EXPORTAR EN INCERTIDUMBRE

Primero fue la pandemia y, ahora, los costos de una guerra internacional y la inestabilidad política en el frente interno. Exportar es un esfuerzo que rinde frutos, pero se hace necesario dictar algunas medidas para contribuir a su fortalecimiento y aprovechar las oportunidades que se presentan.

Prohibida su reproducción y/o difusión

TIEMPOS DE

Prohibida su reproducción y/o difusión

Escribe SONIA MILLONES

Contra todo pronóstico, en el 2021 las exportaciones peruanas alcanzaron los 56,000 millones de dólares registrando un aumento de alrededor de 35 % respecto a las cifras de 2020. Para este 2022 es más difícil hacer una proyección en una situación de alta inestabilidad política nacional, un escenario de conflicto bélico internacional y las secuelas económicas del coronavirus. No obstante, es posible tomar en cuenta varios factores y herramientas para crecer en tiempos de incertidumbre.

Para el economista Dagoberto Díaz Díaz, profesor de Negocios Internacionales de la Universidad del Pacífico, una de las lecciones de exportar en tiempos del coronavirus es que toda crisis genera una oportunidad para analizar estrategias, reformularlas e innovar.

producto de la globalización. A pesar de estar tan lejos geográficamente, se ven varios efectos en la fluctuación de los precios de los *commodities* de energía, alimentos y demanda de minerales", enfatiza Díaz Díaz.

Las estimaciones sobre la demanda del cobre son mixtas debido a la preocupación de algunos sectores por el conflicto bélico en Europa y el aumento de infecciones por coronavirus en China. No obstante, para el presidente del Banco Central de Reserva del Perú (BCR), Julio Velarde, si bien el país no es ajeno a las consecuencias de la guerra, se puede crecer considerando los altos precios de los *commodities* en la actualidad. Además, el cobre seguirá siendo demandado para la transición hacia energías renovables y la electromovilidad.

El profesor Dagoberto Díaz Díaz destaca, además, que el precio del oro ha subido en torno a los 2,000 dólares la onza y su atractivo como activo refugio hace prever el aumento de su valor. El Perú como exportador de oro puede resultar beneficiado. "En la exportación de minerales no creo que ganaremos por cantidad

Prohibida su reproducción y/o difusión

«Para el presidente del Banco Central del Perú, Julio Velarde, si bien el país no es ajeno a las consecuencias de la guerra, se puede crecer considerando los altos precios de los *commodities* en la actualidad».

"El Perú debe estar preparado para afrontar este tipo de escenarios y se necesita un Estado que apoye el esfuerzo de los empresarios en esta tarea", dice.

El aumento del precio de los metales, como oro y cobre, contribuyó a los resultados positivos de las exportaciones del año pasado y contrarrestó los efectos de la disminución de la confianza empresarial producto de la inestabilidad interna; sin embargo, en este 2022 el escenario es más complejo.

"El panorama internacional de situación de guerra está influyendo en todas las economías y cada día que pasa se profundizan los impactos,

de envíos, debido al cierre de algunas minas en Perú, pero sí ganaremos por el precio", resalta.

DIVERSIFICAR E INNOVAR

Los peruanos tienen experiencia desarrollando habilidades y propuestas para operar en condiciones adversas. En ese sentido, esta coyuntura es una invitación para apostar por la diversificación e innovación en las exportaciones. "Ucrania es un gran proveedor de trigo, cebada y maíz. Un eventual quiebre en ese tipo de cultivos cambiará la oferta mundial. El Perú, entonces, debe estar preparado para innovar en agronegocios", exhorta.

El incremento en el precio del petróleo se reflejará en el alza del costo de los fertilizantes, con un impacto directo en la agricultura.

Prohibida su reproducción y/o difusión

Hay mucho potencial en la agroexportación, teniendo en cuenta que es la segunda fuente de ingresos al Estado peruano y que hay productos que se han fortalecido como el jengibre (kion), que ha posicionado al Perú como el tercer mayor exportador mundial detrás de China y Países Bajos.

"Actualmente hay una fuerte inversión en kion y se está exportando bastante. También hace tiempo tuvimos un *boom* de páprika. En esa línea, podemos apostar por nuevos productos y mercados. Para este año se espera el crecimiento de la agroexportación en un 15 %", destaca.

Diversificar las ventas en varios países disminuye riesgos, pero para ello es preciso conocer bien los productos que se venden y los mercados en los que se colocan. "En este escenario es importante asociarse en las cámaras de comercio y gremios empresariales que brindan información sobre los mercados y sus contextos", dice.

