

Walter Vizarreta: «Tenemos identificados a casi 50 nuevos inversionistas»

¿Cuál es el objetivo de la Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales de Promperú?

Esta dirección se creó básicamente para incrementar la inversión extranjera directa en el país. Tocamos campos distintos de infraestructura o servicios públicos, de acuerdo a nuestro Reglamento y Organización de Funciones (ROF).

Nos orientamos a impulsar las inversiones a través de instalaciones de empresas en el país, lo que se denomina "proyecto greenfield", así como también accionariado en alguna compañía con una sociedad peruana o adquiriendo alguna empresa del Perú.

¿Qué mecanismos utilizan para dar a conocer a las empresas peruanas?

Aquí, el trabajo importante lo realizamos a través de nuestras oficinas comerciales en el exterior, que cuentan con contactos previamente establecidos a través de inversionistas interesados en diferentes sectores como la industria alimentaria, turismo, manufactura, confecciones, entre otros.

También trabajamos a través de plataformas en foros y ferias que nos permiten interactuar con potenciales inversionistas

que quieran venir al Perú.

Una de nuestras tareas es sistematizar nuestra red de contactos, para que en su momento trabajemos con ellos facilitándoles información a fin de atraer esta inversión extranjera directa o mediante procesos de reinversión.

¿El trabajo de la nueva dirección va a ayudar a repotenciar estas oficinas en el exterior?

Nos va a permitir maximizar el uso de nuestros recursos, porque estas oficinas están haciendo un trabajo importante atendiendo a potenciales inversionistas directamente.

Tenemos alrededor de 30 oficinas comerciales en el exterior ubicadas en varios países, pero su cobertura abarca a muchos más.

También contamos con un grupo de trabajo con el cual coordinamos acciones y está integrado por la CCL, Confiep, SNI, AGAP, ADEX, ComexPerú y Canatur.

El BCR dice que la Inversión Extranjera Directa (IED) caerá 82,5% en el 2020 por la pandemia. ¿Qué se prevé hacer para mitigar este descenso?

Definitivamente a nivel de Latinoamérica se habla de una caída de la IED de alrededor del 50%. Lo que nosotros debemos hacer es tratar de ver cómo la atenuamos y que su repercusión nos

afecte lo menos posible.

Para mitigar la situación la oficina viene potenciando sectores importantes como la industria alimentaria. Pero se debe tener en cuenta que los esfuerzos que se hagan serán independientes cuando se logre la concreción de la inversión. No es de forma inmediata.

Por eso es necesario empezar a trabajar con potenciales inversionistas articulando esfuerzos con otras instituciones.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) estima que la concreción de un proyecto de inversión, dependiendo de la magnitud y las condiciones con las que cuente un país, puede durar entre uno y tres años.

¿Han tenido algún acercamiento con potenciales inversionistas?

Tenemos una cartera de potenciales inversionistas identificados por nuestras oficinas comerciales. Son alrededor de 50 empresas de diferentes continentes.

Ellos están muy interesados en la industria alimentaria, proyectos de turismo en la parte de hotelería, ecoalbergues, y la posibilidad de transporte una vez que se restablezca el flujo de turistas perdidos por la pandemia.

Hay también interés en el sector textil, confecciones y prendas de vestir, así como en proyectos enfocados en la manufactura y en la pesca de consumo humano.

Como oficina llevamos instalados desde el 13 de agosto pasado y justamente estamos implementando nuestro plan estratégico con programas anuales que muy pronto anunciaremos. Estamos muy entusiasmados porque las condiciones macroeconómicas del Perú lo siguen haciendo un país atractivo.

¿Tienen planeado realizar algún foro virtual en lo que resta del año?

Para la primera semana de noviembre estamos organizando un foro virtual de turismo en el que se mostrará todo el potencial que tenemos en este sector y lo estamos trabajando directamente con la Cámara Nacional de Turismo (Canatur).

Van a participar potenciales inversionistas extranjeros, principalmente de Latinoamérica, pero también se ha invitado a algunas empresas de Norteamérica y Europa.

Asimismo estamos previendo otro para diciembre enfocado en el mercado estadounidense.

Para ello, estamos coordinando con nuestras oficinas comerciales, tratando de ver cuáles serían los sectores más importantes a ser resaltados, pero, evidentemente, siempre están presentes la industria alimentaria, la manufactura y el

sector textil.