

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
ExteriorDecenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**INFORME DE GESTIÓN IV TRIMESTRE
OCEX BOGOTÁ****1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES****1.1. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO**

El mercado colombiano viene creciendo sostenidamente los últimos años por encima del promedio de la región, lo cual ha permitido que desde que inició sus funciones la OCEX Bogotá en abril del 2013, se hayan logrado obtener resultados favorables en el crecimiento de las exportaciones peruanas, con un crecimiento del 10% de las XNT el 2014 y un incremento del 49% del total de las exportaciones, logrando a la cifra record de exportación de US\$ 1221 millones el año 2014.

Sin embargo este 2015 ha sido un año lleno de desafíos para el comercio en Colombia, En noviembre de 2015 las ventas externas del país disminuyeron 37,7% con relación al mismo mes de 2014, al pasar de US\$3.794,7 millones FOB a US\$2.362,3 millones FOB y las compras externas del país disminuyeron 20,8% en noviembre de 2015 con relación al mismo mes del año anterior, al pasar de US\$5.354,3 millones CIF en 2014 a US\$4.243,0 millones CIF en 2015, , esto debido a diversos factores en donde destaca la gran devaluación del peso colombiano que en el trimestre de estudio es en el orden del 69,08% con respecto al mismo período de 2014, incrementando en un porcentaje similar el precio en pesos colombianos de los productos importados, de tal forma que al ganar competitividad de precio la industria colombiana, ha dejado de importar productos que hoy resultan más baratos hacerlos en el país en contraste a un año atrás.

Bajo esta compleja coyuntura de pérdida de competitividad precio del nuevo sol versus los pesos colombianos, las exportaciones de productos no tradicionales al mercado colombiano han retrocedido en prácticamente todos los capítulos, tal como podemos comprobar en el siguiente cuadro que compara las exportaciones expresadas en precios FOB para el trimestre Septiembre, Octubre y Noviembre 2015.

EXPORTACIONES NO TRADICIONALES A COLOMBIA ACUMULADAS DE SEPTIEMBRE A NOVIEMBRE			
SECTOR	SEP - NOV 2014	SEP - NOV 2015	VAR % 2015 / 2014
TOTAL NO TRADICIONAL	213.27	161.18	-24.4
AGROPECUARIO	35.38	26.99	-23.7
TEXTIL	25.68	14.22	-44.6
PESQUERO	3.83	1.44	-62.4
QUÍMICO	51.25	45.24	-11.7
METAL-MECÁNICO	13.91	8.88	-36.2
SIDERO-METALÚRGICO	56.82	45.44	-20.0
MINERÍA NO METÁLICA	11.70	7.02	-40.0
ARTESANÍAS	0.01	0.00	-100.0
MADERAS Y PAPELES	8.43	7.52	-10.8
PIELES Y CUEROS	0.05	0.02	-60.0
VARIOS (INC. JOYERÍA)	6.23	4.41	-29.2
TOTAL	393.72	176.86	-55.1

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

El comportamiento de las exportaciones de los sectores no tradicionales durante los últimos tres meses (Septiembre, Octubre y Noviembre) ha sido negativo en comparación con el mismo período del año 2014. Todos los sectores reportaron decrecimiento, entre el año 2014 y el 2015 las exportaciones no tradicionales sufrieron una variación negativa de 55,1%.

Como se había indicado previamente, el motivo de esta caída se debe a la fuerte depreciación que ha sufrido la moneda colombiana en el último año la cual tiene una correlación directa con las importaciones colombianas, y para los meses de estudio del presente informe (Septiembre, Octubre y Noviembre) se puede observar que en el período la depreciación promedio fue de 69,8 %, tal como está expresado en la siguiente tabla elaborada con cifras oficiales del Banco de la República de Colombia (símil de nuestro BCRP).

