

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EN LA OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ
EN COLOMBIA



ANGIE SIDNEY PINZÓN PLAZA



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL EN LA OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ
EN COLOMBIA

ANGIE SIDNEY PINZÓN PLAZA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de profesional en
Negocios Internacionales

Asesor

JESÚS ANDRÉS BALAGUERA VELÁSQUEZ

Magíster En Logística Integral y Comercio Exterior

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
VILLAVICENCIO

2020

Autoridades Académicas

P. FRAY JOSÉ GABRIEL MESA ANGULO, O. P.

Rector General

P. FRAY EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O.P.

Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.

Rector Sede Villavicencio

P. FRAY RODRIGO GARCÍA JARA O.P.

Vicerrector Académico Sede Villavicencio

JULIETH ANDREA SIERRA TOBÓN

Secretaria de División Sede Villavicencio

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS

Decano Facultad de Negocios Internacionales

Nota De Aceptación

JAVIER HUMBERTO TRILLOS CELIS
Decano de Facultad Negocios Internacionales

JESÚS ANDRÉS BALAGUERA VELÁSQUEZ
Director Trabajo de Grado

ALFONSO CANÓNIGO GALVIS
Jurado

MARÍA ANGÉLICA REYES PACHECO
Jurado

Contenido

	Pág.
Lista de ilustraciones	6
Glosario	7
Resumen.....	8
Introducción	10
Justificación.....	11
Objetivos	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
Información de la empresa	13
2.1 Oficina Comercial del Perú en el Exterior - OCEX Colombia	13
2.2 Funciones de las oficinas comerciales del Perú en el exterior	14
2.3 Estructura organizacional.....	15
2.4 Portafolio de servicios.....	16
Funciones desempeñadas	17
3.1 Atención de requerimientos comerciales	18
3.2 herramientas de promoción del comercio exterior, inversión y turismo.....	18
3.3 Reportes sectoriales y gestión de red de contactos	20
Aportes	22
Recomendaciones.....	23
Conclusiones	24
Referencias bibliográficas	26

Lista de ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1. Organigrama Ocex Bogotá.....	15

Glosario

OCEX: Oficinas de Comercio en el Exterior

OCEX Bogotá: Oficina Comercial del Perú en Colombia

PROMPERÚ: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

FANYF: Feria Internacional de Negocios y Franquicias

ADEX: Asociación de Exportadores, gremio empresarial líder del comercio exterior peruano

INCENTIVOS: Son los beneficios que adquiere una empresa participante en un evento, los beneficios pueden incluir tiquetes aéreos, hospedaje, traslados, ingreso al evento, coctel o almuerzo de bienvenida.

CAN: Comunidad Andina, mecanismo de integración subregional conformado por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú

ICA: Instituto Colombiano Agropecuario, entidad de control de la sanidad agropecuaria de Colombia aplicando las medidas sanitarias y fitosanitaria

Resumen

La realización de las prácticas profesionales en La Oficina Comercial Del Perú En Colombia ha sido un proceso enriquecedor donde no solo permite adquirir destreza en aquellos conocimientos adquiridos en la universidad y en el caso personal, aquellos adquiridos en gran parte del bachillerato, también permite la adquisición de habilidades que aportan a la formación integral que propende la Universidad Santo Tomás, las actividades desempeñadas durante los seis meses se focalizaron por completo en la promoción en términos de comercio, inversión y turismo a Perú y toda su oferta, es así como se evidencian resultados positivos no solamente en el desempeño realizado en la entidad, también en los aportes que hace a la formación personal y profesional que recién empieza.

Palabras clave: Promoción comercial, agronegocios, turismo, pesca, eventos, inteligencia de mercados.

Abstract

The realization of professional practices at Oficina Comercial del Perú en Colombia has been an enriching process which not only allows to improve prowess in knowledge acquired in the university and in the personal case, but those acquired in much of high school, it also allows the acquirement of integral skills that contribute to the integral education of Santo Tomás University. Activities carried out during these months were fully focused on promotion in terms of trade, investment and tourism to Peru and all its export offer, that is how positive results are evident not only in the performance in this entity, but also in the contributions it makes to personal and professional education that is just getting started.

