

Willard Manrique: Bienes importados, el Grinch del 2021

Las expectativas empresariales permanecen cautas pese a la recuperación económica que venimos experimentando. El BBVA Research proyecta un crecimiento del 12,2% a finales del 2021; y una expansión del PBI de 2,3%, para el 2022.

Aunque se espera que el consumo nacional crezca; al incremento de la inflación podrían sumarse agravantes que se presentan por las restricciones internacionales de la oferta y otros factores que impactan en las cadenas de suministros: situación portuaria internacional, restricciones energéticas, precio de contenedores, mayores costos de materias primas, escasez de componentes electrónicos, etc.

En el corto plazo, ¿cómo afectan estos factores externos a nuestra campaña navideña? La crisis de contenedores y fletes, que incrementó el costo del traslado de productos de consumo de Asia al resto del mundo, ha sido significativa. El valor del transporte marítimo de un contenedor proveniente de China se incrementó hasta en 500%. Si casi el 80% de los bienes que se consumen a nivel mundial se transportan por vía marítima, no es difícil atribuirle a este hecho el incremento de precios y escasez de algunos productos.

La reducción transitoria de la oferta se ha visto agravada por los bajos niveles de ganancia y los tiempos de envío. En países como India, el tiempo de ruta de un contenedor se

incrementó en 40%. La solución ha sido adelantar solicitudes de pedido; corriendo el riesgo de sobre stockearse, incrementar costos de almacenamiento y enfrentar una retracción de la venta por la subida de precios. Aquellos productos de bajo costo unitario, que ocupan mucho espacio e incorporan componentes tecnológicos (por ejemplo, los juguetes) son los más afectados.

Las empresas chinas han reducido su producción. Ahora se suma una “crisis eléctrica” que golpea a más de 20 provincias chinas, debido a que más de la mitad de la electricidad proviene del carbón y su precio se ha incrementado internacionalmente. Estos costos no se pueden trasladar a los consumidores debido al estricto control de precios; por lo que las empresas eléctricas chinas han reducido su producción.

Frente a una oferta limitada, queda fortalecer el desempeño de los canales de venta y distribución. Los tiempos, disposición de productos, almacenamiento y otros factores que impactan el proceso comercial, requieren planeamiento más fino. Algunas empresas deberán gestionar excedentes de inventarios pasada la campaña navideña; la liquidación de estas mercancías –que llegaron tarde y con sobre costos– será un reto adicional a la gestión comercial.