

**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”

## **INFORME DE GESTIÓN II TRIMESTRE 2016 OCEX BOGOTÁ**

### **1. PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

#### **1.1 CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DESTINO**

El mercado colombiano viene decreciendo sostenidamente los últimos años por encima del promedio de la región, situación que se ha traducido en una disminución considerable de sus importaciones. El escenario macroeconómico de Colombia ha afectado los resultados de la OCEX Bogotá durante los últimos dos años, pues la alta tasa cambiaria ha hecho que el producto peruano sea costoso para el empresario colombiano, que actualmente está buscando mecanismos para lidiar con la devaluación de la moneda nacional. En el 2015 las exportaciones de Perú a Colombia representaron USD 875 millones. Actualmente las ventas realizadas desde Perú a Colombia, entre enero y mayo de 2016 se traducen en USD\$285.531.864, este monto representa un -32% en las exportaciones peruanas hacia Colombia, cabe destacar que las exportaciones de productos tradicionales son las que más han caído con un 67%, esto debido a que ante el cierre por remodelación de la Refinería de Petróleo de Cartagena, el Perú le empezó a exportar gasolina a Colombia desde enero del 2014 hasta septiembre del 2015 en el valor de US\$ 314 millones el 2014 y US\$ 160 millones el año 2015, exportaciones que se minimizaron considerablemente una vez puesto en marcha la renovada refinería de Cartagena. Por el lado de las exportaciones No Tradicionales, foco de trabajo de esta OCEX, por la continua devaluación del peso colombiano que ya llega al 66% los dos últimos años (Perú solo devaluó 17% en el mismo periodo) las exportaciones han tenido un retroceso del 14%.

De enero a abril de 2016 Colombia importó US\$14.276,9 millones CIF. En el mismo período de 2015 se importaron US\$18.574,5 millones CIF. Esto significó una variación de -23,1%.

El comportamiento del grupo de manufacturas pasó de US\$14.490,9 millones CIF en 2015 a US\$10.625,5 millones CIF en 2016. La variación fue de -26,7%. De acuerdo con las declaraciones de importación, las mercancías compradas por Colombia originarias de Estados Unidos participaron con 28,8% del total registrado de enero a abril de 2016; seguido por China, México, Brasil, Alemania, y Japón. Por país de origen, las importaciones de productos originarios de Estados Unidos variaron -26,5 %, al pasar de US\$5.592,4 millones CIF en 2015 a US\$4.111,2 millones CIF en 2016.

En lo corrido del año, las exportaciones fueron de US\$ 11.588,1 millones FOB. En el mismo periodo de 2015 fueron de US\$16.063,4 millones FOB. Esto significó una variación de -27,9%, en el mismo periodo del año anterior la variación fue -31,1%, esto debido a que a pesar de la nueva competitividad de las empresas colombianas por reducción de costos fijos expresados en dólares gracias a su gran devaluación, muchas empresas han preferido abastecer el mercado local antes de explorar oportunidades en los mercados internacionales.

El primer semestre de 2016 ha sido un período difícil para el comercio en Colombia por causa de la devaluación del peso frente al dólar, situación que ha motivado a las empresas colombianas a comprar materia prima nacional para cubrir las necesidades de sus clientes, con la finalidad de mantener su competitividad dentro del mercado. Cabe recordar que en los últimos dos años el peso colombiano ha sufrido una devaluación superior al 66% frente al dólar y la importación de bienes y servicios en Colombia ha disminuido considerablemente. La rápida caída del peso no le permitió a los empresarios colombianos prepararse para una nueva tasa de cambio con dólar caro, por lo que actualmente han

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

tenido que tomar medidas que les permitan responder a las deudas en moneda extranjera asumidas en años anteriores y optimizar sus recursos con insumos colombianos.

El comportamiento de las exportaciones de los sectores textil, pesquero, químico, sidero metalúrgico, entre otros; durante los últimos dos meses (Abril, Mayo)\* ha sido negativo en comparación con el mismo período del año 2015. A pesar de la situación económica que vive Colombia, algunos sectores registraron crecimiento en los primeros 5 meses del año 2016: Agropecuario 62%, pieles y cueros 4% y finalmente metalmeccánico 1%.

