

ENTREVISTA

Humberto Nadal

CEO de Cementos Pacasmayo

Industria. Cementos Pacasmayo anotó en el 2021 un récord histórico en ventas, fundamentado en la auto-construcción de viviendas.

"En el 2021 crecimos 40%, una cifra que no he visto antes en la compañía"



JUAN SALDANA

2021 fue otro año de crisis política para el país, pero esto no impactó en Cementos Pacasmayo. Por el contrario, la empresa del Grupo Hochschild registró un hito histórico en ventas - con 3,6 millones de toneladas de cemento vendidas - y dio inicio a un nuevo proyecto: la optimización de su planta de Pacasmayo, en la que invertirá cerca de US\$70 millones. Sobre este y otros temas conversamos con Humberto Nadal, CEO del productor de cemento y soluciones constructivas.

La última vez que conversamos, hace más de un año, Pacasmayo se recuperaba de la pandemia. Sin embargo, ha cerrado el 2021 con un incremento de 40% en ventas. ¿Cómo lo han conseguido? Cuando empezó la pandemia, es cierto, reinaba la incertidumbre. Nuestras plantas estuvieron cerradas desde el 15 de marzo hasta fines de mayo [de 2020] y nos preguntábamos qué mercado íbamos a encontrar. Y nos hallamos con una recuperación muy rápida. Para que tengan una idea de la magnitud del crecimiento: si nos comparamos con el 2019, que fue el año récord de ventas en Pacasmayo, en el 2021 crecimos 40%, una cifra que no he visto antes en la compañía.

¿Ese 40% de crecimiento es comparado con el 2019?

El 2019 y el 2020 fueron prácticamente iguales. El 2020 tuvimos dos meses parados, pero los siguientes meses fueron tan fuertes que remontaron los meses con cero despachos para acabar igualando las ventas del 2019.

¿Se trata, entonces, de un récord de ventas para la compañía?

Yo tengo 16 años en el grupo (Hochschild) y fue una cifra impresionante. Terminamos el 2021 con niveles de ventas realmente altísimos. Crecer 40% sobre el año récord de una compañía con más de 50 años de historia es una cifra realmente muy alta.

¿A qué se debe este crecimiento? ¿A la autoconstrucción?

Creo que el motor enorme del mercado de cementos en el Perú es la auto-construcción. Todas las obras de infraestructura, proyectos regionales y construcción de aeropuertos, que venían avanzando mucho, se han detenido. En este escenario, la auto-construcción que representaba entre el 60% y 65% de nuestras ventas, ha subido ahora al 70%.

¿A pesar de la pandemia?

Hablamos de un sector pujante, cuyo 'driver' fundamental es la construcción de viviendas. Se trata de hombres y mujeres que empiezan a formar su hogar, que construyen un segundo piso y que realizan mejoras. La pandemia ha incrementado, para ellos, la conciencia de la importancia del sitio que



Pacasmayo acaba de celebrar sus primeros diez años en la Bolsa de Nueva York, señala Humberto Nadal.

"Creo que el motor enorme del mercado de cementos en el Perú es la autoconstrucción".

"Hoy atendemos en forma directa o semidirecta a seis millones de consumidores en nuestra zona de influencia".

habitan. La gente se ha dedicado, literalmente, a construir, y eso explica el crecimiento tan fuerte.

¿Ha influido también la nueva estrategia de Pacasmayo, de acercarse más al maestro de obras y al que construye?

Sí, claro. Hasta hace cuatro o cinco años, el modo tradicional en el mundo del cemento era vender directamente a los distribuidores, las ferreterías y al canal moderno. Eso ha cambiado radicalmente. Previo a la pandemia, lanzamos un ecosistema digital con programas para el maestro de obras, los ferreteros y las bodegas, el cual nos ha acercado tremendamente al consumidor final. Hoy atendemos en forma directa o semidirecta a 6 millones de consumidores en nuestra zona de influencia [el norte del país y la selva].

¿Esa es una consecuencia de la digitalización?

Sí. El juego ha cambiado diametralmente, y esto es consecuencia de la transformación digital. Hoy en día, nuestros clientes pueden comprar cemento o un mixer de concreto y monitorear su pedido desde su celular, como se hace con un Uber. Nuestro ecosistema digital, que llamamos Mundo Experto Pacasmayo, ha sido un 'trigger' importantísimo para incrementar las ventas.

¿Este incremento en ventas ha sido igual en todas las regiones del norte?

Todo indica que el crecimiento ha sido muy parejo, con Piura y Trujillo liderando un poco, por encima de Chiclayo. Pero, en general, no hemos tenido ninguna región que haya decrecido, salvo Cajamarca.

¿Tienen alguna proyección en ventas para este año? ¿Crecerán más?

Enero fue un mes complejo debido a temas operativos, porque la variante Omicron hizo que los contagios de COVID-19 suban mucho. Esto ocasionó un problema logístico y de escasez de obreros [de construcción] que impactó un poco en las ventas. Pero, después de crecer 40% en el 2021, pretender lo mismo en el 2022 es contra-intuitivo. Nuestro objetivo es mantener un nivel alto de despacho. Si lo logramos, es un éxito absoluto. Aunque, en un país con tantos signos de interrogación como el nuestro, es difícil de predecir.

¿Considerando el ruido político, siguen pensando en ampliar la planta de Pacasmayo (La Libertad)?

Sí. En noviembre del año pasado el directorio de la empresa aprobó la ampliación o, mejor dicho, la optimización de la planta Pacasmayo. Se trata de un nuevo horno que va a estar operativo el segundo trimestre del 2023. Si no tuviéramos fe en nuestras ventas hacia adelante, no hubiéramos hecho una inversión de esta magnitud.

¿Cuándo piensan iniciar el proyecto?

La inversión ya está en marcha. Los equipos ya están comprados y la selección de la empresa de ingeniería está en curso. Es una inversión que ronda los US\$70 millones.

Hace un año usted nos comentaba que el proyecto demandaría US\$285 millones. ¿Hablamos del mismo proyecto?

El proyecto inicial consistía en ampliar la capacidad de los diversos componentes de la planta (cuatro, en total). Ahora nos estamos concentrando solamente en la capacidad deficitaria. El objetivo es lograr un equilibrio industrial, a fin de nivelar todos los componentes que hoy están desbalanceados por el déficit de Clinker (principal materia prima de la que se obtiene el cemento).

¿Cuánto va a crecer la producción de Pacasmayo con este proyecto?

Vamos a tener una capacidad adicional de 600 mil toneladas de Clinker, lo que se reflejará, más o menos, en unas 850 mil toneladas de cemento adicional por año. Estamos hablando de un incremento de 25%.