Keywords: Commercial promotion, agribusiness, tourism, fishing, events, market intelligence

Introducción

La realización de prácticas profesionales es el primer espacio donde los estudiantes de un pregrado ponen a prueba durante seis meses todos los conocimientos adquiridos, a la vez que permite adquirir más, además brinda todo un panorama de lo que es el ambiente laboral y la situación del área en el que se desempeñará.

Precisamente, es a través de este documento donde se dará la idea general de lo que es la entidad (OCEX Bogotá) que brinda un espacio para practicar profesionalmente lo estudiando en 4 años, y como permite al estudiante aprender a través del apoyo en áreas comerciales.

Justificación

La posibilidad de elegir la primera experiencia profesional dentro de un rango de opciones es una gran oportunidad de afianzar los conocimientos adquiridos y en cierta forma, la de guiar el rumbo que cada profesional decida tomar, esa posibilidad se convierte en un objetivo cuando se es consciente del crecimiento que se puede obtener tras el desempeño en una entidad, en el caso personal, permite discernir si el rumbo tomado es el que se desea continuar en una carrera profesional, asimismo permite la primera retrospección de lo realizado, como se hizo y si lo obtenido fue lo idóneo para la persona y para la entidad.

Lo cual brinda la primera retroalimentación fundamental para corregir o mejorar la forma de desempeño, la forma en que se pone en práctica lo que a diario se aprende y finalmente cómo lo que se realiza a diario aporta al crecimiento personal que a su vez se relaciona con el crecimiento profesional y finalmente se traduce en el crecimiento de la organización.

Objetivos

Objetivo general

Realizar actividades de apoyo que aporten a la consecución del enfoque estratégico de la OCEX Bogotá, la promoción de la oferta exportable peruana, inversión y turismo.

Objetivos específicos

- Conocer qué es la Oficina Comercial del Perú en Colombia, su portafolio y funciones específicas.
- Apoyar a especialistas de comercio en la elaboración de informes coyunturales y tendencia de mercado.
- Desarrollar actividades de promoción dirigido al mercado colombiano, especialmente a los sectores de alimentos y turismo.
- Atender requerimientos comerciales que impliquen brindar información sobre el mercado colombiano y peruano, productos, servicios, empresas y ferias internacionales.

Información de la empresa

2.1 Oficina Comercial del Perú en el Exterior - OCEX Colombia

Las OCEX son órganos desconcentrados del MINCETUR que dependen del Despacho Ministerial, a través de la Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior. Son responsables de la promoción de las exportaciones peruanas, turismo al Perú, imagen país e inversión en el país (MINCETUR, 2019), en el ámbito de los mercados donde operan, siendo este caso en el mercado colombiano.

De acuerdo con la información brindada por Mincetur “Las OCEX estarán a cargo de un Consejero o Agregado Económico Comercial designado mediante Resolución Ministerial del MINCETUR (...) Y 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 (MINCETUR, 2019).

El enfoque estratégico bajo el cual se desarrollan las actividades de la OCEX Colombia se originan de las directrices concertadas en el PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR 2025, que nace con el objetivo de desarrollar el comercio exterior peruano, su diversificación e inserción competitiva en otros mercados, este plan sirve como soporte y enfoque del sector empresarial mediante cuatro pilares fundamentales

- Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados.
- Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible.
- Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional.
- Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora (MINCETUR, 2018)

De esta forma, La Oficina Comercial del Perú en Colombia tiene como principal objetivo promover la oferta exportable peruana a través de la apertura y la consolidación de los principales nichos de mercado que sean identificados con alto potencial, así como la promoción para el turismo de colombianos al Perú y las inversiones, así como lo indica (MINCETUR, 2019).

