifras más actualizadas proporcionadas por la DIAN (Colombia) y INFOTRADE (Perú).

Importancia: Mostrar los productos con mayor relevancia que han obtenido un crecimiento en las exportaciones como una oportunidad para abrir mercado en Colombia.

Conocimientos requeridos: Manejo de las bases de datos para la búsqueda de la información que la nota requiera y una buena reacción para al momento que se lea se entienda claramente todo a lo que se quiere llegar.

Objetivos a cumplir: Lograr el mayor número de boletines publicados por el MINCETUR para que se vea reflejado el trabajo que se está llevando a cabo.

Obstáculos particulares: Que en muchas ocasiones no son aceptados los boletines de prensa por parte del ministerio.

Estrategias propuestas para superar obstáculos: Establecer un formato con el cual se realizaban los perfiles guiados por los realizados por el resto de las OCEX de todo el mundo.

3.1.6 Informe de Gestión

Descripción: Este informe se realiza trimestralmente con el fin de rendir cuentas por el trabajo realizado por la OCEX durante ese periodo el cual brinda información muy detallada para el ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

Este informe contiene:

- ❖ Promoción de exportaciones
- ❖ Caracterización del mercado destino
- ❖ Regulación de acceso
- ❖ Promoción realizada por otras agencias comerciales
- ❖ Actividades desarrolladas medibles en transacciones comerciales
- ❖ Descripción de actividades
- ❖ Agenda de negocios
- ❖ Atención de consultas
- ❖ Promoción e inversiones
- ❖ Conclusiones y recomendaciones

Importancia: Un documento elaborado para que MINCETUR observe todo el trabajo realizado y los ciudadanos también logren tener conocimiento del mercado colombiano por medio de este.

Conocimientos requeridos: Información conjunta de todas las ferias y actividades realizadas durante el trimestre en evaluación de manera clara y concisa.

Objetivos a cumplir: Informe detallado con buenos resultados para que se demuestre que las funciones de la OCEX en Bogotá están cumpliendo con todo lo establecido según el MINCETUR.

Obstáculos particulares: La organización y recopilación de todos los datos ya que son muchos eventos y muchos participantes y en dados casos se retrasa el desarrollo de este.

Estrategias propuestas para superar obstáculos: Distribuir la realización de este informe en todos los integrantes de la OCEX.

Conclusiones

La oficina comercial del Perú en Colombia ha tenido una buena trayectoria en el país ya que ha permitido que el comercio entre estos dos países crezca de manera satisfactoria, logrando así buenos resultados en materia de crecimiento de sus exportaciones hacia Colombia.

El tener la oportunidad de hacer mis practicas allí me permitió aprender más acerca del comercio internacional, de igual modo, todos los temas que vi en la academia y me permiten hoy en día decir que soy un profesional integro capaz de desempeñar muchas funciones en la vida laboral futura. Cada uno de los escenarios vividos en esta experiencia fueron aportes al conocimiento adquirido en la Universidad y que reflejan la buena enseñanza que me brindo esta.

Además, como analista comercial en la OCEX mis principales tareas se encaminaban principalmente a promover las exportaciones peruanas en Colombia por medio de ferias, agendas de negocios y diversas actividades que lograran un crecimiento en cifras para la economía peruana.

Me siento complacido de haber dejado en alto el nombre de la Universidad ya que para ellos el trabajo que desempeñe fue muy excelente, siempre brindando lo mejor de mí y colaborando para que cada una de las cosas que se hicieran quedaran aún mejor de lo que ya estaban anteriormente.

De igual manera, durante los meses de práctica empresarial se obtuvieron buenos resultados en las diferentes actividades que se realizan en la OCEX ya que a pesar que la economía está pasando por un periodo difícil en este momento se hizo todo lo posible por mantener buenas cifras y resultados en promover las exportaciones del Perú hacia Colombia.

