

Amora Carbajal: “PromPerú se centrará en promover a las mipymes”

¿Cómo va la campaña de promoción del Perú en el exterior?
¿Cuáles han sido los principales resultados?

En el marco de la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021-2023 implementada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Promperú **ha diseñado y viene ejecutando el Plan de Promoción de Turismo Receptivo 2022**, en el cual se han priorizado **19 mercados de interés a nivel mundial**, en los que se están desarrollando diversas acciones de promoción, tales como campañas de publicidad de alto impacto, alianzas estratégicas, participación en ferias internacionales y eventos dirigidos al sector comercial como al público final, organización de ruedas de negocios y acciones de capacitación a la cadena, entre otras.

Cabe señalar que la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo establece una serie de medidas y acciones para la reactivación económica, preservación y desarrollo sostenible del sector con un horizonte de tres años, las mismas que se adaptan y flexibilizan teniendo en consideración el panorama variable a causa de la pandemia.

La referida estrategia tiene como objetivo posicionar al Perú como un lugar de experiencias únicas sobre la base de su riqueza natural y cultural, fortaleciendo su reputación, teniendo como visión que el Perú sea reconocido a escala mundial como un destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro.

Por otro lado, prevé darle impulso a la competitividad del **sector turismo** fortaleciendo la articulación público-privada como plan de acción para la recuperación de la industria turística, a través de metodologías para el desarrollo de planes estratégicos a ser implementados por los gobiernos regionales y locales, acorde con la política nacional.

¿Cuántas oportunidades de inversión se ha podido concretar en los últimos meses?

El flujo de Inversión Extranjera Directa (IED) hacia **el Perú** ha mostrado una fuerte recuperación durante el 2021, luego del periodo más adverso durante la pandemia, ascendiendo a **US\$ 6.223 millones** que ingresaron a nuestro país en todo el 2021, 350% por encima de los US\$ 1.382 millones del 2020 (según el Banco Central de Reserva).

Aunque todavía no tenemos cifras cerradas del primer trimestre del año, las cifras del cuarto trimestre del 2021 auspician que esta tendencia se ha mantenido sólida. En este sentido, **el flujo de Inversión Extranjera Directa ha sido US\$ 1.471 millones en dicho trimestre**, casi 80% superior al monto que ingresó al país en similar trimestre del 2020 (US\$ 827 millones).

En Promperú, a través de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales, desde inicios de año seguimos brindando información relevante a diversos potenciales inversionistas extranjeros pertenecientes a distintos sectores, como los de conectividad y tecnologías de la

información, manufactura de envases y embalajes, desarrollo de plataformas virtuales para servicios empresariales, servicios financieros (fintech), entre otros.

Estos potenciales inversionistas han visitado el Perú en los últimos meses, con el propósito de conocer el mercado local, entrevistarse con actores importantes del sector público y privado, potenciales proveedores, etc. Es decir, hay un conjunto importante de inversionistas que mantienen el interés por venir y conocer las condiciones concretas relacionadas a un eventual establecimiento de sus operaciones en el Perú.

Actualmente, estamos planificando diversas actividades de promoción de inversiones en nuestros mercados internacionales priorizados, en los cuales mostramos más de 70 proyectos empresariales de inversión a nichos de empresas extranjeras potencialmente interesadas en establecerse en nuestro país.

Ante el récord de exportaciones alcanzado el año pasado, ¿cuál será la estrategia para este año frente a los shocks externos como la guerra en Ucrania y la crisis de los fletes?

La estrategia se centraría en la diversificación de mercados, sobre todo los relacionados a los procesos de integración regional como la Comunidad Andina (CAN), Alianza del Pacífico y Mercado Común del Sur (Mercosur), para promover la inserción de MiPymes, de las diferentes regiones del país.

Otra estrategia es la de fortalecer las oficinas comerciales del Perú en Latinoamérica, así como la inteligencia de

negocios y servicios avanzados como gestores comerciales, centros de distribución y e-commerce.

¿Cómo va el plan de promoción turística y de la gastronomía peruana para la total reactivación del sector?

Dentro de nuestras acciones de promoción, enfatizamos la imagen del Perú como un destino de naturaleza, somos un país con una variada oferta de áreas naturales protegidas abiertas al turismo, estas se ubican en costa, sierra y selva.

Recientemente, la fundación sin fines de lucro 'Green Destination', que reconoce a nivel mundial los lugares turísticos más respetuosos con el ecosistema, incluyó nueve destinos turísticos del Perú en su lista "Top 100 Destinos Sostenibles".

La promoción de nuestra oferta turística depende de los mercados y al público al que queremos llegar. Sin embargo, también contamos con ofertas claves como el turismo de aventura y desde luego, la que ofrece nuestra gastronomía. Sabemos que la cocina peruana se ha convertido en un importante motivador de viaje, y es un componente permanente en la estrategia de promoción que venimos desarrollando desde hace muchos años, y que nos ha llevado a ser reconocidos internacionalmente.

En Promperú trabajamos para impulsar la comercialización de Perú como Destino de Turismo Gastronómico y así incrementar el flujo turístico de mercados priorizados con el objetivo de

preservar y difundir las cocinas regionales dándole valor a nuestros insumos y a la cadena de valor conformada por los cocineros regionales, chefs peruanos que triunfan alrededor del mundo, los gestores y asociaciones culinarias, los productores y campesinos a nivel nacional.

¿Cuántos visitantes extranjeros podría lograr el Perú este año? ¿Se llegarían a cifras prepandemia?

En el 2021, llegaron 441.333 de turistas internacionales a nuestro país. Ello representa solo el 10,2% del total de llegadas en 2019. **Durante el primer bimestre del año 2022, llegaron al país 133.875 turistas internacionales, 116.000 más que en 2021, representando 18% de las llegadas registradas en 2019.**

Se espera que en 2022 lleguen a nuestro país cerca de 1 millón de turistas extranjeros. Estas cifras aún están por debajo de los niveles prepandemia, pero es un sector en el que seguimos trabajando a fin de impulsar la reactivación económica del país.