



## RESUMEN EJECUTIVO

# Las tecnologías digitales ayudan a los fabricantes a combatir la inflación descontrolada

**Cuatro puntos débiles comunes relacionados con la inflación y cómo las soluciones ERP modernas basadas en la nube pueden ayudar a los fabricantes a hacerle frente**

Los recientes picos de inflación hacen que fabricantes de todo el mundo se enfrenten a posibles amenazas para la rentabilidad y a riesgos en sus relaciones con los clientes. Para efectos colaterales negativos relacionados con la fijación de precios, los fabricantes deben tener una visión amplia de sus costes, cartera de productos y estrategias de margen. Esto les permitirá obtener una perspectiva de la volatilidad económica, evitar dar respuestas apresuradas y reforzar la continua necesidad de realizar inversiones en digitalización. Si se gestionan con cuidado, los actuales desafíos de la inflación pueden convertirse en oportunidades impulsadas por las necesidades y que se basan en la innovación y la automatización. Si se aplican medidas contra la inflación, como añadir valor al producto o trasladar los centros de distribución más cerca de los clientes, es posible ofrecer beneficios a largo plazo que seguirán sirviendo a los fabricantes y a sus clientes incluso después de que desaparezcan los problemas provocados por la inflación de los precios.

Para llevar a cabo estas medidas con éxito, los fabricantes pueden recurrir a modernas tecnologías de software con capacidades avanzadas de resolución de problemas. Estas soluciones modernas ayudan a los fabricantes a analizar el impacto potencial de la inflación y a obtener información sobre formas de controlar mejor los residuos, mejorar la productividad y aumentar los servicios de valor añadido (esta es una táctica importante para aliviar la reticencia del cliente hacia los nuevos precios). La combinación estratégica de recortes de costes y mejoras de valor será esencial, ya que los fabricantes obtendrán importantes detalles para luchar contra la inflación y podrán crear diferenciadores que durarán más que los flujos económicos cíclicos.

## Cuatro puntos débiles comunes relacionados con la inflación y mecanismos sugeridos para afrontarlos

**Statistica informa** de que la tasa de inflación en la Unión Europea (UE) superó el 10 % (septiembre de 2022) y los precios aumentaron más rápido en Estonia, que tenía una tasa de inflación de más del 24 %. Por el contrario, la tasa de inflación en Francia fue del 6,2 %, la más baja de la UE en ese momento. La tasa actual de inflación en la UE es la más alta de su historia, ya que su máximo anterior fue del 4,4 %, en julio de 2008. Antes de los recientes picos de inflación, los aumentos de precios de la UE se habían mantenido en niveles relativamente bajos, con la tasa de inflación por debajo del 3 % entre enero de 2012 y agosto de 2021.

**La inflación estadounidense se ha situado en torno al 8 %**, el nivel más alto de los últimos 40 años. La interrupción de la cadena de suministro global, la guerra en Ucrania, los aranceles comerciales y los altos costes de transporte son factores que contribuyen a una inflación generalizada y creciente. Los fabricantes de todas las industrias y regiones sufren de forma generalizada el elevado coste de las materias primas. Según una encuesta de **PwC Pulse Survey**, realizada en enero de 2022, el 73 % de los fabricantes afirman que necesitarán aumentar los precios de sus bienes y servicios para proteger los márgenes brutos y de beneficios.

Las presiones operativas relacionadas, como el coste del envío de mercancías, son difíciles de evitar. Estos desafíos afectan a las start-ups vulnerables, así como a las organizaciones de tamaño empresarial establecidas. Afortunadamente, existen fabricantes con visión de futuro dispuestos a adoptar tecnologías modernas basadas en la nube y que disponen de mecanismos y contramedidas para cada uno de los principales puntos débiles.