La asociatividad y la flexibilidad también deben ser parte de la estrategia. "Es la ruta que han seguido varios. Al asociarse se puede mejorar costos y tener mayor capacidad de negociación", afirma.

CADENA LOGÍSTICA

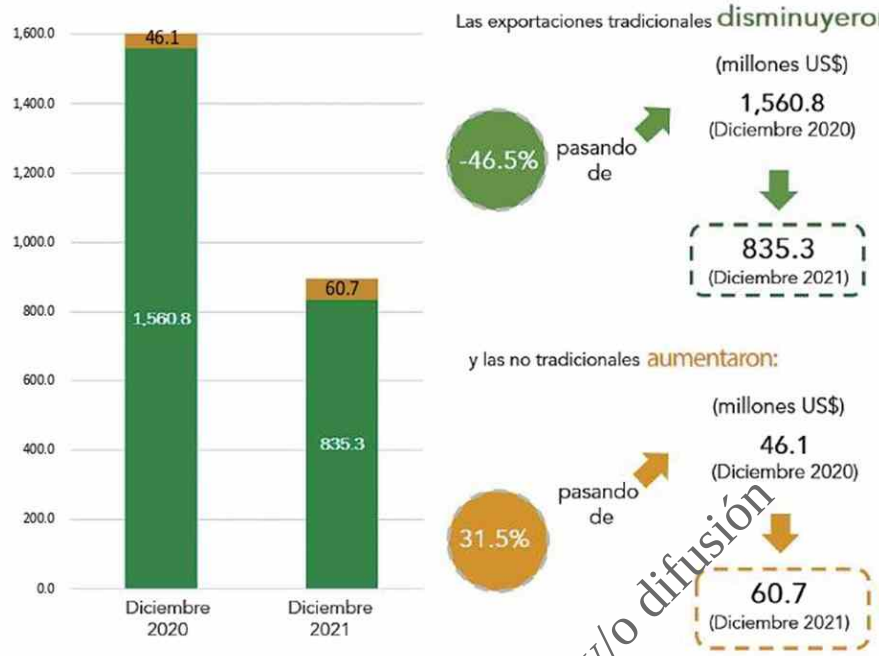
También sugiere tener en cuenta el aumento de los costos de las importaciones, la cadena logística e insumos para la agricultura. "El tema de la energía es clave. Somos importadores de petróleo y la subida de precio de este combustible se traducirá en mayores precios en los medios de transportes para la exportación (barcos, aviones, camiones), además de la inflación", sostiene.

Recuerda que los precios de la cadena logística, cabotaje y otros ya habían subido por la pandemia y ahora con el escenario bélico se complica más esa cadena que es vital para las exportaciones. "Se debe tener en cuenta el incremento de los precios del trigo, cebada, maíz, aceite, y del petróleo y sus derivados, porque ello se reflejará en los costos de los fertilizantes, muy usados en la agricultura", indica.

"Por el problema del coronavirus hemos enfrentado subidas de más del 100 % de insumos agrícolas, fertilizantes e insecticidas, y lamentablemente esta tendencia podrá seguir al alza y afectar a productores de café, mango, arándanos y diversas plantaciones", advierte.

En ese contexto, recomienda a todos los emprendedores informarse y conocer en detalle las restricciones y medidas económicas aplicadas por los países. Por ejemplo, comenta, hay varios suministros y bienes de capital que vienen de Rusia, como insumos para la agricultura, úrea, abonos minerales y nitrato de amonio. "Es importante conocer en detalle la situación de estos insumos para tomar decisiones", señala.

