

Cadena productiva y clase media, momento de expectativas

Aunque se evidencia un crecimiento de la clase media, su capacidad de compra es relativa. La producción colombiana tiene el reto de mantenerse en este momento delicado y elaborar estrategias con miras a una mejor rentabilidad a futuro.



Por: Marta Bernal González
 @bernalisima

Mesura es la palabra, para no morir en el intento. La demanda agregada está resentida y la clase media compensa ese debilitamiento dirigiéndose al consumo, pero endeudándose. Actualmente, esto constituye un problema porque el endeudamiento, especialmente en créditos de consumo que son utilizados por este segmento de la población, está llegando a un límite.

“Estamos en un momento económico muy sensible, cuando se hace referencia a los retos logísticos de producción, teniendo como parámetro que la clase media es muy frágil, muy sensible a las tendencias de la economía y al comportamiento del mercado”, asegura Celso Miguel Melo Melo, coordinador académico de posgrados en Ciencias Administrativas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Las personas están a la defensiva tratando de frenar su consumo para manejar una economía de subsistencia.

El reto de las empresas para compensar la fragilidad de la clase media colombiana está en dar una respuesta permanente a la dinámica, lanzando nuevas propuestas, evaluando nuevas alternativas, marcando la pauta, generando nuevas tendencias y hábitos de consumo, de manera que se generen beneficios sostenibles.

Es importante el fortalecimiento de la infraestructura productiva, enfocarse en la innovación y construir marcas de carácter internacional, para la inserción en mercados altamente competitivos que tienen fuertes rivales en el mundo.

CLASE MEDIA

Según Giuseppe De Corso, economista doctorado en Ciencias Políticas, la clase media surge en forma espontánea como consecuencia de momentos



económicos buenos, con excepción de Brasil y México, ya que en el primero funcionó su proceso de sustitución de importaciones y el segundo se vio favorecido por su cercanía con el mercado americano.

En Colombia, la clase media ha crecido en los últimos diez años, como reflejo de políticas de expansión económica. Esto se ha fundamentado en un crecimiento asimétrico de la producción nacional y en la apertura económica, pero no ha existido un fortalecimiento estructural de la cadena productiva. Adicionalmente, la economía colombiana ha basado su crecimiento en los resultados del boom minero, en el carbón y los hidrocarburos; todos recursos no renovables que en algún momento se agotarán.

Si no hay un fortalecimiento de una cadena productiva no habrá un crecimiento de una clase media en condiciones favorables que le permitan ahorrar, invertir y constituirse realmente en una impulsadora de una economía pujante.

“En una reunión realizada por profesores con el expresidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Enrique Iglesias, se criticaba la característica

“Ahora estamos todos viviendo con carro y comodidades pero no pensamos en lo que puede venir. Y si bien las noticias son buenas, detrás de todo eso hay una realidad económica complicada”.
 (Giuseppe De Corso)



Tracing Tea / Shutterstock.com

de la economía del continente por ser dependiente de la aportación de materias primas, lo que resulta como una debilidad a largo plazo si no hay diversificación de la economía”, cuenta De Corso, profesor titular de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

“No es lo mismo que menos personas estén contratadas con mejor poder adquisitivo, a que exista una mayor masa contratada con menor poder adquisitivo y además exista informalidad. Es lo que hace que la clase media tienda a ser media baja, muy frágil y muy sensible al incremento de los precios, a una escalada de los costos y a la caída eventual de los ingresos”, asegura Celso Miguel Melo Melo.

Melo también explica que: “El factor preocupante en la expansión de la clase media colombiana es que es vulnerable a cualquier impacto externo que implique la baja de la cotización internacional de los productos de exportación. Si bien la clase media ha crecido y es representativa en el consumo nacional, su naturaleza frágil la hace muy sensible a cualquier adversidad económica; basta con considerar que se cataloga la clase media colombiana, según el último informe del Banco Mundial, como la conformada por las familias cuyo ingreso promedio mensual oscila entre 300 y 1.500 dólares a paridad de poder de compra, reflejando la baja capacidad de ahorro e inversión”.

