

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL – OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN
COLOMBIA



ANGIE MILENA ACUÑA RINCÓN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD NEGOCIOS INTERNACIONES
VILLAVICENCIO

2017

INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIALES – OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN
COLOMBIA

ANGIE MILENA ACUÑA RINCÓN

Informe de grado presentado como requisito para optar al título de Profesional de
Negocios Internacionales

Director de Trabajo de Grado
Mg. JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR
Magister in Business Administration

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

JAIRO CAMILO ZAMORA ESCOBAR

Director Trabajo de Grado

MARTHA XIMENA SILVA MANRIQUE

Jurado

Villavicencio, febrero de 2017

Agradecimientos

Este es un momento muy especial para todos, es uno de esos días que esperábamos con anhelo. Pero también es un día para dar las gracias a aquellos que permitieron que esto se pudiera realizar en primer lugar agradezco a Dios por estar presente en cada propósito de la vida, permitiéndome culminar satisfactoriamente el proceso de formación.

También quiero agradecer en especial a mis padres Jorge Ernesto Acuña y Mary Sol Rincón, que lograron impulsarme y darme todo su apoyo a pesar de las dificultades, por creer que todo esto iba ser posible gracias al respaldo y la motivación de superación, doy infinitas gracias a los padres y familias que siempre están a nuestro lado, espero que lo que hagamos siempre los haga sentirse orgullosos.

Todos hemos dado un paso adelante para iniciar este proceso, un ejercicio de futuro y de construir el mañana, puesto que en cada uno de nosotros reside un plan de vida, por esto resalto la labor que ha realizado la facultad, los docentes por sus conocimientos y experiencias compartidas a lo largo de estos 5 años, que propenden una formación para sus estudiantes, como personas integrales.

Todo esto se vio reflejado, en el campo de desarrollo de las prácticas empresariales, en la oficina Comercial del Perú en Colombia, debo agradecer a esta entidad por los conocimientos que me brindaron durante el inicio de mi vida laboral los cuales contribuyeron a mi crecimiento como persona y como profesional, al igual por generar una gran influencia de enseñanza, aprendizaje y del constante trabajo en equipo, y lo más importante de haber generado momentos inolvidables.

Finalmente, solo resta felicitar a cada uno de mis compañeros, que juntos comenzamos esta travesía de grandes retos, felizmente puedo decir que hemos llegado a la meta.

Contenido

	Pág.
Glosario	11
Resumen.....	12
Abstract	13
Introducción	14
Justificación	16
1. Objetivos	17
1.1. Objetivo general.....	17
1.2. Objetivos específicos.....	17
2. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).	18
2.1. Razón Social.....	18
2.2. Organización y Sociedad.....	19
2.3. Misión	19
2.4. Visión	19
2.5. Reseña Histórica.....	20
3. Estructura Organizacional	21
3.1. Organigrama.....	21
3.2. Análisis del número de funcionarios	22
3.3. Descripción de los funcionarios.....	22
4. Descripción de las diferentes áreas de la OCEX Bogotá.	24
4.1. Dirección comercial	24
4.2. Asuntos económicos y comerciales.....	24
4.3. Asuntos de promoción turística y comercial.....	25
5. Cargos y Funciones	26
5.1. Objetivos del cargo.....	26
5.2. Gestión del cargo.....	26
5.3. Condiciones de trabajo.....	27
5.4. Dificultades de la gestión del cargo.....	28
6. Plan de trabajo	29

6.1. Horario de trabajo 29

Actividades ejecutadas30

Aportes39

Conclusiones.....40

Anexos42

Bibliografía.....46

Lista de figuras

Pág.

Figura 1. Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (Mincetur)	21
Figura 2 OCEX Bogota	25

Lista de tablas

Pág.

Tabla 1. Agendas Realizadas	30
Tabla 2. Perfiles Realizados.....	31
Tabla 3 Eventos Realizados.	32
Tabla 4. Notas de prensa realizadas.	37
Tabla 5. Consultas Realizadas.....	38

Lista de anexos

Pág.

Anexo 1 . Evento “III Encuentro Binacional Perú- Colombia”, realizado en Leticia.....	42
Anexo 2. Evento “Expoartesánías” (feria artesanal especializada de América Latina”, realizada en Corferias (Centro Internacional de Negocios).	43
Anexo 3. Evento “Colombia Minera” del sector minero energético realizado en Corferias (Centro Internacional de Negocios).	44
Anexo 4. Evento “Watchbo” (joyería y relojería), realizado en Corferias (Centro Internacional de Negocios).....	45

Glosario

Agendas: Citas con fines de negocios empresariales.

BACEX: Banco de Datos de Comercio Exterior BACEX y Servicio de procesamiento de información de importaciones y exportaciones de Colombia.

Compradores: Empresarios interesados en captar oportunidades de negocios.

Convenios: Promoción de actividades por instituciones públicas y privadas del Perú en el mercado asignado apoyando las iniciativas del sector privado nacional (Colombia) en la búsqueda de nuevos mercados y la colocación de productos

Coyuntura Económica: Afianzamiento de las relaciones de intercambio entre ambos países.

DIAN: Dirección de Impuestos Nacionales de Colombia.

Eventos: Actividades para convocar potenciales compradores.

Inteligencia Comercial: Captar oportunidades a partir del conocimiento de los mercados externos.

INFOTRADE: Plataforma con información de estadísticas de exportación del Perú

Inversión: Participación y presencia del Perú en las negociaciones comerciales.

