



IMPACTO DEL CORONAVIRUS EN LOS RETAILERS

Síntesis de Webinar de Sourcing Journal

2 de abril de 2020

Según los expertos en el 2007 cuando iniciaba la recesión de Estados Unidos se registraron 217,000 personas desempleadas y para el 2009, en la peor semana de recesión, aumentaron a 595,000. En comparación a este episodio de crisis, el 20 de marzo de 2020 se registraron 3.3 millones de desempleos, lo cual indica que Estados Unidos y todo el mundo se encuentra en un escenario económico mucho más delicado. A raíz de estas cifras y de la crisis mundial, el Gobierno de Estados Unidos aprobó 2.2 trillones de dólares para el apoyo de a los desempleados, lo cual representa US\$1,200 por individuo para reactivar la economía.

Países asiáticos como Bangladesh, Camboya e India aún no han indicado ningún paquete de apoyo económico al desempleado o empresas. Actualmente los bancos realizan un análisis de riesgo y se están preparando para la quiebra de muchas empresas con préstamos actuales, sin embargo no han realizado acciones concretas para la recuperación económica de sus países. Para lo cual se mencionó que para que las economías puedan salir del estancamiento que traerá consigo la crisis será clave el financiamiento, lo cual puede ayudar e empresas a continuar a flote.

La expectativa de apertura de tiendas de Estados Unidos es muy incierta por la manera que se manejó la crisis del Coronavirus. El Presidente Trump tomó mucho tiempo para establecer medidas de seguridad y evitar el contagio, su reacción inició hasta el 16 de marzo cuando ya contaban con muchos ciudadanos infectados. Según algunos análisis realizados la situación actual de Estados Unidos provocará que algunas las tiendas tengan pérdidas entre el 50 al 60 por ciento de sus ganancias, y las colecciones de verano ya son consideradas como por pérdida total, la razón de esto último es que tienen en prendas fabricadas que no podrán vender. Todo esto afectará la producción mundial, ya que tienen que deshacerse de ese inventario muerto y se provocará era más grande de *CLEARANCE* (LIQUIDACIÓN) en Estados Unidos. También se estima que continuará la caída durante los meses fríos, temporadas otoño e invierno, por lo que se estima que la recuperación financiera y las ganancias se percibirán en el primer trimestre del 2021.

Las conductas de consumo se verán modificadas, lo que provocará que también los clientes internacionales sean mucho más cautelosos en pedir órdenes, por ahora hay mucha incertidumbre y grandes inventarios. Por otro lado, el comercio en línea ha repuntado ya que personas invierten el dinero que no han gastado en recreación en tres categorías principales: medicina, alimentos y "prendas de vestuario". Estas ventas han logrado minimizar pérdidas lo que sugiere que el comportamiento de los compradores "post crisis" será más de compra en línea y con más enfoque en la sostenibilidad de las prendas, el cliente será más precavido y exigirá mejores prácticas ambientales y sociales.

La disrupción de la cadena de suministros será evidente ya que con este acontecimiento demostró ser ineficiente y poco diversa. Todo el Sur de Asia depende de China, excepto India, y la incertidumbre de pagos afectó a toda la cadena de suministros, por ejemplo, un fabricante no sabe si al entregar su tela está será utilizada para la producción o no, y como consecuencia no tiene certeza de si le pagarán el producto entregado. Y está es la situación de todos los demás suministros de la industria textil.



Se resaltó la importancia de tener “relaciones” no “transacciones” con los clientes o proveedores, para que exista la certeza y confianza. La idea es tener aliados estratégicos y salir de la crisis conjuntamente, migrar al pensamiento de “nosotros” y no en el “yo” (*we before me*). Además se mencionó que los trabajadores que se verán más afectados, hablando en términos de la economía asiática, van a ser los trabajadores dedicados a producciones masivas y que actualmente cuentan con salarios bajos.

Se concluyó el tema con la siguiente reflexión: **“TODOS RECORDARAN CÓMO SE ACTUÓ EN TIEMPOS DE CRISIS”**. Hay que tomar en cuenta la manera en que las empresas actualmente han reaccionado ante la crisis ya que seguramente va a repercutir en sus negocios futuros.