

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA



CRISTIAM JUOLBRINERT CADENA ROJAS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO
2017

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL
OFICINA COMERCIAL EXTERIOR DEL PERÚ EN COLOMBIA

CRISTIAM JUOLBRINERT CADENA ROJAS

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título de Profesional en
Negocios Internacionales

Director trabajo de grado
JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR
Profesional en Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2017

Autoridades Académicas

P. JUAN UBALDO LOPEZ 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 Sede Villavicencio

Adm. JULIETH ANDREA SIERRA TOBON

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

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Jurado

Villavicencio, Agosto 2017

Dedicatoria

Dedico este gran logro a mi familia, compañeros, mis amigos y conocidos que gracias a su apoyo incondicional logre todas mis metas propuestas y ser lo que soy en este momento. Ser un profesional integro con valares, buenos conocimientos y principalmente salir al mercado laborar a mejorar la situación del país.

Tabla de contenido

	Pág.
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción.....	11
Justificación.....	13
Objetivos.....	14
Objetivo general:.....	14
Objetivos específicos:.....	14
1 Mincetur (ministerio de comercio exterior y turismo del Perú).....	15
1.1 Visión.....	16
1.2 Misión.....	16
1.3 Estructura Organizacional.....	16
2 Ocex (oficinas comerciales del Perú en el exterior).....	17
2.1 Objetivos.....	17
2.2 Principales funciones.....	18
2.3 Descripción de Funcionarios.....	18
2.4 Descripción de las diferentes dependencias.....	19
3 Funciones en la oficina comercial de Perú en Colombia (analista comercial).....	22
3.1 Actividades realizadas.....	22
3.1.1 Perfiles de Mercado.....	22
3.1.2 Notas de prensa (Mercado).....	23
3.1.3 Directorios.....	23
3.1.4 Convocatoria a eventos y acompañamiento.....	24
4 Aportes.....	26
Referencias.....	27
Conclusiones.....	29
Anexos.....	30

Tabla de ilustración

	Pág.
Ilustración 1. Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)	20
Ilustración 2 Organigrama Ocex Bogotá	21

Tabla de Anexos

	Pág.
Anexo 1. Perfil de mercado	30
Anexo 2. Nota de prensa.....	38
Anexo 3. Directorios	39
Anexo 4. Trabajadores de la oficina	42
Anexo 5. Gastronomía Peruana (Almuerzo).....	43

Resumen

En este trabajo se pretende exponer el proceso y la formación de las prácticas empresariales que se ha tenido en la Ocex Bogotá, teniendo en cuenta una reseña histórica de la misma dentro del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, considerando la importancia del desarrollo de la práctica para la evolución profesional y laboral del estudiante, permitiendo aplicar la teoría y los conocimientos adquiridos en la academia a la realidad laboral y económica del país y del mundo.

Palabras Clave: Comercio Exterior, Exportaciones e Importaciones, Partida arancelaria, MINCETUR, OCEX, Prom Perú, Feria Empresarial, Bacex, Sicex, Infotrade.

Abstract

This paper aims to expose the process of business practice that has been in the OCEX Bogotá, taking into account a historical review of it within the Ministry of Foreign Trade and Tourism, considering the importance of the development of practice for professional development labor and student, allowing apply theory and knowledge gained at the academy of labor and economic reality of the country and the world.

Keywords: Foreign Trade, Exports and Imports, Tariff, MINCETUR, OCEX, Prom Peru, Business Expo, Bacex, Sicex, Infotrade.

Introducción

El presente informe de práctica tiene como objetivo principal exponer el proceso de experiencia empresarial que he tenido en la Oficina Comercial de Perú en Colombia (Ocex Bogotá), teniendo en cuenta una reseña histórica de la misma dentro del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, considerando la importancia del desarrollo de la habilidad para la evolución profesional y laboral del estudiante, permitiendo aplicar la teoría y los conocimientos adquiridos en la academia a la realidad laboral, económica del país y del mundo.

El ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú en Colombia, considera significativo dentro de sus valores y políticas de calidad el compromiso con la identificación de objetivos estratégicos institucionales, actuando con disposición permanente y entregando lo mejor de sí. La prioridad de ejercer con rectitud, responsabilidad, compromiso, honradez y honestidad, razonable, recta y decente; anteponiendo los fines e intereses del Ministerio y de la población sobre los propios, procediendo con capacidad de transparencia, justicia y lealtad. MINCETUR se compromete, como organización, a lograr entre sus miembros actitudes y acciones que contribuyan con el desarrollo sectorial, regional y nacional.

Dentro de las principales actividades a realizar por parte de la Oficina de Comercio Exterior del Perú en Colombia, se encuentra la promoción de la oferta exportable, abriendo y permitiendo la consolidación a los mercados, especialmente de productos no tradicionales y servicios. También identificar las fuentes de inversión nacional y extranjera, la tecnología de última generación con el fin de apuntar al desarrollo económico nacional.

El MINCETUR lleva a cabo las negociaciones comerciales internacionales en el marco de la política macroeconómica del gobierno y las normas de la Organización Mundial de Comercio (OMC), de la cual el Perú es socio constitutivo.

En ese sentido el MINCETUR centra sus esfuerzos de análisis de los flujos de comercio y tendencias de la comercialización internacional en obtener mejores condiciones de acceso a los

mercados internacionales para nuestras exportaciones, maximizar los beneficios de la participación del Perú en los esquemas de integración y fomentar la inversión junto con la promoción del comercio internacional.

La función de un negociador internacional en formación dentro de la Oficina Comercial del Perú es esencial ya que su contribución dentro de ella es el de analizar las situaciones del mercado, los flujos del comercio, entender la coyuntura económica del Perú y de Colombia para que se afiancen las relaciones de intercambio entre ambos países con el fin de maximizar los beneficios de la participación del Perú fomentando la promoción turística y comercial.

Por consiguiente, durante la profundización de este trabajo trataremos todos los temas relacionados con las actividades que tuve durante la experiencia que me dio haber tenido las prácticas empresariales en la Oficina Comercial de Perú en Colombia.