Es de resaltar que existen sectores y productos ya priorizados por el potencial exportador del Perú como lo es la alpaca y la industria textil y de moda, los Superfoods, productos pesqueros y turismo receptivo en el Amazonas peruano, asimismo se encuentran aquellos productos que aunque para Perú no sean prioritarios, pero que debido al crecimiento de importaciones de Colombia se promueven para que Perú sea su principal proveedor.

2.2 Funciones de las oficinas comerciales del Perú en el exterior

El Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior, describe entre otros, la gestión y monitoreo de las oficinas comerciales del Perú en el exterior donde en el Artículo 74-R especifican las funciones concretas de las OCEX, a continuación, se enlistan aquellas de mayor relevancia y pertinencia en el desempeño en la OCEX Bogotá:

- Identificar mercados en el exterior; para los bienes y servicios de exportación emisión de turistas incluyendo, el perfil del turista del mercado donde operan, así como para inversiones en el Perú;
- Comunicar a PROMPERÚ las oportunidades comerciales identificadas, a fin de que difundan dicha información entre el sector empresarial que esté en condiciones de exportar
- Ejecutar los planes operativos de promoción de exportaciones, turismo e imagen país aprobados por el Sector en el mercado donde operan
- Atender las solicitudes de información de los sectores productivos nacionales, entidades públicas o privadas, incluidos los gremios locales, sobre los mercados internacionales y las oportunidades de negocio para las exportaciones peruanas, las inversiones y el turismo
- Facilitar, gestionar y concretar agendas de negocios en el mercado de destino para entidades peruanas públicas o privadas
- Facilitar información de inteligencia de mercado y de interés comercial que contribuya a la actualización de la base de datos de la entidad
- Ejecutar y evaluar acciones de difusión, promoción y protección de la Marca País en los mercados donde operan, en coordinación con (...) PROMPERÚ y la Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

- Coordinar con la Dirección de Comunicaciones e Imagen País de la Comisión de PROMPERÚ la organización y ejecución de las acciones de mercadeo, publicidad y comunicaciones, desarrollo de material promocional, organización de eventos y difusión de la Marca País, para la ejecución de las actividades de promoción en el ámbito de su competencia (MINCETUR, 2018).

2.3 Estructura organizacional



Ilustración 1. Organigrama, OCEX Bogotá

El organigrama de la OCEX Colombia se desglosa a continuación

- La directora o Consejera de la oficina quien se encarga de dirigir las estrategias a aplicar en La OCEX Bogotá y procurar el logro de objetivos propuestos
- La Subdirectora y especialista Senior en Comercio quien se encarga de apoyar a la Consejera en la concepción y ejecución de estrategias, además de ser quien se encarga de los sectores de manufacturas y servicios, enfocándose especialmente en textiles, envases y embalajes, e industria.

Dos de los auxiliares la apoyan en diferentes requerimientos comerciales, Luis Piratova se encarga de manufacturas, mientras que Laura Vásquez se encarga de textiles y servicios.

- La especialista en Comercio y Turismo se encarga además de los sectores pesquero y agronegocios, su apoyo en estos sectores es Angie Pinzón.
- El Especialista en Administración, quien aún está por definirse, es la persona encargada de ser el centro de canalización y gestión de los procesos burocráticos, financieros y otros relacionados que exige el gobierno peruano, ya que esta entidad hace parte de la misión diplomática.

2.4 Portafolio de servicios

A rasgos muy generales el portafolio de servicios ofrecido por las OCEX y que propenden la promoción del Perú son los siguientes:

- Realizar acciones de inteligencia comercial -que comprenden informes de mercado, fichas de producto y otros similares- y de prospección para generar estrategias adecuadas a cada sector priorizado conforme a la oferta peruana, primando las exportaciones no tradicionales.
- Organización y participación en ferias comerciales internacionales, ruedas de negocios y de misiones empresariales de formación y actualización de tendencias, de compra y venta de productos y servicios de exportación, del turismo, y de fomento a la inversión.
- Resolver 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, incluyendo búsqueda de clientes potenciales, proveedores.
- Identificación de oportunidades en las diferentes actividades de promoción del comercio exterior, inversión y turismo para compartirlas con empresarios de cada sector.