Referencias bibliográficas

Comercio Exterior y Exportaciones Peruanas. (2008). *SIICEX*. Obtenido de http://www.siicex.gob.pe/siicex/porta15ES.asp?_page_=254.00000

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (24 de Febrero de 2015). *Funciones de la DIAN*. Obtenido de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: <http://www.dian.gov.co/DIAN/12SobreD.nsf/pages/Laentidad?OpenDocument>

Entidad Recaudadora de Impuestos del Perú. (2016). *SUNAT*. Obtenido de www.sunat.gob.pe

Estadísticas de Comercio Exterior de Perú. (s.f). Obtenido de INFOTRADE: infotrade.promperu.gob.pe

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Oficinas Comerciales*. Obtenido de MINCETUR: <http://ww2.mincetur.gob.pe/oficinas-comerciales/acerca-de-las-ocex-2/>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (s.f). Obtenido de MINCIT: bacex.mincit.gov.co

Quintero Hermanos LTDA. (s.f). *SICEX*. Obtenido de www.sicex.com

Anexos

Anexo 1. Ficha de mercado



Oficina Comercial del Perú en Colombia



OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA

FICHA DE MERCADO

(FRIJOLES)

1. Nomenclatura arancelaria

- ✓ 0713359000
- ✓ 0713339900

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

- ✓ LOS DEMÁS FRIJOLES (FRÉJOLES, POROTOS, ALUBIAS, JUDÍAS)* SALVAJES O CAUPÍ (VIGNA UNGUICULATA) EXCEPTO PARA SIEMBRA.)
- ✓ LOS DEMÁS FRIJOLES (FREJOLES, POROTOS, ALUBIAS, JUDÍAS) COMUNES (PHASEOLUS VULGARIS), DE VAINAS SECAS DESVAINADOS, AUNQUE ESTÉN MONDADOS O PARTIDOS, QUE NO SEAN PARA LA SIEMBRA.

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

- ✓ 0713359000

RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	
Nivel Nomenclatura	Código
ARIAN	0713359000
Gravamen	0%
IVA	0%
Gravamen por acuerdos internacionales	0% (Acuerdo de Cartagena - Perú)

Régimen de comercio	Libre Importación
Documentos de soporte	Documento de Requisitos Fitosanitarios de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (Obligatorios)
Descripción de Mercancía	Nombre comercial y especie (Obligatorio) Variedad, destino, presentación, destino, forma de conservación y otras características (Opcionales)

Fuente: DIAN

✓ 0713339900

RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	
Nivel Nomenclatura	Código
ARIAN	0713339900
Gravamen	0%
IVA	0%
Gravamen por acuerdos internacionales	0% (Acuerdo de Cartagena - Perú)
Régimen de comercio	Libre Importación
Documentos de soporte	Documento de Requisitos Fitosanitarios de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (Obligatorios))
Descripción de Mercancía	Nombre comercial y especie (Obligatorio) Variedad, destino, presentación, destino, forma de conservación y otras características (Opcionales)

Fuente: DIAN

4. Tendencias del mercado

0713359000	
AÑO	VALOR FOB (valor en Dólares)

Enero 2016	\$278.450
2015	\$2.608.468
2014	\$1.514.886
2013	\$964.516
2012	\$3.455.332

Fuente: DIAN

0713339900	
AÑO	VALOR FOB (valor en Dólares)
Enero 2016	2.591.387
2015	30.136.534
2014	12.833.909
2013	23.707.771
2012	31.428.016
2011	29.969.102
2010	17.440.417
2009	16.040.163
2008	13.252.093
2007	15.152.262

Fuente: DIAN

4. Estacionalidad de la producción local de frijol

Departamento	Área Plantada (ha)	Área en edad productiva (ha)	Producción (ton)	Rendimiento (ton/ha)
Total	83,551.1		100,619.1	1.204
Otros departamentos	22747		19335.1	0.850
Huila	24,121		25,588	1.061
Tolima	14,475		22,847	1.578

Cundinamarca	9,743	14,665	1.505
Norte de Santander	6,680	10,990	1.645
Santander	5,785	7,194	1.244

FUENTE: Cámara de Comercio de Bogotá 2015. (Elaboración OCEX BOGOTÁ)

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

El principal país de origen es Perú. En la tabla 1 se puede observar la vía y ciudad de ingreso.