De Corso afirma que: “La columna vertebral de un país es el sector medio. Una sociedad con vastos sectores medios tiende a ser políticamente estable, con excepciones, debido a que tienen mucho que perder, por ello prefieren la calma y la seguridad. Es un sector en el cual se pueden encontrar profesionales independientes, empleados de cuello blanco, trabajadores industriales. Son diversos en su interior”.

La Noticia

NISSAN FORKLIFT **NISSAN**
AHORA ES **FORKLIFT**

Tenemos un nuevo nombre pero algunas cosas nunca cambiarán:

by **UNICARRIERS**

INFORME MATUTINO

Nissan Forklift ahora es By Unicarriers

NISSAN
FORKLIFT

Te presentamos nuestra nueva imagen de marca respaldada por Dinissan Maquinaria. Nos hemos enfocado en lo que mejor sabemos hacer, para ofrecerte soluciones logísticas más inteligentes, rápidas y eficientes.

2013

REPORTE DIARIO

PRIMICIA



NISSAN
FORKLIFT
by **UNICARRIERS**

ES POSIBLE QUE TENAMOS UN NUEVO NOMBRE PERO ALGUNAS COSAS NUNCA CAMBIARÁN

EL DIARIO

Nissan Forklift ahora es

NISSAN
FORKLIFT

by **UNICARRIERS**

Te presentamos nuestra imagen de marca respaldada por Dinissan Maquinaria. Nos hemos enfocado en lo que mejor sabemos hacer, para ofrecerte soluciones logísticas más inteligentes, rápidas y eficientes.

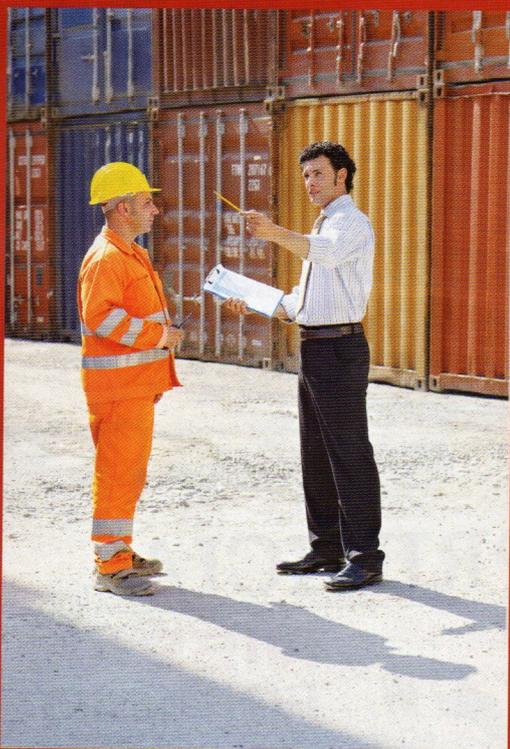
Tal vez esta noticia ya la conocías, lo que de pronto no sabías, es que lo hicimos para entregarte mejores soluciones, más inteligentes, rápidas y eficientes.

AHORA TU NISSAN FORKLIFT DE SIEMPRE ES BY UNICARRIERS.



Línea de información: 320 424 6093
maquinaria@dinissan.com.co
www.dinissan.com.co

DINISSAN MAQUINARIA



Para los profesores de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, la tendencia de la clase media es el consumismo. Por ejemplo, hay estudios que hacen correlación entre esta clase y la motorización, pues la renovación del vehículo y de la tecnología se da en función de estatus y confort, mas no de productividad. Otro rasgo es el costo de vivienda y de la educación. Es un sector que busca en un futuro no muy lejano tener mejores instrumentos para acceder a una mejor economía. Trata de parecerse a sectores más altos y no a la clase popular. Y aunque el consumismo agota el ingreso, desestimula el ahorro e inhibe la inversión, es importante porque apoya una capacidad productiva.

