



Se abastecieron para Navidad a comienzos de año

Sobrestock en el retail anticipa guerra de precios por liquidaciones

Las menores ventas harán que las tiendas detengan sus compras futuras y se las arreglen con lo que ya compraron, dicen expertos.

Por Cristian Rivas N.

El cronograma es sencillo. Como abastecerse desde China requiere tiempo, las retailers están obligadas a hacerlo con mucha anticipación. Incluso hasta nueve meses antes o un año para fechas altamente comerciales como Navidad. Ese cronograma funcionaba bien. Pero 2020 es un año distinto y desafiante. La incertidumbre aparejada a la pandemia por el coronavirus tiene a varias empresas caminando a ciegas, con escaso margen de manejo, dado que hace varios meses sus compras para el resto del año ya están prácticamente selladas en Oriente.

“La mayoría de las empresas ya tenían todo comprado. Probablemente algunas alcanzaron a bajar algo sus pedidos; si el proveedor no había alcanzado a iniciar la producción o no habían puesto aún la orden de compra (...) Seguramente compraron pensando en lo que vendieron la Navidad pasada más un aumento. Y a medida que la venta no se vaya dando, va a haber más *sobrestock*”, describe la presidenta de la Asociación de Marcas del Retail, Paula Valverde.

En resumen, cree que los inventarios van a seguir aumentando porque pese a que el *e-commerce* ha crecido, aún está lejos de alcanzar a las ventas en tiendas. Dice que, de seguro, las empresas reprogramarán las compras futuras y navegarán con lo que ya adquirieron, lo que dará pie a una guerra de precios a través de liquidaciones. “La guerra de precios se va a dar, porque

habrá mucho *stock*”, recalca.

“Los retailers están llenos de inventarios, porque no han vendido nada. Van a jugar de manera muy restrictiva, usarán el inventario que tienen, harán apuestas muy específicas y se van a apoyar en proveedores nacionales”, agrega Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail (Cerret) de Ingeniería Industrial de la Universidad de Chile.

La situación es distinta dependiendo del tipo de empresa. Las grandes como Falabella, Cencosud o Ripley compran bastante de manera directa, pero también lo hacen mediante intermediarias (de marcas propias por ejemplo), quienes también se abastecen en China. Todas han sufrido impactos.

Pero hay diferencias, por ejemplo, entre las que no tienen obsolescencia de inventarios (como electrodomésticos) y pueden manejarse con lo ya comprado el tiempo que sea necesario sin hacer nuevos pedidos; y las que trabajan temporalidad (como ropa y calzado) que tienen dos alternativas: liquidan o venden, dice Valverde.



Los retailers están llenos de inventarios, porque no han vendido nada”.

Claudio Pizarro, Cerret, U. de Chile

Es que el comercio es uno de los sectores que lo ha pasado más mal. Las últimas cifras de la Cámara Nacional de Comercio sostienen que las ventas minoristas del sector cayeron un 65,1% interanual en la última semana de mayo, sin considerar a los supermercados.

Algo del temor al *sobrestock* puede interpretarse de las cifras de importaciones del Banco Central al primer trimestre, donde se nota una baja en las compras al exterior. El ítem prendas y accesorios de vestir, por ejemplo, llegó a US\$682,1 millones, un 22% menos que los US\$875,7 millones del año pasado en igual período.

Las importaciones de China cayeron 17,8% entre enero y marzo: US\$3.597 millones versus los US\$4.377 millones de igual período de 2019.

¿Qué dicen los grandes?

Lo primero que dicen desde las grandes tiendas al abordar sus procesos de compras en Asia es que se trata de un punto estratégico del negocio, por lo que son recelosos de entregar detalles. Ninguno reconoce que haya dejado de comprar ni tampoco haber disminuido sus pedidos.

“El trabajo de negociación con proveedores internacionales es un proceso continuo, que no puede detenerse, por lo que para seguir respondiendo a las necesidades de los clientes la empresa ha adecuado sus procesos, de manera de seguir garantizando que las colecciones recojan lo último en moda”, dijeron desde Falabella Retail.

Lo primero que debieron hacer con la pandemia fue adaptar las comunicaciones con sus proveedores, mayoritariamente a través de plataformas digitales, agregaron.

La compañía del grupo Solari tiene oficinas en China e India, con un staff de 156 y 119 trabajadores respectivamente, según su Memoria 2019.

Desde París, la tienda departamental de Cencosud, entregaron más detalles. La compañía dijo que ha sido desafiante el tener que hacer “desde las casas” las visitas a ferias o proveedores para mantenerse arriba de las últimas tendencias.

La cadena tiene una oficina en Shanghai que se encarga de definir qué productos embarcarán. “La demora del envío depende de nuestro proveedor: desde China demora entre 60 y 90 días, mientras que si se trata de India o Bangladesh –con quienes también trabajamos–, demora cerca de 90 días. No se proyectan retrasos en estos envíos a raíz del Covid-19”, dijo.

Agregó que para Navidad, las adquisiciones parten en marzo y se completan entre abril y mayo, “por lo que ya estamos preparados para la época”. Agregaron que el covid-19 y el respectivo confinamiento han hecho que cobren fuerza nuevas categorías de productos. Por ejemplo, el vestuario cómodo, como buzos, polerones y polares.