Como se había indicado previamente, el motivo de la caída en las importaciones de Colombia se debe a la fuerte depreciación que ha sufrido la moneda local en el último año, lo cual tiene relación directa con la cantidad de compras en el exterior que puede realizar el país, y para los meses de estudio del presente informe (Abril, Mayo, Junio) se puede observar que la depreciación promedio fue de 18%, tal como está expresado en la siguiente tabla elaborada con cifras oficiales del Banco de la República de Colombia (símil de nuestro BCRP).

Durante el segundo trimestre de 2016 la depreciación del peso colombiano en promedio fue del 18% y la caída de las exportaciones No Tradicionales a Colombia fue del 14%, en el mes de Abril 2015-2016 la depreciación del peso colombiano fue del 20%, 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. Cabe indicar que la moneda colombiana ha sido la que más se ha depreciado en la región en el período de estudio. La devaluación vuelve más competitiva a la industria nacional, pues permite que las empresas tengan una notable reducción de costos fijos expresados en dólares americanos, por ejemplo el salario mínimo que se ha reducido progresivamente como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

| Salario Mínimo Vital | Colombia (pesos) | Perú (soles) | Colombia (USD\$) | Perú (USD\$) |
|----------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| 2015                 | 644.350          | 750          | 223              | 234          |
| 2016                 | 689.455          | 850          | 229              | 257          |

El salario mínimo expresado en dólares americanos ha aumentado en ambos países, aunque para el presente año, el salario mínimo en Colombia está por debajo del salario mínimo en Perú, el cual hoy en día es un 12% más elevado que el colombiano. Este ejemplo 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 precio en el mercado colombiano; Sin embargo esa caída que afecta a todos los países que exportan a Colombia, ha golpeado al 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.

Por otro lado, de acuerdo con las declaraciones de importación, las mercancías compradas por Colombia de Estados Unidos participaron con 28,8% del total registrado en los primeros cuatro meses del año 2016; le siguen en su orden China, México, Brasil, Alemania y Japón.

Por país de origen, y de acuerdo con su contribución a la variación total de las importaciones (-3,1%), la caída más importante según la contribución se presentó en los productos originarios de Estados Unidos (-26,5%), al pasar de US\$5.592,4 millones CIF en 2015 a US\$4.111,2 millones CIF en 2016.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Según las estadísticas del DANE no se registran datos a la fecha del mes de mayo y junio, por lo tanto en el gráfico anterior solo se puede evaluar las estadísticas del comercio exterior colombiano hasta el mes de Abril de 2016.

- **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.

|   |   |
|---|---|
| <b>Norma (denominación)</b>                       | Tratado de libre comercio entre Panamá y Colombia   |
| <b>Descripción (Qué barrera origina)</b>          | Actualmente los dos países se encuentran en medio de un conflicto por el cobro del arancel que impone Colombia a calzados, textiles y prendas de vestir provenientes de la Zona Libre de Colón.                 |
| <b>Fecha de publicación / Entrada en vigencia</b> | Septiembre 2013   |
| <b>Acción realizada por la OCEX</b>               | Seguimiento a la información publicada en medios de comunicación acerca de la negociación que sostienen ambos países para resolver los temas relacionados con la aplicación de aranceles por parte de Colombia. |
| <b>Enlace de acceso a la norma</b>                | <a href="http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=1252">http://www.mincit.gov.co/tlc/publicaciones.php?id=1252</a>   |