MINCETUR: Comprometidos como organización, para lograr entre sus miembros actitudes y acciones que contribuyan con el desarrollo sectorial, regional y nacional del Perú.

Oferta: Productos del Perú con mayor transcendencia en el mercado

Oficinas Comerciales: Regidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Perfiles: Estudio de mercado.

SICEX: Plataforma con estadísticas de importación de Colombia

Turismo: Imagen país (Perú).

Resumen

En el presente informe, se podrá encontrar una descripción a profundidad de las funciones asignadas y realizadas por el practicante durante el periodo de julio 2016 a enero del 2017 en la Oficina Comercial del Perú en Colombia, en la ciudad de Bogotá, las cuales fueron: apoyo a los potenciales exportadores peruanos, investigación de mercado según el producto requerido, participación en la identificación, promoción y difusión de ferias, para la construcción de perfiles, realización de notas de prensa destacando productos de la oferta peruana, atención de consultas que realizan los empresarios, donde el practicante pudo adquirir conocimientos sobre las situaciones del mercado, los flujos del comercio, entender la coyuntura económica, para que se afiancen las relaciones de intercambio entre ambos países. Es por esto, que en este informe se brindará una amplia visión de lo que es la Oficina Comercial del Perú en Colombia, y la importancia que ésta tiene para el país.

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

Abstract

In this report, an in-depth description of the functions assigned and carried out by the practitioner during the period from July 2016 to January 2017 at the Commercial Office of Peru in Colombia, in the city of Bogotá, Support to potential Peruvian exporters, market research according to the required product, participation in the identification, promotion and diffusion of fairs, for the construction of profiles, press releases highlighting products from the Peruvian offer, attention of inquiries that the entrepreneurs make, where the practitioner was able to acquire knowledge about market situations, trade flows, understand the economic situation, so that relations of exchange between the two countries are strengthened. That is why this report will provide a broad vision of what is the Commercial Office of Peru in Colombia, and the importance it has for the country.

Keywords

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

Introducción

En el presente informe se da a conocer las funciones realizadas y la experiencia adquirida a través de las actividades desarrolladas en la Oficina Comercial del Perú en Colombia durante el tiempo ejercido como pasante profesional de apoyo.

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.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, es el ente que a través de la Dirección General de Facilitación del Comercio, evalúa y supervisa la ejecución de las actividades de promoción a cargo de las OCEX, así como evaluar el desempeño de los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales quienes son los directores de las Oficinas de Comercio Exterior. Además Coordina con las dependencias correspondientes del Sector la difusión de la información que generen las OCEX sobre los mercados internacionales y las oportunidades de negocio para las exportaciones peruanas, el turismo al Perú, así como las inversiones en el país.

Para captar dichas oportunidades de negocios el MINCETUR aprovecha bien la amplia red de Acuerdos Comerciales que tienen, asignando a las Oficinas de Comercio Exterior para acceder a los mercados de sus principales socios y maximizar los beneficios de la participación del Perú en los esquemas de integración y fomentar la inversión

Es por esto que las OCEX tiene un arduo trabajo para desarrollar la gestión de la red de contactos -compradores, operadores turísticos y aliados- Proponiendo la participación de los productos peruanos realizando ferias comerciales internacionales, 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 en los mercados donde operan, así mismo obtienen información para alimentar periódicamente la base de datos institucional.

En cuanto al mercado Colombiano este viene decreciendo sostenidamente en los últimos años y la situación se traduce en una disminución considerable de sus importaciones, la OCEX Bogotá realiza esfuerzos para aumentar su oferta exportable hacia el país, usando a favor los convenios, vínculos estratégicos con instituciones públicas y privadas para el desarrollo de las actividades para consolidar las relaciones comerciales, del turismo, las inversiones y la imagen como país.

Cabe Resaltar que 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 extender los beneficios de la participación del Perú fomentando la promoción turística y comercial.

Justificación

La realización de una práctica empresarial, de acuerdo al perfil profesional del estudiante le permite adoptar un pensamiento crítico, respecto a los conocimientos que fueron adquiridos durante toda la carrera. Por otra parte, logra facilitar el desarrollo de habilidades de comunicación, de interacciones interpersonales, de toma de decisiones y del manejo de situaciones que son propias del ambiente laboral en el que se desarrolle.

Además para la universidad, el periodo de prácticas le da a conocer a la comunidad empresarial, el potencial, la capacidad y el nivel de formación de sus estudiantes, lo cual permite establecer vínculos entre las universidades con el sector empresarial, promoviendo así el desarrollo de los diferentes sectores económicos.

Las prácticas empresariales, no sólo es una experiencia laboral donde se logra aprender día a día todo lo que éste ámbito puede ofrecer, si no el trabajo en equipo, las relaciones entre jefe y empleado, el trato que se debe llevar con empresarios o clientes, entre otros, también se considera una plataforma que puede impulsar al estudiante a grandes oportunidades laborales, además de que todo esto aporta a un crecimiento personal.

Es por esto, que durante seis meses, en el periodo de julio 2016 a enero del 2017 se realizó la práctica profesional en la Oficina Comercial del Perú en Colombia, en la ciudad de Bogotá, a cargo del director Max Rodríguez Guillen, persona con un amplio conocimiento y experiencia del comercio exterior. Esta experiencia le permitió al estudiante adquirir conocimientos sobre 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.

1. Objetivos

1.1.Objetivo general

Aplicar y documentar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación académica mediante el desarrollo de las actividades asignadas por la Oficina Comercial del Perú en Colombia, logrando así obtener experiencia y conocimientos sobre las relaciones comerciales entre Colombia y Perú.

