

Empresas a la espera de la real reactivación

De las 501.298 empresas que accedieron al Programa Reactiva Perú, cerca del 99% fueron micro y pequeñas empresas, según datos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF). Tal es el caso de La Josefa SAC, empresa del sector calzado asociada al Gremio de Comercio Exterior (X.COM) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), que, en el verano del 2020, a causa del inicio de la pandemia, tuvo que paralizar sus exportaciones.

Tras varios meses de para, su gerenta, María del Rosario Guevara, solicitó en agosto del año pasado un crédito a **Reactiva Perú**. Esto la ayudó como capital de trabajo y pudo terminar de despachar cuatro envíos al exterior. Ahora está concentrando su negocio en el e-commerce para restablecer sus ventas.

Como La Josefa, miles de empresas están en proceso de reactivación. No obstante, muchas de ellas no han logrado recuperar los niveles de ventas pre-COVID-19 y otras ni siquiera han podido iniciar su reactivación. A esto se suman la segunda ola de la pandemia, el confinamiento y las nuevas restricciones del Gobierno.

Periodo de gracia de 36 meses

En mayo próximo empezará a vencer el periodo de gracia de 12 meses de Reactiva Perú. Por ello, la CCL propuso formalmente

al Ejecutivo que este se amplíe de un año a 36 meses, para que las empresas tengan tiempo de recuperarse y cumplir con sus obligaciones. Ello, porque debido a este rebrote de la pandemia, a muchas micro y pequeñas empresas, como La Josefa SAC, no les será posible empezar a pagar sus créditos este año.

►¿Por qué es necesario ampliar el periodo de gracia de Reactiva Perú?

►David Olano: “Se debe extender por dos años el plazo de gracia de Reactiva Perú”

En ese sentido, la propuesta de la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc) de ampliar el periodo de gracia de Reactiva por seis meses es insuficiente, según la presidenta del Gremio de Servicios de la CCL, Yolanda Torriani.

“Este año no se realizarán actividades económicas en la gran mayoría de empresas de servicios vinculadas a experiencia directas y no será posible pagar los créditos en la fecha establecida. La CCL planteó una extensión que es bastante razonable teniendo en cuenta la condición particular del país, pues no tenemos vacunas y nuestros servicios sanitarios están colapsados”, añade.

En esa misma línea, el vicepresidente del Sector de X Moda Exportación del Gremio X.COM, Ramón Veliz, indica que la ampliación del periodo de gracia debería de ir más allá de seis meses teniendo en consideración que todavía la demanda de

las empresas de su rubro no se logra recuperar al 100%.

“Por otro lado, los plazos para la amortización de Reactiva que eran 24 meses terminan siendo cortos, y deberían ser mayores, de hasta 36 o 48 meses”, anota.

Para el presidente del Gremio para la Protección de Cultivos (Protec) de la CCL, Rubén Carrasco, ampliar el periodo de gracia es importante, pero también lo es generar condiciones para la reactivación de las empresas. “Falta por parte del Gobierno generar condiciones favorables y debemos dar mensajes positivos que permitan que todos los sectores sigan el camino de la reactivación”, sostiene.

Compañías en estado peligroso

Uno de los sectores más afectados por esta pandemia es el de servicios en los subsectores alojamiento y restaurantes, que cayó 52,8% entre enero y noviembre del 2020; transporte y comunicaciones (-27,5%); y servicios a empresas (-21,4%).

Ante ello, Yolanda Torriani señala que no ha habido una reactivación real, por ejemplo, en todos aquellos servicios vinculados a la experiencia directa del cliente, espectáculos y turismo, entre otros, ya que permanecen en un estado dramático, porque ninguna de las iniciativas desarrolladas por el Gobierno ha podido revertir la situación que afecta a toda la cadena de proveedores.

“Otro gran problema es el nivel de informalidad en el mercado y ninguna de las políticas en este periodo de pandemia ha buscado reducirlo”, explica.

Cabe resaltar que, de acuerdo a información del MEF, el 31,9% (160.108) de las empresas que accedieron a Reactiva Perú pertenece al sector servicios. Este número de empresas es preocupante, según Yolanda Torriani, puesto que los servicios representan casi el 70% de las actividades económicas del país. A ello se suma que muchas micro y pequeñas empresas no han podido acceder a ningún crédito.

