

# 57 Propuesta de política pública

## Promoción de Inversiones al Exterior

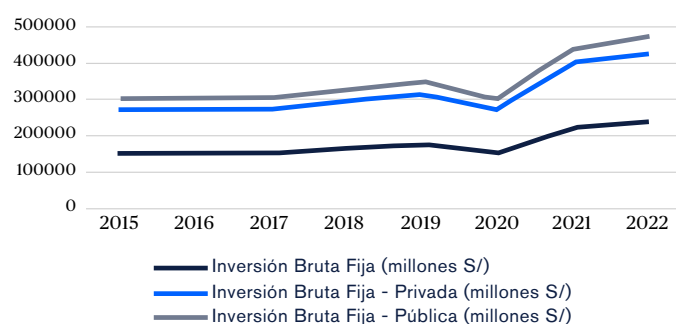
2023

### Contexto

La atracción de inversión extranjera directa (IED) se ha mantenido como una prioridad para las economías emergentes y en especial la peruana. Estas mantienen indicadores de desempleo altos, mercados poco desarrollados y oportunidades en sectores donde el gobierno no provee servicios competitivos. Así las políticas gubernamentales destinadas a la reducción de los costos de comercio e inversión están orientadas a corregir las fallas de mercado y fomentar a nivel país el crecimiento y bienestar económico en los diferentes sectores. El objetivo debe ser el estimular la inversión empresarial y mejorar el involucramiento de las empresas peruanas con los mercados internacionales.

La inversión tiene gran relevancia en el PBI peruano; siendo el segundo componente más importante después del consumo privado, de acuerdo con las cifras del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP). La inversión privada representa el 80%, mientras que la inversión pública, 20%, por lo cual la inversión privada dinamiza la economía. A pesar del retroceso observado durante el año 2020 por la pandemia COVID-19, se espera que siga mejorando en los siguientes años.

Figura 1: Composición de la inversión Bruta Fija (millones S/)



Fuente: BCRP; Elaboración propia.

Sin embargo, considerando las diferentes circunstancias en los últimos años relacionadas a las crisis que se vienen afrontando a nivel nacional e internacional, como la situación política, el incremento de la inflación. Por ello, es importante

### Propuesta de Política Pública

El contenido puede ser total o parcialmente reproducido, si se cita la fuente, y no refleja necesariamente la posición institucional del CIUP.

Este *policy brief* se realiza en base a la literatura referida a promoción de inversión y comercio exterior. Este es un aporte de Juan Carlos Ladines y María Estrella Peinado, profesores de la Carrera de Negocios Internacionales UP.

impulsar el dinamismo del consumo e identificar los factores que obstaculizan la inversión.

Para la promoción de la inversión, el Perú cuenta con una ley de promoción de las inversiones extranjeras (DL 662), permitiendo que empresas extranjeras ingresen con trato igualitario en el país. Asimismo, ha desarrollado diferentes programas para atraer inversión al país:

- ProInversión es la agencia encargada de promover las inversiones privadas en el Perú, permitiendo generar alianzas estratégicas. Su objetivo es atraer y facilitar la inversión nacional y extranjera en diversos sectores del país como energía, transporte, minería, entre otros.
- Programa Nacional de Infraestructura para fortalecer y disminuir las brechas de competitividad. Respecto a ello, busca atraer inversión (licitaciones, concesiones y asociaciones público-privadas) en proyectos esenciales para el desarrollo de un país como carreteras, aeropuertos, puertos, entre otros que generen un gran impacto y mayor conectividad.
- Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural, cuyo objetivo es impulsar y facilitar la inversión público-privada a fin de mejorar la competitividad de los pequeños productores agrícolas y fomentar la diversificación

productiva y así, contribuir a la reducción de la pobreza y la inclusión de las familias rurales.

- Programa Nacional de Diversificación Productiva, que se encarga de generar y mejorar potenciales nuevas iniciativas, impulsando la inversión y la competitividad en sectores no tradicionales.

Otra manera de promover la mejora en la competitividad de un país es potenciando y mejorando los esfuerzos para impulsar a empresas peruanas a internacionalizarse, y esto se ha realizado a través de las siguientes instituciones:

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo con el Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI), el cual se complementa con la Ruta Exportadora de Promperú. Está orientado a brindar asistencia, tanto técnica como financiera, para el desarrollo y presencia comercial en el extranjero de las micro, pequeñas y medianas (Mipymes)

- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, el cual a través de sus embajadas y documentos desarrollados brindan información sobre guía de negocios e inversión en diversos países.
- La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), realiza encuentros, asistencia para mejorar las capacidades de internacionalización de las empresas.

Una manera de reducir brechas de competitividad es promover la inversión y para ello es importante que se desarrollen programas que permiten el desarrollo de productos y servicios con valor agregado, generando una menor dependencia de commodities y precios internacionales. En este aspecto, en el Perú se tiene el Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación - ProInnovate Perú, encarga de promover la innovación, emprendimiento y transferencias tecnológica en el país.