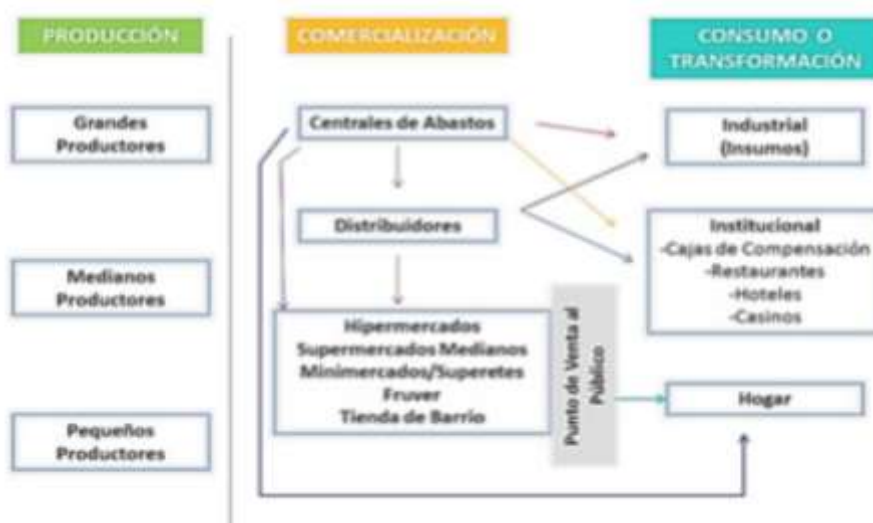
Agente Aduanero	Importador	Aduana	País Origen	Vía	Ciudad ingreso	Departamento Ingreso	Transportador
AGENCIA DE ADUANAS SUCOMEX SA NIVEL 2	CIALZ LUHOMAR S A S	IPIALES	PERU	TERRESTRE	IPIALES	NARIÑO	TRANSP COORDIFR ONTERAS
AGENCIA DE ADUANAS MERCANDI NO LTDA NIVEL 2	IMPOMARES S A S	IPIALES	ECUADOR	TERRESTRE	IPIALES	NARIÑO	TRAINTER COL TRANSP INTLS DE CARGA COLOMBIANA
AGENCIA DE ADUANAS PROACTIVOS EN CIO	SUDESPE NSA BARRAGAN S A	BUENAVENTURA	PERU	MARITIMA	BUENAVENTURA	VALLE DEL CAUCA	M S C MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S A

EXTERIOR NIVEL 2							
AGENCIA DE ADUANAS MERCANDI NO LTDA NIVEL 2	IMPORTA DORA RIASCOS S A S	IPIAL ES	PERU	TERRE STRE	IPIALE S	NARIN O	CIA DE CARGA PESADA TRANSPD ORA DE CARGA PESADA JJH
AGENCIA DE ADUANAS SUCOMEX SA NIVEL 2	CIALZ LUHOMA R S A S	IPIAL ES	PERU	TERRE STRE	IPIALE S	NARIN O	TRANSP JAIRO IVAN CORAL TRANSJAI VAN CIA LTDA
AGENCIA DE ADUANAS PROACTIV OS EN CIO EXTERIOR NIVEL 2	SUDESPE NSA BARRAG AN S A	BUEN AVEN TURA	PERU	MARIT IMA	BUEN AVEN TURA	VALLE DEL CAUC A	EDUARDO L GERLEIN Y CIA S A
AGENCIA DE ADUANAS PROFESION AL S A NIVEL 1 SIAP	PRECOOP ERATIVA SURTIAB ARROTES DEL CARIBE	ADUA NAS DE BARR ANQU I	PERU	MARIT IMA	BARR ANQU ILLA	ATLA NTICO	CIA TRANSP ORTADORA S A

Fuente: DIAN

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores).

CADENA DE COMERCIALIZACION DEL FRIJOL¹



FUENTE: Cámara de Comercio de Bogotá 2015.

8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- ✓ Logística de transporte y almacenamiento
- ✓ Empaque y embalaje
- ✓ Oportunidad en la entrega
- ✓ Precios competitivos
- ✓ Tipo de empaque del producto
- ✓ Tecnología, infraestructura y logística
- ✓ Calidad
- ✓ Localización

¹ _Anexo Manual del Frijol. (2015). Programa de Apoyo Agrícola y Agroindustrial. Vicepresidencia de Fortalecimiento empresarial. Cámara de Comercio de Bogotá
<https://www.ccb.org.co/content/download/13731/175123/file/Frijol.pdf>

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

- ✓ CIALZ LUHOMAR S A S
- ✓ DEPOSITO LA PERLA
- ✓ SUDESPENSA BARRAGAN S A
- ✓ ABURRA LTDA

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- ✓ La presentación en el mercado local, se exhibe de forma más frecuente en 2 tipos de empaques a nivel nacional, bolsas plásticas y enlatado ya procesado.