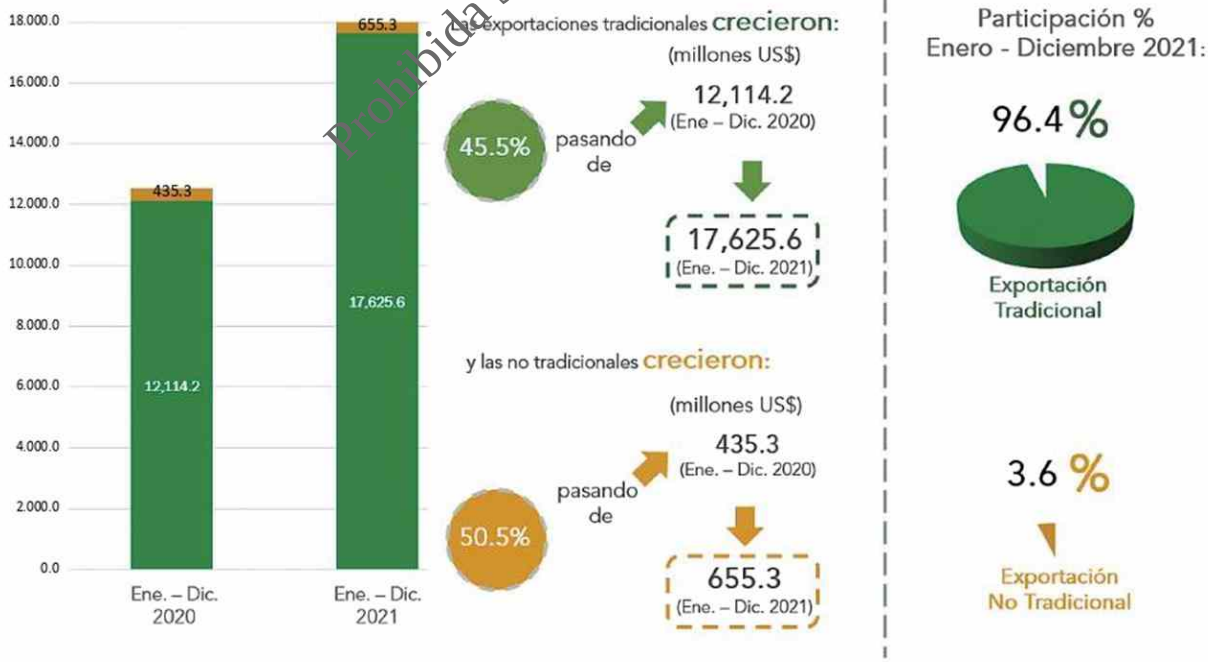
PERÚ: EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES A CHINA - DICIEMBRE 2020 / 2021
expresado en millones de dólares americanos FOB



Fuente: SUNAT – ADUANAS
Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior de CAPECHI

Prohibida su reproducción y/o difusión

PERÚ: EVOLUCIÓN EXPORTACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES A CHINA - ENERO A DICIEMBRE 2020 / 2021
expresado en millones de dólares americanos FOB



Fuente: SUNAT – ADUANAS
Elaboración: Gerencia de Comercio Exterior de CAPECHI

También resulta necesario estar actualizados sobre las cadenas de suministros porque las consecuencias del conflicto bélico se traducen en el encarecimiento de gas y petróleo, además de efectos en el abastecimiento de productos. "Los empresarios de logística proyectan una contracción del volumen de tránsito y tendrán que subir precios en la cadena productiva que ya se había incrementado casi al 50 por ciento como consecuencia del coronavirus", refiere.

ROL DE CHINA

En la crisis financiera mundial de 2008, Perú aprendió mucho sobre la importancia de diversificar mercados. Antes se pensaba en exportar solo a Estados Unidos y Europa, pero con la gran recesión se visualizó a China como uno de los países menos afectados, y Perú fortaleció sus envíos al país asiático.

Ese vínculo con China debería ser más aprovechado por las autoridades peruanas, considera Díaz. "En vez de subirse a la ola de los buenos precios de los metales y las oportunidades, cada cierto tiempo se pone obstáculos a las inversiones. Hoy deberíamos duplicar la producción de cobre o aumentar un porcentaje en la producción porque el precio es el doble, pero hay varios proyectos mineros en compás de espera", dice.

Sostiene, además, que la guerra en Europa fortalecerá más las relaciones entre Asia y América Latina, especialmente con China, por su gran mercado, inversiones y tecnología. En ese contexto, recuerda que la compañía minera MMG Ltd., operadora principal del proyecto minero de Las Bambas, en Apurímac, cotiza sus acciones en la Bolsa de Valores de Hong Kong.

"El mercado asiático –señala– nos observa a través de Las Bambas porque se cotiza en Hong Kong, pero cada cierto tiempo hay proyectos mineros paralizados, así no podemos estar. El Perú debería encaminarse a ser un país intermedio superior, pero lamentablemente no se han ejecutado medidas en ese sentido".

Por ello, considera imprescindible dar facilidades a la inversión extranjera y generar condiciones de estabilidad. "Si uno hace una gran inversión, no es posible que a la semana te bloqueen el camino, o te impongan medidas contraproducentes como el decreto del Poder Ejecutivo que elimina de manera parcial la tercerización laboral, o la iniciativa gubernamental para duplicar la indemnización por despido arbitrario", sostiene.

Remarca que se necesita un Estado dinámico, que apoye a los empresarios e incentive la generación de empresas y empleos. "Los cultivos no pueden esperar que acabe la guerra o baje el precio del petróleo. Necesitamos personas capacitadas que dirijan y conozcan el sector, porque con medidas absurdas, las empresas se hunden a pesar de todo el esfuerzo que pongan", comenta.