### 1. Escasez y falta de suministro de chips

La naturaleza omnipresente de los microprocesadores, así como la interrupción causada por la reciente escasez, muestran el estado actual de los fabricantes, proveedores y consumidores interconectados, gracias a las capacidades de comercio electrónico y el IoT (Internet de las cosas). Muchos productos tienen elementos de alta tecnología. Incluso los componentes industriales y de negocio entre empresas (B2B) a menudo cuentan con chips, sensores y capacidades inteligentes, lo que los hace vulnerables a la escasez y a los consiguientes picos inflacionistas y la volatilidad de precios.

### Fijación de precios y márgenes reducidos

Los fabricantes que utilizan precios basados en los costes se verán muy afectados por el aumento de estos y probablemente tendrán dificultades para aumentar sus precios de salida al mercado lo suficiente como para compensarlos. Como resultado, verán reducidos sus márgenes, lo que pondrá en peligro la rentabilidad. Estos fabricantes tendrán que abordar la fijación de precios como una cuestión global y tener en cuenta las materias primas, la fiabilidad del producto, la rapidez de entrega y los servicios de valor añadido como formas de justificar el aumento de los precios a los clientes.

Aunque ya **se vislumbra el final** de la actual escasez de chips, algunos fabricantes, sobre todo de automóviles, siguen apostando por lanzar sus propias fundiciones para la producción de chips. Sin embargo, aún pueden pasar años hasta que la entrada de nuevos proveedores ayude a equilibrar la oferta y la demanda y estabilice los precios.

Los fabricantes pueden hacer frente mejor a la escasez de chips y al consiguiente aumento de los costes implantando soluciones modernas basadas en la nube en la cadena de suministro, lo que será de gran ayuda:

**Mejora de la visibilidad:** con una visibilidad completa de los procesos anteriores y posteriores, los fabricantes pueden recibir avisos de retrasos en los envíos, lo que permite al equipo de aprovisionamiento elaborar y ejecutar planes alternativos.

**Forjar asociaciones:** crear alianzas estratégicas con los proveedores es otra forma que tienen los fabricantes de mitigar los riesgos de la escasez de chips. Las soluciones modernas basadas en la nube para la cadena de suministro favorecen la colaboración, ya que proporcionan portales y herramientas para compartir datos de forma segura.

**Mejorar la planificación de la cadena de suministro:** recurrir a soluciones modernas para planificación de la cadena de suministro ayudará a los fabricantes a ser más estratégicos a la hora de planificar las compras y optimizar los costes de envío. Gracias a una planificación cuidadosa y previsor, los fabricantes podrán comprender mejor los costes, los riesgos y las opciones.

**Ser previsor:** una previsión precisa, respaldada por la inteligencia artificial (IA), ayudará a los fabricantes a comprender sus necesidades a largo plazo para que puedan negociar con confianza contratos con proveedores que garanticen la disponibilidad. En algunos casos, los precios pueden bloquearse, protegiendo así al fabricante de futuras subidas en estos.

## 2. Altos costes de combustible y envío

Los precios de los carburantes han subido a niveles sorprendentes y sin precedentes, lo que ha incrementado considerablemente el coste de los productos. Las tensiones políticas mundiales, los cambios en la política de perforación de Estados Unidos, la preocupación por el medio ambiente y el aumento de la demanda son algunos de los factores que contribuyen a una situación mundial compleja. Todas las regiones se ven afectadas, incluso las que cuentan con oleoductos, reservas de combustible y mandatos de sostenibilidad menos estrictos. Mientras los políticos prosiguen con sus debates, los fabricantes deben tomar medidas para reducir el impacto de los costes del combustible o decidir repercutir los costes a los clientes.

**Planificar estrategias de transporte:** la inflación afecta a todo tipo de costes de transporte, ya sean portacontenedores transatlánticos, aviones de carga o remolques de larga distancia. Tanto si se trata de productos perecederos destinados a los comercios como si son componentes que necesitan los fabricantes, las mercancías deben llegar a su destino con la mayor eficacia posible, equilibrando rapidez y coste. Para ello, puede ser necesario elegir nuevos proveedores que estén más cerca de la planta de fabricación. El software que proporciona visibilidad de extremo a extremo y análisis de costes es fundamental para las estrategias de adquisición proactivas. Los datos respaldan la toma de decisiones bien informadas basadas en hechos, y no aquellas que se fundan en temores o corazonadas.