Justificación

Las prácticas empresariales es un eslabón muy importante para el crecimiento profesional de cada estudiante, por tal motivo haber escogido esta opción de grado fue algo muy gratificante para mí, logrando grandes conocimientos en el área de Comercio Internacional, más específicamente las relaciones entre Colombia y Perú.

Gracias a los 5 años en la universidad aprendiendo diferentes temas relacionados con mi carrera profesional, pude fortalecer mi crecimiento profesional, mi parte integral y principalmente mis actitudes de emprendedor, líder y proactivo.

Objetivos

Objetivo general:

Determinar la importancia que tienen las prácticas empresariales en la obtención de los nuevos conocimientos y capacidades de una experiencia empleada, para la contribución del análisis comercial en la economía peruana.

Objetivos específicos:

- Conocer los objetivos y funciones de Mincetur para el mejoramiento de los estudios de mercado y el crecimiento de las exportaciones del Perú.
- Apoyar las actividades correspondientes de la oficina comercial del Perú en Colombia para el cumplimiento de los objetivos y funciones propuestos.
- Aplicar los conocimientos y destrezas por medio de perfiles de mercado, notas de prensa, directorios y la convocatoria de eventos para el crecimiento de las exportaciones del Perú.

1 Mincetur (ministerio de comercio exterior y turismo del Perú)

La oficina comercial de comercio exterior del Perú en Colombia (OCEX) es una de las tantas oficinas de comercio exterior que le responden con resultados directamente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; las cuales en términos históricos son bastante recientes en su creación y actividad dentro de la economía del Perú.

La oficina tiene como principales objetivos la promoción de la oferta exportable, turística y artesanal peruana, la 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 captando las oportunidades que existan y colaborando en la organización de la oferta exportable, turística y artesanal, por ultimo; identificar fuentes de inversión y de tecnología adecuadas al desarrollo económico nacional.

Dentro de las principales funciones de las Oficina Comercial del Perú 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 estableciendo y manteniendo 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. (Mincetur, Acerca de Mincetur, 2016).

1.1 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”.

1.2 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”.

1.3 Estructura Organizacional

En términos del número de funcionarios de la oficina comercial del Perú se puede observar que no se tiene una alta rotación del personal directo con el ministerio, pero sí de los practicantes que son el sustento de la oficina y el apoyo para los funcionarios fijos de forma semestral. La rotación del personal proyectada se presenta como resultado de las contrataciones de practicantes que en su momento terminan con su proceso y les dan paso a nuevos estudiantes con nuevas visiones y nuevas perspectivas para la proyección comercial y análisis económico que es el objetivo de encarrilar al estudiante en esta práctica. La calidad y la habilidad de sus empleados es otro factor determinante de análisis, ya que tiene relación con las necesidades cambiantes que se esperan para la oficina comercial. Las decisiones que se presentan dentro de la oficina para mejorar la calidad de sus servicios para entrar a nuevos mercados son óptimas y permiten que el estudiante adquiera estos conocimientos para aplicarlos en un futuro laboral.

2 Ocex (oficinas comerciales del Perú en el exterior)

Mediante **Decreto Supremo N° 002-2015-MINCETUR**, publicado en el Diario Oficial El Peruano en fecha 13 de junio de 2015, se aprueba la modificatoria del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, s.f.)

El Artículo 74-O del referido cuerpo legal, señala que la Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, es el órgano encargado de dirigir, coordinar, monitorear evaluar y supervisar a las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas del Sector. La Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior depende del Despacho Ministerial y su Director es designado por Resolución Ministerial. El Director ejerce sus funciones en el ámbito de las competencias del Sector y de acuerdo a la Política General del Estado.

2.1 Objetivos

- 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. (Ocex, acerca de las ocex, 2015).

2.2 Principales funciones

- 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. (Ocex, acerca de las ocex, 2015)

2.3 Descripción de Funcionarios

Max Rodríguez Guillen (Director de la Oficina de Promoción en Colombia): Con más de quince años de experiencia profesional en comercio exterior, inicio su carrera laboral en el área comercial de una empresa para luego trabajar en la promoción comercial en PROMPEX, lo cual le permitió

adquirir un amplio dominio de técnicas de mercadeo, organización de ferias y ruedas de negocio con visión de desarrollo de mercados sobre la base de numerosas experiencias internacionales, posteriormente en PROMPERU enfocó su trabajo en la formulación y ejecución de programas de desarrollo empresarial e internacionalización de empresas, actualmente es el Director de la Oficina de Promoción en Colombia.

Martha Anhuamán: La señora Martha Anhuamán es especialista en asuntos comerciales y económicos de la embajada del Perú, también encargada del apoyo y seguimiento de los practicantes que ingresan a la Oficina Comercial del Perú.

María Angélica Rodríguez: María Angélica Rodríguez es especialista en comercio y turismo, encargada de las relaciones exteriores de la oficina comercial del Perú, es comunicadora social de nacionalidad venezolana se destaca por transmitir sus conocimientos y experiencias a los practicantes.

