

INFORME DE PRÁCTICAS
OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA



VIVIAN JOHANA MORENO GARAVIZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONES
VILLAVICENCIO

2017

INFORME DE PRÁCTICAS
OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA

VIVIAN JOHANA MORENO GARAVIZ

Informe final de práctica presentado como requisito para optar al título profesional en negocios internacionales.

Asesor
EDISON ORLANDO GARZON CESPEDES
Profesional en Comercio Internacional

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2017

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. FRAY FERNANDO CAJICÁ GAMBOA O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

Doc. JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota de Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano de Facultad de Negocios Internacionales

EDISON ORLANDO GARZON CESPEDES

Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Jurado

Villavicencio, Agosto de 2017

Agradecimientos

Los grandes logros en la vida son el fruto de un gran esfuerzo, este gran paso es una gran meta en esta larga carrera que es mi vida. Quiero agradecer a todas y cada una de las personas que han contribuido a que este sueño ahora se haga realidad. A mis padres Manuel y Elsidia, que, con su ayuda monetaria y apoyo moral, han sido un gran impulso para lograr a llegar donde ahora estoy. A mis hermanos Laura y José que, gracias a su constante soporte y buenos ánimos, les han dado la fuerza y las ganas de seguir luchando en este proyecto y ser un ejemplo como hermana mayor. A la familia que abrió sus puertas en la ciudad de Bogotá, su apoyo fue fundamental y muy acogido por mi parte.

Agradezco a mis amistades antiguas y nuevas que fue tomando en la práctica, fueron un pilar muy importante día tras días para lograr a cumplir las metas pactadas en la oficina donde laboré.

Un agradecimiento especial a la Universidad Santo Tomás y sus docentes, que con su profesionalismo y amor por su trabajo han dejado en mí un conjunto de temas aprendidos y un ejemplo como seres humanos íntegros y éticos.

Por último, pero no menos importante, agradezco a la Oficina Comercial Del Perú por aceptarme a formar parte de su equipo de trabajo, con su paciencia y buen trato pude desempeñar mi labor satisfactoriamente. Al director de la oficina Max Rodríguez, una excelente persona y jefe que me dejó como enseñanza una de sus más celebres frases “El único que no se equivoca, es el que no hace nada” Esta frase perdurara en mí por muchos años más. A mi jefe inmediato María Angélica Rodríguez quien fue una guía y mano amiga en cada proceso que iba aprendiendo. A la señora Martha Anhuamán quien fue la persona que realizó mi entrevista como aspirante, y en el proceso una fuente de sabiduría y conocimiento. Todos ellos fortalecieron mis habilidades y dejaron que nuevas cosas fueran llegando a mi vida profesional y personal.

Dedicatoria

Quiero agradecer en primera instancia a Dios, a mis padres y mis hermanos que, gracias a su apoyo constante y fe en mí, no hubiera podido llegar tan lejos como lo he hecho. A mis amistades de universidad que fuimos dando paso a paso cada semestre para llegar a esta gran meta juntas.

Tabla de contenido

	Pág.
Glosario.....	11
Resumen.....	13
Introducción	15
Justificación	17
Objetivos	18
Objetivo general:	18
Objetivos específicos:	18
1. Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo)	19
1.1. Visión	19
1.2. Misión.....	19
1.3. Organigrama.....	19
2. Ocex (Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior).....	21
2.1 Objetivos	22
2.2 Principales funciones.....	22
3. Funciones Laborales (Analista Comercial)	24
3.1. Actividades realizadas.....	24
3.1.1. Perfiles de Mercado	24
3.1.2. Convocatoria a eventos (Macro ruedas de negocios, Citas en particular, Ferias comerciales).....	26
3.1.3 Experiencia en los siguientes eventos:	27
3.1.4 Asistencia y apoyo en eventos.....	28
3.2. Herramientas	29
3.3 Dificultades de la gestión del cargo	29
3.3. Solución de dificultades	30
4. Aportes.....	31
Conclusiones	32
Anexo 1. Almuerzo (Gastronomía Peruana).....	33

Anexo 2. ANATO (Stand Perú).....	33
Anexo 3. Macrorrueda de Negocios	34
Anexo 4. Lanzamiento PERU WEEK	34
Anexo 5. Perfil de Mercado (Confecciones).....	35
Referencias.....	45

Lista de figuras.**Pág.**

Figura 1. Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	19
---	----

Tabla de Anexos

	Pág.
Anexo 1. Almuerzo (Gastronomía Peruana).....	29
Anexo 2. ANATO.....	30
Anexo 3. Macrorrueda de negocios	331
Anexo 4. Lanzamiento PERU WEEK	48

Glosario

- **AXON:** Es una compañía especializada en Comunicaciones integradas de Marketing, en el cuál también por correo hacen la tarea de enviar un reporte informativo diario con noticias peruanas y colombianas.
- **BACEX:** Es el Banco de Datos de Comercio Exterior y Servicio de procesamiento de información de importaciones y exportaciones.
- **DIAN:** Es la entidad encargada de garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias en Colombia.
- **INFOTRADE:** Es un servicio que ofrece en tiempo real la más completa información histórica sobre el comercio exterior. Muestra en detalle datos de todas las importaciones y exportaciones realizadas en el país en los últimos tres años al instante.
- **MINCETUR:** El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es el Ministerio encargado de los temas de comercio exterior del Estado Peruano y la promoción del turismo en el Perú.
- **OCEX:** Oficina Comercial de Exportaciones.
- **PENX:** Es el plan estratégico nacional de exportaciones
- **PROMPERÚ:** La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo es competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportables.