**Considerar la deslocalización:** las estrategias para traer plantas de países emergentes con bajos costes laborales pueden requerir un nuevo examen. Es probable que las justificaciones de los costes hayan cambiado debido a la alteración de los gastos de envío. Cuando el ahorro conseguido gracias a los bajos salarios se ve mermado por los elevados costes de transporte, el retorno de las instalaciones de producción al país de origen es un paso lógico, siempre que haya mano de obra disponible. Las soluciones en la nube facilitan una puesta en marcha ágil y rápida en las nuevas ubicaciones.

**Establecer centros de distribución:** los centros de distribución más cercanos al cliente también pueden reducir los gastos de envío. Las estrategias de ensamblaje bajo demanda también pueden establecerse de modo que el último paso del ensamblaje de accesorios o “kitting” pueda realizarse en centros regionales. De ese modo, las mercancías ensambladas de mayor tamaño, como electrodomésticos o maquinaria de precisión, pueden recorrer distancias más cortas. El software que ayuda a gestionar el ensamblaje y el kitting es esencial.

**Externalizar la logística:** recurrir a empresas de logística externas (3PL) puede ser de gran importancia a la hora de llevar a cabo los últimos pasos del proceso. A menudo, tiene sentido externalizar el montaje, el cumplimiento, la entrega y la configuración. La mejor forma de trabajar con 3PL, como sucede con cualquier otro socio colaborador estratégico, es a través de soluciones en la nube extremadamente flexibles que permitan compartir datos y que protejan al mismo tiempo la seguridad y la gobernanza de estos.

**Controlar el envío:** los fabricantes también deben examinar los costes de las flotas. Los envíos innecesarios del servicio de campo, las inspecciones redundantes de las instalaciones y los desplazamientos adicionales a las instalaciones del cliente para hacer reparaciones o colocar piezas de repuesto pueden aumentar los gastos generales. Mejorar el índice de reparaciones en la primera visita del departamento de servicios supondrá un ahorro sustancial para la flota. Tener una solución moderna para gestionar el departamento de servicios permite garantizar que se envían las piezas, herramientas y técnicos adecuados la primera vez, reduciendo así la necesidad de repetir viajes entre el centro de servicio, el almacén de piezas y la ubicación del cliente.

### 3. Experiencias de los clientes y alineación con estos

La inflación está afectando gravemente a los consumidores de todo el mundo, e influye en las perspectivas económicas y el gasto de estos. **Algunos creen que se avecina** una recesión, lo que desalentará aún más la inversión. Un dilema clásico es saber si un fabricante debe absorber las fluctuaciones de precios o repercutir los mayores costes en sus clientes. La industria alimentaria y de bebidas lleva tiempo reduciendo el tamaño de los envases y el valor de los productos para mantener los precios estables. Esto puede resultar contraproducente, ya que los consumidores avisados tienden a darse cuenta cuando se reduce el número de raciones de un envase o se sustituyen ingredientes.

**Mantener la calidad:** los fabricantes pueden caer en la tentación de reducir la calidad para ahorrar costes. En el caso de la mayoría de las máquinas, equipos industriales y dispositivos de precisión indispensables, los atajos que afectan a la fiabilidad del rendimiento son inaceptables. Cualquier producto que tenga ramificaciones de seguridad, protección o defensa no debe sufrir recortes en la calidad o cambios en las especificaciones que puedan influir en el rendimiento general o en el cumplimiento de las normativas establecidas. Dispositivos médicos, generadores, sistemas de frenado y bombas industriales son algunos de los productos que nadie quiere ver rebajados porque se hayan reducido sus características de seguridad para ahorrar dinero. Esto significa que el fabricante que quiera reducir gastos debe recurrir a los procesos y no a los materiales, como formas de recortar gastos generales.