|   |   |
|---|---|
| <b>Norma (denominación)</b>                       | Proyecto de Ley de Licores en Colombia  |
| <b>Descripción (Qué barrera origina)</b>          | Se encuentra en debate la aprobación del proyecto de ley de licores, que pretende fortalecer el recaudo de las entidades territoriales y dar cumplimiento a las obligaciones internacionales y acuerdos que Colombia tiene firmados. el proyecto desconoce la diferencia entre licores y vinos. Si bien para algunos destilados el aumento en su impuesto sería del orden del 40 por ciento, en el caso de los vinos ese incremento llegaría al 135 por ciento. |
| <b>Fecha de publicación / Entrada en vigencia</b> | En discusión  |
| <b>Acción realizada por la OCEX</b>               | Seguimiento a la información publicada en medios de comunicación acerca de los avances que se realicen en el país con relación a la Ley de Licores y que puedan afectar las bebidas alcohólicas exportadas por el Perú hacia Colombia.  |
| <b>Enlace de acceso a la norma</b>                | <a href="http://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/analisis-salud-por-el-buen-recaudo-498770">http://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/analisis-salud-por-el-buen-recaudo-498770</a>   |

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior**1.2 ACTIVIDADES DESARROLLADAS MEDIBLES EN TRANSACCIONES COMERCIALES<sup>1</sup>**

| Actividad                | N° de Exportadores Apoyados | N° de Compradores participantes | N° de Productos Promocionados |
|--------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| EE COMUNIDAD ANDINA      | 52                          | 27                              | 9                             |
| PERU GIFT SHOW           | 0                           | 0                               |                               |
| PERU MODA                | 55                          | 11                              | 7                             |
| FILBO                    | PROMOCIÓN                   | 0                               | 1                             |
| PERU TRAVEL MART         | PROMOCIÓN                   | 17                              | 1                             |
| CENTRO EXPORTA           | 8                           | 1                               | 1                             |
| AUTOMOTIVE MANUFACTURING | SHOW ROOM PROMOCIÓN         | 25                              | 25                            |
| LAB 4                    | 18                          | 5                               | 4                             |
| ALIMENTEC BY ANUGA       | SHOW ROOM PROMOCIÓN         | 89                              | 11                            |
| EE ALIANZA DEL PACIFICO  | 40                          | 42                              | 14                            |
| MISIONES COMERCIALES     | 3                           | 20                              | 3                             |
| <b>TOTAL</b>             | <b>176</b>                  | <b>237</b>                      | <b>76</b>                     |

**Número total de exportadores únicos atendidos:** El número de exportadores atendidos en el período de abril - junio 2016 fue de 173 exportadores. Los representantes de las empresas peruanas se recibieron en Colombia para participar en eventos (10 eventos durante el segundo trimestre de 2016) y realizar misiones en Bogotá, Medellín Y Barranquilla. A cada exportador se le apoyó con la realización de su respectivo perfil del mercado colombiano y con una agenda de citas con importadores de su interés.

**Número total de compradores únicos atendidos:** La cantidad de compradores relacionados en eventos y misiones de exportadores fue de 219, a los cuales se les contactó para generar citas de negocios en algunos casos y en otros fueron citados como prospectos de compradores para participar en distintas ferias, misiones y show rooms.

**1.2.1. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

- **Perú Moda  
(20 al 22 de abril de 2016)**

En este evento se reúne lo mejor de la oferta exportable peruana en confecciones, calzado y joyería. Es aquí donde se podrá establecer relaciones comerciales con empresas peruanas que destacan por su reconocida capacidad de respuesta y versatilidad.

Se convocó a 84 compradores, participaron 11 compradores de la feria con una proyección de negocios de US\$ 550.000

<sup>1</sup> 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

- **Encuentro Empresarial de la Comunidad Andina**

Evento que se desarrolló en Ecuador y contó con la asistencia de 27 participantes seleccionados por esta OCEX. Evento multisectorial. Se captaron empresas colombianas visitantes e interesadas en la oferta exportable peruana. Se efectuaron reuniones de esta OCEX con las empresas asistentes.

Se convocó a 91 compradores, participaron 27 compradores de la feria con una proyección de negocios de US\$ 5.6 millones

- **Automotive Manufacturing  
(24 y 25 de mayo de 2016)**

Evento en el que fabricantes y ensambladores automotrices se encuentran a través de reuniones de Negocios. Esta OCEX tuvo presencia en este evento con un stand en el que se difundió lo más representativo de la oferta de autopartes del Perú. Se acercaron alrededor de 23 empresas del sector por información de oferta del Perú y 3 de ellas estarán participando de Industrias Perú.

