

David Scott Palmer

Profesor de Relaciones Internacionales de la Universidad de Boston

# “El Perú ha diversificado sus envíos a EE.UU.”

CASA AMÉRICA



**VOZ.** Para el profesor Scott Palmer, nuestro país puede integrar verticalmente su producción para generar más valor.

DARWIN CRUZ FIESTAS

**P**ese a los efectos de la crisis, EE.UU. aún es uno de nuestros principales mercados. Por ello, es pertinente escuchar al profesor David Scott sobre cómo se ve al Perú desde la primera economía del mundo. —¿Cuánto más se han abierto las puertas de Estados Unidos para los productos peruanos luego de la entrada en vigencia del TLC bilateral?

En realidad las puertas de Estados Unidos para los productos peruanos ya estaban abiertas, pero sin duda el TLC canaliza mejor el intercambio y, según las estadísticas de Amcham Perú, hay varios centenares de nuevos exportadores peruanos al mercado estadounidense con productos no tradicionales. Aunque su participación no es dramática, se nota un

“

**El TLC ha impulsado más la diversificación productiva”.**

“

**No sé si el Perú está en condiciones de llegar a ser un centro de innovación tecnológica”.**

aumento del flujo comercial de más de 40%.

—La relación comercial entre el Perú y EE.UU. data de mucho tiempo y por varios años este país fue nuestro principal mercado. ¿Con el TLC bilateral cuánto se fortalecerán nuestras relaciones?

Esta pregunta tiene una respuesta con dos variables. Primero, el Perú ya no

vende una gran cantidad de sus productos a EE.UU.; en otras palabras, sus exportaciones están mucho más diversificadas. Segundo, desde hace varios años el Perú ha tenido la ventaja que no ha tenido ningún país de América Latina: tener siempre una buena gama de productos de exportación, incluso cuando se trataba solo de materia prima. Por ejemplo, exportaba 20% de algodón, 20% de cobre, 5% de hierro, y así sucesivamente. Yo observo que el TLC ha impulsado más la diversificación productiva.

—Estados Unidos no se termina de recuperar de la crisis financiera. ¿Cómo entrar al gusto de un consumidor que está en plena recuperación?

Hay que estudiar el mercado, encontrar nichos y ese es un proceso que demora. Se nota que algunas empresas han logrado hacerlo, otras lo están estudian-

do y otras no están seguras de cómo hacerlo, lo cual es comprensible, porque el Perú está terminando la primera década de ganar experiencia como país pujante y exportador diversificado y creo que tiene muchos logros. Ahora, no solo hay que buscar al mercado norteamericano, sino los mercados donde hay posibilidades de ventas.

—Ante el énfasis en la diversificación que está obteniendo el país, ¿a qué otros rubros podríamos apuntar?

No sé si es que el Perú está en condiciones de llegar a ser un centro de innovación tecnológica. Va a ser difícil, pero definitivamente tiene sectores en los que se puede integrar verticalmente y dar valor agregado [a sus productos]. De hecho ya lo está haciendo y en eso juega un papel importante la universidad como centro de innovación. Sé que hay iniciativas en este sentido.

—¿Considera que el Perú aún requiere cooperación de Estados Unidos?

Le conviene. No creo que la requiera, salvo en algunos rubros específicos donde puede haber aportes tecnológicos y nuevas formas de trabajar.

—¿Qué espera Estados Unidos del Perú?

Con lo que el Perú ha logrado entre 10 y 12 años, con la transición a la democracia y distintos gobernantes que han seguido con la misma política, ahora es un sitio apropiado para trabajar. Las posibilidades de viajar al Perú son las más fáciles en América Latina, no es como Bolivia, Brasil o Chile. Se ve en el Perú a un socio pujante que ha avanzado mucho y donde todavía hay posibilidades de crecer. Un país estable política y económicamente donde no hay que tener temor a los aventurismos que aún existen en otros países de la región.