**Cumplir la normativa:** en el caso de industrias muy reguladas, recortar costes para frenar el impacto de la inflación puede considerarse una señal de alarma. La industria aeroespacial y de defensa, por ejemplo, se enfrenta a estrictos requisitos de conformidad, y cambiar la lista de materiales de un producto exigiría obtener nuevas certificaciones, lo que puede ser costoso y llevar mucho tiempo. Los fabricantes pueden recurrir a modernos programas informáticos que les ayuden a gestionar y realizar un seguimiento de las funciones de control de calidad, incluido el registro de los resultados de las pruebas, las inspecciones y el cumplimiento. Llevar registros precisos es esencial en momentos como éste, en los que recortar gastos puede suscitar inquietud en la opinión pública. Los datos y la documentación de las inspecciones son importantes.

**Gestionar el ciclo de vida del producto:** aunque no se puede sacrificar la calidad y el cumplimiento de algunos productos, puede haber espacio en la cartera de productos de un fabricante para una opción económica como la reducción de características no críticas. Los fabricantes deben examinar más detenidamente las especificaciones de sus productos y evaluar si estos tienen características demasiado complicadas o si nombran inadvertidamente piezas especializadas que sólo pueden suministrar uno o dos proveedores. Las soluciones de gestión del ciclo de vida del producto ayudan a los fabricantes a gestionar las variables y a analizar si las características son puramente estéticas o lujos de confort que pueden cambiarse para ahorrar costes. Por ejemplo, el cojín del asiento del operador de una carretilla elevadora podría rebajarse a un modelo básico sin sacrificar la seguridad, pero no podría desactivarse la función de cámara para la marcha atrás.

**Gestionar el inventario del almacén:** ser estratégico con respecto al inventario de almacén permitirá a los fabricantes gestionar mejor el flujo de caja y controlar cuánto capital está inmovilizado en el inventario. Dado que la interrupción de la cadena de suministro ha cambiado la forma de pensar de los fabricantes sobre la entrega de tipo Justo a tiempo, todavía hay que considerar cuidadosamente varios detalles antes de ampliar en gran medida los niveles de existencias necesarios (esto es, para cubrir cada escenario “solo por si acaso”). El software para el plan de inventario ayuda a los fabricantes a comprender los matices de las distintas estrategias para elegir el curso de acción correcto.

**Ofrecer opciones de configuración:** ofrecer opciones a los clientes puede ayudar a responder a la incertidumbre sobre qué características de confort o mejoras estará dispuesto a sacrificar el mercado. Esto puede aumentar el número de SKU y añadir cierta complejidad a la planificación de la capacidad, pero también puede ayudar a proteger la relación con el cliente. Dejar que el cliente se sienta responsable de sus decisiones, en lugar de imponérselas, puede ayudar a que los “modelos económicos” resulten más apetecibles, sin dejar de ofrecer el modelo con todas las funciones a las empresas que no estén dispuestas a recortarlas.

## 4. Innovación de productos y servicios de valor añadido

Los fabricantes pueden recurrir a la innovación para aliviar las presiones que cause la inflación y el aumento de los costes de los bienes, además de aplicar habilidades para la solución de problemas tanto a las operaciones como al diseño de productos. Cuando los fabricantes convierten los costes en una cuestión estratégica, las mentes más creativas de la empresa pueden colaborar en conceptos innovadores. Se puede considerar a los fabricantes “solucionadores de problemas” que suelen desarrollar las soluciones más innovadoras cuando hay mucho en juego y la rentabilidad está en riesgo. Las tasas de inflación actuales plantean ese tipo de situación. El reto puede convertirse en una oportunidad cuando se emplea la tecnología adecuada para obtener información, documentar las decisiones clave y explorar las ramificaciones de los cambios.