- **RUES:** Es el Registro Único Empresarial y Social en el cual se pueden hacer consultas de todos los registros empresariales para verificar si existen como una organización legal en Colombia, el cual también suministra información de quién es Representante Legal o dar su NIT.
- **SIICEX:** El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) es un portal que proporciona a la comunidad empresarial, especialmente a los exportadores peruanos, información actualizada y clasificada para fortalecer e integrar sus negocios al mundo, la misma que está organizada por perfiles.
- **SICEX:** "Sistema Integrado de Comercio Exterior". Es una ventanilla única que facilita a los usuarios la tramitación ante el Servicio Nacional de Aduanas y otros servicios públicos que participan en operaciones de exportación e importación.
- **SUNAT:** Entidad recaudadora de impuestos en el Perú. Contiene presentación, orientación al contribuyente, noticias, software, consultas en línea y enlaces.

Resumen

El presente trabajo se elaboró con el fin de cumplir con los requisitos de opción de grado para optar por el título de profesional en Negocios Internacionales. Me desempeñé como analista comercial en la oficina comercial del Perú por el periodo de tiempo de seis meses. De manera que en este informe relataré mis actividades hechas durante el periodo de practica y como lleve mi conocimiento de las aulas a un escenario laboral real.

El trabajo realizado durante estos 6 meses en la Oficina Comercial del Perú se resume en la búsqueda de posibles compradores y hacer la unión entre las partes, promocionar al Perú en cada evento y reunión que se realizaba. Las herramientas básicas para ejecutar dichas tareas eran plataformas tales como: BACEX, SICEX, DIAN, RUES e INFOTRADE; estas herramientas ayudaban a revisar datos macros en cuanto importaciones de Colombia, dejando más claro el panorama a los exportadores peruanos que decidían si entraban o no en el mercado local.

Palabras Claves: Promoción del Perú, Bases de datos, Plataformas, Oficina Comercial del Perú.

Abstract

The present work was elaborated with the purpose of fulfilling the requirements of degree option to opt for the title of professional in International Business. I worked as a commercial analyst in the commercial office of Peru for the period of six months. So in this report I will tell you about my activities during the practice period and how to bring my knowledge of the classroom into a real work setting.

The work carried out during these 6 months in the Commercial Office of Peru is summarized in the search of potential buyers and make the union between the parts, promote Peru in each event and meeting that was held. The basic tools to execute such tasks were platforms such as: BACEX, SICEX, DIAN, RUES and INFOTRADE; These tools helped to review macro data as imports from Colombia, making the scenario clearer to Peruvian exporters who decided whether or not to enter the local market.

Key Words: Promotion of Peru, Databases, Platforms, Commercial Office of Peru.

Introducción

El presente trabajo es el resultado de la realización de las prácticas profesionales en la Oficina Comercial del Perú en Colombia. Oficina adjunta a PROMEPERU, y sus labores es apoyar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú en cuanto a ejecutar, dirigir y coordinar las funciones establecidas por este ente regulador.

Perú como uno de los países latinoamericanos que ha experimentado un crecimiento económico gradual durante los últimos años, con miras a expansión y crecimiento continuo, ha experimentado una hiperinflación en los años 90's y adoptado una serie de reformas que ayudaron a reducir las cifras de inflación y ponerlas en un estado más beneficioso. Perú es un país latino que ha venido enfrentando los modelos económicos ortodoxos, ingeniando así una economía más descentralizada. Uno de los principales rangos de la diferenciación fue a la apertura a la IE (inversión extranjera) abriendo sus puertas comerciales y mostrando al mundo sus productos representativos como lo son los minerales, y la parte cultura (gastronomía).

La Oficina Comercial del Perú se estableció en Colombia en el año 2013 y desde esa fecha ha desempeñado el papel de impulsador de los exportadores peruanos hacía el mercado colombiano, verificando y entregando información efectiva y de gran ayuda a los empresarios que quieren comercializar sus productos en colombiana. Promocionar la marca Perú como un nuevo destino a través del turismo y la gastronomía del país, afianzando alianzas entre ambos países en temas culturales, económicos, sociales y políticos.

Las Oficinas comerciales están en países que tiene acuerdos comerciales con el Perú, tienen como función ejecutar todos los mandatos direccionados por MINCETUR, ejecutándolos de una manera eficaz, eficiente y concisa, siempre en la mira de dar por cumplida toda tarea que se asigna,

especialmente si dicha labor será beneficiosa para los exportadores peruanos, identificando las oportunidades que se puedan obtener en el mercado colombiano.

El realizar las prácticas en la OCEX ayuda al estudiante a exponer todos los conocimientos obtenidos durante los cinco años de carrera, creando una visión global y amplia en su vida, creando una nueva experiencia laboral que ayuda en el presente y futuro en la vida personal y laboral del estudiante.

Justificación

El realizar las prácticas empresariales fortalece habilidades y conocimientos, enseña nuevos atributos que se utilizan en un ambiente laboral que no es percibido en las aulas de clases. Se genera la oportunidad de crear nuevas estrategias para los planes a futuro con metas por cumplir.

Se deja ver a simple vista las ventajas y desventajas que se tiene cuando se labora, así mismo ver cómo se puede tomar provecho de las oportunidades que se presentan en el ámbito laboral, y fortalecer aquellas debilidades que pueden generar algún inconveniente en futuros proyectos como profesional en Negocios Internacionales. Cada uno de los conocimientos aprendidos con veracidad es de útil ayuda para un escenario real que se vive a diario en las empresas, en un ámbito laboral más exigente que las aulas.

La oficina y el estudiante generan un intercambio de conocimientos que es muy fructuoso para ambas partes, creando una conexión directa donde se fortalece el conocimiento y la experiencia del estudiante; llegando a lograr conectar dos culturas por medio de los negocios.