1.2.Objetivos específicos

- Conocer la relación que existe entre el MINCETUR y las oficinas Comerciales Exteriores, para promover la oferta exportable del Perú.
- Plasmar la estructura organizacional, para entender las funciones y decisiones que toma la Oficina Comercial del Perú en Colombia.
- Describir las diferentes áreas de la OCEX Bogotá, para comprender el planeamiento, la formulación y ejecución de actividades.
- Demostrar el desempeño laboral, a través del proceso del cargo y las funciones asignadas por la Oficina Comercial del Perú en Colombia.
- Evidenciar el plan de trabajo para el desarrollo de las actividades relacionadas con el desarrollo del comercio, el turismo, las inversiones y la imagen país.

2. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

2.1. Razón Social.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, orienta, promueve y mejora las condiciones de acceso a mercados para el desarrollo de las exportaciones, estableciendo reglas y disciplinas claras para el intercambio comercial de bienes y servicios en términos de eficiencia y competitividad, y en coordinación con las oficinas comerciales del Perú en el exterior, logran la Promoción de la oferta exportable, turística y artesanal peruana. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

Responsable en la selección de practicantes

Martha Anhuaman de León

Cargo: Asuntos Comerciales.

Correo: colombia@mincetur.gob.pe, martha.anhuaman@gmail.com

Dirección: Avenida Calle 85 No. 14-18 oficina 302 Torre Andina.

Teléfono: (57) (1) 7453432

Jefe Inmediato

Max Rodríguez Guillen

Cargo: Director de la Oficina Comercial del Perú en Colombia

Correo: maxrodriguezguillen@gmail.com, mrodriguezg@mincetur.gob.pe

Dirección: Avenida Calle 85 No. 14-18 oficina 302 Torre Andina.

Teléfono: (57) (1) 7453432

2.2.Organización y Sociedad

De las relaciones existentes entre la Oficina Comercial del Perú y la sociedad, encontramos como la producción distintiva de cada país enmarca a gran parte de la población y como esta se ve involucrada en cada una de las decisiones encaminadas a mejorar las relaciones comerciales entre países. Mincetur ofrece una serie de posibilidades que permite facilitar la accesibilidad a variedad de productos, entender las necesidades y satisfacciones de los consumidores tanto de Colombia como del Perú, pero también la enmarcación del turismo aporta mucho en el crecimiento y mejoramiento de una sociedad en términos de los resultados obtenidos de las gestiones realizadas por Prom Perú y la Oficina de Comercio Exterior, permitiendo un afianzamiento de las relaciones comerciales con Colombia en margen de las ferias del alto impacto pacto para el comercio exterior de ambos países.

2.3.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. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

2.4.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. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

2.5.Reseña Histórica.

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.

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. (Oficina comercial del peru , 2016)

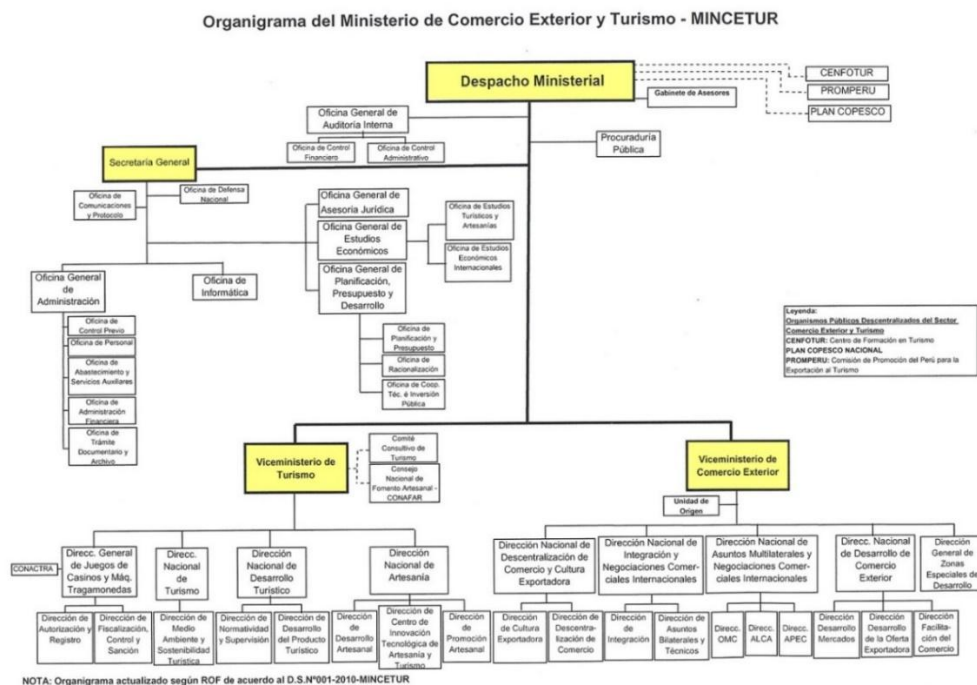
3. Estructura Organizacional

El ministerio de comercio exterior y turismo como ente principal, es quien designa a los consejeros o agregados comerciales y económicos como directores de las oficinas comerciales en el exterior y sus acciones deben ir siempre en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas del sector. La cantidad de especialistas es acorde al tamaño de las oficinas Comerciales, sus funciones y decisiones son desconcentradas del Mincetur que dependen del despacho Ministerial orientadas a la promoción comercial y turística del Perú. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

A continuación se evidencia la estructura organizacional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

3.1. Organigrama

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



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú (Mincetur)

3.2.Análisis del número de funcionarios

En términos del número de funcionarios de la oficina comercial del Perú se 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 son para mejorar sus servicios y lograr una penetración a nuevos mercados, estas son las formas óptimas que le permiten al estudiante adquirir conocimientos para aplicarlos en un futuro laboral.

