

## IBEROAMÉRICA EMPRESARIAL

# “En Perú está todo por hacer en materia de transformación digital”

**OPORTUNIDADES/** Sólo la mitad de las empresas peruanas utiliza Internet y apenas un 24% usa la red para vender productos o servicios. La transformación digital ofrece grandes nichos de negocio.

**Amaia Ormaetxea.** Madrid

Perú no ha entrado aún de lleno en la era digital. Sólo el 51,7% de los peruanos utiliza habitualmente Internet –la cifra llega al 86% en España–. En cuanto a su utilización por parte de las empresas, los datos tampoco son alentadores: el 76% sólo usa Internet para comunicarse vía correo electrónico o chat y sólo el 24% lo utiliza para vender productos y/o servicios; además, hay un gran número de compañías, principalmente las pymes, que no tienen página web y apenas un tercio de ellas utiliza las redes sociales para promocionarse.

Estas cifras demuestran, según Bernardo Muñoz, consejero económico de la Embajada de Perú en España, que en materia de transformación digital, “en el país está todo por hacer”, lo que significa que existen múltiples oportunidades de negocio para las empresas españolas del sector.

Durante el último encuentro Iberoamérica Empresarial, organizado por EXPANSIÓN con el patrocinio de Ontier, Kream y Excelia y la colaboración de la Embajada de Perú, se analizó con detalle la situación en que se halla el país en relación al proceso de transformación digital que se está viviendo en todo el mundo, tanto a nivel empresarial como a nivel social.

“Tenemos 14.000 kilómetros de fibra construidos; esta es la carretera central, pero faltan las carreteras secundarias”, explicó Muñoz en el encuentro, moderado por Salvador Aragón, director de Innovación de IE Business School. Esa falta de infraestructura digital fuera de las grandes ciudades es uno de los retos que afronta al país a la hora de sumarse a la transformación. En las zonas rurales, el uso de Internet apenas alcanza el 14%, mientras que en las ciudades llega al 54%, según datos del Índice de Digitalización DiGiX 2017 elaborado por BBVA Research.

“Queda mucho por hacer”, insistió el consejero Económico de la Embajada de Perú. No obstante, el país cuenta con los mimbres necesarios para salir airoso de este reto.



De izda. a dcha., Joaquín Muñoz, responsable de IT&IP Law en Ontier; Edgar Ramírez, director y socio de Excelia; Bernardo Muñoz, consejero económico de la Embajada de Perú en España; Teodoro Jiménez, responsable de Excelia en Perú; Antonio García, gerente de Operaciones de Airon, y Salvador Aragón, director de Innovación del IE Business School.

La economía crecerá este año en el entorno del 3,6% y las perspectivas de cara a los próximos años son igual de halagüeñas. Además, “el tipo de cambio se ha mantenido estable aún a pesar del ruido político de los últimos meses, que tampoco ha afectado a la bolsa”, explicó Muñoz.

## Jóvenes

Otro de los factores que contribuirá a facilitar la transición digital de Perú es su estructura demográfica. Un 40% de su población tiene menos de 25 años, ellos son los clientes potenciales del comercio electrónico y de los servicios digitales. Además, hay una clase media que no ha parado de aumentar en los últimos años. En 2015, la clase media suponía el 46% de la población total; esa cifra aumentará hasta el 52% en 2021, con una clase baja emergente –con opciones de subir de nivel– que supondrá el 31%.

**Un 40% de la población peruana es menor de 25 años; ellos son los futuros clientes digitales**

**Hay 14.000 kilómetros de fibra construida, pero la red apenas llega a las zonas rurales**

**La economía de Perú crecerá este año un 3,6% y, a medio plazo, la perspectiva es positiva**

“Hay una brecha relevante entre la posición que ocupa Perú en los índices globales de digitalización y su auténtico potencial”, añadió el consejero de la embajada peruana.

Joaquín Muñoz, responsable de IT&IP Law de Ontier, explicó que hay que tener en cuenta que, en Perú, la mayoría de las conexiones a Internet se llevan a cabo desde teléfonos móviles, por lo que hay buenas oportunidades para los negocios digitales orientados a la conectividad móvil –como el desarrollo de aplicaciones, por ejemplo–. En cuanto a los sectores con mayor proyección, Joaquín Muñoz destacó las infraestructuras, la industria y los sectores productivos, sobre todo la agricultura, la pesca y la minería.

Edgar Ramírez, director y socio de Excelia, consultora de tecnología y servicios profesionales que lleva cuatro años trabajando en Perú, ase-

guró que hay que tener en cuenta que la digitalización exige invertir recursos y que, en consecuencia, hay que asumir un riesgo.

Teodoro Jiménez, responsable de Excelia en Perú, destacó que en el país sudamericano hay “cierto miedo a la innovación” y que no hay en las empresas estructuras que soporten la transformación digital. Comentó también que muchas empresas peruanas prefieren desarrollar sus propias herramientas en lugar de comprar una que ya ha probado su eficacia en el mercado. “Impera la idea del hazlo tú mismo y eso puede suponer un handicap”, explicó Jiménez.

También relató en el encuentro su exitosa experiencia peruana Antonio García, gerente de Operaciones de Airon, multinacional española que ofrece en el país servicios de Front Office a Telefónica Media Networks.

## Grynsplan: “Sólo América Latina ha reducido la desigualdad”

**A.Ormaetxea.** Madrid

Los próximos 15 y 16 de noviembre se celebrará en Guatemala la XXVI Cumbre Iberoamericana, que reunirá a los principales mandatarios de España y América Latina. El lema de este año será *Una Iberoamérica, próspera, inclusiva y sostenible*. “La construcción de esa Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible no sólo exige acciones de los gobiernos, sino también de los otros sectores de la sociedad: la ciudadanía, las empresas, la academia.

Todos ellos deben formar alianzas y sumar sus esfuerzos. El éxito en el largo plazo depende de que seamos capaces de generar confianza y avanzar juntos”, explica la secretaria general iberoamericana, Rebeca Grynsplan en declaraciones a EXPANSIÓN.

La secretaria aboga, en ese sentido, por reactivar las colaboraciones público-privadas que permitan que la región pueda llevar a cabo “una revolución en la productividad, un salto cualitativo que nos permita hacer la transición hacia economías más diversificadas, basadas en el talento, el conocimiento, la innovación, y la ciencia y la tecnología”. Añade que la región necesita duplicar su inversión en infraestructura y logística y cuadruplicar su inversión en investigación y desarrollo tan solo para cerrar la brecha que la separa de sus competidores de otras partes del mundo.

## Mujeres

La incorporación de las mujeres al mercado laboral está siendo “crucial”, según Grynsplan. “Se estima que al menos una tercera parte de la reducción de la pobreza y la desigualdad en América Latina se debe a la mayor participación femenina en la economía regional”, explica, tras asegurar que Latinoamérica es la única región del mundo que ha logrado reducir la desigualdad.

No obstante se lamenta de que las mujeres sigan estando infrarrepresentadas tanto en el mercado de trabajo como en las posiciones de poder. Grynsplan participará en próximo 26 de junio en un encuentro de Iberoamérica Empresarial dedicado a la Cumbre Iberoamericana.