Objetivos

Objetivo general:

Realizar las labores establecidas en la OCEX y dar importancia a la práctica empresarial como un mecanismo de fortalecimiento y enseñanza. Buscando la aplicación de todos los conocimientos, desarrollo, actitudes y habilidades, previamente adquiridos, con el propósito de complementar la formación íntegra y cumplir con las exigencias del mercado laboral.

Objetivos específicos:

- Conocer a fondo MINCETUR y todas sus obligaciones como ente regulador en el exterior.
- Exponer y comprender el funcionamiento de la OCEX; lo que realizan, sus metas, y que hacen para cumplir con los logros establecidos.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en la Universidad y ponerlos en práctica en las actividades de la Oficina Comercial del Perú.
- Aprender nuevos métodos y maneras de enfrentar la vida laboral a través de la experiencia adquirida en la Oficina Comercial del Perú en Colombia.

1. Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo)

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 del comercio 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. (Mincetur, Sobre Mincetur, 2015).

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”.

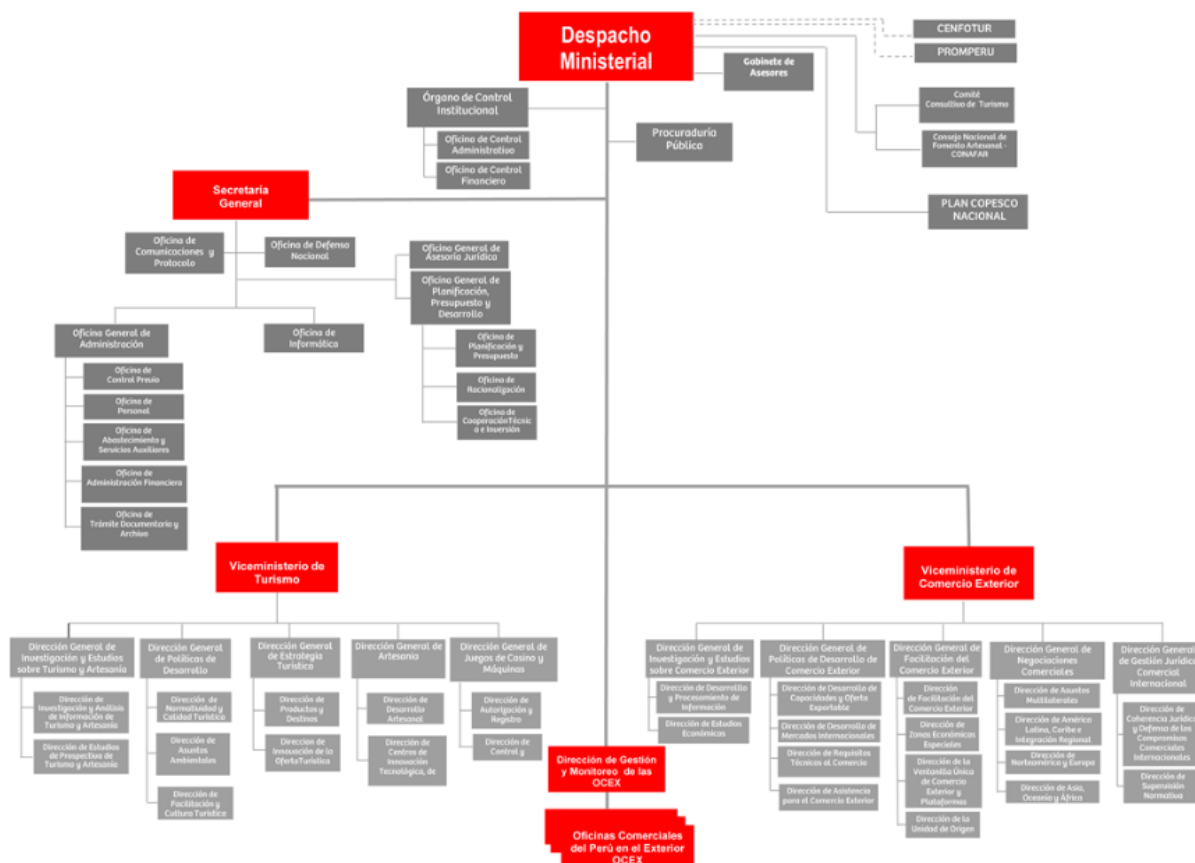
1.2. Misión

“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. Organigrama

Este organigrama realizado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a continuación nos muestra en detalle las divisiones y subdivisiones que se encuentran relacionadas entre sí, de mayor a menor rango jerárquico.

Figura 1. Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



Fuente: (Mincetur.pe, 2015)

2. Ocex (Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior)

La Oficina Comercial del Perú en Colombia promueve la oferta exportable peruana a través de la apertura y la consolidación de los principales mercados, al igual que la promoción del turismo de colombianos al Perú y las inversiones. Trabajan todo lo que tiene que ver con la imagen y marca Perú.

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. (MINCETUR, s.f.)

La oficina Comercial del Perú en Colombia antes de la publicación de la Ley No 29890 del 29 de octubre del año 2012, era una dependencia de la Embajada del Perú. Esta ley modifica el artículo 3 de la Ley No 27790, Ley de Funciones y Organización del MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo), otorgándole al MINCETUR toda la competencia para dictar y administrar las políticas de la OCEX (Oficinas comerciales en el Exterior). Esta ley también dictamina que el MINCETUR es la entidad encargada del personal, acervo documentario y financiación de las OCEX. Es desde el momento de expedición de esta ley, cuando las OCEX se convierten en dependencias del MINCETUR (MINCETUR, 2012). Así mismo, posterior a esta ley, en el año 2013, la Oficina Comercial del Perú se traslada a su ubicación actual Avenida 82 N° 12-18, Oficina 302, en Bogotá D.C., desde allí la oficina ha gestionado durante 3 años la promoción de los productos peruanos en Colombia. (MINCETUR, s.f.)