2.4 Descripción de las diferentes dependencias

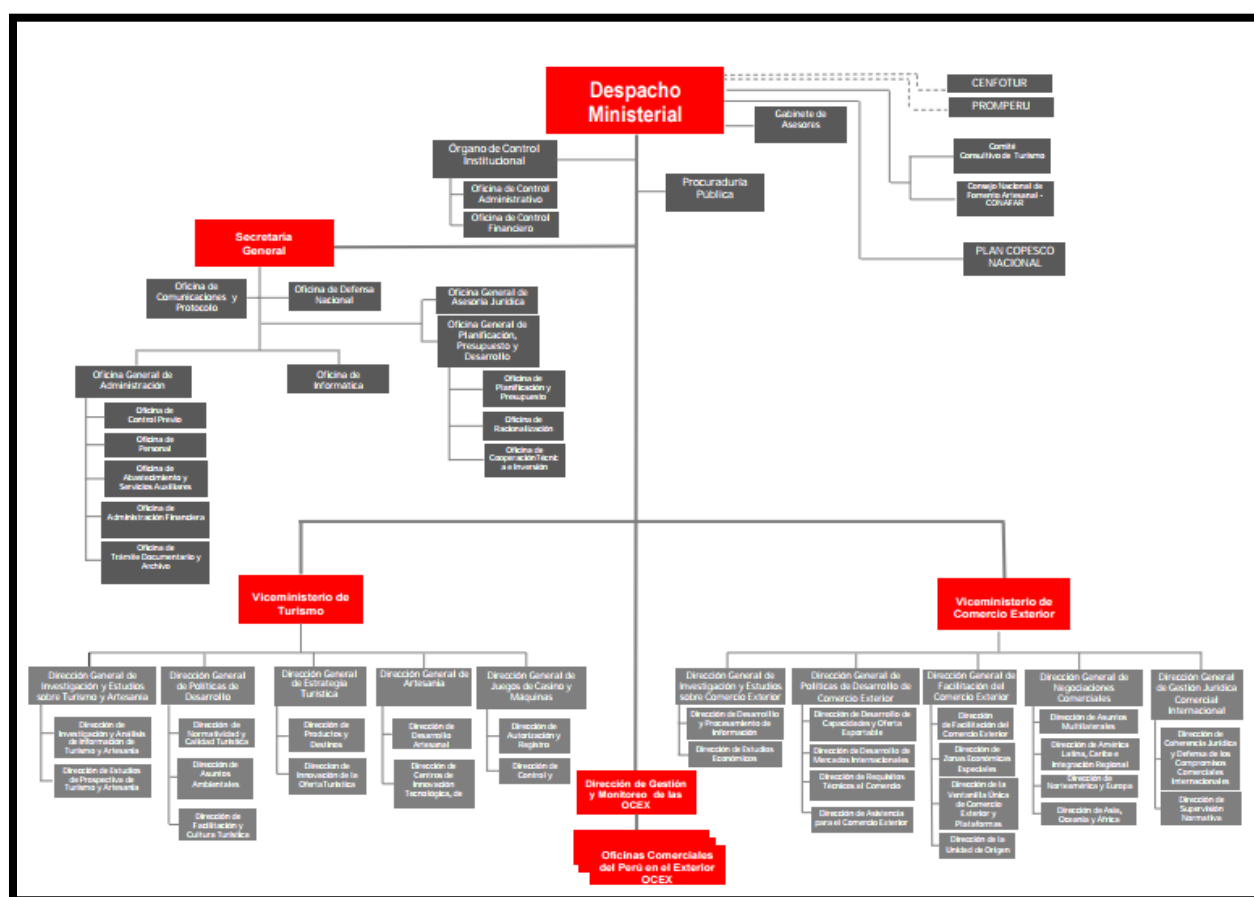
Dirección comercial: Las OCEX estarán a cargo de un Consejero o Agregado Económico Comercial designado mediante Resolución Ministerial del MINCETUR, en condición de funcionarios de confianza. Una vez designados, los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales son acreditados en cada sede por el Ministerio de Relaciones Exteriores sujetándose a la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas y demás normas internacionales aplicables. En el exterior, los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales acreditados dependen jerárquicamente del Jefe de Misión, en los aspectos diplomáticos y de representación.

El director es responsable del estudio, planeamiento, formulación y ejecución de las actividades que les corresponda, previstas en los planes operativos de promoción en el exterior de las exportaciones peruanas, turismo al Perú, imagen país e inversión en el país, en el ámbito de los mercados donde operan, y en concordancia con las políticas emitidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y los sectores competentes sobre la materia.

Especialista en asuntos económicos y comerciales, el especialista en asuntos económicos y comerciales de la OCEX Bogotá es el encargado de cumplir con los requerimientos exigidos por el director para el buen desempeño de la promoción de las exportaciones del Perú, promoción turística, imagen país e inversión país.

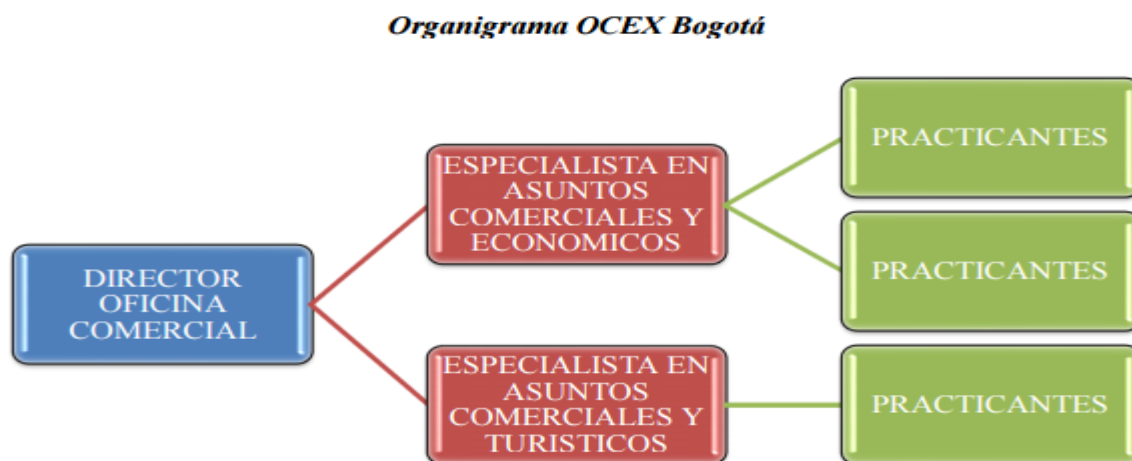
Especialista en asuntos de promoción turística y comercial, el especialista en asuntos de promoción turística y comercial es el encargado de mantener la imagen país en el ámbito de los mercados donde opera la OCEX, todo en concordancia con los requerimientos emitidos por el director de la oficina comercial.

Ilustración 1. Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur)



Fuente: (Mincetur.pe, 2015) .

