

7

Excelente Potencial Exportador del País (*)

(Universidad de San Martín de Porres; Lima, 1996)

Excelente Potencial Exportador del País (*)

(Universidad de San Martín de Porres; Lima, 1996)

El Perú tiene un excelente potencial exportador, porque es uno de los pocos países que puede brindar una gama tan espectacular de posibilidades, además de variedad de recursos naturales y de microclimas en todo el territorio nacional, señaló el Dr. Enrique Cornejo en el CREAL 96.

El destacado expositor desarrolló el tema denominado “Análisis de las Posibilidades de Exportación en el Perú”, afirmando que “...tenemos un excelente potencial en la rama de exportación, pero es necesario que nuestro país desarrolle estrategias para las exportaciones a nivel macro y también estrategias competitivas de nuestras empresas a nivel micro”.

Son varios los factores que favorecen las exportaciones en el Perú, el primero de ellos es el entorno macro que es más rentable, la baja inflación que se registra actualmente favorece los negocios de exportación; segundo, hay una buena legislación sobre inversión extranjera y nacional, dando un marco adecuado para la inversión y para poder tratar con probables socios estratégicos. Tercero, la apertura ha favorecido las exportaciones, porque ahora pueden comprar más rápidamente y más barato los insumos para su producción para exportación, así como cambiar de tecnología con rapidez, lo cual es muy necesario en este negocio.

Otro factor positivo y que favorece los negocios de exportación, es la pacificación del país, desarrollada por el actual gobierno. Ahora, otro tema importante que hay que lograr es que los negocios tengan productos competitivos para exportación.

Ser competitivo significa ser el mejor a nivel mundial. “Significa que yo me propongo deliberada y conscientemente, lograr que mi empresa se convierta en la líder mundial en ese producto o en ese servicio, durante un período determinado de tiempo y para un mercado específico.

La recomendación para los futuros gerentes es -sin lugar a dudas- que no solamente inicien un negocio que sea rentable, sino que lo hagan con miras a convertirlo en un liderazgo competitivo, además de contribuir al desarrollo del país. Necesitamos nuevas formas de exportación, inversión, proyectos y, sobre todo, nuevos productos para exportar con muy buena calidad. Se necesitan alrededor de 20,000 exportadores ya que se trata de muchos años de atraso.

Uno de los sectores que más rápidamente se va a desarrollar es el sector agropecuario- agroindustrial, debido a la diversidad de productos agrícolas que existen en el país; otro sector de gran potencialidad es el turismo.

En el primer sector tenemos una variedad de ecosistemas que nos permiten producir todo el año; esto nos da una ventaja porque podemos exportar en la época en que nuestros competidores no pueden.

Frutas de las más variadas especies, desde las conocidas hasta las exóticas; colorantes naturales que en el mundo son cada vez más requeridos tales como la cochinilla, carmín, achiote, tara, maíz morado, etc.

Otros productos que se exportan actualmente son el espárrago, el mango y el Camu Camu. “El sector agropecuario-agroindustrial será, en los próximos años, uno de los sectores líderes de la exportación en el Perú”, indicó Cornejo.

En cuanto al sector turismo, que produce servicios de viajes, hoteles y restaurantes, constituye una de las áreas con mayores probabilidades de desarrollo en un mediano plazo, pero existen dos problemas que tiene que afrontar actualmente.

El primero de ellos es que no existe suficiente infraestructura para recibir a los turistas que quisieran venir; no hay suficientes hoteles, se necesita mayor inversión en éste aspecto. Al respecto, es muy importante la “cultura de servicio al cliente”, las agencias de viaje, hoteles, restaurantes, sistemas de guiado, agencias de transporte, servicios de seguridad, que consideren al turista como su cliente final.

Tenemos que acoger bien al visitante extranjero, que se le brinde buena atención para que regrese al país y se convierta en nuestro principal promotor de ventas afuera y así podamos multiplicar el número de turistas que vienen anualmente al Perú.

Para subir la tasa de exportación tenemos que conseguir un volumen competitivo que requiere de inversión a un ritmo mayor que el del crecimiento del producto. Actualmente, la exportación registra una tasa de crecimiento del 15% y se espera crecer un 5% adicional.

Esto lo señala un reciente estudio del Banco Mundial, denominado “El Milagro del Asia Oriental”, en el que también se dice que, en los últimos 25 años, el comercio crece más rápido que el producto, como una tendencia mundial. En nuestro país el producto crece por encima del ritmo de crecimiento del comercio; algo muy lamentable, pero son los futuros empresarios los que deben mejorar esta situación.

Otro estudio realizado por Monitor Inc. (empresa liderada por Michael Porter) respecto a la problemática de la competitividad en el Perú, revela que las empresas líderes se construyen a través de proyectos competitivos, productividad, eficiencia, calidad, como mecanismos permanentes de superación.

“Hay que construir ventajas competitivas, porque a todo este potencial hay que ponerle trabajo, tecnología, inversión, esfuerzo, decisión, tiempo, marketing, financiamiento y todo ello nos va a dar un producto o servicio competitivo”, enfatizó.

Este mismo estudio también plantea que el Perú puede convertirse en líder mundial en el abastecimiento de prendas de vestir para el mercado norteamericano. Así también, en el sector turismo, ser líder en el mercado norteamericano específicamente en lo que respecta a la atención de turistas de naturaleza-aventura.

“El otro caso está dirigido hacia el mercado de los agronegocios ya que el Perú produce todo el año, debido a su variado clima, una ventaja realmente buena para producir y exportar en la época donde otros no lo pueden hacer”, concluyó.

(*) Conferencia desarrollada por Enrique Cornejo y cuyo resumen fue publicado con el título: “Análisis de las Posibilidades de Exportación en el Perú”. La Conferencia fue organizada por los estudiantes de CREAL en la Universidad De San Martín de Porres. El referido documento fue publicado en “Revista Administración 2000” Revista de la Facultad de Ciencias Administrativas de la USMP; Lima, 1996; Páginas 28-29. Enrique Cornejo se desempeñaba en ese entonces como economista y Consultor en Comercio Internacional.