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)

3. Funciones Laborales (Analista Comercial)

Durante las prácticas la estudiante de negocios internacionales elaboró perfiles de mercado, convocatorias personalizadas, telemarketing, Macro ruedas de negocios, envío de noticias, manejo de publicaciones en redes sociales y colaboradora en eventos asociados a la oficina (Ferias y eventos)

DIRECTOR GENERAL: Max Rodríguez Guillén

JEFE INMEDIATO: Martha Anhuamán de León

ESPECIALISTA: María Angélica Rodríguez

3.1. Actividades realizadas

Las actividades realizadas en la oficina comercial del Perú, según sus exigencias y modelos a seguir, serán expuestas de ahora en adelante, con los detalles precisos de lo que se ejecutó

3.1.1. Perfiles de Mercado

Los perfiles son la radiografía de un mercado en específico donde se muestran variables cuantitativas y cualitativas de un producto o una industria en particular, siendo esta una base confiable para la oferta peruana.

Los datos obtenidos de la búsqueda dan como resultado un histórico de aquellos productos que Colombia ha comprado en un rango de tiempo preseleccionado, brindando a los interesados una vasta información de posibles compradores. Brindando al interesado una amplia visión sobre el mercado colombiano y el comportamiento en diferentes años.

Es de suma importancia conocer la base de datos, por ello las herramientas con las que se trabaja son: (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2011), (Sistema Integrado de

Comercio Exterior - SICEX, s.f.), (Banco de la Republica de Colombia, 2016) (Banco de datos de comercio exterior - BACEX, s.f.) .

La meta que tiene la oficina comercial es brindar información eficaz y certera que ayude al exportador peruano a indagar la viabilidad de comercializar sus productos o servicios en Colombia. Servir de ayuda para que el empresario sepa distinguir las ventajas y desventajas, los documentos necesarios y las reglamentaciones que exige el gobierno colombiano para el ingreso de toda mercancía, y la relevancia de las variaciones que muestran el desarrollo en materia de las importaciones que se han hecho en los últimos 3 años más cercanos.

La veracidad y asertividad en los datos que se brindan deben ser ciento por ciento confiables, por eso es necesario que se tomen de páginas del estado como lo son el BACEX, SICEX y DIAN. Estas fuentes son indispensables y muy oportunas al momento de crear los perfiles, gracias a esta información el exportador peruano puede sentir la seguridad de las cifras y datos suministrados por la oficina.

Los perfiles de mercado realizados como practicante que elaboré se iban adaptando a las ferias y congresos realizados. Para las ferias textiles se hizo un estudio de mercado de las empresas con mayores cifras importadoras en Colombia, las partidas arancelarias con mayor demanda y la búsqueda de datos de esas empresas potenciales que pudieran comprar al Perú. Así misma investigación a fondo de empresas prestadoras de servicios turísticos, importadores del sector minero, seguimiento de los restaurantes peruanos en el país y buscar promocionarlos en una página adjunta a la oficina. Con ayuda de la búsqueda de estas cifras se lograba captar las empresas que supusieran una mayor posibilidad al momento de negociar con el Perú.

De manera trimestral se envía un informe a la central en Lima con el fin de dar a conocer todos los logros obtenidos en cada uno de los eventos realizados en ese periodo de tiempo. Se muestran cifras macros, negocios cerrados, empresas que se lograron captar en Colombia, el número de exportaciones que se llevaron a cabo del Perú a Colombia y los posibles puntos por mejorar en cada uno de los eventos. Para este trabajo como practicante tuve que elaborar un informe completo

con toda la información, buscando datos actuales y llevándolos a los resultados obtenidos en cada una de las ferias o congresos de los cuales la OCEX hizo parte.

3.1.2. Convocatoria a eventos (Macro ruedas de negocios, Citas en particular, Ferias comerciales)

Antes de un evento o feria el empresario peruano solicita a la OCEX en Colombia una base de datos con los posibles compradores en el país, esto se genera a partir de una lista de partidas arancelarias entregadas por el exportador. Después de conocer los datos entregados por el empresario peruano, se busca en BACEX y SICEX todos los datos relacionados con la partida arancelaria, de allí se obtienen una serie de antecedentes (DIRECTORIOS) data de información completa con cifras en dólares de aquellas empresas en Colombia que pudiesen entrar en la lista de posibles clientes para el Perú. Después de esto, se hace telemarketing con el fin de persuadir a esos empresarios a que tengan citas o reuniones donde puedan interactuar directamente con el exportador peruano, creando un lazo directo entre las dos partes participantes para que así sea más fácil la conexión entre compradores y vendedores.

Formar lazos con los empresarios colombianos y peruanos para futuros eventos, generando una participación activa por parte de los empresarios. Se hace un seguimiento a los compradores y se aclara las dudas que puedan tener en el momento de aceptar la invitación a reunirse con el exportador peruano. La OCEX como oficina emblemática del Perú busca siempre relacionar a sus empresarios nacionales con los de Colombia, esta clara conexión es un incentivo para seguir estrechando las relaciones económicas entre las dos naciones.

Como practicante de la Universidad Santo Tomás, logré conectar empresarios colombianos que deseaban conocer a fondo el mercado peruano. Por medio de correos y llamadas conseguí que muchas invitaciones a reuniones, ferias en Colombia y Perú fuera aceptadas por parte de potenciales compradores; creando así un lazo entre colombianos y peruanos. Dentro de mis funciones, siempre promocionando al Perú como un gran destino para invertir y hacer negocios, uno de los grandes desafíos para mí.

