

Víctor Sarabia: “Convenio CCL y Swisscontact/SIPPO fortalecerá portafolio de servicios del sector exportador de la Cámara”

¿En qué consiste la firma de convenio interinstitucional entre la CCL y Swisscontact/SIPPO?

Swisscontact opera en el Perú un programa global, también de origen suizo, que es el Programa Suizo de Promoción de Importaciones de Suiza (SIPPO). Este es un programa dirigido a fortalecer las capacidades y las herramientas de gestión de las empresas que están listas para exportar y esto se realiza a través de organizaciones de soporte empresarial y la Cámara de Comercio de Lima (CCL) es una de ellas. Entonces, el convenio tiene como fin, justamente, poner en práctica el fortalecimiento de los servicios de la CCL ligados a las exportaciones teniendo esta fase una vigencia hasta el 2025.

¿Cuál es el objetivo y los compromisos que se han adquirido

con la firma de este convenio?

La firma de convenio se realizó el 21 de octubre pasado y, en líneas generales, el compromiso que tiene SIPP0 es brindar capacidades a los equipos técnicos de la CCL, así como apoyar su fortalecimiento institucional para mejorar el portafolio de servicios que tiene la Cámara y que están dirigidos al sector exportador. Sin embargo, antes de esta firma, ya se estaban dando coordinaciones con la CCL, a través de la Gerencia de Comercio Exterior, para poder ir identificando algunas actividades de interés común.

Algunas de estas están relacionadas a la inteligencia comercial, a la promoción comercial y ahí es donde la CCL tiene un muy buen expertise en lo que se refiere al desarrollo de ferias, ruedas de negocios, misiones comerciales y perfiles de inteligencia de mercados.



¿Cuál es la labor de SIPP0 en el Perú?

Este programa perteneciente a la **Cooperación Suiza – SECO**, opera en el país hace más de diez años, y en esta nueva etapa, que ha empezado el año pasado con la Fundación Swisscontact como operador en el Perú, lo que hace es apoyar justamente a los llamados organismos de soporte empresarial, entre ellos la CCL, que les permite mejorar la capacidad de sus equipos técnicos, sus servicios dedicados a la exportación y por tanto, a las empresas que están exportando o en la “última milla” de la cadena de exportación.

¿Cómo va el tema de la integración al comercio mundial de los países emergentes, especialmente el Perú?

Esa es una muy buena pregunta, sobre todo en un contexto tan complejo en el que estamos viviendo en estos días por una serie de factores internos y externos. Según estimaciones de diversas fuentes, la economía peruana crecerá entre 2,5% y 3% lo cual podría ser suficientes para una economía de primer mundo, pero para nuestro país es insuficiente y uno de los motores del desarrollo son las exportaciones y el turismo receptivo.

Si bien factores macroeconómicos nos mantienen como una de las economías más estables de la región, aún falta recuperar el ritmo del ritmo del gasto público y la confianza entre los inversionistas, aunque sin duda hay sectores que felizmente siguen al alza, como el agroexportador donde vemos que al 2021, tres productos han pasado la barrera de los US\$ 1.000 millones en exportaciones. Esperamos que, al cerrar el presente año, se haya logrado más de US\$ 10.000 millones en agroexportaciones.

¿Qué productos consideran que Perú podría explotar para llegar a más mercados?

Lo importante que se debe recalcar es que, a través de sectores como alimentos procesados, ingredientes naturales y turismo sostenible, (el programa) nos ha permitido trabajar en el país con cuatro organizaciones, entre ellas la CCL. Además, este gremio está manejando una cartera de socios de más de 4.000 empresas a nivel nacional que son de gran impacto y muestra el alcance que podemos llegar.

Como decíamos, el sector agroexportador no debe descuidarse y recordemos que es el segundo empleador en nuestro país, con más de 1,5 millones de empleos y es ahí donde debemos tener medidas de gobierno que sigan acompañando el impulso sectorial, cuidar el capital humano y la imagen del Perú como socio confiable a la hora de hacer negocios y con ello ir más allá de los 70 mercados a los que nuestros productos llegan actualmente.

Mencionó también a operadores turísticos. ¿Qué otros sectores ven que podrían explotar?

En el caso de turismo sostenible, hemos iniciado algunas conversaciones con el Gremio de Turismo de la CCL con el fin de poder identificar puntos de encuentro para interactuar, de la misma forma que hacemos con otros gremios como la Cámara Nacional de Turismo (Canatur) y con Promperú.

En este sentido, por ejemplo, los turistas europeos miran con mayor detenimiento el uso responsable de los recursos turísticos, el patrimonio cultural, los ecosistemas y la biodiversidad, la emisión de gases de carbono, etc., que es lo que llamamos turismo sostenible. Ahí necesitamos desarrollar capacidades y herramientas de gestión en los tour-operadores de nuestro país y acompañar en esa tarea a las entidades de promoción turística.

Por otro lado, tenemos que aprovechar el posicionamiento que tiene la CCL porque nos permite apoyarlos en innovación de ciertos servicios que son importantes. Sabemos que el año pasado la CCL ganó la Competencia Mundial de Cámaras en la categoría Mejor Proyecto Digital con su iniciativa “Cámaras Digitales: La nueva normalidad”, donde vemos que hay un interesante *know how*, en transformación digital que podría ser compartido con otras organizaciones de apoyo empresarial, sobre todo aquellas en el interior del país.