Cotización Mensual del Dólar	Período: SEPTIEMBRE	Período: OCTUBRE	Período: NOVIEMBRE	Promedio Trimestral
2014	\$2026,20	\$2061,91	\$2206,93	2098,34
2015	\$ 3035,04	\$ 2897,55	\$3178,87	3037,15
Variación % (2015/2014)	66,7%	71,16%	69,42%	69,08%

Fuente: Banco de la República

Durante el mes de septiembre la depreciación del peso colombiano fue del 66,7% y la caída de las exportaciones peruanas fue del 50,26%, en el mes de octubre la depreciación del peso colombiano fue del 71,16% y la caída de las exportaciones peruanas del 53,52%, y finalmente en el mes de noviembre la depreciación del dólar 69,42% y la caída de las exportaciones del Peru a Colombia fueron del 61,08%, al respecto y considerando que los precios de exportación se definen en dólares americanos y semanas antes de que el producto llegue a destino, se puede comprobar claramente que existe una correlación directa entre la depreciación del peso colombiano y la caída de las importaciones colombianas durante el período estudiado, en los años 2014 y 2015.

Cabe indicar que la moneda colombiana ha sido la que más se ha depreciado en la región en el período de estudio, y esta depreciación vuelve más competitiva a la industria colombiana al tener una notable reducción de costos fijos expresados en dólares americanos, un claro ejemplo de esta reducción de costos fijos son los salarios mínimos que se han reducido como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Salario Mínimo Vital	Colombia (pesos)	Perú (soles)	Colombia (US\$)	Perú (US\$)
2014	616.000	750	331	266
2015	644.350	750	208	234

Fuente: Banco de la Republica

De este cuadro se puede notar como el salario mínimo expresado en dólares americanos ha disminuido considerablemente en Colombia, en la comparación con Perú, en el ejercicio 2014 el salario mínimo en Colombia era 24.4% más elevado que el peruano (US\$ 67 más alto), sin embargo para el presente año, el salario mínimo en Colombia está por debajo del salario mínimo en Perú, el cual hoy en día es un 11% más elevado que el colombiano. Este ejemplo



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau

del costo del salario mínimo se puede extrapolar a los costos operativos, logísticos e inclusive costos variables y de esa manera comprobar que el Perú ha perdido competitividad de precio en el mercado colombiano.

Sin embargo esa caída que afecta a todos los países que exportan a Colombia, ha golpeado a Perú en menor medida, gracias a la orientación de promocionar aquellos productos que comercializa Perú y que no se producen en Colombia, además de las diversas actividades que ha venido desarrollando la OCEX Bogotá y que están descritas en el punto 1.2 y 1.3 del presente informe.

Como se podrá apreciar en el siguiente cuadro de las importaciones colombianas para el periodo de septiembre a noviembre del 2015 que está expresados en precios puestos en los puertos de Colombia (INCOTERM CIF) y cuya data es extraída de la autoridad estadística colombiana competente en emitir las cifras oficiales (símil de nuestro INEI), es decir el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE <http://www.dane.gov.co/index.php/comercio-externo/importaciones>, se muestra la gran caída de las importaciones colombianas que afectan a algunos países con más del 50% de reducción de sus exportaciones y que en general para el período en estudio (septiembre a noviembre del 2015) muestran una caída de las importaciones colombianas del 4,29%.

- Identificación de nuevas oportunidades y amenazas registradas en el trimestre de evaluación.

1.1.1. REGULACIONES DE ACCESO

Se deberán listar las variaciones a la legislación del país destino, que puedan afectar el acceso a productos importados, especialmente los peruanos.

Norma (denominación)	Bloqueo al ingreso de arroz
Descripción (Qué barrera origina)	Barrera no arancelaria de arroz procedente de la Comunidad Andina
Fecha de publicación / Entrada en vigencia	Año 2014
Acción realizada por la OCEX	Seguimiento con el Ministerio de Agricultura
Enlace de acceso a la norma	Como no hay una barrera específica no es posible incluirla

1.1.2. PROMOCIÓN REALIZADA POR OTRAS AGENCIAS COMERCIALES

Detallar las acciones creativas, nuevas o aquellas que se vuelven una práctica frecuente de las agencias comerciales competidoras.