La oficina comercial del Perú depende directamente de su casa principal PROMEPRU, quien determina unas metas a cumplir dependiendo cada evento o feria que se lleve a cabo, ya sea en Colombia o Perú.

Estos eventos dejan una base de datos bastante amplias que se exponen en diferentes medios de comunicación, y en los cuales se tienen una serie de comentarios (acerca del evento) que sirven de guía para el futuro.

3.1.3 Experiencia en los siguientes eventos:

- **Colombiatex, 24 al 26 de enero.** Feria textil, de insumos y maquinaria de magna importancia en Colombia, un centro de negocios que se posicionó como uno con mayor relevancia en América Latina.
- En esta feria se llama con anticipación a posibles compradores colombianos para persuadirlos de tomar citas de reunión con los empresarios peruanos dentro de la misma feria, en ese espacio se conecta la oferta y la demanda en el lugar, dando más oportunidad al exportador de conocer de cerca a los posibles clientes potenciales en la región.
- **ANATO, 1 al 3 de marzo.** ANATO (Asociación colombiana de agencia de viajes y turismo) Es la feria colombiana que reúne todos los tours operadores y agencia de viajes de distintos países, con el fin de potencializar el mercado nacional e internacional. En el caso de Perú se busca vender el país como sitio turístico y gastronómico, creando alianzas con empresas colombianas.
- En esta feria al igual que las demás se hace una base de datos y se hace la invitación a pasar por cada uno de los stands donde se encuentran las empresas peruanas. Para el año 2017 se organizó un almuerzo con los posibles compradores dando a conocer la gastronomía y los sitios más llamativos del Perú.
- **PERÚ MODA, 5 al 7 de abril.** Feria que reúne lo mejor de la oferta exportable peruana en confecciones, calzado y joyería. Este evento tiene lugar en Lima, por lo que la oficina comercial y PROMPERÚ gestionan las visitas de los empresarios colombianos, con el fin

de que se ejecuten y se cierren negocios entre exportadores peruanos e importadores colombianos.

- **Perú Travel Mart, 5 al 8 de mayo.** El Perú Travel Mart es la feria hermana de la ANATO colombiana, se realiza en la ciudad de Lima y busca la conexión de mayoristas de turismo colombianos interesados en comercializar e incrementar su oferta turística del Perú. Al igual que otros eventos en el Perú, se buscan posibles clientes potenciales y se gestiona los viajes.
- **Expodiseño y Construcción, 16 al 21 de mayo.** Feria que se lleva a cabo en la ciudad de Bogotá, en el recinto de Corferias. Enfocada en los temas de construcción, diseño, arquitectura e infraestructura. Para la versión del año 2017 hubo una delegación peruana conformada por tres empresas, cada una de ellas se les elaboro una agenda y se les guió durante la feria.
- **FANYF, 5 y 6 de Julio.** FANYF es la feria internacional de Franquicias que se realiza en Coferias, reúne miles de marcas nacionales e internacionales de franquicias en el mundo. Perú llegó con su delegación, principalmente del sector de gastronomía. Para este evento se hizo una convocatoria para agendar citas durante la feria y así conectar a los empresarios peruanos con los posibles clientes colombianos.
- **PERU WEEK, 4 al 16 de Julio.** Es la semana peruana por excelencia y se hace honor al país con una serie de eventos entre cine, cenas y demás programas que promocionan al Perú en Colombia. Esta feria se inició en Brasil y se fue extendiendo por otros países vecinos; a Colombia llegó este año en su primera edición.

3.1.4 Asistencia y apoyo en eventos

La participación en Expodiseño y Construcción fue estar en disposición de ayudar al exportador peruano en el stand, atraer a los visitantes y guiarlos hasta el exportador que cumpla con las primicias que estén buscando. El evento de PERU WEEK se consolido en varias reuniones, una de ellas fue un coctel de lanzamiento que se llevó a cabo en un famoso restaurante peruano y donde se reunieron tour operadores, restaurantes, influenciadores y personas allegadas a la oficina y la embajada; con el fin de dar inicio a la exposición del Perú.

La experiencia en estos eventos es inmensa en todo aspecto, fortalece las relaciones públicas y ayuda a comprender el mundo real de los negocios entre dos culturas diferentes, es un paso vital para dejar la academia e incorporarse en la vida real, pues es allí donde se lleva en práctica lo aprendido en las aulas.

El objetivo principal es hacer conexión entre oferentes y demandantes entre los dos países, con el fin de hacer que la economía del Perú tenga un crecimiento en cuanto sus relaciones comerciales con Colombia. Es por eso que en las ferias se recluta posibles compradores tomando sus tarjetas, promocionando la oficina como un puente para llegar más fácil al Perú y luego llevando todo a una base de datos para futuros eventos.

3.2. Herramientas

Para la realización de todas las actividades anteriormente nombradas, la OCEX me dio una capacitación de dos semanas antes de comenzar formalmente con las horas de las prácticas establecidas por la Universidad. En el proceso de aprendizaje logré dominar programas internos como lo son el INFOTRADE, SICEX, BACEX y otros elementos de obtención de datos macros como lo son las grandes plataformas de la DIAN y el RUES (Cámara de comercio de Bogotá).

3.3 Dificultades de la gestión del cargo

En mi proceso como practicante no tuve dificultad alguna, los jefes con paciencia y con mucho empeño iban logrando una conexión entre los practicantes y ellos, así era más sencillo lograr comprender a cabalidad todas las actividades que se nos eran asignadas. Gracias al buen trato y los materiales ya dispuestos en la oficina, se hizo ameno y accesible comprender todas las funciones en la OCEX.

