

Precios de productos de consumo masivo suben hasta 3% por deficiencias en distribución

Normalmente en una cadena de suministro el costo de la mercancía representa alrededor del 80% del precio final, en tanto el 20% restante lo comprenden las utilidades, el mercadeo, la logística, la distribución, entre otros. Representante de consultora Kom Internacional señaló que los supermercados reciben al día al menos 50 camiones de diferentes proveedores, por lo que se requiere de una mayor centralización de las mercancías.

Los precios al consumidor final de los productos de consumo masivo se incrementan entre 2% y 3% por deficiencias en el sistema de distribución, básicamente por la falta de centralización del movimiento de las mercancías, afirmó el representante de la consultora Kom Internacional, Alan Taliaferro.

Explicó que normalmente en una cadena de suministro, el costo de la mercancía es más o menos 80% (del precio final), en tanto el 20% restante lo comprenden las utilidades, el mercadeo, la logística, la distribución, entre otros.

En ese sentido señaló que regularmente la distri-

bución representa entre el 5% y 10% del precio final al consumidor, dependiendo de la eficiencia de la cadena, pero también puede suceder que con más infraestructura, una cadena de supermercado aumentaría su costo sólo 1%, pero podría negociar mayor descuento del proveedor porque éste no tendría que hacerle llegar sus productos hasta las tiendas o centros de almacenamiento.

Taliaferro refirió que un centro de abastos, principalmente supermercados, recibe al día al menos 50 camiones de diferentes proveedores, que implica mucho trabajo y tiempo para receptionar los diferentes

productos que comercializan.

En otros países de América Latina como México, Brasil y Argentina, hay más centralización del movimiento de las mercancías, que le permite a las cadenas de supermercados y tiendas en general reducir sus precios al consumidor final, es decir, tienen más margen en favor del consumidor, afirmó.

Por ello, sostuvo, "lo que se debe hacer en el país es fomentar el crecimiento de plataformas para consolidar mercancías, que permitan llegar con un camión por día a la tienda de retail y simplificar el proceso de abastecimiento".



Los supermercados reciben al día al menos 50 camiones de diferentes proveedores, que implica mucho trabajo y tiempo para receptionar los diferentes productos que comercializan.

En ese sentido mencionó que lo óptimo dentro de un proceso de distribución es tener centralizado entre el 80% y 85% del total de productos, con los que se provee a los supermercados y tiendas de abasto. "Siempre hay productos como el pan y otros productos que difícilmente se pueden centralizar", comentó.

Refirió que en el Perú

una de las cadenas de supermercados tiene centralizado hasta el 30%, en tanto la otra tiene un rango de entre 50% y 60%, lo que implica que hay espacio para mejorar este sistema y por tanto los precios al consumidor final.

Productores

Taliaferro, quien expuso en el Foro Internacional "Ex-

po Gestión 2003" que organiza EAN Perú, indicó que por el lado de los fabricantes también se necesita trabajar en integrarlos con las cadenas de supermercados y tiendas retail, sobre todo para cumplir con las exigencias de dichas cadenas que requieren una mayor rotación del producto.

"En este caso la cadena tendrá que pedir la paletización de los productos en la entrega y muchos fabricantes no lo hacen en la actualidad", anotó.

Sobre la distribución a las bodegas o tiendas de retail, manifestó que absorben un mayor costo por concepto de distribución, pero lo que podría pasar en el tiempo es que éstas formen empresas mayoristas que podrían atender a cada tienda pequeña con un camión en el que lleven todos los productos.

En ese sentido señaló que es importante fomentar el crecimiento de los mayoristas para mejorar y consolidar el sistema de entrega.