3.3.Descripción de los 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 enfoco su trabajo en la formulación y ejecución de programas de desarrollo empresarial e internacionalización de empresas, actualmente es el Director de la Oficina Comercial del Perú en Colombia.

Martha Anhuamán

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

Especialista en comercio y turismo es comunicadora social de nacionalidad venezolana se destaca por transmitir sus conocimientos y experiencias a los practicantes.

4. Descripción de las diferentes áreas de la OCEX Bogotá.

4.1.Dirección comercial

Las OCEX estarán a cargo de un Consejero o Agregado Económico Comercial designado mediante Resolución Ministerial del MINCETUR, en condición de funcionario 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. (Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

4.2.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.

4.3.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.

A continuación se muestra las diferentes áreas que maneja la Ocex Bogotá para la promoción comercial de turismo e imagen país, en cada dirección había una persona a cargo de los practicantes y de acuerdo a estas el estudiante adquiriría sus conocimientos necesarios para la realización de cada actividad establecida por la Oficina Comercial del Perú en Colombia.

Figura 2 OCEX Bogotá



Fuente: Elaboración propia

5. Cargos y Funciones

El desempeño laboral de la practicante consiste en el apoyo y participación de 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 Colombiano 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.

5.1.Objetivos del cargo

- Comprender el manejo general de la Oficina Comercial del Perú en Colombia.
- Conocer los entes relacionados con la Oficina Comercial del Perú en Colombia.
- Asistir a reuniones y demás eventos de interés para la oficina.
- Manejar el correo institucional
- Entender la coyuntura económica de Perú y Colombia.

5.2.Gestión del cargo

Al iniciar la práctica profesional en la Oficina Comercial del Perú en Colombia, durante la primera semana era conocer la importancia del enfoque que maneja el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo como ente regulador, que busca afianzar las relaciones comerciales con el país en busca de la prospección de mercados, estableciendo y manteniendo vínculos estratégicos con instituciones públicas y privadas para captar a los potenciales consumidores e inversionistas de la oferta exportable del Perú, con este objetivo es que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo crea las distintas oficinas de comercio exterior.

Después de conocer las funciones y actividades que maneja la oficina, el objetivo a seguir fue el manejo de las plataformas que dispone la Oficina Comercial del Perú tales como: INFOTRADE (proporciona toda la información de la oferta exportable del Perú).

SICEX (proporciona toda la información de las importaciones colombianas) SIICEX (plataforma adicional con información de la oferta exportable del Perú, pero no tan completa como INFOTRADE), DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) esta página se utilizaba para el buen manejo de las partidas arancelarias de ciertos productos, y los requisitos de ingreso al país. Todas las plataformas anteriormente mencionadas fueron las herramientas que proporcionaron toda la información requerida, para conocer el mercado de ambos países, los principales importadores, saber en qué productos destaca el Perú, para que por medio de las ferias, ruedas de negocios y congresos generar y dar a conocer la oferta peruana.

También a partir de la información que brindaba las plataformas se realizaban los perfiles de mercado, los directorios de importadores de un producto específico, el cual constaba de todos los datos de contacto, para que los proveedores Peruanos pudiesen ocasionar algún tipo de negocio.

Posteriormente se apoyaba cada actividad que se fuera a desarrollar, estas estaban establecidas, regidas por calendario, se asistía a las que tuvieran presencia en Bogotá, ejemplo como: Watchbo, Colombia minera, Expo Artesanías que fueron desarrolladas en Corferias (Centro Internacional de Negocios), en Medellín se desarrolló la Misión de Textileros a Colombia y Expocamacol, y las que se desplegaron en Perú fueron: Expoalimentaria, Industrias Perú, Expo & Rueda de Negocios Internacional de Franquicias, Expo Mina Perú, Mac Perú, III Congreso internacional de joyería y orfebrería, Rueda de negocios de empresarias líderes de la alianza del pacífico.

5.3. Condiciones de trabajo

Las condiciones de trabajo dentro de la oficina comercial del Perú, son positivas, es un medio laboral donde se desarrolla de forma plena las actividades designadas. Lo cual influye directamente en las funciones de cada uno de los trabajadores y practicantes sin quebrantar los derechos, ejerciendo control con pleno entendimiento de las necesidades de cada persona que hace parte de la oficina comercial.

Para un profesional contribuye a la formación, ya que el director y sus trabajadores permiten la libre expresión y aprendizaje, teniendo un comportamiento con los practicantes de orientadores y educadores en el proceso de formación y adquisición de experiencia laboral, siendo un instructivo constante que fomenta una satisfacción, por ende esto logra generar un impacto efectivo en la productividad.

La oficina comercial del Perú propicia un buen clima laboral, mostrando su responsabilidad de alta dirección, que con su cultura y sistema de gestión preparan el terreno adecuado para que se desarrollen todas las actividades de trabajo.

5.4.Dificultades de la gestión del cargo

La práctica profesional en la Oficina Comercial del Perú en Colombia desde el comienzo contó con el apoyo de herramientas para el desarrollo de la función laboral, aunque las plataformas que utiliza la oficina que permiten la suministración de datos específicos para sus funciones, a menudo presentaban dificultades técnicas repercutiendo el trabajo y la eficiencia en la distribución del tiempo para la elaboración de las respectivas actividades.