Ilustración 2 Organigrama Ocex Bogotá



Fuente: (propia; Elaboracion propia)

3 Funciones en la oficina comercial de Perú en Colombia (analista comercial)

En un mundo globalizado, donde el estudio es base del conocimiento, las prácticas empresariales o universitarias son una oportunidad muy valiosa para tener un acercamiento al mundo laboral, por tal motivo las labores realizadas dentro y fuera de la oficina se basó básicamente en profundización de perfiles de mercado, informes, notas de prensa, telemarketing, directorios tanto oferta y demanda de un producto, acompañamiento a las distintas ferias empresariales y exposiciones del comportamiento de los productos peruanos en el país.

3.1 Actividades realizadas

Anteriormente mencionada, las actividades realizadas en la Oficina Comercial del Perú en Colombia se basaba en cómo aprovechar la coyuntura económica del país para que los productos peruanos entraran al mercado nacional de forma segura y así tener un buen acogimiento por parte del pueblo colombiano, por tal motivo se presentaron detalladamente las funciones realizadas durante mi periodo de prácticas empresariales.

3.1.1 Perfiles de Mercado

Descripción: Los perfiles de mercado es el estudio detalladamente del producto requerido, en donde la investigación es rigurosa y demorada.

Importancia: La información consolidada durante la investigación realizada es muy importante para tener una buena asesoría del cliente, porque con ello ayudamos a que la oferta exportable del producto sea de fácil entendimiento.

Conocimientos requeridos: Durante mi periodo de prácticas los perfiles de mercados fue una gran fortaleza para mi aprendizaje porque ayudaron a tener un percepción más detallada de los productos requeridos (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -

DIAN, 2011), (Sistema Integrado de Comercio Exterior - SICEX, s.f.), (Banco de la Republica de Colombia, 2016), (Bacex, 2016)

Objetivos a cumplir: Conocer e interpretar la forma como un producto ingresa al país, sus exportaciones e importaciones, sus tendencias al mercado, sus puntos de ingreso, su producción, su cadena de producción y directorio.

Finalización de la gestión: Al finalizar el perfil de mercado entrar en revisión interna para verificación de datos y por ultimo enviarlos a las personas o empresas que requirieron la información. (Ver anexo 1).

3.1.2 Notas de prensa (Mercado)

Descripción: Las notas de prensa era el análisis muy detallado de un producto a investigar, en donde se da a conocer que sus exportaciones e importaciones hacia Colombia y el mundo superan la tendencia normal, teniendo un crecimiento significativo.

Importancia: Dar a conocer a empresarios que dicho producto está teniendo un significativo crecimiento.

Conocimientos requeridos: Analizar, interpretar, comprender y plasmar la información detalladamente en un documento explicando el crecimiento del producto usando herramientas como (Colombia, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.) Y (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

Objetivos a cumplir: Tener la mayor brevedad en la nota de prensa para que los lectores pueden analizarla fácilmente y que pueda ser publicada en la página oficial de Ocex.

Finalización de la gestión: Aprobación de mis jefes inmediatos y ser publicadas, (Ver anexo 2).

3.1.3 Directorios

Descripción: Crear una plantilla detallada de la información de empresas que importan o exportan dicho producto, facilitando la interacción entre ellas y así lograr negocios importantes.

Importancia: Crear relación comercial entre empresas involucradas para lograr su crecimiento mutuo.

Conocimientos requeridos: Hacer conexiones empresariales y conocer formas de negociaciones.

Finalización de la gestión: Plasmar la información encontrada en una tabla de Excel, (Ver anexo 3).

3.1.4 Convocatoria a eventos y acompañamiento

Descripción: Durante mis prácticas empresariales tuve la oportunidad de participar en algunas de ellas y tener mejor conocimiento en este tipo de eventos, participando en ocasiones los cuales son:

- **EXPOCAMACOL 2016**, este evento es un escenario comercial basado en la industria de la construcción, catalogada en la feria de construcción más importante de Latinoamérica, que se llevó a cabo en la ciudad de Medellín del 24 al 27 de agosto de 2016.
- La segunda feria fue **MAC PERU 2016 (Materiales y acabados para la construcción)**, Esta rueda de negocios busca posicionar en el mercado internacional la línea de materiales y acabados para la construcción, por parte de Colombia se obtuvo 1 cupo gratis para la empresa ganadora en donde sus viáticos eran completamente gratis, la rueda de negocios fue en la ciudad de Lima, Perú el día 14 de octubre.
- Tiempo más tarde tuve la fortuna de **WATCHBO**, la feria más importante de sector de joyería y relojería, se realizó en la ciudad de Bogotá del 5 al 8 de noviembre, el acompañamiento que ofrecí durante la feria tuvo como finalidad de que los exportadores tuvieran información del mercado que les permitiera orientar su respectiva oferta.

Asimismo, hará el seguimiento de los contactos realizados con la finalidad de concretar negocios.

Importancia: Dar a conocer a las empresas la información necesaria acerca del evento, rueda de negocios o feria que se realizara en Colombia en donde empresarios peruanos traerán sus productos para exhibirlos.

Conocimientos requeridos: Conocer el funcionamiento interno y forma correcta de una convocatoria, haciendo vínculos con empresarios para el mejoramiento de mi perfil profesional.

Finalización de la gestión: Plasmar la información encontrada en una tabla de Excel, (Ver anexo 4).

4 Aportes

Haber tenido la oportunidad de realizar mis prácticas empresariales en la Oficina Comercial de Perú en Colombia, lo cual lo recomiendo tanto personal como profesional. Fue una de las experiencias más enriquecedoras que he tenido en mi corta vida, ya que contribuyo mucho en mi formación profesional, logrando estar en el ambiente empresarial, teniendo grandes responsabilidades en ella y poniendo en práctica lo aprendido durante mis cinco años de estudios profesionales.