Torriani agrega que los empresarios del sector pirotécnico tampoco accedieron a Reactiva Perú. Así, se han perdido puestos de trabajo ante la imposibilidad de ofrecer servicios a eventos sociales, corporativos, deportivos, culturales e institucionales.

“Por ello, en el primer semestre del 2020 se registraron aproximadamente US\$ 1,5 millones en pérdidas económicas, una caída del 80% respecto al mismo periodo del 2019. Esto ha permitido que los informales se posicionen del mercado”, afirma.

Mientras que los servicios artísticos de espectáculos están totalmente paralizados, pues los artistas y empresarios del sector no recibieron ninguna ayuda concreta durante el 2020.

“Se intentó revertir pérdidas haciendo streaming y conciertos virtuales, pero fue una solución mínima por los altos costos

de impuestos y derechos, un público no acostumbrado y la competencia del cable y Netflix, entre otros. El primer semestre de este año será exactamente igual. Los espectáculos y conciertos del 2020, que se habían reprogramado a partir de octubre del 2021, podrían correr la misma suerte si la llegada de las vacunas sigue incierta”, alerta Yolanda Torriani.

De otro lado, Torriani agrega que, debido a la coyuntura, algunos otros servicios se han dinamizado y crecido como los digitales o los vinculados a publicidad y nuevas tecnologías, justamente por el trabajo remoto y la necesidad del público de mantenerse conectado a internet.

En esa medida indicó que “los mercados internacionales demandan servicios como los que el Perú puede exportar y no debemos permitir que estas circunstancias limiten el desarrollo en mercados a los que tanto nos ha costado llegar”.

Acceso a pequeños agricultores

A su vez, el presidente del Gremio para la Protección de Cultivos (Protec) de la CCL, Rubén Carrasco, coincide en que Reactiva Perú ayudó al impulso de la cadena de pagos, pero refiere que pudo haber sido mejor, sobre todo porque no llegó a todas las empresas pequeñas.

“Si bien nuestro sector no ha sido tan afectado por ser el rubro de alimentos y toda la cadena de abastecimiento, hay empresas pequeñas que sí necesitan más ayuda que las grandes.

Necesitan apoyo tributario de parte de la Sunat. Algunas empresas seguirán afectadas en los pagos de impuestos, entonces la reprogramación es muy importante”, asevera.

Rubén Carrasco revela también que el FAE-Agro aún no ha podido llegar a las empresas del sector, y que es importante trabajar en ese aspecto.

“Hay que cuidar mucho el sector. Se tienen que realizar mesas de trabajo con expertos, empresas y trabajadores para ponerse de acuerdo, pues muchas veces se toman decisiones netamente políticas, dejando de lado el tema técnico. Esto puede llevarnos a otro nivel que puede afectar al boom de las exportaciones”, asegura con relación a las recientes leyes aprobadas por el Congreso de la República, como la nueva Ley Agraria.

Textil-confección al 70% de operaciones

Por su parte, la demanda interna en el sector textil y confecciones tampoco se ha reactivado por completo. Por ello, pese a que muchas empresas del sector recibieron créditos de Reactiva Perú, aún no logran alcanzar los niveles de producción y ventas del año 2019.

Al respecto, el vicepresidente del Sector de X Moda Exportación del Gremio X.COM, Ramón Veliz, refiere que por la menor demanda y capacidad adquisitiva de los consumidores, los

productores están tendiendo a bajar los precios. Incluso, muchos centros comerciales y grandes tiendas están cerrados y la venta por internet no logra reemplazar el nivel de venta que se tenía antes de la pandemia.

“En el 2020 se habría alcanzado el 70% de la operación del 2019, en el mejor de los casos. Ahora vemos que el mercado americano está empezando a recuperarse, pero el europeo todavía sigue afectado y las compras se están postergando. La recuperación podría empezar a darse en el segundo semestre porque la vacunación ya está avanzada en Europa”, adelanta Veliz.

Asimismo, en el contexto de pandemia, explica que las empresas de su sector han tratado de buscar algunas alternativas de venta en el mercado interno y externo a través de la producción de equipos de protección personal, como equipamiento médico, mascarillas, mandiles y todo tipo de accesorio para el personal de salud.

“Esto ha ayudado a mantener la operación de las empresas. Por otro lado, el e-commerce está creciendo, pero es incipiente, sobre todo en un consumidor que ahora prioriza los gastos”, precisa.