Dentro de las funciones administrativas se me presentó el inconveniente al momento de hacer promoción y telemarketing, pues muchas empresas permanecen reacias a abrir sus puertas al mundo y se centran solo en el mercado local; es allí donde me vi en la tarea de llamar y seguir

insistiendo para que aquellas empresas conocieran el mercado peruano y estuvieran dispuestas a empezar una relación comercial con el Perú.

3.3. Solución de dificultades

Gracias a la ayuda de PROMPERU, la OCEX y la Embajada de Perú en Colombia, se llevaron a cabo campañas de impacto para promocionar al Perú, una de ellas como el PERU WEEK, donde se dio a conocer a profundidad la cultura peruana en todo su esplendor.

Al momento de hacer telemarketing se usaban las herramientas dispuestas por las tres entidades antes mencionadas, generando una serie de incentivos que llamaran la atención de los empresarios Colombianos; como pasajes pagos, pagos de hospedaje y comida en los lugares que se realizaban las ferias. Esto con el motivo de generar más participación a aquellos empresarios locales que se negaban a reunirse con los exportadores peruanos.

4. Aportes

Mis aportes durante la práctica en la oficina comercial del Perú en Colombia, fueron los siguientes:

- Contribuir con el conocimiento obtenido en las aulas de clases, materias como economía, mercadeo y contabilidad, fueron de gran ayuda al momento de crear perfiles y lograr la conexión entre compradores y oferentes.
- Apoyar los eventos organizados por la oficina dentro y fuera de la ciudad de Bogotá. Ferias realizadas en CORFERIAS, tales como ANATO y Expodiseño y construcción. Siendo parte del staff y ayudando a las empresas peruanas que se encontraban en los diferentes eventos.
- La responsabilidad y la puntualidad al momento de entregar los informes pedido por el jefe de la oficina, siendo estos entregados a tiempo y enviados a Lima en la fecha estipulada con anterioridad.

Conclusiones

Al término de mi práctica empresarial pude entender un ambiente diferente al de las aulas de clase, obteniendo una participación en un esquema más estricto y con mayores responsabilidades. La exigencia y compromiso con la Oficina Comercial del Perú fue una experiencia gratificante donde conocí cada proceso al momento de buscar clientes potenciales en otro país, conocer una cultura diferente a la mía y crear lazos amistosos entre mis allegados al trabajo.

Durante el tiempo que estuve en la Oficina Comercial del Perú en Colombia, aprendí a desenvolverme mejor en mi carrera, haciendo telemarketing y buscando la conexión entre exportadores e importadores. Las herramientas que la oficina brindaba eran perfectas para seguir en un constante aprendizaje sin interrupción, una de ellas eran los eventos del cual serví como apoyo, dejando en mí una experiencia única al conocer un nuevo mundo de negocios del cual estamos inmersos dentro de la academia.

Anexos.

Anexo 1. Almuerzo (Gastronomía Peruana)



Fuente: (Imagen de la Ocex, Bogotá, s.f.)

Anexo 2. ANATO (Stand Perú)



Fuente: (Imagen de la Ocex, Bogotá, s.f.)

Anexo 3. Macrorrueda de Negocios



Fuente: (Imagen de la Ocex, Bogotá, s.f.)

Anexo 4. Lanzamiento PERU WEEK



Fuente: (Imagen de la Ocex, Bogotá, s.f.)

Anexo 5. Perfil de Mercado (Confecciones)

En el presente Perfil de Mercado, se presentará paso a paso los datos a investigar sobre la tendencia del mercado, hecho por mí mientras estuve en la Oficina Comercial del Perú. (Elaboración Propia, s.f.)

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN COLOMBIA

FICHA MERCADO – Los demás maletines, incluidos los de aseo y porta documentos, carteras de mano (portafolios), cartapacios y continentes similares, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o de cuero charolado.

1. Nomenclatura Arancelaria: 4202119000

1. Denominación o nombre comercial en el país destino

4202119000: Los demás maletines, incluidos los de aseo y porta documentos, carteras de mano (portafolios), cartapacios y continentes similares, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o de cuero charolado.

2. Requisitos de acceso al mercado

Los demás maletines, incluidos los de aseo y porta documentos, carteras de mano portafolios), cartapacios y continentes similares, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o de cuero charolado.	
Nivel Nomenclatura	Código
ARIAN	4202119000
Gravamen	15%
IVA	19%
Gravamen por acuerdos internacionales	0% Acuerdo de Cartagena
Régimen de comercio	Libre Importación
Documentos de soporte	Ninguno
Descripción de Mercancía	Nombre Comercial (Obligatorio) - Otras Características (Obligatorio)

Fuente: DIAN

3. Tendencias del mercado

Partida Arancelaria	4202119000
Descripción	Los demás maletines, incluidos los de aseo y porta documentos, carteras de mano (portafolios), cartapacios y continentes similares, con la superficie exterior de cuero natural, cuero regenerado o de cuero charolado.
Año	VALOR FOB (Valor en Dólares)
2017 (Enero)	8.706
2016	149.794
2015	398.270
2014	894.019
2013	356.425
2012	416.879
2011	327.241
2010	59.132
2009	130.433
2008	445.369
2007	585.927

FUENTE: DIAN

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

Los principales puntos de ingreso para la partida arancelaria

Agente Aduanero	Transportador	Pais Origen	Via	Ciudad ingreso	TOTAL Valor FOB (US\$)
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	TAMPA TRANSPORTES AEREOS MERCANTILES PANAMERICANO S S A	CHINA	AEREA	BOGOTA	31.439,82
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	UNITED PARCEL SERVICES	CHINA	AEREA	BOGOTA	28.266,96
AGENCIA DE ADUANAS SISTEADUANAS LTDA NIVEL 2	TAMPA TRANSPORTES AEREOS MERCANTILES PANAMERICANO S S A	CHINA	TERRESTRE	BOGOTA	10.638,14