El material del empaque debe permitir un nivel óptimo de temperatura y humedad de la semilla, y empaque en costales que tengan como peso máximo 50 Kg para posteriormente comercializarlo como lo establece la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación FAO (Restrepo, Martínez & Carmona 2007)²

- ✓ Reunión con principales importadores, mercados de cadenas y restaurantes para promocionar el producto peruano.

Estrategia: Traer muestra de semilla y distintas presentaciones, para aprovechar algunos eventos gastronómicos nacionales e internacionales, que permitan degustar el grano en distintas presentaciones y establecer distintas formas de promocionarlo a nivel nacional.

ANEXOS

Evolución de importaciones del producto

- ✓ 0713359000

PERIO DO	2012	2013	2014	2015	ene- 15	ene- 16	% Var. 2012/2015	% Var. 2014/2015	% Var. Enero 2015/2016

² Restrepo, Martínez y Carmona, 2007. Buenas Prácticas Agrícolas en la producción del frijol Voluble. Manual Técnico. 168p

VALOR FOB USD	3.455.3 32	964.5 16	1.514.8 86	2.608.4 68	214.2 60	278.4 50	- 25	72	30
------------------------------	---------------	-------------	---------------	---------------	-------------	-------------	---------	----	----

Fuente: DIAN

✓ 0713339900

PER IOD O	2011	2012	2013	2014	2015	ene-15	ene-16	% Var · 201 1/20 15	% Var · 201 4/20 15	% Var · Ene ro 201 5/20 16
VAL OR FOB USD	29.969.1 02	31.428.0 16	23.707.7 71	12.833.9 09	30.136.5 34	622.65 2	2.591.3 87	1	135	316

Fuente: DIAN

Procedencia de las importaciones 2015

✓ 0713359000

PAÍS	VALOR FOB USD
PERU.	2.279.668
ECUADOR.	328.800
SUBTOTAL	2.608.468
DEMÁS	2.608.468
TOTAL	2.608.468

Fuente: DIAN

✓ 0713339900

PAÍS	VALOR FOB USD
PERU.	9.297.520
ESTADOS UNIDOS.	7.567.942
ECUADOR.	5.262.452
BOLIVIA.	4.533.462
ARGENTINA.	1.757.159
CANADA.	1.717.999
SUBTOTAL	30.136.534
DEMÁS	30.136.534
TOTAL	30.136.534

Fuente: DIAN

Principales importadores 2015

✓ 0713359000

NIT.	EMPRESA	VALOR FOB USD
814002211	COMERCIALIZADORA LUHOMAR SAS	1312540
900457782	IMPOMARES S.A.S	328800
830111367	SUDESPENSA BARRAGAN S.A.	251048
900653802	PRECOOPERATIVA SURTIABARROTES DEL CARIBE	238800
900782490	IMPORTADORA RIASCOS S.A.S	166800
SUBTOTAL		2.297.988
DEMÁS		310.480
TOTAL		2.608.468

Fuente: DIAN

✓ 0713339900

NIT.	EMPRESA	VALOR FOB USD
814002211	COMERCIALIZADORA LUHOMAR SAS	5428654
900457782	IMPOMARES S.A.S	3239406

17150081	PABON CAGUENAS JUAN AGUSTIN	3176917
830111367	SUDESPENSA BARRAGAN S.A.	2302106
900704419	COMEXSUR S.A.S.	1936460
900127462	GRUPO EMPRESARIAL LA BONANZA SAS C.I.	1874695
900279378	GRANIPACK S.A.S.	1567351
890928717	JOSE A. Y GERARDO E. ZULUAGA S.A.S.	1226072
900808509	ORGANIZACION DICOMER SAS	916101
900268992	COMERCIALIZADORA LAS JOTAS S.A.S.	912887
SUBTOTAL		22.580.649
DEMÁS		7.555.885
TOTAL		30.136.534

