

Rueda virtual Perú – Taiwán logró negocios por US\$ 1,7 millones

Una misión comercial de Taiwán, integrada por 23 empresas tecnológicas, concretó negocios con 40 empresas peruanas por más US\$ 1,7 millones para los próximos 12 meses, tras participar en el «2021 Taiwán Business Week in Latin America», informó el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Este evento, transmitido en la plataforma virtual Blue Jeans, se llevó a cabo hace una semana y fue organizado por Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) con el apoyo de la CCL y la Oficina Económica y Cultural de Taipéi en Perú.

Cabe precisar que en este encuentro participaron empresas taiwanesas de los rubros electrónica, autopartes, construcción y *fitness*, las cuales que sostuvieron 100 reuniones de negocios vía videoconferencia con los empresarios de Perú.

Efecto pandemia

Previamente, TAITRA organizó el *Foro Latinoamericano de Oportunidades de Negocios*, considerando que Latinoamérica fue una de las regiones más afectadas por la pandemia de la COVID-19 y la necesidad de informar a los empresarios taiwaneses sobre las novedades económicas y comerciales en la

región.



Economía peruana creció 58,49% en abril de este año



Ejecución de proyectos de inversión reducirá brechas de desarrollo regional



Arequipa recibió más de S/ 192 millones por minería entre enero y abril

De esta manera, los expertos en comercio exterior compartieron los nuevos escenarios comerciales. En el caso de Perú, se contó con la participación del Consejero Económico Comercial de Promperú en Taiwán, Juan Luis Kuyeng, y el director de la División Económica de la Oficina Económica y Cultural de Taipei en Perú, Enrique Huang.

Asimismo, se destacó la importancia de Perú como tercer socio comercial de Taiwán en Sudamérica, después de Brasil y Chile.

Puesto que, si bien –por efecto de la pandemia– el comercio bilateral entre estos países registró una caída del 12%, en relación al año anterior, al sumar US\$ 462,5 millones, se observó que entre enero y abril del presente año hubo una mejora del 30%. Ello debido a que las empresas se están adaptando gradualmente al nuevo escenario.

Nuevas oportunidades comerciales

En ese sentido, la pandemia ha generado nuevas oportunidades comerciales. **Por ejemplo, para evitar la aglomeración, se optó por el teletrabajo y el e-learning, que ya son tendencias generalizadas en el Perú, por lo cual la demanda de productos informáticos está en alza.**

Igualmente, la estadía prolongada del individuo en su hogar ha generado la compra de nuevos electrodomésticos e incluso, para el mejoramiento de la salud física, se ha adquirido equipamiento fitness.

Así también, la tendencia del comercio electrónico y la entrega de productos a domicilio se han consolidado como los segmentos de mayor demanda, causando la escasez de motocicletas y sus repuestos, etc.

Cabe destacar que el Fondo Monetario Internacional (FMI) estimó que el Perú crecerá 8,5% este año, uno de los mayores crecimientos en Latinoamérica. Por ello, será un país con muchas oportunidades comerciales para los empresarios taiwaneses.