

Capítulo 36

Perú-España: evolución y oportunidades de comercio, inversión y turismo

Por Juan Carlos Mathews

Catedrático de la Universidad del Pacífico y Viceministro de MYPE e Industria del Ministerio de la Producción de Perú

Históricamente, España ha sido un socio relevante para el Perú en materia de comercio, inversiones y turismo. El desafío es cómo seguir avanzando en esta relación y cómo convertirnos en aliados estratégicos de cara al resto del mundo.

1. Evolución reciente del comercio y nuevas oportunidades

España se mantiene como nuestro duodécimo socio comercial en el mundo y segundo a nivel de la Unión Europea. Debe resaltarse, asimismo, que el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE) genera las condiciones para consolidar a España como primer inversionista en el Perú y como uno de los principales destinos de nuestras exportaciones. España es el décimo mercado de destino en nuestro ranking mundial de exportaciones no tradicionales y el segundo entre los países de la UE. Por su parte, España es el decimoquinto proveedor mundial de Perú y segundo entre los países de la UE.

El sector de alimentos representa uno de los de mayor potencial para desarrollar una presencia aún mayor de productos peruanos en el mercado español. España es un importante productor y exportador de frutas y verduras dentro de la UE. Es el segundo mayor productor de frutas y verduras con un volumen de más de 29 millones de toneladas. Asimismo, representa un mercado bastante grande en frutas y verduras dentro de la UE, registrándose un consumo promedio anual de más de 8.000 millones de euros. Si bien España no es un gran importador de frutas y verduras, comparado con las importaciones de los otros países miembros de la UE —sólo importa aproximadamente dos millones de toneladas de frutas y verduras al año—, España, para el Perú, representa un mercado importante.

Debido a que el Perú cuenta con una variedad de clima, mayores niveles de producción, productos de contra-estación y una imagen mejorada, bajo el respaldo

de la marca país, se abren nuevas y mayores oportunidades en productos como melones, paltas, bayas, toronjas, mandarinas e higos. Según el Plan de Desarrollo de los Mercados de Alemania, Francia y España, existen además oportunidades en los siguientes productos: paltas, alcachofas, uvas, chirimoya, espárrago, dátil, así como en fresas, cerezas, higos, cítricos, tuna, papaya, y mango. También se identifican oportunidades interesantes para preparados de quinua, langostinos y pota.

De otro lado, consideramos que existen dos tendencias que deben ser igualmente analizadas y aprovechadas por los exportadores peruanos: los *convenience foods* (comida preparada) y la gastronomía *gourmet*.

Como en el resto de países desarrollados, existe una tendencia a requerir comida preparada debido a las nuevas exigencias del trabajo moderno, a la incorporación de un mayor número de mujeres en el mercado laboral, así como la búsqueda de alimentos naturales y/o nutritivos. De mismo modo, debe tenerse en cuenta la preferencia de los consumidores españoles en salir frecuentemente a la calle, por lo cual los agroexportadores deben orientar su oferta hacia porciones más pequeñas, verduras y frutas precortadas, alimentos funcionales, alimentos nutritivos y a proporcionar más información de los productos. El alto número de turistas que recibe España debe ser igualmente aprovechado para la exportación de los *convenience foods* antes indicados, así como el ingreso a los restaurantes *gourmet* que acogen turistas y de este modo se podría incrementar las exportaciones peruanas no solo a España, sino también hacia otros países.

2. Evolución reciente de las inversiones directas de España en Perú

Durante los últimos diez años España ha sido el principal inversionista extranjero en el Perú, salvo en 2010, que fue superado por el Reino Unido.

En diciembre de 2015 el saldo de inversión extranjera directa (IED) como aporte de capital, registrado en ProInversión, proveniente de España ascendió a 4.486 millones de dólares, un incremento de 22,9 millones respecto a 2014. Cabe precisar que dicha cifra no incluye la reinversión de utilidades.