Agencia Promotora - País	Pro Colombia - COLOMBIA
Público Objetivo	Productores de ropa deportiva de Bogotá, Cali y Medellín
Descripción del formato de la actividad	Compradores de ropa deportiva visitarán Bogotá, Cali y Medellín 4 al 7 de noviembre

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

Productos Promocionados	Por gestión de PROCOLOMBIA, 9 empresarios de ropa deportiva tuvieron la oportunidad de realizar agendas especializadas con empresas nacionales y así generar futuras oportunidades en este sector.
-------------------------	--

Agencia Promotora - País	Pro Colombia - COLOMBIA
Acción de Promoción	Andina Pack 10 al 13 de noviembre de 2015 http://www.procolombia.co/eventos/22-compradores-extranjeros-buscan-envases-y-empaques-en-bogota
Público Objetivo	Empresas pertenecientes al sector empaques y embalajes.
Descripción del formato de la actividad	Entre el 10 y el 13 de noviembre se llevará a cabo Andina Pack, el evento del sector de empaques y envases más importante de Suramérica en la que 700 empresarios, 120 de ellos colombianos, expondrán sus productos. ProColombia traerá a 22 compradores de 17 países para que conozcan la oferta exportable nacional y tengan citas directas de negocio con los participantes. ProChile aprovechó la oportunidad para realizar una misión de Empaque y Embalajes enmarcada dentro de esta feria: http://www.prochile.gob.cl/evento/mision-envases-embalajes-colombia-2015/
Productos Promocionados	Empaques y embajales.

Agencia Promotora - País	Pro Colombia – COLOMBIA 25 de noviembre de 2015 – Medellín http://www.procolombia.co/eventos/procolombia-traera-11-compradores-feria-del-sector-electrico-fise-2015
Acción de Promoción	Feria del Sector Eléctrico (FISE 2015)
Público Objetivo	Productores y exportadores del Sector Eléctrico
Descripción del formato de la actividad	ProColombia trajo a 11 potenciales compradores de Curazao, Guyana, Jamaica, República Dominicana y Trinidad y Tobago con el fin de exponerles los mejores transformadores, cables y elementos para instalaciones eléctricas, entre otros
Productos Promocionados	Sector eléctrico

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

Agencia Promotora – País	Pro Colombia – COLOMBIA
Acción de Promoción	Encuentro Comercial de Software y TI - Softic 2015 http://www.procolombia.co/eventos/30-compradores-extranjeros-en-softic-2015 11 y 12 de noviembre de 2015
Público Objetivo	80 exportadores colombianos
Descripción del formato de la actividad	En el encuentro participaron 30 compradores de 10 países invitados por la entidad de promoción nacional, quienes conocieron la oferta de exportadores colombianos.
Productos Promocionados	software y TI del país

1.2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES¹

Actividad	N° de Exportadores Apoyados	N° de Compradores participantes	N° de Productos Promocionados
LAB4	22	5	12
MAC 2015	28	7	43
ENCUENTRO BINACIONAL	26	15	26
COLOMBIA MINERA	9	39	89
ANDINA PACK	12	26	3 de diferentes (artículos plásticos, farmacéuticos y tapas) presentaciones e industrias
SUR EXPORTA	105	3	Sectores agroindustria, pesca y vestimenta
EXPOARTESANIAS	20	11	Cerámica Accesorios
TOTAL	222	106	Mas 161

Total de exportadores únicos atendidos: el número de exportadores atendidos en reuniones programadas con los compradores colombianos convocados a los distintos eventos fueron 222 en el último trimestre.

Número total de compradores únicos atendidos: Los compradores relacionados en estos eventos fueron 161 a los cuales se les contacto para generar citas de negocios, en algunos casos. En otros casos a los compradores convocados para participar en eventos fuera del país se les

¹ Son aquellas actividades en donde las ventas pueden ser medidas de forma directa; por ejemplo las ferias, misiones comerciales, agendas y ruedas de negocios, centros de distribución, otros.



PERÚ

Ministerio
de Comercio
Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

otorgó los beneficios respectivos de acuerdo al evento, que iba desde la entrada a la feria, hasta cubrimiento de tiquetes aéreos y alojamiento durante los días del evento.

1.2.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- LAB4

Se apoyaron 22 empresas exportadoras, se invitaron 5 compradores siendo los productos promocionados 12.