En Colombia, la clase media gasta la mayor parte de su ingreso en alimentos y vivienda, según informó Sergio Díaz-Granados, ministro de Comercio, Industria y Turismo, en la 69 Asamblea de la Andi.

CADENA PRODUCTIVA

“Las empresas colombianas actualmente evidencian las consecuencias de una desaceleración de la dinámica económica, impactada por el deterioro del poder adquisitivo del peso colombiano, como reflejo de la sobrevaluación de la moneda, lo que estimula la tendencia a incrementar las importaciones y desestimula las exportaciones. Un indicador que hace visible este fenómeno es la composición de la balanza cambiaria, donde solamente los resultados del sector petrolero presentan superávit, los demás sectores son deficitarios”, analiza el coordinador académico de posgrados en Ciencias Administrativas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Según los profesores de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, una de las características de la economía colombiana es la producción manejada desde el interior del país. La operación en Colombia es más costosa por lo que implica el transporte, manipulación de mercancía y riesgos, y eso le resta competitividad. Están de acuerdo en que tener infraestructura cerca a la costa sería ideal. En la costa “se tiene una pujanza hacia la parte industrial. La gente es abierta, aprende y replica”, asegura De Corso. Y en esta parte del país el consumo se ha orientado hacia los productos importados.

¿Cómo medir resultados?

Por Celso Melo

El impacto sobre los resultados financieros de la empresa colombiana promedio se refleja en el deterioro de la capacidad de generación de riqueza empresarial, dado la no materialización de sus proyecciones. En forma sencilla se puede explicar el impacto con la siguiente formulación:

Valor Económico Agregado (EVA) = Inversión de Capital x [Rentabilidad Operacional de la Inversión de Capital (ROIC) – Costo Promedio Ponderado de Capital (CPC)].

La inversión de capital se podría desestimular si la percepción de los inversionistas conduce a considerar que la demanda agregada se contrae, el ROIC se reduce y, por lo tanto, sus expectativas de rentabilidad no se materializan. Por otra parte, el CPC se hace más representativo mermando el poder de generación de Valor Económico Agregado.

Desde la expectativa logística, la conducta de las empresas debería marcar la tendencia a la optimización de los costos de aprovisionamiento, almacenamiento, producción, distribución comercial y distribución física internacional, generando mejores condiciones de competitividad. Sería fundamental considerar alianzas estratégicas que faciliten compartir servicios y capacidad instalada.

En América Latina, de acuerdo con el Banco Mundial, la clase media pasó de 21,1% de la población en 1995 a 32,3% en 2011. En Colombia aumentó en la última década de un 16,3% en 2002 a 26,5% en 2011.



Pág. 12

“Se debe generar una simetría entre fortalecimiento de la cadena productiva y lo que requiere para funcionar: la infraestructura”. (Melo)

Según De Corso, adicionalmente Colombia debe aprender a hacer buen uso de la renta y no aplicarla solo al consumo, sino en infraestructura, educación y en desarrollar más la agroindustria. Melo concluye que un buen flujo monetario debe optimizar recursos, aunque la tendencia es la generación de subsidios. La idea es tener un amortiguador social construido de manera responsable.

Por otro lado, cuando importar es más sencillo que producir, el beneficio general de la tendencia de la globalización lo van a tener las compañías internacionales. Este es un reto más para las empresas colombianas, que no deben depender solamente de las condiciones que otorgue el Gobierno.

La balanza en este momento no favorece a Colombia. Hay que incursionar en la dinámica de los procesos de internacionalización, enfilando los propósitos empresariales hacia el mejor provecho de esas oportunidades que representan las alianzas estratégicas con diferentes mercados del mundo.

“La firma de los tratados de libre comercio tienen la intención de hacer

que Colombia, de alguna manera, pueda independizarse de la exportación de petróleo y carbón, y pueda diversificarse. Eso no es fácil”, advierte De Corso; “un intento de buscar estímulo a la movilidad de capitales”, reafirma Melo.