- **LAB 4  
(01 y 02 de junio de 2016)**

Evento que reúne a más de 100 empresas del sector TIC's de los 4 países que conforman la Alianza del Pacífico. Además de la rueda de negocios, los participantes podrían asistir a diferentes actividades relacionadas con el sector.

Se convocó a 60 compradores, participaron 5 compradores de la feria con una proyección de negocios de US\$ 125.000

- **Alimentec by Anuga  
8 al 11 de Junio**

Reunió a empresas nacionales y extranjeras. Evento cuya estructura de participación de los expositores era aproximadamente de 70 % correspondía a maquinaria y 30% a muestras de las empresas más destacadas del sector de alimentos. En el sector internacional se vieron representantes de diferentes países en maquinaria de alimentos como Estados Unidos, Francia, Alemania, Portugal, Argentina, Brasil entre otros. Este OCEX consiguió participar con un stand en el que se aprovechó para difundir la oferta de sectores como pesca, granos, frutas y verduras y captar compradores (89) interesados en diversos productos. Al tiempo que se promovió la EXPOALIMENTARIA 2016. Encontrando mucha receptividad de en los potenciales compradores de productos peruanos. Gracias a esta actividad se ha identificado nuevos compradores y a la fecha ya contamos con más de 30 registrados en la Expoalimentaria.

- **CENTRO EXPORTA**

Evento que fue desarrollado en Ica, 26 de mayo, al que se invitó a un importador de productos peruanos entre ellos el Pisco. El importador es representante de varias marcas de productos peruanos y ha logrado cerrar negocio con una nueva marca de Pisco, que será la quinta con presencia en Colombia. La exportación de un pallet se está concretando por el valor de US\$ 20.000

- **Encuentro Empresarial Alianza del Pacífico**

Evento que se desarrolló en Chile y contó con la asistencia de 43 participantes seleccionados por esta OCEX. Evento multisectorial. Se captaron empresas colombianas visitantes e interesadas en la oferta exportable peruana. Se efectuaron reuniones de esta OCEX con las empresas asistentes.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

Se convocó a 142 compradores, participaron 42 compradores de la feria con una proyección de negocios de US\$ 2.8 millones

### 1.2.1 Agenda de negocios: 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 agenda de negocios y establecer contactos de negocios mediante reuniones con importadores Colombianos.

- **ACTIVIDAD 1:** Misión a Colombia de **ALGOTEX**  
*Medellín y Barranquilla – del 23 al 27 de mayo de 2016*  
**Motivo de la participación:** generar un encuentro con compradores colombianos interesados en sus productos.  
**Impacto esperado:** Colocar sus productos en el mercado colombiano  
**Reacciones y comentarios de los participantes:** Buenos resultados de su visita.
- **ACTIVIDAD 2:** Misión a Colombia de **KKHORA**  
*Bogotá – del 8 de junio de 2016*  
**Motivo de la participación:** oferta de cebolla  
**Impacto esperado:** Colocar sus productos en el mercado colombiano  
**Reacciones y comentarios de los participantes:** Buenos resultados de su visita.
- **ACTIVIDAD 3:** Misión a Colombia de **EFINCO**  
*Bogotá – del 8 de junio de 2016*  
**Motivo de la participación:** generar un encuentro con compradores colombianos interesados en sus productos.  
**Impacto esperado:** Colocar sus productos en el mercado colombiano  
**Reacciones y comentarios de los participantes:** Buenos resultados de su visita.