- MAC 2015

Contó con la participación de 28 empresas peruanas que sostuvieron reuniones con las 3 empresas colombianas convocadas para este evento.

- Encuentro Binacional Segunda versión de este encuentro empresarial que tuvo su primera versión en Leticia el 2014 y que el 2015 fuera realizado en Iquitos. Asistieron 15 compradores leticianos quienes se trasladaron a esa ciudad financiados por esta OCEX. Los exportadores atendidos fueron 26 que en su mayoría eran del sector artesanías. Este evento contó con la participación de la Cámara de Comercio del Amazonas Colombia y del Cónsul de Colombia en Iquitos.

- Colombia Minera

Se realizó los días 28, 29 y 30 de octubre de 2015 en la ciudad de Medellín – Colombia. Contó con la participación de 12 empresas peruanas expositoras y 14 empresas en prospección. Este evento está formado por tres grandes atracciones, una de ellas es la Muestra Comercial, donde se les da la oportunidad a las empresas de negociar y exhibir sus productos, luego la Rueda de Negocios, es un espacio en el cual se permite que los titulares de distintos proyectos mineros se reúnan con el fin de negociar entre ambas partes y por último el Componente Académico. A cada empresa visitante se le preparó un perfil de mercado, con información básica que sirviera para orientar a los exportadores peruanos sobre el mercado colombiano y también se les preparó una agenda de citas con empresas interesadas en sus productos.

- Andina Pack

Se realizó en la ciudad de Bogotá – Colombia del 10 al 13 de Noviembre. Contó con la participación de 12 empresas peruanas expositoras y 27 empresas en prospección. En el evento tuvieron lugar, 274 visitas empresariales interesadas en los productos peruanos. Al igual que cuando hay eventos en los que participan empresas exportadoras peruanas se les preparó con anticipación información de mercado que fue enviada a cada empresa exportadora, con la finalidad que tuvieran conocimiento del mercado colombiano, así también se les preparó una agenda para cada empresa expositora. Los empresarios asistentes fueron de un lado invitados por esta OCEX así como también visitantes que llegaron a la Feria que se enteraron por diferentes medios de los productos peruanos que se estaban exhibiendo.

- Sur Exporta

Se apoyaron 105 exportadores, después de seleccionar compradores potenciales fueron seleccionados 4 compradores, siendo los sectores atendidos agroindustria, pesca y vestimenta.

- ExpoArtesanía

Se apoyó la participación de 20 exportadores peruanos que lograron establecer citas de negocio con 11 compradores colombianos que generaron negocios en feria por US\$ 100.000

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau****1.3. OTRAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS²**

Actividad	Nº de Compradores Participantes	Nº de Exportadores Participantes
Remisión de contactos –inversion para ofertar la Marca de la empresa PARDOS CHICKEN a Colombia	5	1
Solicitud de información de mercado para la empresa GERVASI PERÚ		1
Solicitud de información de mercado para la empresa INDUSTRIAS ALIMENTICIAS CUSCO S.A.		1
Solicitud de información de mercado para la empresa PANETONE SANTA CLARA		1
Solicitud de información de mercado para la empresa ANDES ALIMENTOS & BEBIDA		1
Solicitud de información de mercado para la empresa FIGIS INTERNATIONAL		1
Solicitud de información de mercado para la empresa BELY FOODS		1
Solicitud de información de mercado para la empresa TEXTIL CAMIL SAC		1
Solicitud de información de mercado para la empresa COMAC SA		1
TOTAL	5	9

1.3.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Estas actividades estuvieron encaminadas 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. Así mismo, se les facilitó información de mercado a aquellas empresas peruanas que están iniciando sus investigaciones para incursionar en el mercado colombiano.

- Misión a Colombia de PARDOS CHICKEN

Bogotá

Motivo de la participación: generar un encuentro de un exportador peruano con empresarios colombianos interesados en la oferta de franquicias de pollo a la brasa.

Impacto esperado: Difusión de la marca en Bogotá-Colombia.

Reacciones y comentarios de los participantes: Esperan futuros negocios.