Según el Ministro de Comercio, Industria y Turismo, en su intervención en la 69 Asamblea de la Andi, para 2014, los 14 acuerdos comerciales vigentes dan acceso preferencial al 74% de las clases medias del mundo y la Alianza Pacífico aspira a llegar a un 66% de las clases medias concentradas en Asia-Pacífico.

Colombia debe abrirse al mundo con transferencia de capital extranjero, de conocimientos, importar mano de obra calificada, crear una sociedad más sofisticada. Lograr la identidad de una economía sólida que sea reconocida en el mundo.

Ricardo Hausmann, director del Centro Internacional de Desarrollo de la Universidad de Harvard, insistía, en la 69 Asamblea de la Andi, que “para seguir ampliando la clase media habrá que aumentar la productividad y las exportaciones reales, y el secreto de la productividad es hacer las cosas con más conocimiento”.

“Si una empresa colombiana logra manejar una buena mezcla de costos, crea elementos diferenciadores, es innovadora, creativa y persiste en el posicionamiento de marcas, tanto a nivel nacional como internacional, podría garantizar un margen que le permita lograr expectativas de rentabilidad a una organización”, concluye Melo.

Cómo optimizar costos, es el trabajo de la parte logística en las empresas. La gestión logística estratégica debe permitir el adecuado manejo de costos en aprovisionamiento, almacenamiento, producción, alistamiento de mercancía, distribución comercial y distribución física internacional, de tal forma que pueda actuar frente a una demanda que pueda contraerse temporalmente. 

Recomendaciones

Por Celso Melo

- Como consecuencia de la optimización de costos, las empresas colombianas podrán compartir las condiciones de restricción del poder compra, mediante las estrategias de mercadeo orientadas a cautivar al consumidor, definiendo mejores precios, calidad, opciones y valores agregados asociados al consumo.
- Las estrategias de seducción deben considerar la segmentación del mercado, donde la diferenciación de ingresos, gustos y tendencias de la misma clase media, la hace muy variada.
- Las empresas colombianas deben liderar procesos de diseño, desarrollo e innovación de producto, creación de tendencia en el consumo, mediante la penetración de los mercados con el reconocimiento de marcas.
- Es importante seguir con el fortalecimiento de la infraestructura productiva e innovadora, que a largo plazo permita construir marcas de carácter internacional.
- Fortalecer la rentabilidad de la inversión de capital con niveles óptimos de recursos necesarios para la intervención en el mercado.
- Viabilizar los instrumentos de fondeo que garanticen las buenas condiciones de costo de capital.
- Comunicar con el mercado de forma cosmopolita, moderna, que genere tendencias y fidelización de la clase media colombiana.
- Una empresa sólida, desde el punto de vista económico y financiero, puede tener una mayor capacidad de penetración en el mercado nacional e internacional aumentado su *market share*.



ASERCOL S.A.
AGENCIA DE ADUANAS NIVEL 1

30 años



Nuestros Servicios

- Agenciamiento Aduanero (importaciones, exportaciones y DTA).
- Asesoría en Comercio Exterior y Zona Franca.
- Asesoría para obtención de Vistos Buenos (INVIMA, ICA, SIC, IDUMIL, entre otros).
- Asesorías Cambiarias.
- Transporte Terrestre Nacional de Carga.
- Almacenamiento en Zona Franca. (manejo de inventarios y distribución).
- Transporte Internacional.
- Servicios integrales a la carga.
- Servicios marítimos de proyecto.
- Servicio de seguimiento en línea de cada uno de los procesos logísticos.
- Asesoría en aplicación de Acuerdos Comerciales suscritos por Colombia.
- Clasificación arancelaria.

Contribuimos a desarrollar sus procesos logísticos con calidad



www.asercol.com
Cartagena · Barranquilla · Santa Marta · Bogotá · Buenaventura · Cali
E-mail: cperdomo@asercol.com