AGENCIA DE ADUANAS ABC REPECEV S A NIVEL 1	EDUARDO L GERLEIN Y CIA S A	CHINA	MARITIMA	BUENAVENTUR A	7.560,00
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	AVIANCA S A AEROVIAS DEL CONTINENTE AMERICANO S A	ESTADOS UNIDOS	AEREA	BOGOTA	6.817,20
AGENCIA DE ADUANAS SIACOMEX LTDA NIVEL 1	AIR FRANCE	ESPANA	TERRESTR E	BOGOTA	6.645,38
AGENCIA DE ADUANAS SIACOMEX LTDA NIVEL 1	AIR FRANCE	FRANCIA	TERRESTR E	BOGOTA	6.534,40
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	AVIANCA S A AEROVIAS DEL CONTINENTE AMERICANO S A	ESTADOS UNIDOS	AEREA	MEDELLIN	6.458,40
AGENCIA DE ADUANAS GRUPO LOGISTICO ADUANERO S A NIVEL 2	UNITED AIR LINES	CHINA	TERRESTR E	BOGOTA	5.578,35
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	AVIANCA S A AEROVIAS DEL CONTINENTE AMERICANO S A	FRANCIA	AEREA	BOGOTA	4.640,06
AGENCIA DE ADUANAS GRUPO LOGISTICO ADUANERO S A NIVEL 2	CIA PANAMENA DE AVIACION S A COPA	VIETNAM	AEREA	BOGOTA	3.340,52
AGENCIA DE ADUANAS GRUPO LOGISTICO ADUANERO S A NIVEL 2	VENSECAR INTL C A	CHINA	TERRESTR E	BOGOTA	3.167,98
AGENCIA DE ADUANAS ALFONSO SENIOR Y CIA S A NIVEL 2	IBERIA LINEAS AEREAS DE ESPANA S A	ITALIA	TERRESTR E	BOGOTA	2.171,97
AGENCIA DE ADUANAS	AIR FRANCE	ITALIA	TERRESTR E	BOGOTA	1.678,20

CARGO FLASH LTDA NIVEL 1					
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	KLM CIA REAL HOLANDESA DE AVIACION	CHINA	AEREA	BOGOTA	1.475,70
AGENCIA DE ADUANAS JF ASOCIADOS LTDA NIVEL 1	AEROLINEAS ARGENTINAS	ARGENTINA	TERRESTRE	BOGOTA	1.372,34
AGENCIA DE ADUANAS ABC REPECEV S A NIVEL 1	TAMPA TRANSPORTES AEREOS MERCANTILES PANAMERICANOS S A	CHINA	AEREA	BARRANQUILLA	1.326,58
AGENCIA DE ADUANAS INTERBLUE S A NIVEL 1	CENTURION AIR CARGO COLOMBIA	ITALIA	TERRESTRE	BOGOTA	1.189,10
AGENCIA DE ADUANAS SIACO LTDA NIVEL 1	CENTURION AIR CARGO COLOMBIA	CHINA	AEREA	BOGOTA	1.081,20
AGENCIA DE ADUANAS VICTOR NINO MOLINA Y CIA LTDA NIVEL 2	MAERSK COLOMBIA S A	CHINA	MARITIMA	BUENAVENTURA	1.032,33
SUBTOTAL					132.414,63
TOTAL					149.794,44

Fuente: Dian

5. Presencia de la oferta peruana en el mercado

4202119000

Pais Origen	TOTAL Valor FOB (US\$)	Porcentaje de participación por países
CHINA	98.973,37	66%
ESTADOS UNIDOS	16.579,14	11%
FRANCIA	11.174,46	7%
ESPANA	7.225,53	5%
ITALIA	6.067,19	4%
VIETNAM	4.922,38	3%
TURQUIA	1.755,72	1%
ARGENTINA	1.372,34	1%
INDIA	1.119,28	1%
COREA SUR REPUBLICA DE	270,00	0,180%
REINO UNIDO	125,33	0,084%
HONG KONG	122,49	0,082%
PANAMA	50,00	0,033%
ALEMANIA	35,96	0,024%
TAIWAN FORMOSA	1,25	0,001%
TOTAL	149.794,44	100%

Fuente: Dian

Anexos

EVOLUCION DE IMPORTACIONES DEL PRODUCTO 2012-2017 (enero)

PARTIDA	4202119000								
PERIODO	2012	2013	2014	2015	2016	ene-2016	ene-2017	% Var. 2015/2016	% Var. Enero 2016/2017
VALOR FOB USD	416.879	356.425	894.019	398.270	149.794	22.954	8.706	-62%	-62%

Fuente: DIAN

PRINCIPALES IMPORTADORES 2015

4202119000

NIT	Importador	TOTAL Valor FOB (US\$)
900736182	APPLE COLOMBIA S A S	62.804,28
890100577	AEROVIAS DEL CONTINENTE AMERICANO S A AVIANCA	13.275,60
830028860	L V COLOMBIA S A	13.179,78
900311581	MAC CENTER COLOMBIA S A S	10.638,14
900495562	LUXURY UNIVERSE S A S	7.831,67
830018350	PROMOS LTDA	7.560,00
900296271	KRONO TIME S A S	6.727,13
900302829	EUROBOUTIQUECOLOMBIA S A S	4.754,34
830022634	LA RIVIERA S A S	2.399,73
800191268	BAUER CO S A	2.171,97
900593181	DOLCE Y GABBANA COLOMBIA S A S	1.678,20
900525589	IMPORTADORA Y DISTRIBUIDORA DE BELLEZA JRP S A S	1.572,00
900017447	FALABELLA DE COLOMBIA S A	1.372,34
800021308	DRUMMOND LTD	1.326,58
900414127	SOFICAM S A S	1.189,10
1020737807	SALAZAR HOYOS WILMAR ELIECER	1.032,33
SUBTOTAL		139.513,19
TOTAL		149.794,44

