

Ecuador y Perú pueden ir juntos para exportar a un mismo destino

< POR ALBERTINA NAVAS >

Perú está consciente de dónde está, tiene claro adónde va, pero sobre todo, sabe cómo llegar. Es uno de los países con mejor desempeño económico en la región al registrar un crecimiento sostenido durante la última década y se ve a sí mismo, en el mediano plazo, como un país globalizado y competitivo. Para ello, adoptó una estrategia basada en dos elementos clave para asegurar la consecución del objetivo: apertura comercial e internacionalización de sus empresas.

Con este derrotero nació Expo Perú, un esfuerzo conjunto entre los sectores público y privado del Perú, bajo el liderazgo y organización del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú).

Esta iniciativa tiene poco menos de un año de vida e incluye varias actividades en su formato. Entre ellas, foros empresariales, rondas de negocios, festivales de gastronomía, desfiles de moda y exhibiciones de joyería; todas atendidas por una misión comercial de 100 empresarios peruanos liderados por autoridades del comercio y turismo.

En ese contexto, se realizó en Quito y Guayaquil la Expo Perú-Ecuador 2010, del 23 al 25 de marzo. Se concertaron 700 citas entre empresarios peruanos y ecuatorianos y se auguró una respuesta similar a la conseguida en experiencias previas en Santiago de Chile y Buenos Aires, donde en el marco del evento se cerraron negocios por cerca de \$ 12 millones.

El ministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Martín Pérez, visitó Quito y Guayaquil, en marzo, en el marco de la Expo Perú-Ecuador 2010. El evento, además de ser un espacio para concertar negocios binacionales, también fue una muestra de cultura, gastronomía, moda y joyería peruanas. Pérez advirtió que la misión comercial no solo buscaba vender, sino buscar mecanismos de integración. Aquí sus opiniones.



Sociedad Morca.

El Ecuador fue uno de los primeros destinos de Expo Perú en 2010, año en que están planificados 18 encuentros de este tipo. La misión estuvo encabezada por el ministro de Comercio Exterior y Turismo del Perú, **Martín Pérez Monteverde**, quien aseguró que el propósito del evento, además de vender, es tender puentes entre los dos países para “empezar a mirarnos más”. En medio de una apretada agenda, el secretario de Estado se abrió un espacio para compartir con GESTIÓN sus reflexiones sobre el intercambio bilateral.

—La balanza comercial Ecuador-Perú ha sido tradicionalmente superavitaria para el Ecuador. El sector hidrocarburos concentra entre 70 y 90% de la oferta exportable ecuatoriana, mientras que las exportaciones peruanas al Ecuador presentan un abanico más diverso. ¿Qué oportunidades tiene el Ecuador en Perú, más allá del sector energético?

—Muchas. En 2009, la balanza comercial fue favorable al Ecuador en \$ 450 millones, aunque en 2008 el monto fue aún mayor. El año pasado se registró un ligero descenso por efecto del precio de los *commodities*. La visión de Perú es abrir más oportunidades para las micro y pequeñas empresas (Mypes) y para las pequeñas y medianas empresas (Pymes), a través de los tratados de libre comercio (TLC). En ese marco, Expo Perú es uno de los mecanismos para generar negocios, para las empresas peruanas y para las ecuatorianas también, pero no solo en términos de intercambio sino de inversiones. En este aspecto, las cifras son incipientes. Las inversiones de Perú en el Ecuador son solo de \$ 30 millones y las inversiones ecuatorianas en Perú son de \$ 69 millones; mientras que las inversiones chilenas en Perú son de \$ 7.000 millones y las inversiones peruanas en Chile son de \$ 3.000 millones. Allí hay grandes oportunidades.

—¿Cuáles son los sectores que Perú considera estratégicos para explorar en el Ecuador?

—Desde hace años, en Perú, hemos

dejado de lado la palabra estratégica. Ahora hablamos de sectores de mayor o menor potencial. Entre éstos, vemos oportunidades en alimentos, servicios logísticos, joyería, gastronomía...

—Pero en términos comerciales Ecuador y Perú, sobre todo en los sectores agrícola y pesquero, la oferta productiva más que complementarse compite. ¿Cómo revertir esta realidad?