Funciones desempeñadas

Como apoyo a la especialista de agronegocios, pesca y turismo, las funciones desempeñadas fueron totalmente focalizadas a estos tres sectores, el conocimiento previo de cada sector no fue necesario ya que se recibió una introducción previa acerca de los objetivos de la OCEX, los sectores priorizados y como era el desarrollo general de cada actividad, además, con cada trabajo realizado, se fueron adquiriendo los conocimientos y habilidades necesarias para desempeñar el cargo adecuadamente.

De igual forma, se presentaron etapas en donde todo el equipo debió focalizarse en un sector por la importancia o magnitud que tenía la actividad correspondiente, esto por una parte aportó a la capacidad de atender integralmente a los objetivos a alcanzar. de igual forma se resalta la retroalimentación permanente de las funciones realizadas lo cual permite la mejor orientación del desempeño esperado.

Ahora bien, previo a describir algunas de las funciones realizadas, se hace pertinente enlistar aquellos proyectos estratégicos que estaban planeados a realizar en el 2019 y de las que en algunos casos se estuvo directamente involucrado.

- **Compras Públicas:** Consistió en el desarrollo de un curso-taller para contratar con el Estado colombiano, contó con el apoyo de la universidad Tadeo Lozano. Realizado con el fin de descentralizar y fortalecer la gestión de conocimiento.
- **Participación en FANYF:** Durante el desarrollo de esta feria de franquicias, se realizó el lanzamiento del Consorcio de Franquicias Peruanas, donde en el coctel de lanzamiento se contó con la presencia de Ignacio Higuera Embajador de Perú, David Eder Gerente de Exportaciones de PROMPERÚ y Luis Felipe Jaramillo Director General de FANYF.
- **Misión Agro:** Esta misión invitó a empresarios peruanos del sector agrícola para asistir a charlas con expertos en Antioquia, así como a conversar con empresas que han mejorado el encadenamiento productivo a través de la innovación, el objetivo: transferencia de tecnología, innovación y gestión de conocimiento.

A continuación, se presenta la descripción general de las funciones realizadas.

3.1 Atención de requerimientos comerciales

Como se mencionó en la descripción de la OCEX, hace parte fundamental de sus objetivos, la atención a requerimientos de distinta índole a entidades privadas o públicas acerca del mercado colombiano y oportunidades, aquellos que se atendieron estuvieron relacionados con brindar información a empresas para identificar oportunidades de ingreso a este mercado, brindar un panorama en términos de consumo y de restricciones de acceso.

De esta forma, se elaboraron informes de mercado que brinda detalles de restricciones de acceso arancelarias y no arancelarias, tendencia de consumo, información de comercio exterior (cifras, proveedores, lugar de entrada, medio de transporte) precios de referencia comparando marcas y puntos de ventas.

Aquel que incluye toda la información anteriormente descrita se llama Ficha de mercado, aquella que solo contenía restricciones de acceso se llama Ficha Técnica. En otros casos, la información solicitada sólo incluye cifras de comercio exterior o tendencias de consumo, estas solicitudes se toman como introspección, e identificación de oportunidades.

Dentro de las fichas realizadas se encuentran las de conservas de pescado, nueces del Brasil, vieiras, pulpa de fruta y conservas de fruta, arroz y cebolla.

Todas estas actividades se consideran funciones de inteligencia comercial y de prospección de mercados.

3.2 herramientas de promoción del comercio exterior, inversión y turismo.

Tal como se enuncia, son todas las herramientas para promover el comercio y la inversión, en este caso puntual se ha apoyado en la convocatoria a empresas colombianas para participar en ferias internacionales siendo macrorruedas, seminarios o congresos, esto con el fin de conectarlos con exportadores peruanos, brindarles un espacio a los importadores colombianos de que conozcan la oferta peruana y así incluirla dentro de su portafolio.