**Cuadro resumen de actividades realizadas**

| Actividad                           | Sector       | N° de Exportadores Apoyados | N° de Compradores participantes |
|-------------------------------------|--------------|-----------------------------|---------------------------------|
| Misión a Colombia de <b>ALGOTEX</b> | Confección   | 1                           | 8                               |
| Misión a Colombia de <b>KKHORA</b>  | Fruver       | 1                           | 12                              |
| Misión a Colombia de <b>EFINCO</b>  | Fruver       | 1                           | 12                              |
|                                     | <b>TOTAL</b> | 1                           | 32                              |

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

### 1.3 ATENCIÓN DE CONSULTAS

En este cuadro se ha incluido aquellas empresas que se han comunicado con la OCEX por alguna consulta en particular:

| Sector                | Exportadores              |                                 | Compradores               |                                 |
|-----------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------------------|---------------------------------|
|                       | Nº de Consultas atendidas | Nº de empresas atendidas únicas | Nº de Consultas atendidas | Nº de empresas atendidas únicas |
| Textil                | 5                         | 5                               |                           |                                 |
| Agro                  | 6                         | 6                               |                           |                                 |
| Manufacturas diversas | 3                         | 3                               |                           |                                 |
| Pesca                 | 0                         | 0                               | 2                         | 2                               |
| Servicios             | 2                         | 2                               |                           |                                 |
| <b>TOTAL</b>          | 16                        | 16                              | 2                         | 2                               |

## 2. PROMOCIÓN DE TURISMO

Colombia experimenta un escenario económico difícil debido a la devaluación del peso en los últimos meses, situación que hace al Perú un destino costoso para el turista colombiano, que ve mayores atractivos en otros países y además logra ubicar boletos más económicos como es el caso de: Miami US\$270, México DF US\$418, Panamá US\$182, Costa Rica US\$378 y Barcelona US\$ 599.

Además, Europa ha eliminado el requisito de Visa Schengen, según cifras publicadas en Diciembre 2015 por Migración Colombia, se registraron 18.679 salidas de colombianos en vuelos directos hacia los 28 países europeos que entraron en el acuerdo y no exigen la visa a los colombianos. De estos, el 25.7 %, es decir 4.802 han viajado sin la visa, mientras que los demás han hecho uso del documento que mantienen vigente. Estas cifras reflejan un aumento del 36% de turistas colombianos a Europa.

A pesar de esta coyuntura, las rutas aéreas se siguen incrementando, AVIANCA ha informado que desde el 18 de Julio de 2016 empezara una frecuencia directa que une a Bogotá con Cusco y a partir del 07 de enero de 2017 LATAM empezara una ruta directa entre Lima y Cartagena, con lo cual en los próximos meses las frecuencias entre Perú y Colombia pasaran de 72 a 81 frecuencias directas semanales.

Todo esto ha contribuido a que el crecimiento de enero a abril del 2016 sea del 14% con una proyección de todo el 2016 en dos dígitos.

### 2.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

#### 2.1.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **PROGRAMA DE PROMOCION GASTRONOMICA  
(del 01 de abril al 30 de junio de 2016)**

El año 2015 se creó la página web <http://restaurantesperuanos.com.co/> como herramienta de promoción y difusión de la Gastronomía Peruana en Colombia que a la fecha ya incluye a 42 restaurantes, pero para que la pagina logre un número importante de usuarios, se contrató los servicios de una empresa de marketing digital, la cual creo la página de facebook <https://www.facebook.com/RestaurantesPeruanosColombia/> y desde allí por espacio de tres

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

meses lograr que en la página de Facebook se cuenten con 7.245 seguidores y que la de Facebook ya tenga 23.374 usuarios.

Con esta promoción se espera incrementar los comensales de restaurantes peruanos en un 15% y que las ventas de los mismos pasen de los US\$ 16.2 millones del 2015 a los US\$ 18.6 millones el 2016

- **FILBO**  
**(18 de abril al 02 de mayo de 2016)**

Promoción turística del Perú a los más de medio millón de visitantes que tiene la feria del libro de Bogotá

- **FAM TRIP Perú Travel Mart**  
**(09 al 13 de mayo de 2016)**

Visita guiada a Lima e Ica para que las agencias turísticas colombianas conocieran los atractivos turísticos, actividades e instalaciones hoteleras que estos destinos ofrecen al visitante extranjero.