Durante los primeros diez años, la inversión española en Perú no superaba los 4,5 millones de dólares. Sin embargo, a partir de la década de 1990 se puede apreciar un incremento sostenido de la IED, alcanzando el máximo nivel de inversión en 2003 con 4.498 millones. Cabe recordar que a partir de la década de 1990 el Perú empezó a aplicar una serie de medidas de liberalización y apertura de mercados, que le permitió entrar en otros mercados y atraer nuevos inversionistas

Respecto a los sectores, según ProInversión, entre 1980 y 2015 la inversión española se concentró en minería, industria, agricultura, energía, servicios de comunicaciones y finanzas.

3. Presencia e importancia de las empresas españolas en Perú

Según un estudio realizado por la Universidad del Pacífico en conjunto con la Cámara Oficial del Comercio de España en el Perú, denominado «Presencia e Impacto de la Inversión Española en el Perú», se estima que la inversión extranjera proveniente de España supera los 9.220 millones de dólares, con la presencia de más de 386 empresas activas de capital español registradas en la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Aproximadamente el 63 % del total de estas empresas se habría instalado en el Perú después de la crisis financiera internacional de 2008, como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Empresas españolas en Perú según año de constitución		
Inscripción en la SUNAT	Núm. de empresas	Porcentaje
Antes de 1990	5	1 %
1990-1999	67	17 %
2000-2008	72	19 %
2009-2014	242	63 %
Total de empresas activas	386	100 %

Fuente: Universidad del Pacífico y Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú, 2015.

Es interesante mencionar que, según dicho estudio, la inversión española realizada desde 1992 es la generadora del 1,2 % del PIB de 2012.

Respecto el impacto en el empleo, se calcula que por cada 1.000 millones de dólares de inversión, tomando en cuenta el impacto inicial y la reinversión, se generan 43,8 empleos directos y 35,8 empleos indirectos. En ese sentido, considerando que el aporte de capital hasta el 2012 sería de 5.533 millones de dólares, la inversión española habría generado aproximadamente 241.082 empleos directos y 196.746 empleos indirectos.

Finalmente, estimando los efectos de la inversión española sobre los impuestos, mediante la metodología insumo-producto, se calcula que el stock acumulado de inversiones españolas hasta el 2012 ha incrementado los impuestos en 885 millones de dólares.

De acuerdo a las cifras estimadas por la Cámara de Comercio de España en el Perú, existe un total de 386 empresas españolas en el Perú. Estas compañías se encuentran concentradas en su mayoría en el sector de la construcción y empresas inmobiliarias, representado en conjunto el 66 % del total. El tercio restante está distribuido en un mayor número de sectores, siendo los más representativos los de transporte, comunicaciones, electricidad, intermediación financiera, comercio y manufactura.

En atención a la distribución descrita debe mencionarse que las empresas españolas multinacionales, que contaban con respaldo financiero y niveles de internacionalización altos, ingresaron durante los años noventa a participar de los procesos de pri-

vatización y concesiones que inició el Perú. En este escenario se hicieron con activos estratégicos, en los sectores de telecomunicaciones, finanzas y energía.

Por otro lado, un escenario diferente es aquel que se presenta para el ingreso de la mayor parte de las empresas españolas que hoy operan en el Perú. De las 386 empresas españolas en el Perú, 242 de ellas llegaron durante el quinquenio 2009-2014, estando la mayor parte de ellas en el sector de servicios y de construcción. En ese sentido, se hace evidente que a partir de la crisis económica en Europa el Perú resultó uno de los destinos escogidos por las empresas de esos rubros para paliar los efectos de dicha crisis. En este segundo escenario destacan dos aspectos principalmente; el primero es que el sector servicios y construcción obliga a las empresas a tener presencia directa en el mercado de destino; el segundo es que se dio el ingreso masivo de pymes españolas.

4. Oportunidades de negocio para las empresas españolas en Perú

El Perú ofrece al inversionista extranjero condiciones atractivas: estabilidad en las reglas de juego, fuerza laboral calificada en diferentes rubros y posibles socios empresariales locales en el marco de un mercado regulado por modernas políticas de competencia, basadas en la protección al consumidor y en el cumplimiento de los acuerdos de la OMC.