Es así como se ha apoyado en la convocatoria de compañías del sector de alimentos y turismo para asistir y ser partícipes de:

- Encuentro Empresarial Andino: una Rueda de Negocios realizada en mayo en La Paz Bolivia, donde asistían exportadores y compradores de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.
- Encuentro Empresarial Trinacional: Los países asistentes fueron Brasil, Colombia y Perú, realizado en Piura Perú, se enfocó en el sector de alimentos.
- Expoalimentaria: Esta feria tendrá lugar en septiembre y es el evento al que más se ha enfocado esfuerzos, ya que es la feria más importante de alimentos en América Latina y por tener lugar en Perú se convierte en un epicentro para promover toda la oferta de la industria alimentaria, además que se expone maquinaria, envases y embalajes y servicios al comercio exterior.
- Perú Travel Mart: Es el evento de promoción turística peruana más importante, allí se reúnen Hoteles, Tour Operadores, Líneas Aéreas, Cruceros y Transporte Terrestre de Perú.
- Macrorrueda de Alianza del Pacífico: Realizado en julio, asistieron además de los países miembro de esta organización gubernamental, países asiáticos y europeos.
- FANYF: En esta feria de franquicias se apoyó con la logística del stand y brindando información a los asistentes sobre el Primer Consorcio de Franquicias Peruanas y descripción de cada una de ellas.

El apoyo concreto consiste en identificar potenciales compradores, por lo que se filtran las empresas por su perfil, el tamaño y presencia en el mercado, así como por el portafolio que ofrecen teniendo en cuenta los sectores o líneas de productos que se priorizan para cada evento, por ejemplo, en el Encuentro Trinacional se priorizaron empresas de la Amazonía interesadas en el sector pesquero.

Tras identificar los potenciales compradores, se lanza la convocatoria donde primero se recolectan los datos de contacto de las empresas, se envía la invitación, se llama a confirmar interés en participar, brindando más información sobre el evento y los incentivos que recibe al participar como invitado de Promperú o ADEX, según sea el caso. Por último, la empresa inicia un proceso de evaluación ante el comité organizador de cada evento, si la empresa es aceptada, se inicia la gestión de beneficios como completar formulario de viaje.

Transcurrido el evento, se hace retroalimentación de este, en donde se contacta a los representantes de cada empresa que asistió y se indaga de los alcances obtenidos, cifra negociada y percepción frente a la organización y desarrollo del evento.

Además de las ferias, otras herramientas que se ponen en marcha en pro de fomentar el comercio bilateral y son las Misiones comerciales y Agendas de negocios o Agendas Comerciales.

Las Misiones comerciales tienen dos figuras: a) empresas peruanas que visitan Colombia y b) empresas colombianas que visitan Perú; ambas figuras tienen un objetivo distinto. En el primer caso, el motivo es la gestión de conocimiento, en donde Colombia es más competitiva y la Misión brinda a los empresarios peruanos herramientas para que puedan replicarlas en Perú y así mejorar la oferta exportable peruana. En este caso, PROMPERÚ con el apoyo de la OCEX Bogotá organizó la Misión Agro donde empresas del sector visitan empresas referentes en el área de encadenamiento productivo y así aplicarlo en sus empresas en Perú.

El apoyo brindado consistió en realizar un informe con la justificación de la Misión y coordinación en aspectos logísticos.

Ahora bien, Las Agendas Comerciales se refieren a la agenda que desea organizar un empresario peruano con empresas colombianas para ofrecer su portafolio de productos o servicios, o por el contrario, una empresa colombiana que busca proveedores peruanos. De esta forma, se ha apoyado en la gestión de Agenda de dos empresas, una empresa peruana que visitó Colombia, y la otra que asistió a la Macrorrueda de Alianza del Pacífico y quiso aprovechar ese viaje y reunirse con otros potenciales proveedores. Se realiza el puente de contacto entre las empresas.