**Automatizar los procesos:** si no se puede rediseñar un producto y la clientela se opone a subidas de precios, la mejora de la productividad y la eficiencia de los procesos de fabricación y operativos pueden ser las mejores opciones para contrarrestar la inflación.. La automatización suele ser el mejor medio para lograr esas mejoras. Esto puede abarcar desde la incorporación de la robótica a la planta de producción hasta la eliminación de la entrada de datos redundantes y la racionalización de los flujos de trabajo. Una solución moderna de planificación de recursos empresariales (ERP), implantada en la nube, contiene prácticas recomendadas y flujos de trabajo integrados y de eficacia probada. Esta solución está lista para su uso y permite al fabricante empezar a acelerar las operaciones y mejorar su eficiencia.

**Añadir valor:** otra táctica consiste en hacer más aceptables las subidas de precios aumentando al mismo tiempo el valor o los servicios ofrecidos. De este modo, el cliente ve las características asociadas al nuevo precio y se siente más positivo; el valor es fundamental para crear una experiencia positiva en el cliente. La tecnología puede contribuir a aumentar el valor de muchas maneras, desde añadir servicios posventa, garantías y acuerdos de servicio hasta personalizar

las características de los productos, ofrecer etiquetado privado y mejorar las opciones de entrega y configuración. La tecnología ayuda a gestionar este tipo de servicios de valor añadido y facilita que los fabricantes los implementen. Asimismo, pequeños detalles añadidos pueden ayudar mucho a establecer relaciones y fidelizar a los clientes.

**Crear nuevas opciones:** otra forma en que los fabricantes pueden hacer frente a la inflación es creando nuevas ramas, nuevas fuentes de ingresos o nuevos modelos de comercialización.. Las soluciones en la nube ofrecen la opción de realizar implementaciones rápidas, lo que posibilita ofrecer una respuesta ágil. Los sistemas de dos niveles, también respaldados por soluciones ERP de gran flexibilidad, pueden ofrecer una forma rápida de crear ramificaciones a partir de una empresa existente y su sistema ERP, a la vez que se aprovechan sus nuevas y modernas funcionalidades.

### Superar la volatilidad

La inflación ha golpeado duramente a los fabricantes de todo el mundo. **Los expertos económicos predicen** que la volatilidad y los altos costes pueden ser retos que no se puedan resolver rápidamente. Por ello, los fabricantes se podrán beneficiar del examen de sus costes, procesos de la cadena de suministro, servicios y estrategias de producto, ya que les permitirán buscar formas de contrarrestar el aumento de los costes sin dejar de complacer a los clientes ni de crear experiencias positivas. Tecnología como las modernas soluciones ERP implementadas en la nube, permitirá que los fabricantes tomen decisiones basadas en datos sobre costes y encuentren respuestas innovadoras a los problemas inducidos por la inflación. Igualmente, ser proactivos y estratégicos en sus respuestas a la inflación permite a los fabricantes aprovechar nuevos elementos diferenciadores y distinguirse de la competencia.

MÁS INFORMACIÓN 

Síguenos:     



Infor es un líder mundial en software empresarial en la nube especializado por industria. Más de 65.000 organizaciones en más de 175 países confían en los 17.000 empleados de Infor para ayudar a alcanzar los objetivos de su negocio. Visite [www.infor.com](http://www.infor.com).

Copyright© 2023 Infor. Todos los derechos reservados. La palabra y el diseño establecidos aquí son marcas y/o marcas registradas de Infor y/o de sus afiliados o subsidiarias. El resto de las marcas listadas aquí son propiedad de sus respectivos dueños. [www.infor.com](http://www.infor.com).

Infor en España, Paseo de Gràcia, 56, planta 4ª, 08007 Barcelona, [www.infor.es](http://www.infor.es)

INF-2810263-es-ES-0223-1