Fuente: Dian

DIRECTORIO DE IMPORTADORES 2016-2 4202119000

NIT	Importador	Representante Legal	Telefono	Dirección	Email	Ciudad domicilio	Depto. domicilio	TOTAL Valor FOB (US\$)
900736182	APPLE COLOMBIAS AS	CUBILLOS PORTO HUMBERTO JACOBO	(571)6341500	AV CL 82 10-50		BOGOTA	BOGOTA	62.804,28
890100577	AEROVIAS DEL CONTINENTE AMERICANO S A AVIANCA	VILLEGAS RAMIREZ FABIO	(575)5877700	CR 51B 80 - 58 L 104	murgas@avianca.com	BARRANQUILLA	ATLANTICO	13.275,60
830028860	L V COLOMBIAS A	LEDRU ANTHONY MICHEL PATRICK	(571)6168573	CR 11 82-71 LOC 147	nataly.martinez@sunrisecargo.com/administrative_colombia.com	BOGOTA	BOGOTA	13.179,78
900311581	MAC CENTER COLOMBIAS AS	RUIZ GARCIA DE PAREDES JUAN GUILLERMO	(571)7432130	CR 14 81-19 OFICINA 305	cgalindo@mac-center.comcontabilidad1@mac-center.com	BOGOTA	BOGOTA	10.638,14
900495562	LUXURY UNIVERSE AS	BURSZTYN DOBRZYNSKY ALAN BERNARDO	(571)6168107	CR 19B 82-46 P6		BOGOTA	BOGOTA	7.831,67
830018350	PROMOS LTDA	RAMIREZ BOTERO GABRIEL FERNANDO	(571)3516030	CL 23 20 20	b.romero@catalogospromocionales.com	BOGOTA	BOGOTA	7.560,00

9002 9627 1	KRONO TIME S A S	BURSZTYN DOBRZYNS KY ALAN BERNARDO	(571)616 5406	CR 19 82-85 P 7 702	logistica@kronot ime.com.co	BOGOTA	BOGO TA	6.727, 13
9003 0282 9	EUROBOUTIQ UESCOLOMBI A S A S	GUILLERMO ACEVEDO	(571)745 1002	CR 12 97-80 P 3	igarcia@superad. com.co	BOGOTA	BOGO TA	4.754, 34
8300 2263 4	LA RIVIERA S A S	HERNANDE Z OLAYA GIOVANNY ANDRES	(571)650 0570	CL 81 11-94 P 4	admon@lariviera .com.co	BOGOTA	BOGO TA	2.399, 73
8001 9126 8	BAUER CO S A	KLING HASCHE ROBERTO JOAQUIN	(571)257 4442	CR 15 93 60 LC 2 15	bauer@bauer.co m.co	BOGOTA	BOGO TA	2.171, 97
9005 9318 1	DOLCE Y GABBANA COLOMBIA S A S	CANDELLER O ALBERTO	(571)347 3611	CR 11 82-71		BOGOTA	BOGO TA	1.678, 20
9005 2558 9	IMPORTADO RA Y DISTRIBUIDO RA DE BELLEZA JRP S A S	JUAN ESTEBAN RESTREPO	(574)251 6686	CR 52 D 76- 67	distribuidorajrp @hotmail.com	ITAGUI	ANTIO QUIA	1.572, 00
9000 1744 7	FALABELLA DE COLOMBIA S A	GUTIERREZ ESTEVEZ NICOLAS	(571)742 0404	CL 99 11 A - 32 PI 2	oduenas@falabel la.com.co	BOGOTA	BOGO TA	1.372, 34
8000 2130 8	DRUMMOND LTD	FERNANDEZ MEJIA LUISA	(571)587 1000	CL 72 NO 10-07 OFC 1302	smarin@drummo ndltd.com	BOGOTA	BOGO TA	1.326, 58
9004 1412 7	SOFICAM S A S	MARTINEZ PIEDRAHIT A ADRIANA MILENA	(571)667 2200	BG GUADALET E VDA FUSCA AUT		CHIA	CUNDI NAMA RCA	1.189, 10

				NORTE KM 21				
1020 7378 07	SALAZAR HOYOS WILMAR ELIECER	SALAZAR HOYOS WILMAR ELIECER	(571)281 0203	CL 11 8-80 P 4		BOGOTA	BOGO TA	1.032, 33
SUBTOTAL								139.51 3,19
TOTAL								149.79 4,44

Fuente: Dian

Referencias bibliográficas

Banco de datos de comercio exterior - BACEX. (s.f.). Obtenido de [bacex.mincit.gov.co:](http://bacex.mincit.gov.co/)
<http://bacex.mincit.gov.co/>

Banco de la Republica de Colombia. (30 de Septiembre de 2016). *Tasa de Cambio.* Obtenido de [banrep.gov.co:](http://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%20>

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/) <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:](http://muisca.dian.gov.co/)
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>

MINCETUR. (29 de 10 de 2012). *Consejo Nacional de Competitividad.* Recuperado el 02 de 09 de 2016, de http://www.cnc.gob.pe/images/upload/paginaweb/archivo/41/RM_343_2012-MINCETUR_OFICINAS_OCEX.pdf

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

Mincetur, Acerca de Mincetur. (2015). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.* Obtenido de <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=120>

Mincetur, Sobre Mincetur. (2015). *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 mincetur.gob.pe: <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:

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