3.3 Reportes sectoriales y gestión de red de contactos

Es fundamental conocer las tendencias del mercado en todos los ámbitos, es por ello que la realización de informes cobra relevancia para identificar oportunidades o por otro lado, identificar políticas que puedan afectar a algún sector. Ejemplo de ello es el informe sobre la Ley de Financiamiento y el Plan Nacional de Desarrollo, donde se formularon políticas que promueven la inversión extranjera, la creación de empresas innovadoras que se traduce en exenciones

tributarias, o en el caso de turismo la creación de Zonas Económicas Especiales para incentivar la inversión para desarrollar el turismo en zonas que fueron centro del conflicto armado.

Esta serie de informes permite no solo identificar oportunidades para empresas peruanas, también permite identificar cómo en Colombia se desarrollan ciertas actividades de promoción y así brindar la información recabada para que en Perú puedan crear estrategias. Estos informes requieren de bastante investigación y organización de información.

Además de la realización de informes coyunturales y periódicos para revisar la evolución de algún factor, también se hacen procesos de seguimiento a los contactos que se han generado gracias a las actividades realizadas, estos se deben actualizar constantemente en una base de datos.

Aportes

Los aportes realizados a la oficina de promoción del Perú en Colombia comprende desde el apoyo en la atención de requerimientos comerciales de menor complejidad, hasta el contacto directo con los empresarios y gestión en actividades de promoción como lo fue el caso de FANYF, pero más allá de eso, cada uno de los estudiantes de la Universidad que este semestre tuvieron la oportunidad de tener su primera experiencia en la OCEX Bogotá, se desempeñaron lo mejor posible al dar su propio punto de vista del sector en que se especializaron, los criterios adquiridos en definitiva aportaron a la sinergia del equipo de trabajo, el poder apoyar a empresarios en sus sueños de crecer, internacionalizarse y trascender fuera de las fronteras de Perú consolida la determinación de los “profesionales en formación”

Algo a destacar es como el equipo de la OCEX permite a los practicantes proponer ideas o estrategias todo gracias al nivel al que nos involucramos en las funciones de la misma, todos los días se atendían diferentes inquietudes a empresarios tanto peruanos como colombianos, esto permite generar un conocimiento general de ambos mercados en términos de tendencia, restricciones de acceso y estrategias de promoción gubernamental, es realmente interesante y enriquecedor la puesta en práctica de todos los conocimientos adquiridos, esto no solo ha permitido el desarrollo de habilidades en varios ámbitos, sino que ha reafirmado las razones por las que decidí la formación en Negocios Internacionales.

Recomendaciones

Indudablemente el realizar las prácticas profesionales en OCEX ha aportado bastante al rumbo que deseo tomar en la carrera profesional, la forma en que se nos ha permitido actuar ha sido la adecuada en todos los aspectos, y si bien es cierto que se llevaba todo a cabo bajo toda una planificación, habían situaciones en las que los practicantes no tenían conocimiento, lo cual entendible por el manejo de información delicada, sin embargo, hubo ocasiones donde la comunicación de las decisiones tomadas no se transmite a tiempo, por lo que se nos solicitaba atender a ciertos requerimientos de forma inesperada, y dejar el trabajo en proceso e iniciar otro de manera urgente, esto en definitiva, afectaba los tiempos de respuesta a los empresarios.

Por otra parte, se identificó que durante los “picos”, momentos en los que el trabajo era bastante, hacía falta otra persona que apoyara en otros aspectos que, si bien eran muy importantes, la puede realizar otra persona que se enfoque en la temática, como lo es el caso de hacer seguimiento a convocatorias.

Por último, aunque se destaca la información base con la que se iniciaba cada proyecto o tarea, llegaba un momento donde los insumos brindados no eran los suficientes para las funciones que se requerían que se desempeñaran, tal fue así, que en momentos se recurría a interrumpir otras labores que las especialistas se encontraban realizando para que los practicantes pudieran continuar con la tarea asignada.