—La acumulación de origen es una herramienta muy potente. Esto significa, por ejemplo, hacer cuellos de polos (camisetas) en Perú y traerlos al Ecuador, donde se confecciona la prenda final para que sea exportada a EEUU como ecuatoriana. Ya lo hacemos para el Acuerdo de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga (Atpdea) y para el Sistema General de Preferencias. Además de esta opción, ¿qué tal si Ecuador y Perú se unen para abastecer de paltas (aguacates) a China? Que tengamos producciones similares en algunos sectores no significa que tenemos que pelearnos por tomar un mercado, ¡vamos juntos! El tema no es solamente cuánto te vendo y cuánto me vendes, sino pensar cómo nos integramos para llegar a mercados relevantes.

—El intercambio comercial entre el Ecuador y Perú ha registrado una tendencia al alza en la última década. Según el Banco Central del Ecuador (BCE), en ese período, las exportaciones ecuatorianas a Perú se multiplicaron por tres, mientras que las exportaciones peruanas al Ecuador aumentaron nueve veces, en valores FOB. ¿A qué atribuye ese acelerado crecimiento del lado peruano?

—El intercambio comercial Ecuador-Perú bordea los \$ 1.000 millones y seguirá creciendo. Pero esta tendencia peruana no solo se registra en este caso. Perú ha tenido una política de suscripción de TLC que ha dinamizado el sector de exportaciones no tradicionales. Éstas representaban 21,22% de las exportaciones totales y ahora equivalen a 26%. La oferta exportable aún depende en gran medida del sector minero, pero esa dependencia está disminu-

yendo y estamos desarrollando nichos a través de Expo Perú, en las áreas de cultura, artesanía, gastronomía y joyería, en Latinoamérica. ¿Por qué Latinoamérica? Porque es el principal destino de exportación para Mypes y Pymes por cuatro factores: idioma, cantidad, calidad y volumen.

—Perú ha demostrado un excelente desempeño económico en los últimos 10 años, tanto que los analistas lo han comparado con lo que, en su momento, llamaron ‘el milagro chileno’. ¿Es éste el referente que se busca replicar?

—El crecimiento de Chile ha sido muy importante y cualquier país quisiera experimentar algo similar. Sin embargo, no nos fijamos en un determinado país para definir nuestras pautas. Perú ha registrado crecimiento durante casi 100 meses consecutivos. Es un esfuerzo de varios Gobiernos del Perú, pero sobre todo del pueblo peruano, que tiene la convicción de mantener el rumbo escogido. Estamos consolidando la apertura económica y nos estamos globalizando. Nuestro objetivo es que 25% del comercio exterior peruano se consolide a través de TLC. Ya hemos firmado con EEUU, Canadá, Chile, Mercosur, Comunidad Andina, Tailandia, Singapur, China... Cerramos ya con la Unión Europea, estamos negociando con Japón y Corea, y pronto empezaremos con Centroamérica. Cuando se habla del éxito de un país, en realidad, se hace referencia al éxito de las empresas de ese país.

—El Tratado de Paz entre los dos países suscrito en Brasilia, en 1998, sin duda, amplió las opciones comerciales bilaterales. Esto se evidencia en las cifras. Entre 1998 y 2009, las exportaciones ecuatorianas al Perú crecieron cinco veces, mientras que las exportaciones peruanas al Ecuador se multiplicaron por siete. ¿Cree usted que el Ecuador y Perú han sacado provecho suficiente del nuevo escenario comercial que planteó la firma de la paz?

—Las relaciones entre Perú y Ecuador son estupendas y, sin duda, la paz

cambió el escenario totalmente. Acabo de hablar con el canciller ecuatoriano (**Ricardo Patiño**) y me decía: 'Nos hemos integrado tan bien con Venezuela, que no veo por qué no integrarnos con Perú'. Hay cosas pequeñas que todavía hay que arreglar, pero estamos convencidos del proceso de internacionalización de las empresas peruanas. Por eso, parte del Foro Empresarial, en el marco de Expo Perú, fue presentar una experiencia ecuatoriana exitosa en Perú y dos experiencias exitosas peruanas en el Ecuador. La internacionalización está en marcha. Seremos más competitivos en la medida en que seamos más globalizados como país.

—Usted ha tocado un tema muy relevante y delicado, pues mientras enfoca de forma tan positiva la internacionalización de las empresas peruanas, internamente en el Ecuador se debate sobre la preocupación de una fuga de capitales ecuatorianos a Perú por las condiciones y factores favorables que ofrece el país a la inversión: mano de obra más barata, facilidad para constituir empresas...


