

Luis Antonio Aspillaga: “2023 va a ser un año muy difícil para el sector Textil y Confecciones”

¿Cuál es la situación del sector Textil y Confecciones frente a la coyuntura actual?

El Perú, como el resto del mundo, ha sido impactado por el aumento de los precios de las materias primas (fibras, competentes, avios, colorantes, etc.). En el caso de las exportaciones, al ser un país totalmente vertical donde la industria comienza desde los campos de algodón, acopio, hilatura, tejido tanto de punto y plano y acabados de telas, hemos tenido una ventaja competitiva con países que dependen de importación de telas y otros competentes.

Si bien no hemos sentido una escasez de insumos importante, lo que más nos ha golpeado es el alza de los precios ya que, a pesar de tener fibras naturales y animales locales, estas se rigen por precios internacionales.

¿Cuánto crecerán las exportaciones del sector este año y el próximo?

Por el lado del comercio exterior, las ventas a agosto de 2022 han crecido 35%, pero estamos viendo, en base a la situación mundial de la economía, una disminución de las colocaciones para el último trimestre y también las proyecciones para el primer semestre 2023.

Estimamos que 2022 debería cerrar con un crecimiento del 20% a 25% en comparación con 2021, basados en un segundo semestre golpeado por la situación mundial del conflicto en Europa, la inflación y potencial recesión en Estados Unidos.

En 2023, en el caso del mercado local, también vemos un enfriamiento de las compras, en parte por el aumento de los precios y en general por la inestabilidad política que nos tiene a todos preocupados, menos inversión y menor generación de puestos de trabajo.

Todos los materiales, desde el algodón, polyester, insumos químicos para la fábricas y preparación de los textiles, fletes, etc., se han disparado y salvo los fletes (del oriente) que han empezado a bajar, los demás materiales no tienen viso de llegar a los niveles de 2019.

Lamentablemente, tanto en el mercado local como en el de exportación, es imposible poder trasladar el costo real del alza de materiales a los clientes, así que los márgenes han caído considerablemente. Entonces, este año hemos vendido más que en 2021 pero estamos en general ganando igual o menos.

Y si los materiales se mantienen con precios elevados, 2023 va a ser un año muy difícil para ambos mercados, el local y el externo.

Como señalo anteriormente, 2022 va a ser un buen año en ventas para los exportadores, con un segundo semestre más bajo que el primero y con márgenes ajustados debido al alza de las materias primas. Sin embargo, 2023 se ve bastante incierto para el comercio con Europa, si continúa el conflicto entre

Rusia y Ucrania, además del temor de una recesión de Estados Unidos, nuestro principal socio comercial.

Estimamos que las ventas el próximo año deberían ser como 2021, pero con menores márgenes debido a los altos costos de las materias primas.

¿Cómo se está comportando la demanda de productos peruanos en el exterior?

Los productos con más demanda siguen siendo los polos y t-shirts para hombres y mujeres en algodón y mezclas, pero los productos de polyester (ropa deportiva) tienen cada vez más demanda.

¿Las mypes han obtenido beneficios con el Plan de Emergencia para la Reactivación del Sector Textil y Confecciones?

El Plan de Emergencia para la Reactivación del Sector Textil y Confecciones mediante créditos baratos se anunció en mayo pasado, pero recién en la primera semana de octubre se puso en marcha, por lo que los resultados aún son incipientes. Es evidente que esta demora ha generado malestar en los empresarios de las micro y pequeñas empresas (mypes) textiles a las que va dirigido el plan.

COFIDE, el Banco de Desarrollo del Perú, aún debe realizar algunas subastas adicionales para colocar el total del Fondo de Apoyo Empresarial para el Sector Textil y Confección (FAE-Textco).

Otra de las líneas de acción del plan es facilitar el acceso de las micro y pequeñas empresas a las compras públicas. Y al igual que en el caso anterior, se acaba de aprobar la Ley N° 31578, que garantizará que las empresas públicas compren no menos del 40% de sus bienes a las mypes. Habrá que esperar algún tiempo para poder evaluar los resultados del programa.

¿Cuáles son las propuestas del Gremio de Indumentaria para la reactivación del sector?

Por el lado del mercado local, esperamos que el Gobierno aplique normas antidumping a productos que entran con precios subvaluados y compiten en forma desleal con la producción nacional. Creemos que el Gobierno debe dar más énfasis a las compras de productos locales para sus distintas licitaciones.

Asimismo, el Gobierno también debería flexibilizar las condiciones para poder aplicar al Plan de Emergencia para la Reactivación del Sector Textil y Confecciones. A las empresas pequeñas les es muy difícil cumplir con las normas y completar los requisitos.

Por el lado de las exportaciones, venimos pidiendo hace mucho que nos den las mismas condiciones que al agro, donde se ha logrado multiplicar por 10 las exportaciones del sector desde que se dio esta ley.

El sector textil es una extensión del agro ya que la mayoría del algodón que se siembra en nuestro país va a productos de exportación.

¿Qué expectativas tienen para la campaña Navideña y el Mundial Qatar 2022?

A falta de un mes para el inicio del Mundial de Catar, es evidente que este no está despertando el entusiasmo de eventos anteriores, por no mencionar el fervor que se vivió en el Mundial Rusia 2018. No haber clasificado al Mundial de Fútbol ha tenido un impacto negativo sobre las expectativas de consumo de indumentaria deportiva.

De otro lado, como en toda campaña navideña, se espera una aceleración de las compras de indumentaria, aunque la situación política y económica del país podría provocar un incremento moderado en el ritmo de consumo.