Además, no hay un sistema más eficiente que este, para que se logre una recolección de todos los datos. Es realmente importante y necesario ya que con esta información permite obtener de forma más organizada para el afianzamiento de los objetivos comerciales del Perú en el País, de igual manera en el momento de tener que volver a necesitar información anterior para actividades del presente es una herramienta mucho más rápida y fácil para acceder a la información.

Por otro lado, se debía realizar llamadas a los posibles compradores potenciales, para atraerlos y que estuvieran presentes en las ferias, congresos, ruedas de negocios, entre otras actividades, la información de aquellos contactos se obtenían por medio de análisis de mercados, en muchas ocasiones nos topábamos con personas muy poco colaborativas, poco dispuestas a atendernos, lo cual había que tener toda la disponibilidad y tiempo para lograr un buen número de personas convocadas.

6. Plan de trabajo

- Apoyo a los potenciales exportadores peruanos, con la realización de agendas comerciales para establecer contactos con importadores colombianos mediante la reunión de negocios.
- Investigación de mercado según el producto requerido, para la construcción de perfiles, para aquellas empresas Peruanas interesadas en ampliar sus actividades comerciales en (Colombia).
- Apoyo en la identificación, promoción y difusión de ferias, congresos, misiones, encuentros, foros, entre otros, que ayuden al fomento comercial, sirviendo de plataformas para encuentros entre la oferta peruana y la demanda colombiana.
- Apoyo en la realización de notas de prensa destacando productos de la oferta peruana que tuviese crecimiento y buen desempeño en el mercado colombiano.
- Apoyo en la atención de consultas que realizan los empresarios interesados en conocer acerca de: eventos realizados por la oficina, empresas importadoras de productos, proveedores de la oferta peruana, requisitos y procedimientos de cómo establecer empresa en Perú.

6.1.Horario de trabajo

Lunes a Viernes: 8:30 am a 12:30 pm

1:30 pm a 5:30 pm

Actividades ejecutadas

- **Apoyo a los potenciales exportadores peruanos, con la realización de agendas comerciales para establecer contactos con importadores colombianos mediante la reunión de negocios.**

Tabla 1. Agendas Realizadas

ACTIVIDAD	EMPRESA	SECTOR	FECHA DE REALIZACION
Agenda Comercial	Andes Alimentos y Bebidas	Productos agrícolas	18/11/2016
Agenda comercial	GMI del grupo Graña y Montero	Servicios de ingeniería, construcción e infraestructura	12/09/2016
Agenda Comercial	Consyssa Industrial	Fabricación y comercialización de soluciones termoplásticas para el sector industrial	29/08/2016
Agenda Comercial	San Roque	Alimentos	09/01/2017

Fuente: Información tomada por informe elaborado por la Ocex Bogotá.

Esta actividad estuvo encaminada a facilitar que las empresas peruanas de diversos sectores, en especial aquellas con potencial exportador, puedan contactar potenciales clientes, a través de una acotada agenda comercial y establecer contactos de negocios mediante reuniones con importadores colombianos. Para obtener la información de los importadores se utilizaba la plataforma virtual SICEX, después de tener la base de datos se procedía a realizar llamadas para así lograr citas acordadas.

- **Análisis de mercado según el producto requerido, para la construcción de perfiles, para aquellas empresas Peruanas interesadas en ampliar sus actividades comerciales en (Colombia).**

Tabla 2. Perfiles Realizados.

n° perfiles	posición arancelaria	descripción del producto
1	6809900000	Las demás manufacturas
2	6908900000	Las demás placas y baldosas- de cerámica-
3	8301100000	Candados de llave
4	8301409000	Las demás cerraduras y cerrojos de llave
5	8301700000	Llaves presentadas aisladamente
6	6802210000	Mármol- travertinos y alabastro
7	7213100000	Con muescas- cordones- surcos o relieves- producidos en el laminado
8	7214200000	Con muescas- cordones- surcos o relieves- producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado
9	7214911000	con diámetro inferior o igual a 100 mm ²
10	7214991000	las demás barras de hierro o acero sin alear
11	7215501000	De sección circular- de diámetro inferior o igual a 100 mm
12	7216210000	Perfiles de hierro o de acero sin alear- en l
13	7216220000	Perfiles de hierro o de acero sin alear- en t
14	7318159000	Los dms tornillos y pernos roscados
15	3905910000	Los dms copo limeros- en formas primarias
16	6802210000	Mármol- travertinos y alabastro
17	8428109000	Los dms ascensores y montacargas
18	6006220000	Los demás tejidos de punto, algodón, teñidos.
19	6109100000	t-shirts y camisetas interiores de punto, de algodón.

Fuente: Información tomada del correo corporativo

Así mismo, se les facilitó información de mercado a aquellas empresas peruanas que están iniciando sus investigaciones para incursionar en el mercado colombiano. Para obtener la información de mercado colombiano en un producto específico se consultaba fuentes como; la DIAN (Dirección de Impuestos Nacionales Colombianos), SICEX (Plataforma con estadísticas de importaciones colombianas, BACEX (Banco de Datos de Comercio Exterior BACEX y Servicio de procesamiento de información de importaciones y exportaciones).