- **Perú Travel Mart**  
**(13 al 15 de mayo de 2016)**

Peru Travel Mart es un evento estrictamente profesional en que se exponen sus servicios Hoteles, Tour Operadores, Líneas Aéreas, Cruceros, Restaurantes, Transporte Turístico y otras empresas de promoción turística del Perú.

#### Cuadro resumen de actividades realizadas

| Actividad                 | N° de empresas / operadores atendidos | N° de participantes / personas atendidas |
|---------------------------|---------------------------------------|--|
| FilBO                     | 0                                     | 1.680                                    |
| FAM TRIP Perú Travel Mart | 6                                     | 6  |
| Perú Travel Mart          | 7                                     | 7  |
| <b>TOTAL</b>              | <b>13</b>                             | <b>1.693</b>                             |



**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y Monitoreo de las  
Oficinas Comerciales del Perú en el  
Exterior

### 3. PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Los inversionistas colombianos han colocado sus capitales especialmente en Estados Unidos, obteniendo green cards a partir de inversiones por el orden de 500.000 dólares en proyectos previamente auditados y calificados por centros regionales y por el servicio de inmigración. Por su parte, Panamá desde 2011 ha venido registrando un incremento sostenido de la inversión de Colombia, al igual que todo Centro América.

A pesar de ese escenario en el que Colombianos solo ven oportunidades hacia el Norte, gracias a la entrada en vigencia de La Alianza del Pacífico, las inversiones de Colombia a Perú han aumentado considerablemente, sin embargo, por un lado estas inversiones están concentradas en energía y petróleo, y por otro lado todavía hay un gran desconocimiento de las oportunidades que brinda el Perú a los inversionistas, en ese sentido se hace necesario promover las bondades del Perú ante los potenciales inversionistas colombianos.

#### 3.1 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

| Actividad                                  | N° de inversionistas (empresas / personas) atendidos | N° de empresas peruanas promovidas |
|--|--|------------------------------------|
| Foro Oportunidades de Inversión en el Perú | 127  | 0                                  |
| <b>TOTAL</b>                               | <b>127</b>   | <b>0</b>                           |

**Número total de inversionistas (empresas / personas) atendidos: 127 empresarios**

#### 3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

- **ACTIVIDAD FORO OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL PERÚ**

Bogotá - 28 de junio de 2016

Evento que contó con la participación de 127 empresarios colombianos con capacidad de inversión desde los USD \$ 500.000 hasta los USD \$ 6.000.000 para conocer las oportunidades y beneficios que ofrece el Perú a los inversionistas extranjeros.

### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 3.1. CONCLUSIONES

- Las ventas realizadas desde Perú a Colombia, entre enero y mayo de 2016 se traducen en USD\$ 285.531.864, este monto representa un -32% en las exportaciones peruanas hacia Colombia. Debido a la devaluación del peso colombiano los productos importados se volvieron más costosos en una proporción similar.
- La devaluación del peso ha vuelto más competitiva a la industria colombiana 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 PROMPERÚ que permita tener una mayor presencia de exportadores peruanos interesados en promocionar su oferta en Colombia.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

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

- En el caso del sector turismo a pesar del alto costo del dólar y de los boletos aéreos a Lima, así como la eliminación de la Visa Schengen que ha provocado que el tráfico de turistas colombianos hacia Europa, las cifras de turistas colombianos al Perú siguen teniendo un importante crecimiento.

### 3.2. RECOMENDACIONES

- Si bien es cierto hay un retroceso global del 32%, en la prioridad de la OCEX que son las exportaciones No Tradicionales, la caída es de un 14% la cual se está revertiendo al 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 PROMPERÚ 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.
- Seguir con los programas de familiarización de medios de prensa y corporaciones sobre el destino Perú, así como definir un plan integral que permita tener un programa de Tour Gastronómicos, aprovechando los 12 feriados largos que tiene Colombia a lo largo del año.