El trabajo que realicé durante los 7 meses que estuve en la oficina comercial del Perú en Colombia fue arduo, complicado, en otras ocasiones dejando atrás mi espacio libre para contribuir con el buen funcionamiento de si misma, pero orgullo de mí mismo por haber tenido un logro más en mi vida y llegar a ser un gran profesional con los valores que en la universidad aprendí.

Tiempo después de haber ingresado a la oficina comercial, logré dominar el arancel y sus partes, de tal motivo los pedidos que me hacían mis jefes inmediatos tales como perfiles de mercado, notas de prensa, directorios y asesoría a exportadores peruanos fueron más ágiles y mejores logrando una satisfacción interior por poner en práctica lo que aprendí en mi carrera profesional.

Es satisfactorio al final de las prácticas empresariales ver hacia atrás y pensar lo mucho que mi vida cambio en ese tiempo transcurrido, principalmente el entorno de confort en el que estaba, mis amistades, mis padres, una ciudad nueva y conocer personas de otro país con un pensamiento totalmente diferente a lo que estaba acostumbrado, pero al final del recorrido quedaran como experiencias vividas y semillas para mi crecimiento tanto personal como profesional.

Referencias

Banco de la Republica de Colombia. (30 de Septiembre de 2016). *Tasa de Cambio*. Obtenido de banrep.gov.co:

<http://obiee.banrep.gov.co/analytics/saw.dll?Go&NQUser=publico&NQPassword=publico&Path=/shared/Consulta%20Series%20Estadisticas%20desde%20Excel/1.%20Tasa%20de%20Cambio%20Peso%20Colombiano/1.1%20TRM%20-%20Disponible%20desde%20el%2027%20de%20noviembre%20de>

Colombia, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Banco de datos de comercio exterior - BACEX*. Obtenido de bacex.mincit.gov.co: <http://bacex.mincit.gov.co/>

Comercio Exterior. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, funciones y normatividad*. Obtenido de <http://ww2.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/funciones-y-normatividad/>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (15 de Diciembre de 2011). *Otros servicios - Consulta de arancel*. Obtenido de muisca.dian.gov.co: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

El Espectador. (27 de Junio de 2015). *Sector joyero presenta una informalidad del 64%: Fenalco*. Recuperado el 13 de Junio de 2016, de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/sector-joyero-presenta-una-informalidad-del-64-fenalco-articulo-568748>

Mincetur, Acerca de Mincetur. (2016). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=120>

Mincetur.pe. (2015). *Mincetur, Organigrama del Ministerio*. Obtenido de <http://ww2.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/organigrama/>

Ocex, acerca de las ocex. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://ww2.mincetur.gob.pe/oficinas-comerciales/acerca-de-las-ocex-2/>

Peru, Mincetur gob. (s.f). *Mincetur, institucional acerca del ministerio*. Obtenido de <http://ww2.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (s.f.). *Acerca de la OCEX, funciones*. Obtenido de OCEX: <http://ww2.mincetur.gob.pe/oficinas-comerciales/acerca-de-las-ocex-2/funciones/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2015). *Plan estrategico nacional exportador*. Obtenido de <http://ww2.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/plan-estrategico-nacional-exportador/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (30 de Septiembre de 2016). *Estadísticas del comercio de Perú*. Obtenido de [Infotrada.promperu.gob.pe: http://infotrada.promperu.gob.pe/prototipo.asp](http://infotrada.promperu.gob.pe/infotrada.promperu.gob.pe/prototipo.asp)

Procolombia. (s.f.). *Procolombia, Oportunidades de Negocio en Sector Bisutería y Joyería*. Recuperado el 3 de Junio de 2016, de <http://www.procolombia.co/node/1395>

Sistema Integrado de Comercio Exterior - SICEX. (s.f.). *Bases de datos de empresas colombianas*. Obtenido de [Sicex: http://www.sicex.com/](http://www.sicex.com/)

Conclusiones

Las prácticas empresariales son un eslabón muy importante en el crecimiento tanto profesional como humanamente, enseñándome como analizar, interpretar y comprender lo que el cliente necesita para poder brindarle un buen servicio.

Los perfiles de mercado es el estudio detallando de un producto específico, por tal motivo creo que era un elemento muy importante para la oficina comercial porque gracias a ellos podíamos entregar a nuestro cliente en la mayor brevedad la información que necesitan y que puedan entenderla.

La Oficina Comercial del Perú en Colombia me brindo una gran oportunidad trasmitiéndome información desconocida a través de mis jefes inmediatos o tomando teoría aprendida durante mi carrera universitaria y poniéndola en práctica.

Las ferias, ruedas de negocios y congresos dieron en mí, un aprendizaje inmenso, demostrando que culturas diferentes a nuestro ámbito local pueden ser totalmente diferente en su forma de pensar y hacer negocios, demostrando que en este mundo globalizado aprendemos algo diferente todos los días.

A pesar que estamos tan cerca, nuestras culturas son totalmente diferente, la comida, su comunidad, el cine, su acento y principalmente la forma en cómo hacemos negocios.

Anexos

Anexo 1. Perfil de mercado

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA

DOCUMENTO DE TRABAJO

FICHA MERCADO – CEBOLLAS Y CHALOTES FRESCOS O REFRIGERADOS

1. Nomenclatura Arancelaria

I. 0703100000

2. Denominación o nombre comercial en el país destino

0703100000: Cebollas y chalotes frescos o refrigerados.

3. Requisitos de acceso al mercado

Nivel Nomenclatura	Código
ARIAN	0703100000
Gravamen	15%
IVA	0%
Gravamen por acuerdos internacionales	(Acuerdo de Cartagena- Perú)
Régimen de comercio	Libre Importación
Documentos de soporte	Registro Sanitario - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos Trámite Previo, VISTO BUENO - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos Trámite Previo.
Descripción de Mercancía	Nombre comercial (Obligatorio), especie (Obligatorio), variedad (No obligatorio), forma conservación (No obligatorio), Destino (No obligatorio), otras características, (No obligatorio), forma de presentación (No obligatorio)

FUENTE: (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

4. Tendencias del mercado

Partida Arancelaria	703100000
Descripción	Cebollas y chalotes frescos o refrigerados.
Año	VALOR FOB (Valor en Dólares)
2016*	\$8.612.554
2015	\$6.078.222
2014	\$14.645.253
2013	\$12.399.231

*Enero-Octubre

FUENTE: (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

5. Producción de Cebollas.

COLOMBIA. CEBOLLAS Y CHALOTES FRESCOS Y REFRIGERADOS.DURANTE LOS AÑOS 2013,2014 Y 2015.

