COYUNTURA

José Luis Nueno
Profesor del Iese

Miembro del consejo de administración de varias empresas, ha trabajado en las universidades de Michigan y Harvard

"Tras 20 años de deflación, el precio de las importaciones empieza a padecer presiones inflacionistas al aumentar, a la vez, los precios de las materias primas, los salarios, la energía, los fletes y el IVA"

Cuando Asia se pone cara

Los consumidores en los países industrializados hemos pasado de preferir a depender de los precios bajos. A pesar de que gran parte de nuestras compras son a descuento, creemos siempre que pagamos demasiado por ellas. Lo que consumimos se fabrica tan lejos que no tenemos idea de sus costes.

Aprovisionarse bien es hoy más importante que la expansión de las tiendas e incluso del producto que se vende. Desde hace unos años hemos vivido ciclos de inflación de materias primas, y esas oscilaciones se hacen cada vez más frecuentes e intensas. Se atribuyen a desajustes entre oferta y demanda, al clima (sequías o plagas), o a catástrofes (inundaciones, incendios o terremotos). Finalmente, a los especuladores. Los comerciantes europeos se enfrentan hoy a un proceso inflacionario sorprendente que afecta, entre otros, a sectores como el juguete, la electrónica de consumo o el textil.

En este ciclo, tras 20 años de deflación, el precio de las importaciones ha empezado a padecer esas presiones inflacionistas cuyos actores tratan de mitigar, diversificando fuentes de suministro hacia zonas de mano de obra más barata, realizando eficiencias en sus operaciones, y trasladando el resto a los consumidores a través de precios de venta al público más altos.

A partir de 2011 vivirán los efectos de una *tormenta perfecta*, al aumentar, a la vez los de las materias primas, la mano de obra, la energía, los fletes y los tipos de IVA. Todo ello complicado por la volatilidad de los tipos de cambio y su aseguramiento.

Un aumento del 25% en el precio del algodón (que es el promedio para 2010 año en que ha oscilado entre un máximo de 40% y un mínimo del 20%) supone entre un 4 y un 5% de aumento en el precio de la prenda acabada. El aumento de un 20% en los salarios en Asia repercute en un 5%. Por tanto, los pedidos que están acabando de cerrar los detallistas europeos con sus proveedores asiáticos van con precios al por mayor un 9-10% más altos.

Muchas empresas europeas se encuentran con que son prescindibles para sus proveedores asiáticos

Los precios están aumentando en China en el sector textil REUTERS

En el pasado, cada nivel de la cadena de suministro (los fabricantes de tejido, los confeccionistas y los detallistas respectivamente) los absorbían en sus márgenes o los trasladaban al consumidor. Esta vez, los fabricantes absorberán parte o buscarán mercados en que los puedan pasar a los detallistas. Los pequeños comerciantes van a tenerlo más difícil para pasarlo a los quienes, por su parte, reaccionarán como cada año. Yéndose de rebajas.

En un entorno general de apatía, los detallistas se pueden ver castigados por esta combinación de ventas planas o con bajo crecimiento, presiones inflacionarias y erosión de márgenes por las rebajas de prendas cuyos precios intentaron pasar infructuosamente.

Estas malas noticias son peores para los detallistas de ropa barata y menos para los de marcas y para los que venden marcas de lujo o más diferenciadas.

Sin embargo, lo importante no son los precios de los dos próximos años. El hecho más relevante es que detrás de esta espiral hay centenares de millones de consumidores que absorben sin titubeos los productos que no compramos aquí, incluso 20% más caros. Y son los mismos que los fabrican.

En los grandes almacenes de India las prendas vienen hoy marcadas de un 10% a un 15% más alto que hace 3 meses y no se descarta un mayor aumento la temporada que viene. Los fabricantes indios han visto cómo la demanda local los ha absorbido y se sienten menos dependientes de los clientes globales o de los talleres locales que se las producen para ellos. En China, las ventas de los detallistas están, en el primer semestre de 2010, un 24% por encima de las del año anterior. Y por supuesto pasaron la inflación sin problemas. El crecimiento de las marcas selectivas estuvo por encima de 30% .

Muchos compradores de firmas europeas se están encontrando con que empiezan a ser un cliente prescindible para sus proveedores asiáticos, que entre servir a un cliente remoto, cutre y que discute los precios, y servir a uno local que los acepta sin rechistar, el primero es uno sin el que, ya, se puede vivir.

Los comerciantes sufren alzas de precios en sectores como el textil, el juguete o la electrónica de consumo

Siempre hemos pensado que un mundo con más consumidores de esas regiones sólo suponía buenas noticias para todos. Lo vamos a comprobar pronto, porque está pasando ya.