Fuente: DIAN

Directorios

✓ 0713359000

NIT	Importador	Contacto	Teléfono	Dirección	Email	Ciudad	Depto.	Valor FOB USD 2015
814002211	CIALZ LUHOMAR S A S	TOBAR PORTIL LA NEY OMAR	(572) 7212356	CR 12A 15-32 BRR LAS VIOLETAS	gerencia@luhomar.com.co	PASTO	NARINO	1.312.540
830111367	SUDESPENSA BARRAGAN S A	BARRAGAN RAMIREZ HECTOR URIEL	(571) 4482515	CORABASTOS BDG 8 LOCAL 2	lucasescobarbarra@sucespensa.com	BOGOTÁ	BOGOTA	251.048
811010574	ABURRA LTDA	ALZATE MEDINA	(574) 2852885	CL 85 48-01 BL 3 LC 5	clientes@aburra.comadministrativo@aburra.com	ITAGUI	ANTIOQUIA	72.246

		FRANCISCO DARIO						
8370 0098 3	COMERFRONT S A C I	CHARFUELA M INAMPUES MARIA VICTORIA	(572) 77343 37	CR 10 15-56	comerfront1@hotmail.com	IPIALES	NARINO	66.000
9001 2746 2	GRUPO EMPRESARIAL LA BONANZA LTDA C I	JAIME RICARDO ZERON MALDONADO	(572) 72116 19	CL 14 12-50 LAS VIOLETAS 3	granoslabonanza@latinmail.com	PASTO	NARINO	36.000
SUBTOTAL								1.737.834
TOTAL								2.608.468

✓ 0713339900

NIT	Importador	Contacto	Teléfono	Dirección	Email	Ciudad	Depto.	Valor FOB USD 2015
8140 0221 1	CIALZ LUHOMAR S A S	TOBAR PORTIL LA NEY OMAR	(572) 72123 56	CR 12A 15-32 BRR LAS VIOLETAS	gerencia@luhomar.com.co	PASTO	NARINO	5.428.654
1715 0081	PABON CAGUENAS JUAN AGUSTIN-PABON	JUAN AGUSTIN PABON	(571) 45382 02	ABASTO S BDG 9 L 3	jpabonlaperla@une.net.co	BOGOT A	BOGOTA	3.176.917

	DEPOSITO LA PERLA	CAGUE NAS						
8301 1136 7	SUDESPEN SA BARRAGA N S A	BARRA GAN RAMIR EZ HECTO R URIEL	(571) 44825 15	CORABA STOS BDG 8 LOCAL 2	lucasescobarb arragan@sud espensa.com	BOGOT A	BOGOTA	2.302.106
9001 2746 2	GRUPO EMPRESAR IAL LA BONANZA LTDA C I	JAIME RICAR DO ZERON MALD ONEDO	(572) 72116 19	CL 14 12-50 LAS VIOLET AS 3	granoslabona nza@latinmai l.com	PASTO	NARINO	1.874.695
9002 7937 8	GRANIPAC K S A S	MORE NO ALZAT E JUAN CAMIL O	(574) 36168 03	CL 85 48-1 B 11	granipack@g mail.com	ITAGUI	ANTIOQ UIA	1.567.351
8909 2871 7	JOSE A Y GERARDO E ZULUAGA S A S	ZULUA GA GOME Z JOSE ABSAL ON	(574) 28500 67	CL 84 47-70 BLQ 2 LOC 13 CENTRA L MAYORI STA	josegera@un e.net.co	ITAGUI	ANTIOQ UIA	1.226.072
8050 2804 1	SUPERTIEN DAS CANAVAR AL S A	GOME Z GIRAL DO ALVAR O	(572) 32115 00	CL 18A 56 - 65 L 10	lagaleria@lag aleria.com.co magudelo@la galeria.com.c o	CALI	VALLE	541.646