Si bien en varias ocasiones los practicantes podían tomar la iniciativa, no en todos los casos era lo pertinente. Es por ello, que se recomienda tener un plan de trabajado para cada practicante y por cada sector al que está a cargo, donde se incluye información a tener en cuenta según la naturaleza de la tarea (convocatoria, realización de fichas de mercado o realización de misiones comerciales), y otros insumos y claridad en todas las actividades que se realizaran por trimestre, ya que los practicantes se enteraban con poco tiempo de anticipación de todo lo trabajo que requeriría cierta actividad.

Conclusiones

Después de toda una serie de labores, actividades y experiencias que nunca pensé tener, y menos que serían parte de mi primera experiencia en campo, concluyo con total alegría y satisfacción que ha sido parte fundamental para culminar mi formación en el primer paso en la educación superior y que ha significado un gran aporte para definir mis pasos a seguir, esta opción de grado se traduce en aprendizaje en muchos factores que van desde la pertinencia de mi desempeño hasta la pertinencia de las decisiones que se toman en una organización.

El poder conocer un ámbito con el que no se está familiarizado como lo es trabajar en una entidad de promoción estatal, y visibilizar estrategias gubernamentales implementadas para fortalecer la oferta exportable de un país, complementa los conocimientos y generan nuevos. En este sentido, esta experiencia me permitió conocer la oferta exportable del Perú, basado en las líneas priorizadas por cada sector asignado (agricultura, pesca y turismo), también permitió contemplar el potencial que Colombia posee, en cuales sectores o productos es referente y cuales elementos podría replicar de las estrategias peruanas, así como aquellas que, por su pertinencia, Perú puede analizar y replicar en su economía, ejemplo de ello son los diferentes incentivos a la inversión en sectores clave como el turismo y economía naranja a través de modificaciones tributarias.

Asimismo, la participación y apoyo en diferentes misiones o actividades de promoción fueron de aquellas actividades en las que puedo afirmar, las que mas valor brindaron para mi experiencia, ya que implicó un compromiso total con el empresario, al interactuar con él, apoyarlo como si perteneciera a su organización y finalmente evaluar los resultados de la gestión, en donde si el resultado es positivo para la empresa, lo es para la Oficina Comercial.

Algunas de estas actividades fue la participación en FANYF, donde se estuvo acompañando todo el tiempo a los empresarios, e invitando a los asistentes de la feria a conocer mas de las franquicias peruanas, otro caso fue la participación en la cata de pisco, donde se tuvo la oportunidad de representar a la OCEX Bogotá y conocer mas acerca de la historia, proceso de elaboración y maridaje de la bebida insignia del Perú.

Sintetizando lo anterior, los elementos clave durante las prácticas profesionales comprende la investigación en términos de tendencias de mercado, regulaciones gubernamentales, barreras arancelarias y no arancelarias, y todas aquellas políticas propuestas e implementadas para la promoción del comercio tanto en Colombia como en Perú. Todo con el fin de identificar oportunidades para los empresarios peruanos en todos los sectores, ejemplo de ello, es la implementación de aranceles a textiles, donde Perú está exento por hacer parte de la CAN o la asignación de cupos de importación de arroz sin arancel, por parte del ICA.

Todos estos elementos descritos han desarrollado habilidades como la proactividad, el análisis crítico y el comprender que es parte fundamental de cualquier profesional, continuar su formación a través de la investigación por iniciativa propia.

Referencias bibliográficas

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Perú). (2018). *Mincetur. Plan estratégico nacional exportador 2025*. Obtenido de: <https://www.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/planestrategico-nacional-exportador/penx-2025/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Perú).. (2019). *Acerca de la OCEX*. Obtenido de: <https://www.mincetur.gob.pe/oficinascomerciales/acerca-de-las-ocex-2/funciones/>