Para aprovechar mejor nuestras oportunidades se requiere la mejora de la infraestructura nacional en materia de carreteras y autopistas, especialmente de conexión entre las tres regiones (e iniciar igualmente una de ferrocarriles), así como ampliación y mejoras de puertos y aeropuertos. Parte de esta tarea se viene desarrollando. Otra área importante corresponde a la promoción de proyectos en petroquímica y refinerías, además de telecomunicaciones, minería y construcción, donde España ya está participando. Sectores ligados a TICs, nuevas tecnologías e innovación representan también una oportunidad importante para empresas españolas. De igual forma, la agroindustria cuenta ya con presencia española y posibilidades de participación más elevada en un sector que registra el mayor crecimiento en materia exportadora.

Especial importancia requiere las oportunidades que se presentan en el turismo. El Perú es característico por su rico patrimonio, abundante biodiversidad, capital culinaria mundial, variedad de climas y regiones, tiene en sí ventajas competitivas respecto de otras capitales, que vienen aprovechando al máximo el sector turístico como un vehículo importante de crecimiento económico y de generación de empleo. Esta condición/situación no ha pasado desapercibida para el Perú y se trabaja de manera permanente en diseñar estrategias para mejorar la competitividad del sector a fin de captar un mayor número de turistas, aumentar el nivel de gasto promedio de los visitantes y ampliar el impacto de este sector sobre el resto de actividades económicas del país.

Pero estas estrategias en sí mismas no podrían lograrse si no van de la mano con el desarrollo de las infraestructuras, adecuada regulación, transporte, promoción de actividades culturales y el desarrollo del turismo sostenible y conservación del

medioambiente. En el Perú el ente encargado de este sector es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que a través del Viceministerio de Turismo «trabaja programas y acciones para alcanzar un turismo sostenible, lograr que la actividad turística se convierta en un catalizador de la descentralización y las inversiones y en lograr un sector más competitivo y sostenible, que contribuya al cumplimiento de los objetivos nacionales».

De otro lado, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), como organismo técnico adscrito al MINCETUR, se encarga de formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones, de conformidad con las políticas, estrategias y objetivos sectoriales.

España es un mercado emisor de suma importancia, ya que es el país europeo que más turistas emite hacia nuestro territorio, con un crecimiento sostenido en los últimos 10 años. Estas visitas representan aproximadamente 156 millones de dólares de divisas al Perú, con un gasto promedio de 1.333 dólares durante la estancia, mayor al gasto promedio del turista extranjero, que bordea los 950 dólares.

Es ampliamente reconocida la importancia del turismo de españoles al Perú, no solo por las divisas que deja al país sino porque este se orienta a visitar nuestros destinos mejor consolidados, como los sitios arqueológicos, en donde Machu Picchu encabeza la lista. Es decir, se basa en destino en donde nuestro país ya tiene experiencia de manejo y gestión, y en donde se han venido realizando intervenciones para afianzar su competitividad.

En el estudio «Perfil del Potencial Turista Español para el Perú» se revelan importantes datos acerca del turista español y la proyección de su viaje al Perú, que provienen fundamentalmente de Madrid y Barcelona, que su nivel socioeconómico es medio-alto y alto, interesado en el turismo cultural, naturaleza y de aventura, y el reconocimiento a la cultura milenaria del Perú. En ese sentido, pueden proponerse algunas oportunidades para el desarrollo de la actividad turística en españoles hacia el Perú en el turismo de sitios arqueológicos, el turismo de naturaleza y el turismo rural comunitario.

En definitiva, las oportunidades de consolidar y fortalecer la relación Perú-España son prácticamente ilimitadas. Los Tratados por sí mismos no generan flujo de comercio, ni de turismo, ni de inversiones. Generan oportunidades y depende de la capacidad de nuestros países para aprovecharlas. En este marco, la posibilidad de alianzas estratégicas empresariales de cara a terceros mercados representa una de las mayores oportunidades.