AÑO	2013 Toneladas	2014 Toneladas	2015 (P) Toneladas
PRODUCCION tonelada	1.926.003	1.885.824	1.763.168

(P): Datos preliminares

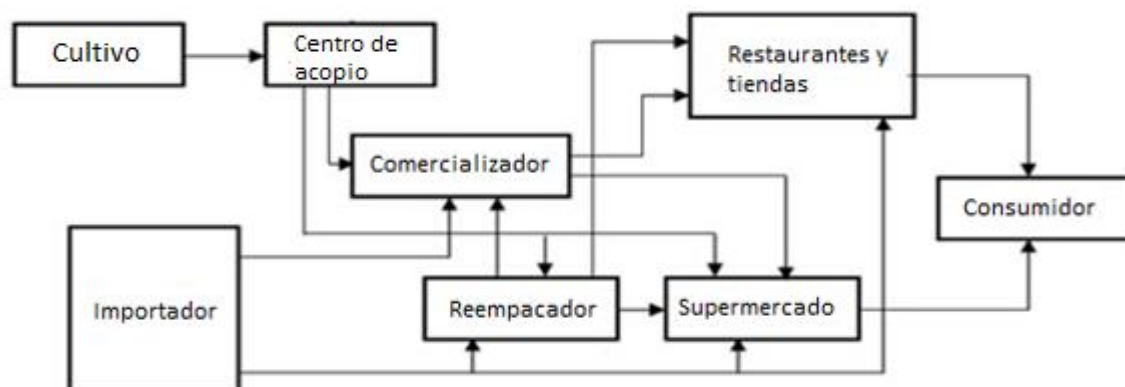
FUENTE: (Procolombia, s.f.)

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

País Origen	Vía	Ciudad ingreso	TOTAL Valor FOB (US\$)
PERU	TERRESTRE	IPIALES	7.713.259,65
PERU	MARITIMA	BUENAVENTURA	465.039,68
CHINA	MARITIMA	CARTAGENA	242.760,87
ECUADOR	TERRESTRE	IPIALES	86.410,08
CHINA	MARITIMA	BUENAVENTURA	37.449,00
CHINA	MARITIMA	BARRANQUILLA	31.514,60
ESTADOS UNIDOS	MARITIMA	BUENAVENTURA	24.300,00
ESTADOS UNIDOS	MARITIMA	CARTAGENA	11.820,00
TOTAL			8.612.553,88

Fuente: (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado



Fuente: (Elaboración propia)

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
- Especialización del producto

9. Presencia de la oferta extranjera en el mercado.

I. 2106901000

Pais Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	% DE PARTICIPACION
PERU	8.178.299,33	95%
CHINA	311.724,47	4%
ECUADOR	86.410,08	1%
ESTADOS UNIDOS	36.120,00	0%
TOTAL	8.612.553,88	100%

Fuente: (Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto

- Reunión con principales importadores, almacenes y distribuidores especializados.
- Participar en Ferias y eventos de promoción.
- Elevar los niveles de Stock de aceitunas en el mercado, mediante la integración de productores que tengan estándares de alta calidad.
- Participación en ruedas de negocios.
- Realización de agendas a exportadores peruanos, para que visiten el país con el fin de mostrar sus productos a los principales compradores.

ANEXOS

EVOLUCION DE IMPORTACIONES DEL PROUCTO 2013 – 2016 (Enero-Julio)

EVOLUCION DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO ([0703100000]
CEBOLLAS Y CHALOTES FRESCOS Y REFRIGERADOS)

PARTIDA		0703100000							
PERIODO	2013	2014	2015	Enero- Octubre 2014	Enero- Octubre 2015	Enero- Octubre 2016	% Var. 2015/ 2014	% Var. Enero - Octub re 2015/ 2014	% Var. Enero - Octub re 2016/ 2015
VALOR FOB USD	\$ 12.399. 231	\$ 14.645.2 53	\$ 6.078. 222	\$ 11.095.153	\$ 3.933.90 4	\$ 8.612.55 4	-58%	-65%	119%

FUENTE: (Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

PRINCIPALES IMPORTADORES (ENERO- OCTUBRE) 2016

NIT	Importador	TOTAL Valor FOB (US\$)
837000713	COMERCIO INTL DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y DEL MAR S A	1.645.961,13
900905745	IMPOAGROCOL S A S	1.284.415,69
900524091	GEDECOMEX S A S	1.170.118,10
900795693	EXPO AGRO CARIBE S A S	668.566,48
87718219	ARCINIEGAS CAIPE CARLOS ALBERTO	512.448,27
900932564	EXPO AGROPACIFICO S A S	426.162,00
900986406	IMPOAGRICOLA S A S	408.516,80
900966907	IMEXFRON S A S	314.332,10
805019685	LA SIEMBRA LTDA	309.311,24
900612532	COMERPROA S A S	253.458,16
900692862	CIALZ FVK S A S	249.343,69
890928717	JOSE A Y GERARDO E ZULUAGA S A S	242.760,87
900782490	IMPORTADORA RIASCOS S A S	239.142,69
830040836	COMERCIALIZADORA DIAZ CASTANEDA LTDA	116.403,00
900636446	EXPOANDES S A S	99.360,00
900982742	DISTRIFERCOM SIN FRONTERAS S A S	87.840,00
900424978	OSNI GROUP S A S	84.106,40
900937566	LIMEXCOL GROUP S A S	81.972,00
900586970	FINPRA C I S A S	63.994,74
804011441	MERCAFRUT LTDA – 804011441	61.439,87
900997171	EXPO AGRORIENTE S A S	51.617,80
900724980	EXPORTADORA OFK S A S	40.636,40
900997609	IMPOAGROCOL S A S	36.045,60
900285504	C I PYG GROUP S A S	34.301,00
900855360	SURTIABARROTES INTERNACIONAL S A S	31.514,60
900747388	COFFEEGRAN S A S	31.389,71
805027024	SUPERMERCADO LA GRAN COLOMBIA S A	22.668,30
900302692	COMERCIALIZADORA JUNKOS S A S	17.952,75
900060047	GREENTROPIC C I S A	11.600,00
830136201	AGROVILLA DE COLOMBIA LTDA	9.166,88
900831215	AGROIMPORTACIONES NARINO S A S	6.007,60
TOTAL		8.612.553,87