		ANTONIO						
9003 1495 2	EMPAQUETADOS EL TRECE S A S	MONT OYA GALLO MARTIN ALBERTO	(574) 44406 13	CL 85 48-01 BL 13 L 19	empaquetado seltrecesas@gmail.com	ITAGUI	ANTIOQUIA	468.863
8301 1706 4	COMERCIALIZADORA AL GRANO S A S	ALVARO BECERRA ELIECE R	(571) 29395 31	CENTRAL DE ABASTOS BDG 2 PTO 2-A KNDY	comeralgrano@hotmail.com	BOGOT A	BOGOTA	337.179
8110 1057 4	ABURRA LTDA	ALZATE MEDINA FRANCISCO DARIO	(574) 28528 85	CL 85 48-01 BL 3 LC 5	clientes@aburra.com administrativo@aburra.com	ITAGUI	ANTIOQUIA	302.423
9126 3302	RAMIREZ RODRIGUEZ JULIO ALIRIO	JULIO ALIRIO RAMIREZ RODRIGUEZ	(577) 67604 25	CENTRO ABASTOS BODEGA 14 LC 5 Y 13	jrjulio71@hotmail.com	BUCARAMANGA	SANTANDER	258.738
8050 2702 4	SUPERMERCADO LA GRAN COLOMBIA S A	ZULUAGA SALAZAR JAIME ENRIQUE	(572) 43312 15	CL 72 1D 04	supermercado lagrancolombia@hotmail.com	BUENAVENTURA	VALLE	121.567

8301 1147 5	COMERCIA LIZADORA INTERNACI ONAL SEMAR - COMSEMA R S	SEMA ALBOR NOZ HECTO R DARIO	(571) 69274 77	CL 159 A 91 - 44	comsemar@y ahoo.com	BOGOT A	BOGOTA	97.310
8370 0071 3	COMERCIO INTL DE PRODUCTO S AGRICOLA S Y DEL MAR S A	PEDRO ZA PULID O MARIS OL	(572) 77366 92	VIA PANAME RICANA SECTOR RUMICH ACA KM 1	coagromarsa @gmail.com	IPIALE S	NARINO	88.005
8813 5734	MANDON NAVARRO RICARDO	MAND ON NAVA RRO RICAR DO	(575) 32672 06	CL 13 50-02 BDG 2	rmgracecol@ hotmail.com	SOLED AD	ATLANT ICO	83.400
8370 0098 3	COMERFRO NT S A C I	CHARF UELA M INAMP UES MARIA VICTO RIA	(572) 77343 37	CR 10 15-56	comerfront1 @hotmail.co m	IPIALE S	NARINO	59.400
9005 3726 1	LAC MARKET S A S	PORRA S ESCOB AR GINA NATHA LIE	(571) 48633 36	CR 9 113-52 OF 1901	manager@lac market.com	BOGOT A	BOGOTA	56.892

8901 0748 7	SUPERTIEN DAS Y DROGUERI AS OLIMPICA S A	ANTON IO CHAR CHALJ UB	(575) 37102 31	CL 53 46-192 L- 301 PORTAL DEL PRADO	alopera@olimpica.com.co delahoz@olimpica.com.co	BARRA NQUIL LA	ATLANT ICO	56.313
8300 8846 9	COMERCIA LIZADORA SAN PEDRO LTDA	GALIN DO HERNA NDEZ ELVIR A	(571) 54595 17	CR 69 75-33	sanpedro@impsat.net.co sanpedro@etb.net.co	BOGOT A	BOGOTA	13.821
SUBTOTAL								18.061.352
TOTAL								30.136.534

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU
Calle Uno Oeste 50, Edificio Mincetur, Pisos 13 y 14
San Isidro – Lima
(51-1) 616 7300

Oficina Comercial del Perú en Colombia
Avenida Calle 82 # 12-18 Of. 302
Tel. (+57 1) 746 34 22
Bogotá - Colombia