Prohibida su reproducción y/o difusión

Por ser importadores de petróleo, la subida del precio internacional del combustible se traducirá en mayores costos en transportes e inflación.

IMPORTACIONES

Para William Vega, profesor de Negocios Internacionales de la Universidad del Pacífico, toda crisis y conflicto también es una invitación para enfocarnos en temas estructurales y hacer reformas.

En su opinión se debe dar mayores facilidades a los emprendedores que realizan operaciones de comercio exterior, especialmente importaciones, al ser un eslabón fundamental para el buen funcionamiento en el sistema de exportaciones.

"Hay muchos insumos importados que son fundamentales para las exportaciones en el agro, minería y manufactura", indica.

"Las importaciones transfieren conocimiento para hacernos más competitivos y dan trabajo; sin embargo, el Estado muchas veces castiga esta actividad poniendo trabas sobre productos que no se conocen, y al hacer eso indirectamente hace daño a las exportaciones", añade.

Explica que en la actualidad muchos emprendedores tienen que lidiar con altos aranceles que se pagan por traer diversas maquinarias que se producen en China y son usadas para la agricultura, por ejemplo.

"Los precios de los contenedores han subido, las entregas se demoraron, se ha tenido que pagar sobreestadías, y si a eso sumamos altos costos de aranceles, se asegura la recaudación tributaria, pero se está castigando al exportador porque son insumos para su producción", apunta.

En ese sentido, propone una reducción significativa de aranceles para la importación de insumos, materias primas y maquinaria, a fin de bajar los costos del sector productivo. "Hay que ver las importaciones como un aliado de las exportaciones y no asustarnos al ver la balanza comercial inclinada a las importaciones porque hay que mirar esta actividad a largo plazo", sugiere.

Resulta importante que se ejecuten medidas para que las empresas sean más eficientes y puedan exportar más. "Todavía hay muchos impuestos antitécnicos que fomentan que las empresas tengan sobrecostos, y eso se traslada en el aumento del precio de productos y la reducción de empleos", señala.

"Si queremos exportar más productos de valor agregado, nos falta tecnología y establecer vínculos con otros empresarios extranjeros, cooperación, facilitar importaciones: es toda una cadena productiva", menciona.

COMERCIO ELECTRÓNICO

Para el economista, también es necesario aprovechar más los beneficios del comercio electrónico para la exportación. Asegura que China ofrece diversas opciones de plataformas

El proyecto minero Las Bambas cotiza sus acciones en la Bolsa de Valores de Hong Kong. El mercado asiático observa con atención el comportamiento de la actividad minera en el Perú.

Prohibida su reproducción y/o difusión

online con servicios integrados de venta, pago y distribución.

Comenta que el consumidor chino busca alternativas de consumo que se adecúen mejor a sus costumbres y se preocupa más por consumir productos que lo lleven a tener una vida más saludable, competitiva y a tener experiencias auténticas. "China –dice– está creciendo en la demanda de servicios: por ejemplo, las clases educativas *online* de idioma español, diseño de modas, cultura, consultorías, entre otras opciones".

En la actualidad la quinua, maca, sacha inchi, chocolate, pisco y las confecciones de alpaca son algunos de los productos peruanos que pueden ser adquiridos a través de famosas plataformas electrónicas chinas como Jingdong

Prohibida su reproducción y/o difusión

(JD.com). No obstante, todavía hay un campo fértil para emprendedores peruanos en el ámbito de servicios y a través de diversas plataformas.

Refiere que se puede conseguir más ventas en las redes sociales chinas como el WeChat, que tiene muchas opciones en su servicio principal como Wechat Store, WeChat Pay, WeChat Mini-Program y otros.

"Tenemos que aprovechar la ventaja cultural que tenemos los peruanos. Además del idioma castellano tenemos el quechua, podemos enseñar a tocar instrumentos musicales, ofrecer paquetes turísticos virtuales. Se puede buscar historias interesantes que puedan ser explotadas virtualmente", propone.

Vega detalla que países como Brasil y Argentina ya ofrecen, en plataformas chinas, servicios educativos en fútbol, asesoría y entrenadores, y subraya que hay potencial para crecer en ese ámbito. Además, recuerda que el desarrollo de una estrategia exitosa de exportación implica informarse bien y comprender, analizar y adaptarse a la cultura de cada país.

Al concluir, pone en relieve que, además de la promoción de exportaciones, el Perú necesita un clima más amigable para que las empresas se enfoquen netamente en producir y que el Estado debe invertir en más programas de capacitación a los pequeños emprendedores, para que la experiencia de venta de servicios *online* sea lo menos complicada posible para el consumidor. **CT**