- **Apoyo en la identificación, promoción y difusión de ferias, congresos, misiones, encuentros, foros, entre otros, que ayuden al fomento comercial, sirviendo de plataformas para encuentros entre la oferta peruana y la demanda colombiana.**

Tabla 3 Eventos Realizados.

fecha	actividad	sector	n° compradores						
			convocados	Bogotá	Medellín	Cali	barranquilla	otros	participantes
Jul	Industrias Perú	multisectorial	150	11	4	2	3	2	22
Ago.	Expo & rueda franquicias	franquicias	22	2					2
Ago.	Expocamacol	materiales y acabados	95						0
Sep.	Expoalimentaria	multisectorial	500	32	25	15	10	15	97
Sep.	expo mina Perú	minería	16		3				3
Sep.	workshop turismo	turismo	0	0	0	0	0	0	0
Sep.	Colombia minera	minería	290	21	10	1	2	3	37
Oct	Watchbo	relojería	30	10					10
Oct	Mac Perú	manufacturas diversas	105	17	7	6	3	4	37
Oct	Expoaladi	alimentos	3	1					
Oct	Misión de textiles a Colombia	textiles	46	6	8				14
Nov	Encuentro Binacional	multisectorial	36	7	5	2	1	2	17
dic	Expoartesanía	multisectorial	381	33	14	7	6	4	64

Fuente: OCEX Bogotá

De acuerdo a la actividad a desarrollar se convocaba a empresarios específicos de cada sector, primero se acudía a las bases ya obtenidas de alguna actividad realizada anteriormente, se continuaba investigando el sector y acudiendo a las plataformas utilizadas por la oficina para obtener directorios para luego hacer comunicación con cada uno de los empresarios e invitarlos y confirmar su asistencia.

A continuación se describe cada una de las actividades realizadas durante el periodo de labor del practicante entre el mes de julio 2016 a enero 2017.

Industrias Perú

(Lima, 11 al 14 de julio de 2016)

En este evento se reúne lo mejor de la oferta de contenidos y soluciones empresariales del sector de servicios. Se convocó a 150 compradores.

Expo & Rueda de Negocios Internacional de Franquicias

(Lima, 23 y 24 de agosto de 2016)

Este evento promueve el encuentro entre las empresas expositoras franquiciantes y los inversionistas interesados en obtener una franquicia, a fin de contar con un negocio propio o informarse sobre los nuevos modelos de negocios. Para esta actividad se convocó a 22 empresarios colombianos con experiencia en el mundo de las franquicias, asistieron 2 potenciales compradores.

Expocamacol (Feria Internacional de la construcción)

(Medellín, 24 al 27 de agosto de 2016)

Es el escenario comercial, de actualización y negocios de la industria de la construcción, en la cual confluye el sector empresarial y profesional de todas las actividades relacionadas con la cadena productiva de la construcción, es la feria de materiales de construcción catalogada por Procolombia como la más importante de Latinoamérica, según las proyecciones de negocios alcanzadas en este certamen.

Expoalimentaria

(28, 29 y 30 de Setiembre de 2016)

Es la principal plataforma de negocios internacional del sector alimentos, bebidas, maquinaria, equipos, insumos, envases y embalajes, servicios, restaurantes y gastronomía más importante de Latinoamérica, la cual se constituye como el punto de encuentro internacional de empresas exportadoras, y selectos compradores provenientes de los cinco continentes.

Expo Mina Perú

(Lima, 14 al 16 de septiembre de 2016)

Para esta actividad se convocaron 16 empresarios colombianos, de los cuales asistieron 3 potenciales compradores que esperan realizar inversiones. Durante tres días los asistentes al Expo Mina Perú pudieron reunirse con un importante número de empresarios y proveedores del sector minero de un año.

Colombia Minera

(Bogotá, 26 al 30 de septiembre de 2016)

En este evento empresarios del sector minero energético, productores de minerales y metales, proveedores de insumos, bienes de capital y servicios para la industria, se dieron cita para presentar sus productos o servicios. Para esta actividad se convocó a 290 empresarios colombianos, de los cuales 37 pautaron citas de negocios con la delegación peruana participante de la feria.

WACHTBO

(Bogotá, 5 al 8 de octubre de 2016)

Wachtbo es la plataforma comercial de exposición de joyería más importante en Colombia, convirtiéndose en el punto de encuentro de la Industria para dar paso a la cita anual suramericana y forjar negocios y contactos de alto nivel entre todos los eslabones de la cadena de relojería y joyería.

Mac Perú

(14 de Octubre de 2016- LIMA)

Busca posicionar en el mercado internacional la línea de materiales y acabados para la construcción (MAC), dada la alta demanda que está teniendo dicho sector. Cabe destacar que el 80% de participantes pertenecen al sector de las pequeñas y medianas empresas (pymes).

En cada edición, participan principalmente compradores de Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Estados Unidos, Guatemala, Panamá y República Dominicana, entre otros, que llegan en busca de una oferta de calidad integrada por cerámicos y sanitarios, griferías, fregaderos, pisos vinílicos, pisos de madera, etc.

III Congreso internacional de joyería y orfebrería- lima

(Del 19 al 21 de octubre de 2016)

El III congreso internacional de joyería y orfebrería es el evento más importante para la industria joyera y orfebre del Perú, se realiza con el fin de brindar un encuentro entre los actores del sector, y así establecer herramientas para mejorar la competitividad y establecer posicionamiento del mercado. Cabe resaltar que esta industria se destaca por la tradición de sus artesanos.

El III congreso internacional de joyería y orfebrería se llevó a cabo del 19 al 21 de octubre que congrega a más de 400 asistentes entre, empresarios, artesanos, diseñadores y expertos del sector.