Fuente: (Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

DIRECTORIO DE IMPORTADORES 2016 (ENERO- OCTUBRE) – I. 0703100000

NIT	Importador	Contacto	Telefono	Dirección	Email	Ciudad domicilio	Depto. domicilio	TOTAL Valor FOB (US\$) Enero Agosto 2016
8370007 13	COMERCIO INTL DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y DEL MAR S A	PEDROZA PULIDO MARISOL	7736692	VIA PANAMERICANA SECTOR RUMICHACA KM 1	coagromarsa@gmail.com	IPIALES	NARINO	1.645.961,13
9009057 45	IMPOAGROCOL S A S	DESCONOCIDO	32127798 94	URB LA MERCED MZ 2 CA 3	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	1.284.415,69
9005240 91	GEDECOMEX S A S	DESCONOCIDO	31769912 12	MANZ 16 CS 12 BRR LA FLORESTA	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	1.170.118,10
9007956 93	EXPO AGRO CARIBE S A S	DESCONOCIDO	31788932 22	CR 5 25-23 BRR SAN VICENTE	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	668.566,48
8771821 9	ARCINIEGAS CAIPE CARLOS ALBERTO	ARCINIEGAS CAIPE CARLOS ALBERTO	7730251	CL 13 4N-56 BRR LIRIOS NTE	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	512.448,27
9009325 64	EXPO AGROPACIFICO S A S	DESCONOCIDO	30138768 26	CR 7 23-19 BRR PANAMA	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	426.162,00
9009864 06	IMPOAGRICOLA S A S	DESCONOCIDO	31858962 55	CR 2 5 ESTE-168 BRR LOS CHILCOS	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	408.516,80
9009669 07	IMEXFRON S A S	DESCONOCIDO	7255819	CL 2 E 2 E-54 OF 102	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	314.332,10

8050196 85	LA SIEMBRA LTDA	JUAN SERGIO TICONA MANRIQUE	6644582	CR 38 9-05	DESCONOCIDO	YUMBO	VALLE	309.311,24
9006125 32	COMERPROA S A S	DESCONOCI DO	7255163	CL 28A 6-15 BRR LAS AMERICAS	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	253.458,16
9006928 62	CIALZ FVK S A S	DESCONOCI DO	7730570	CR 7 14-67 OF 303	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	249.343,69
8909287 17	JOSE A Y GERARDO E ZULUAGA S A S	ZULUAGA GOMEZ JOSE ABSALON	2850067	CL 84 47-70 B 2 L 13 CENTRAL MAYORISTA	josegera@une.net.co	ITAGUI	ANTIOQUIA	242.760,87
9007824 90	IMPORTADORA RIASCOS S A S	DESCONOCI DO	7734452	CL 15 7-48	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	239.142,69
8300408 36	COMERCIALIZADOR A DIAZ CASTANEDA LTDA	DIAZ RODRIGUEZ JOSE ANTONIO	4122284	CL 8 A 82B-61	diazdicas@hotmail.co m	BOGOTA	BOGOTA	116.403,00
9005869 70	FINPRA C I S A S	GOMEZ GOMEZ LUIS FERNANDO	31342674 74	CR 41 8-28 SUR	DESCONOCIDO	BOGOTA	BOGOTA	63.994,74
9007473 88	COFFEEGRAN S A S	DESCONOCI DO	7256190	CL 14 5-22	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	31.389,71
8050270 24	SUPERMERCADO LA GRAN COLOMBIA S A	ZULUAGA SALAZAR JAIME ENRIQUE	4331215	CL 72 1 D-04	info@lgc.com.co	BUENAVENTU RA	VALLE	22.668,30
9003026 92	COMERCIALIZADOR A JUNKOS S A S	WILSON HERNAN QUINTERO TABORDA	31040645 51	CR 65 35-42	DESCONOCIDO	MEDELLIN	ANTIOQUIA	17.952,75

9000600 47	GREENTROPIC C I S A	LUIS EDUARDO JIMENEZ SANCHEZ	4184010	CL 19 30-16	DESCONOCIDO	CALI	VALLE	11.600,00
8301362 01	AGROVILLA DE COLOMBIA LTDA	VILLAMIL GUERRERO PEDRO NICOLAS	4106494	CL 52 72 - 24 OF 504A NORMANDIA OCCIDENTAL	DESCONOCIDO	BOGOTA	BOGOTA	9.166,88
9008312 15	AGROIMPORTACIO NES NARINO S A S	DESCONOCI DO	31741700 24	MZ 11 CA 16 BRR LA FLORESTA	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	6.007,60
TOTAL								8.003.720, 20
OTROS								608.833,80
TOTAL								8.612.554

FUENTE: (Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

Anexo 2. Nota de prensa

JOYAS PERUANAS CON EXPECTATIVAS DE NEGOCIOS EN EL MERCADO COLOMBIANO

Recientemente en CORFERIAS se forjaron negocios entre todos los eslabones de la cadena de relojería y joyería, en los cuales las venta se estimaron en tres millones de dólares, por tal motivo las casas matrices, importadores, representantes en Colombia, distribuidores autorizados, coleccionistas, conferencistas, diseñadores, periodistas especializados, concedores y amantes de esta industria tuvieron una gran participación frente a estos negocios, quienes se dieron cita en la cuarta versión de WATCHBO donde se reunieron más de 5000 visitantes y 130 expositores en los cuatro días de duración, del 5 al 8 del presente mes. Perú compartió espacio con estos exponentes.