—La mano de obra ya no es más barata en Perú. El TLC ha impuesto una serie de obligaciones laborales importantes, entre ellas, la formalización de la fuerza laboral. Además, el sol se revaluó 10% durante los últimos ocho

meses de 2009. En cuanto a lo empresarial, sí hacemos mucho esfuerzo para generar más competitividad a las empresas. Se han reducido 300 trámites. Perú está muy consciente de que requiere atraer inversión extranjera privada para cubrir los \$ 40.000 millones de brecha en infraestructura. Por ello, la Constitución peruana reconoce al extranjero y al nacional como iguales. También se han desarrollado varios mecanismos de atracción de inversiones como contratos de estabilidad tributaria y administrativa o contratos que aseguran al extranjero la repatriación de utilidades. Incluso, para inversiones muy importantes, se prevé la devolución anticipada del IGV (impuesto general a las ventas), que es de 19%. Pero lo que se ha constituido en el gran atractivo de Perú es que, durante décadas, el país se ha mantenido en una misma visión respecto de la economía y es eso lo que da tranquilidad a los inversionistas.

—Volviendo al tema de la firma de la paz, ésta generó un marco jurídico importante para el intercambio, el Convenio de Aceleración y Profundización del Libre Comercio entre Perú y Ecuador, que propuso una desgravación arancelaria. Ésta debía concluirse el 31 de diciembre de 2005, ¿se ha cumplido este proceso al 100%? Si no, ¿en qué fase está?

—Supongo que la pregunta hace referencia a las salvaguardias aplicadas por el Ecuador (en 2009). Seamos honestos, a Perú no le hizo feliz la decisión, pero comprendimos que es temporal, coyuntural. Se debió empezar la desgravación total este año. La ministra **Nathalie Celi** tuvo la delicadeza de llamarme y explicarme que se mantendrán por 10 meses más. El primer tramo era una reducción de 10% del arancel; el segundo tramo era 30%, es decir, hasta ahora se ha desmontado el 40% de la salvaguardia. El canciller me dijo que el resto se hará automáticamente. En ese sentido, el Ecuador está cumpliendo.

—Pasando a temas turísticos, la oferta del Ecuador y Perú también es similar en este sector: playas, turismo urbano, cultural, raíces indígenas comunes... ¿Cómo aplicar en el sector turístico la lógica de una estrategia de integración y no de competencia?

—Cada país tiene sus particularidades y méritos para atraer turistas. La integración turística es un deseo de los presidentes de los dos países, pero se ha avanzado poco en este sentido. Se ha hablado de la ruta Spondylus, de la Ruta del Cápac Ñan, incluso se habló de la Ruta de Atahualpa. Aún faltan esfuerzos. Los ciudadanos de la comunidad andina deberían ser tratados como nacionales en los países miembros. Por ejemplo, los boletos turísticos a Machu Picchu deberían costarle igual a un ecuatoriano que a un peruano. Igual que los boletos a Galápagos deberían costar igual a un peruano que a un ecuatoriano. Primero, hay que desarrollar productos turísticos. Luego, sacar el jugo a la infraestructura existente, como el aeropuerto de Santa Rosa, en la zona fronteriza del Ecuador con Perú, y también tenemos pensada una estrategia de promoción cruzada con presupuestos espejos. Esto significa que del lado ecuatoriano se comunique las bondades de Perú y viceversa. Es decir, en el Ecuador se dirá: 'Visiten Perú' y en Perú se dirá: 'Visiten Ecuador'. 

MARTÍN PÉREZ MONTEVERDE

- Ministro de Estado en el Despacho de Comercio Exterior y Turismo desde el 11 de julio de 2009 a la fecha.
- Profesional con más de 15 años de experiencia en la dirección y gestión de empresas, en las áreas de planeamiento, administración y comercial.
- Estudió Administración de Empresas en la Universidad del Pacífico y se especializó en Marketing y Finanzas.
- Egresado del Programa de Alta Dirección de la Universidad de Piura.
- Participó en el USA Wharton Management Congress, organizado por la prestigiosa Wharton School of the University of Pennsylvania.
- Cumplió funciones como congresista de la República, representando a la provincia del Callao.
- Presidente de la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera del Congreso de la República (2006 - 2007).
- Presidente de la Comisión Especial Multipartidaria encargada del monitoreo de la crisis financiera internacional.