Misión de textileros a Colombia

(Bogotá, 25 y 26 – Medellín 27 y 28 de octubre de 2016)

Las empresas peruanas Consorcio Textil Vianny, Ideas Textiles y Textiles San Ramón visitaron Bogotá y Medellín con la finalidad de reunirse con importadores de telas de punto d algodón. En Bogotá se concretaron 6 citas y en Medellín 8 reuniones de negocio, para pautar esta agenda se convocaron a 290 empresarios colombianos, de los cuales 14 concretaron citas con la delegación peruana participante de la misión.

III Encuentro binacional Perú-Colombia (10 de noviembre (Leticia- Colombia) 2016)

La Tercera Versión del Encuentro Empresarial Perú-Colombia se desarrolló en Leticia-Amazonas, dando inicio con el Foro de Facilitación al Comercio y el Turismo, seguido de la Rueda de Negocios, con el fin de estrechar vínculos y negocios binacionales para la integración comercial entre las comunidades de influencia limítrofe.

En este encuentro, participaron empresas con grandes expectativas de incrementar sus ventas y ampliar sus mercados. Para lo cual se dieron cita empresas de manufacturas, materiales de construcción, alimentos procesados, productos pesqueros y artesanías, siendo los sectores más destacados fueron: Artesanías, Materiales y acabados para la construcción (Puertas y ventanas de madera.

Rueda de negocios de empresarias líderes de la alianza del pacífico (Lima, 28 y 29 de noviembre de 2016)

Como parte del Foro de Empresarias Líderes de la Alianza del Pacífico, se realizó por primera vez, una rueda de negocios con la participación de 34 empresas exportadoras lideradas por mujeres y 28 compradores, que se realizó el 29 de noviembre.

El Foro fue organizado por los gobiernos de los países de la Alianza del Pacífico (México, Colombia, Chile y Perú) a través de sus agencias de promoción (ProChile, ProColombia, ProMéxico y PROMPERÚ) con el objetivo de fortalecer capacidades fomentar el empoderamiento y la autonomía económica de la mujer.

Expoartesanías (Bogotá, 05 al 18 de diciembre de 2016)

Expoartesanías es la principal feria artesanal especializada de América Latina, es vista como la plataforma comercial que rescata las tradiciones, fomenta los oficios y las técnicas, facilitando un acercamiento directo entre actores, para que productores, comercializadores y compradores.

- **Apoyo en la realización de notas de prensa destacando productos de la oferta peruana que tuviese crecimiento y buen desempeño en el mercado colombiano**

Tabla 4. Notas de prensa realizadas.

OPORTUNIDADES DE PRODUCTOS PERUANOS EN EL MERCADO COLOMBIANO	
NUMERO DE NOTAS DE PRENSA	PRODUCTOS
1	Conductores eléctricos de cobre
2	Cebollas y chalotes
3	Atunes listados de vientre rayado congelados
4	Atún de aleta amarilla
5	Uvas frescas
6	Cemento portland
7	Actividad Expoartesánias

Fuente: Información tomada de plataforma Oficina Comercial del Perú en Colombia.

El contenido de la Nota de Prensa comprende las estadísticas de las importaciones totales que realiza Colombia de un producto en específico, que era consultado en la fuente del BACEX y el SICEX además de esto contenía información del desempeño y comportamiento de las exportaciones del Perú hacia el país, de igual forma comprender la oportunidad o importancia que tiene la oferta peruana en el mercado.

- **Apoyo en la atención de consultas que realizan los empresarios interesados en conocer acerca de: eventos realizados por la oficina, empresas importadoras de productos, proveedores de la oferta peruana, requisitos y procedimientos de cómo establecer empresa en Perú.**

Tabla 5. Consultas Realizadas.

Razón Social	Sector	Producto Requerido / Promovido	Nombre del Contacto	Apellido del Contacto	Ciudad	Estado	País	Periodo de Reporte
PERSONA NATURAL	Tecnología	Como abrir una empresa en el Perú	Ana María	Padilla	Bogotá	Bogotá	Colombia	II trimestre 2016
CONTAINERS COLOMBIA	Servicios	Como abrir una empresa en el Perú	Alejandro	Arango	Bogotá	Bogotá	Colombia	II trimestre 2016
EJE PROCESOS PRODUCTIVO	Tecnología	Como abrir una empresa en el Perú	Juan	Niño	Bogotá	Bogotá	Colombia	II trimestre 2016
ALICIA REYES GUTIERREZ	Persona Natural	Como abrir una empresa en el Perú	Alicia	Reyes	Neiva	Huila	Colombia	II trimestre 2016
INDIAMENTA	Textiles	Como abrir una empresa en el Perú	Alejandra	Robledo	Villa de Leyva	Boyacá	Colombia	II trimestre 2016
DC PORT	consultorías	Como abrir una empresa en el Perú	Mónica	Carvajal	Bogotá	Bogotá	Colombia	II trimestre 2016

Fuente: OCEX Bogotá.

Este es un ejemplo de las atenciones que realiza la OCEX Bogotá a las consultas de personas o empresas interesadas en establecerse en Perú, para esto se les proporciona información de los requisitos y procedimientos, las consultas también trasciende para acceder información de normatividad para ingresar productos peruanos a Colombia, normatividad de ingreso de productos colombianos al Perú, directorio de proveedores, entre otras.