² Son aquellas actividades en donde el impacto en ventas no puede ser fácilmente determinado, como seminarios, campañas de promoción en puntos de venta, apoyo a la internacionalización de marcas, otros.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio
Exterior
y TurismoDespacho
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

- Solicitud de información de mercado para empresas de distintos sectores:

Motivo de la actividad: Generar un documento que le permita a cada exportador contar con información de mercado que les permita encaminar correctamente sus esfuerzos, y diseñar una estrategia de mercado ajustada a la realidad del sector en el que participará en Colombia.

Impacto esperado: Cerrar nuevos negocios ingresar al mercado o afianzar su producto en este mercado.

Reacciones y comentarios de los participantes: Esperan futuros negocios.

1.4. ATENCIÓN DE CONSULTAS

En este cuadro se ha incluido aquellas empresas que se han comunicado con la OCEX por alguna consulta en particular, y también aquellos compradores que nosotros hemos contactado para diversos eventos, pero que no se pudo concretar su participación.

Sector	Exportadores		Compradores	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil	5	5	3	3
Agro	6	6	3	3
Manufacturas diversas	4	4	4	4
Pesca	1	1	3	3
Servicios	2	2	2	2
TOTAL	24	24	15	15

2. PROMOCIÓN DE INVERSIONES**2.1. ATENCIÓN DE CONSULTAS**

Sector	Inversionistas colombianos		Inversionistas del Perú	
	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas	Nº de Consultas atendidas	Nº de empresas atendidas únicas
Textil				
Agro				
Manufacturas diversas				
Pesca				
Servicios	3			
Otros		9		
TOTAL	3	9		



PERÚ

Ministerio
de Comercio
Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de
las Oficinas Comerciales del Perú en el
Exterior

**Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú
Año de la Consolidación del Mar de Grau**

3. CONCLUSIONES

- Colombia este 2015 presenta un panorama económico complicado en donde destacan la caída de sus exportaciones que a noviembre han retrocedido en 37,7%, la caída de la inversión directa extranjera que ha disminuido en casi la mitad de los niveles alcanzados en año previo y además el enfriamiento de la economía interna, todo esto ha ocasionado que el peso colombiano tenga la mayor devaluación de la región, el cual en el trimestre estudiado logró contraerse hasta en un 69,08% con respecto al mismo período en 2014, con lo cual todos los productos importados se volvieron más costosos en una proporción similar, ocasionando la caída de las importaciones colombianas a niveles no vistos desde 1998. A pesar de todo esto, el Perú es uno de los países que en términos C.I.F., menos ha disminuido el valor de sus exportaciones debido a las múltiples actividades desarrolladas por la OCEX.
- La devaluación del peso ha vuelto más competitiva a la industria colombiano ante la gran reducción en dólares de los costos fijos y de los costos variables, inclusive empresas que se abastecían de insumos importados ahora lo están haciendo con proveedores de la industria local colombiana.
- Articular un plan de trabajo con PROMPERU que permita tener una mayor presencia de exportadores peruanos interesados en promocionar su oferta en Colombia.
- Que la OCEX esté informada oportunamente y con anticipación de las actividades que desarrollara PROMPERU Turismo en Colombia.

4. RECOMENDACIONES

- Seguir insistiendo en aumentar el volumen de compradores colombianos presentes en actividades comerciales, así como priorizar la presencia de nuevos importadores que puedan participar de actividades de desarrollo de mercado.
- Seguir en la investigación de mercado que permita identificar aquellos productos que se desarrollen en Perú y que no se están produciendo en Colombia, en los cuales la devaluación del peso colombiano no ha afectado en gran medida la demanda comercial.
- Generar videoconferencias convocando a través de los sectoristas de PROMPERU a empresas exportadoras por línea de producto de tal forma que ellos reciben un seminario especializados de los CEC por bloques o continentes. Por ejemplo se hace un seminario de fruta fresca con los consejeros de Latinoamérica y se convoca a exportadores de uva, cítricos, palta, etc.
- Generar los mecanismos para que las OCEX sean parte de las decisiones en las actividades a desarrollar en el mercado colombiano para el Turismo.