## Líneas de acción

En el Perú poco explorada es la política que busque apoyar inversiones locales a internacionalizarse en mercados altamente competitivos. El cuadro a continuación muestra los bajos niveles de inversión peruana en el exterior en comparación a lo que el Perú recibe del mercado internacional. Este es un esfuerzo, en algunos casos de empresas con suficiente apalancamiento que toman decisiones de internacionalización sobre la base de riesgos económicos y políticos. Los réditos a este tipo de ejercicio se reflejan en su posicionamiento en el mercado de destino en el largo plazo, además de poder influenciar dentro de espacios económicos y políticos.

Tabla 1: Reporte Perú sobre la Inversión Extranjera Directa 2017 - 2021 (Millones de dólares y por ciento)

	Flujo de IED					Como porcentaje de formación de capital fijo bruto				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Entrada	6,530	6,761	6,179	-871	5,908	13.9	13.4	11.8	-2	10.4
Salida	538	98	983	29	188	1.1	0.2	1.9	0.1	0.3
Entrada	99,839	106,600	112,778	111,908	117,816	46.6	47.3	48.8	54.5	52.4
Salida	10,012	10,155	10,754	10,391	9,888	4.7	4.5	4.7	5.1	4.4

Fuente: UNCTAD, 2022. Elaboración propia.

Pero, también existen empresas que no cuentan con el apalancamiento, dado su tamaño o tiempo de maduración, sin embargo, cuentan con la motivación (o tienen la necesidad) para competir en mercados internacionales. Éstas necesitan de un apoyo político-institucional para poder establecer una estrategia de internacionalización. Así se torna importante el generar un articulador que apoye a las empresas en su inserción a los mercados internacionales. Dentro de los varios modelos que apoyan la salida de capital doméstico, se debe hacer un esfuerzo en establecer una institucionalidad, una Agencia de la Promoción de Inversión al Exterior.

A continuación, se plantean las siguientes recomendaciones:

1. La creación de una Agencia de Promoción de Inversiones al Exterior: Conocidas como IPA (por sus siglas en inglés, Investment Promotion Agencies), las agencias de promoción tienen la misión de hacer que exista un flujo entre la atracción de inversiones para el desarrollo de sectores económicos del país, así como generar empleo e ingresos fiscales. Sin embargo, también existe inversión que busca salir a los mercados internacionales y las IPAs deben ser esa primera fuente de apoyo, que permita al capital doméstico desarrollar articulaciones con el país de destino.

Las IPAs deben no solo manejar la potencialidad económica de los sectores a internacionalizarse, también deben medir los probables riesgos económicos y políticos que los negocios pueden enfrentar en sus mercados de destino.

2. Priorizar y potenciar sectores que puedan adaptarse a modelos de negocios internacionales, en especial a mercados “Born Global”: La dinámica de los mercados es por naturaleza cambiante. Las inversiones que se gestan en la actualidad tienen un componente de internacionalización predefinido. La misión de las IPA es priorizar esas potencialidades y ver en qué posibles mercados puede ser mejor explotadas y bajo qué modelo de inversión.

No solo se busca saber si dicha inversión puede ser rentable en el corto plazo, también como va a competir en el mercado global y como puede sostenerse en el tiempo. Esto pone una mayor presión sobre los negocios o inversiones que se han desarrollado dentro del mercado peruano, pero que no se encuentran preparados para salir a plazas internacionales.

Es ahí donde las IPAs ayudan a conectar al socio estratégico (extranjero o local incluso) para que el empresario peruano pueda salir fortalecido al mercado global. La estrategia debe ser clara y basada en inteligencia de negocios. Las IPA deben proveer toda la información necesaria para que el capital peruano pueda tomar decisiones adecuadas, midiendo su capacidad financiera, de recursos y sobre todo riesgo.

En el mercado de las “Born Global”, en especial el mercado tecnológico, la inteligencia de negocios se torna en un activo importante. Ello permitirá a los negocios peruanos puedan afianzar los procesos de internacionalización y que puedan competir en mercados globales donde puedan distinguirse. Así los negocios peruanos buscarían posicionarse dentro de cadenas de valor globales mejor articuladas sin el riesgo de ser una amenaza para competidores líderes.

3. Reforzar y profundizar los acuerdos Bilaterales de Inversión: En esta medida el Perú ha presentado avances. según bases de datos consultadas (Trademap, UNCTAD, ICSID) el Perú cuenta con 33 acuerdos Bilaterales de Inversión. El Perú ha buscado fortalecer sus relaciones en materia de Inversión Extranjera Directa, para ello el objetivo de la firma de estos acuerdos es proveer estabilidad política y un trato igualitario a la inversión doméstica. Esto ha tenido un impacto significativo en inversión proveniente del exterior.

Sin embargo, cuando se trata de capital peruano que busca posicionarse en el exterior, solo se han usado el 25% de esos acuerdos, y todos ellos fronterizos con el Perú. A pesar de tener las herramientas político-legales con países no fronterizos, el Perú, sus mercados y empresarios no ha hecho un esfuerzo en aprovechar y profundizar el uso de la plataforma de acuerdos.

Es por ello que un objetivo debe ser rescatar dichos acuerdos y potenciar sus instrumentos en favor que inversión local pueda internacionalizarse.

**Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (CIUP)**

Universidad del Pacífico - Pabellón I

Jr. Gral Sánchez Cerro 2050

Jesús María - Lima, Perú

(51)1 219-0100 Anexo 2103

[ciup.up.edu.pe](http://ciup.up.edu.pe)

---