Aportes

- Realización de cuatro agendas realizadas a proveedores peruanos que buscaban potenciales compradores, las empresas fueron: GMI del grupo Graña y Montero perteneciente al sector de construcción, San Roque del sector de alimentos, Andes Alimentos y Bebidas del sector del agro, Concyssa del sector de plásticos, para un total de convocados de 22 empresas Colombianas.
- Los perfiles de mercados, según el producto requerido, información proporcionada a empresas Peruanas que buscan incursionar y explorar el mercado Colombiano fueron un total de 23.
- Realización de Notas de prensa, estas tenían que ser enviadas a MINCETUR una por semana, el cual tiene como objetivo resaltar algún producto de la oferta peruana que tuviese crecimiento y buen desempeño en el mercado colombiano, estas fueron: oportunidad para los conductores eléctricos de cobre en Colombia, cebollas y chalotes, atunes listados de vientre rayado, atunes de aleta amarilla congelados, uvas frescas, nota de prensa sobre el evento de Expoartesanías, cemento portland, para un total de siete N.P realizadas por la practicante.
- Atención de consultas fueron alrededor de 20 atendidas, entre requisitos y procedimientos para establecer empresa en Perú, directorio de potenciales importadores de productos requeridos, directorio de proveedores peruanos, requisitos de ingreso de cierto producto al país.
- Convocar al mayor número posible de potenciales compradores para que estuvieran presentes en cada actividad que se fuera a realizar, y poder lograr algún tipo de negociaciones futuras o de inversión que fueran dirigidas al Perú. Estos fueron alrededor de 1704 convocados, trabajo realizado por seis pasantes que se encontraban en la oficina.

Conclusiones

- El proceso de prácticas permitió el fortalecimiento de los conocimientos fueron adquiridos durante el proceso de formación, además permite comprender el proceso real de las relaciones comerciales que tiene Colombia con el Perú.
- El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo es el Órgano Rector del Sector de Comercio Exterior y Turismo del Perú, es quien define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa las políticas del Sector. Este genera estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible del país, es por esto que la integración comercial con sus socios principales permite que se logre un acceso directo a los mercados, y gracias a la creación de oficinas comerciales exteriores, permiten la facilitación del comercio con la implementación de mecanismos para la promoción de la oferta exportable.
- Además las decisiones y funciones de las OCEX Bogotá son desconcentradas del Mincetur que dependen del despacho Ministerial todas orientadas a la promoción comercial y turística del Perú. La oficina comercial del Perú, cumple de forma óptima estas condiciones y funciones mediante la gestión de promoción con empresas colombianas y peruanas que son contactadas con el fin de asistencia a Ferias como lo son Colombiatex, Colombiamoda, Expoalimentaria, Expocamacol entre otras. La oficina con todos sus esfuerzos efectúa eficazmente los requerimientos solicitados por el mercado colombiano y también por su ente regulador el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- A pesar de que el mercado colombiano viene decreciendo sostenidamente en los últimos años y que la situación se traduce en una disminución considerable de sus importaciones, la OCEX Bogotá realiza esfuerzos para aumentar su oferta exportable hacia el país, usando a favor los convenios, vínculos estratégicos con instituciones públicas y privadas para el desarrollo de las actividades para consolidar las relaciones comerciales, del turismo, las inversiones y la imagen como país.

- La orientación que tuvo la culminación de la práctica del Negociante Internacional en la Oficina Comercial del Perú va dirigida al conocimiento adquirido a través del cargo y funciones que fueron asignadas por la oficina comercial del Perú en Colombia, logrando adquirir habilidades de análisis de 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 como país.
- El plan de trabajo estuvo orientado a cumplir tareas dirigidas al conocimiento de los mercados de ambos países, para luego conocer la importancia de las actividades de Ferias tanto Nacionales e Internacionales que permiten tener un acercamiento de negocios entre los compradores colombianos y los proveedores peruanos.

Anexos

Anexo 1 . Evento “III Encuentro Binacional Perú- Colombia”, realizado en Leticia.



Cena de inauguración



Rueda de negocios entre ofertantes peruanos y compradores colombianos.



Foro de facilitacion para la promocion de exportaciones y turismo en la zona fronteriza

Anexo 2. Evento “Expoartesánías” (feria artesanal especializada de América Latina”, realizada en Corferias (Centro Internacional de Negocios).



Anexo 3. Evento “Colombia Minera” del sector minero energético realizado en Corferias (Centro Internacional de Negocios).



Montaje de stands para las empresas Peruanas del sector Minero.



Delegados Peruanos.

Anexo 4. Evento “Watchbo” (joyería y relojería), realizado en Corferias (Centro Internacional de Negocios).



Referencias bibliográficas

Oficina comercial del peru . (2016). *Funciones*. Obtenido de Embajada del Peru:
www.embajadadelperu.org.co

OCEX Bogota. (2016). *Agendas Realizadas* . Bogota: Oficina Comercial del Peru en Colombia.

OCEX Bogota. (2016). *Notas de prensa*. Obtenido de INFOTRADE:
oficinacomercialdelperu@mincetur.gob.pe

OCEX Bogota. (2016). *Oficina Comercial del Peru en Colombia*. Obtenido de Correo corporativo:
oficinacomercialdelperu@mincetur.gob.pe

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Funciones del Mincetur*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://ww2.mincetur.gob.pe/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Funciones y Normatividad*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://ww2.mincetur.gob.pe/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Mision*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://ww2.mincetur.gob.pe/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Regulaciones*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://ww2.mincetur.gob.pe/>

Perú, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Vision*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: <http://ww2.mincetur.gob.pe/>