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Agenda de negocio

 Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio Exterior Oficina Comercial del Perú en Colombia    									
AGENDA VISITA PROENSA (EL OLIVAR)									
ENERO 20 Y 23 DE 2020									
Fecha	Empresa	Hora	Lugar	Ciudad	Contacto	Email	Telefono	Status	Observaciones
20/01/2020 (Jueves)	INDUSTRIAL LA CORONA (CSA)	10 - 12 pm	Kempes Modelito Bx. 7 Calle 10 Modelito - 13 No Trade Park, Bogotá 26.	Bogotá	Isabel Barrera	isabel.barrera@industriapecorona.com	(571) 4960-888 Ext. 313 (57) 3139405467	CONFIRMADA	Es una industrial a una hora de la ciudad
20/01/2020 (Jueves)	SAF PERU	12 - 02 pm	Calle 10 No. 17-82 Chaparral	Bogotá	Publio Paredes	PublioParedes@highwater.com	(57) 3115802282	CONFIRMADA	
20/01/2020 (Jueves)	COMERCIALIZADORA SUTRAL DE AGROPECUARIO S.A.S.	14 - 16 pm	Calle 140 No 12-25	Bogotá	Armando Velasco	armando.velasco@proventas.com.co gervasio@proventas.com.co	(571) 4231 702 Ext. 336	CONFIRMADA	Saldo a las 11:45 horas de la mañana pasada
20/01/2020 (Jueves)	REPRESENTACIONES LUTIMAR S.A.S.	3:30 p. m.	Centro expimark No 180-75 Modulo 6 - Bodega 2	Bogotá	Walter Luciani	walter.luciani@gmail.com	(571) 4748470 (57) 3191294389	CONFIRMADA	Este momento se efectuara en un tiempo estimado de 45 minutos
20/01/2020 (Jueves)	LA FACTORIA QUINORAY S.A.S.	02 - 03 pm	Centro expimark No 180-75 Modulo 5 - Local 25	Bogotá	Isabel Lopez	isabelalopez@factoriaingenieros.com.co	(571) 7658776	CONFIRMADA	Observo en la mañana, Almorzo de la mañana, posterior
20/01/2020 (Jueves)	REINERSON S.A.	03 - 03 pm	Cra. 100 No 118B - 34 Bosconorte-Medellán Turco	Bogotá	Isabel Hincapié-Vicencia Olvera	isabelhincapie@reinson.com.co olaverav@reinson.com.co	(571) 4794380 847 391	CONFIRMADA	
	TEAM HOGGERS (CSA) HOGGERS S.A.		Calle 480 sur 16-21	Bogotá	Rodrigo Oviedo	rodrigo@hoggers.co	(571) 6511750 Ext. 600 (57) 3111998 646 1088	CONFIRMADA	Cita por Mañana
	ALASITIO		No. 11a. 99 No. 72 - 40	Bogotá	Fernando Restrepo	Fernando.Restrepo@alasio.com.co	(571) 6511998 646 1088	CONFIRMADA	Cita por Mañana



Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Boletines



OCEX BOGOTÁ



Nuevos proyectos de infraestructura en Colombia son una oportunidad para los exportadores peruanos de barras de hierro

En el 2015, las exportaciones peruanas de barras de hierro o de acero sin aliar hacia el mundo fueron de US\$ 81 millones, de los cuales el 11% estuvieron dirigidas a Colombia, por un valor cercano a los US\$ 9 millones.

Cabe destacar que los envíos peruanos a Colombia crecieron considerablemente entre el 2014 y 2015 en un 440%, pasando de exportar US\$ 3, 500 a \$ 7891 040.

Sin embargo, la fracción del mercado que ocupa nuestro país respecto a las barras de hierro en Colombia es baja si la comparamos con la demanda de este producto importado el año 2015 y la participación que tiene México en este sector.

En la actualidad este porcentaje puede cambiar. Resulta que Colombia se encuentra en expansión debido a los proyectos de infraestructura y construcción que está desarrollando, entre los que se pueden mencionar los grandes proyectos viales de cuarta generación (4G).

En ese sentido, la Oficina Comercial del Perú en Bogotá (OCEX Bogotá) brinda información detallada a los exportadores interesados con la finalidad de apoyarlos para registrar sus productos o para afianzar sus experiencias en dicho mercado. Asimismo, puede proporcionarles datos acerca de eventos y ferias especializadas en los que pueden mostrar la calidad de su oferta.

Fuente: Mincetur

Anexo 4. Eventos Participados





Fuente: Elaboración propia

Anexo 5. Director OCEX Bogotá



Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. Colombia Moda 2016





Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. Instalaciones OCEX Bogotá



Fuente: Elaboración propia