El evento ha tenido un crecimiento del 80 % en comparación con la primera versión, un crecimiento en marcas nuevas y expositoras del 30%, por tal motivo a comienzos del año los organizadores de Watchbo invitaron al Perú a participar con empresas que tuvieran oferta exportable. Lo que se concretó con la participación de 6 empresas de joyería de plata especialmente seleccionadas por lo original de su producto. La mayoría con amplia trayectoria de participación en ferias internacionales: Urin Huanca, Mitos Joyería, Jael Hecho a Mano, Vivas, Guiliana Vels, Arin.

Esta OCEX hizo el acompañamiento respectivo con la finalidad de que los exportadores tuvieran información del mercado que les permitiera orientar su respectiva oferta. Asimismo, hará el seguimiento de los contactos realizados con la finalidad de concretar negocios.

Anexo 3. Directorios

DIRECTORIO DE IMPORTADORES 2016 (ENERO- OCTUBRE) – I. 0703100000

NIT	Importador	Contacto	Teléfono	Dirección	Email	Ciudad domicilio	Depto. domicilio	TOTAL Valor FOB (US\$) Enero Agosto 2016
8370007 13	COMERCIO INTL DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y DEL MAR S A	PEDROZA PULIDO MARISOL	7736692	VIA PANAMERICANA SECTOR RUMICHACA KM 1	coagromarsa@gmail.com	IPIALES	NARINO	1.645.961,13
9009057 45	IMPOAGROCOL S A S	DESCONOCIDO	32127798 94	URB LA MERCED MZ 2 CA 3	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	1.284.415,69
9005240 91	GEDECOMEX S A S	DESCONOCIDO	31769912 12	MANZ 16 CS 12 BRR LA FLORESTA	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	1.170.118,10
9007956 93	EXPO AGRO CARIBE S A S	DESCONOCIDO	31788932 22	CR 5 25-23 BRR SAN VICENTE	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	668.566,48
8771821 9	ARCINIEGAS CAIPE CARLOS ALBERTO	ARCINIEGAS CAIPE CARLOS ALBERTO	7730251	CL 13 4N-56 BRR LIRIOS NTE	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	512.448,27
9009325 64	EXPO AGROPACIFICO S A S	DESCONOCIDO	30138768 26	CR 7 23-19 BRR PANAMA	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	426.162,00

900986406	IMPOAGRICOLA S A S	DESCONOCIDO	3185896255	CR 2 5 ESTE-168 BRR LOS CHILCOS	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	408.516,80
900966907	IMEXFRON S A S	DESCONOCIDO	7255819	CL 2 E 2 E-54 OF 102	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	314.332,10
805019685	LA SIEMBRA LTDA	JUAN SERGIO TICONA MANRIQUE	6644582	CR 38 9-05	DESCONOCIDO	YUMBO	VALLE	309.311,24
900612532	COMERPROA S A S	DESCONOCIDO	7255163	CL 28A 6-15 BRR LAS AMERICAS	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	253.458,16
900692862	CIALZ FVK S A S	DESCONOCIDO	7730570	CR 7 14-67 OF 303	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	249.343,69
890928717	JOSE A Y GERARDO E ZULUAGA S A S	ZULUAGA GOMEZ JOSE ABSALON	2850067	CL 84 47-70 B 2 L 13 CENTRAL MAYORISTA	josegera@une.net.co	ITAGUI	ANTIOQUIA	242.760,87
900782490	IMPORTADORA RIASCOS S A S	DESCONOCIDO	7734452	CL 15 7-48	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	239.142,69
830040836	COMERCIALIZADOR A DIAZ CASTANEDA LTDA	DIAZ RODRIGUEZ JOSE ANTONIO	4122284	CL 8 A 82B-61	diazdicas@hotmail.com	BOGOTA	BOGOTA	116.403,00
900586970	FINPRA C I S A S	GOMEZ GOMEZ LUIS FERNANDO	3134267474	CR 41 8-28 SUR	DESCONOCIDO	BOGOTA	BOGOTA	63.994,74
900747388	COFFEEGRAN S A S	DESCONOCIDO	7256190	CL 14 5-22	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	31.389,71
805027024	SUPERMERCADO LA GRAN COLOMBIA S A	ZULUAGA SALAZAR	4331215	CL 72 1 D-04	info@lgc.com.co	BUENAVENTURA	VALLE	22.668,30

		JAIME ENRIQUE						
9003026 92	COMERCIALIZADOR A JUNKOS S A S	WILSON HERNAN QUINTERO TABORDA	31040645 51	CR 65 35-42	DESCONOCIDO	MEDELLIN	ANTIOQUIA	17.952,75
9000600 47	GREENTROPIC C I S A	LUIS EDUARDO JIMENEZ SANCHEZ	4184010	CL 19 30-16	DESCONOCIDO	CALI	VALLE	11.600,00
8301362 01	AGROVILLA DE COLOMBIA LTDA	VILLAMIL GUERRERO PEDRO NICOLAS	4106494	CL 52 72 - 24 OF 504A NORMANDIA OCCIDENTAL	DESCONOCIDO	BOGOTA	BOGOTA	9.166,88
9008312 15	AGROIMPORTACIO NES NARINO S A S	DESCONOCI DO	31741700 24	MZ 11 CA 16 BRR LA FLORESTA	DESCONOCIDO	IPIALES	NARINO	6.007,60
TOTAL								8.003.720, 20
OTROS								608.833,80
TOTAL								8.612.554

FUENTE: (Direccion de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011)

Anexo 4. Trabajadores de la oficina



Fuente: (Fotografía propia, 2016)

Anexo 5. Gastronomía Peruana (Almuerzo)



Fuente: (Fotografía propia, 2016)

Anexo 6. Eventos



Fuente: (Fotografía propia, 2016)