



Los electrodomésticos fueron parte de los productos más comprados por los colombianos en 2020. Archivo CEET

Precio del aluminio, un golpe al consumidor

El alza mundial del metal encarece a los electrodomésticos. Firms comercializadoras crean vías para no trasladar costos a usuarios.

Roberto Casas Lugo
Redacción Portafolio

LA VOLATILIDAD del costo del aluminio en la Bolsa de Metales de Londres (LME) puede pasarle factura al bolsillo del consumidor colombiano toda vez que puede representar el encarecimiento de productos que lo empleen en su fabricación, como es el caso de los electrodomésticos.

En las pasadas semanas el valor del metal en el citado mercado bursátil alcanzó los US\$3.000 por tonelada, un nivel que no se registraba desde 2008.

Las razones están explicadas por las restricciones de producción en China y el golpe de Estado en Guinea, segundo productor mundial de bauxita, un mineral clave para la fabricación del aluminio.

Este panorama, al que se le suma la escasez mundial de microchips y de contenedores, está encareciendo los electrodomésticos, de los más adquiridos en

2020. Florencia Leal, directora de la Cámara de Electrodomésticos de la ANDI, afirmó que el alza en el precio del aluminio a nivel mundial “impacta los costos de los electrodomésticos, tanto de los grandes o de línea blanca, como de los pequeños, que son los de cuidado personal o cocina, entre otros”.

Leal sostiene que, a raíz de que esta consecuencia no se resolverá en el corto plazo, las empresas están buscando estrategias para no repercutir en el precio final de los colombianos.

“Ante este panorama, que posiblemente no se pueda corregir en el corto plazo, pues China está actualizando plantas para contribuir al control del cambio climático y el tema de los fletes tampoco tiene rápida solución; la estrategia de las empresas es la de buscar que el impacto en el precio no se afecte a los consumidores”.

Un vocero de Cencosud comentó que ellos “se han

visto afectados” por el encarecimiento del aluminio y de otras materias. “Efectivamente, hay un impacto en línea blanca y televisores”, dijo el vocero quien agregó que en algunas de esas líneas pueden registrar aumentos de hasta el 30%, pero que la empresa “prefiere” reducir márgenes a trasladárselos al cliente.

“Sí hay una dificultad porque aunque las líneas mantienen una dinámica positiva, si hay aumento en

los precios”, agregó el vocero.

Sin embargo, esta dinámica no se aprecia de la misma manera en las comercializadoras mipymes. “Sí ha habido alza en los precios de las marcas; ha influido el precio del aluminio tanto en electrodomésticos como en gasodomésticos. Hemos tenido que subir precios en las marcas nacionales de un 4% y en las importadas cerca de un 3%”, señaló un portavoz de una pequeña comercializadora en Bogotá.

“Este escenario puede afectar el buen desempeño que traen las empresas y también puede frenar la decisión de compra de la gente”, dijo Christian Daes, COO de Tecnoglass, firma que emplea aluminio en su producción de marcos para ventanas.

“Esto afecta a todas las empresas porque es un tema inflacionario. Nos toca subir precios de los artículos o disminuir las utilidades”, agregó. ☺



Hay un impacto tanto en la línea blanca como en los pequeños, los de cuidado personal o cocina”.

Breves / Institucionales



Cámara
de Comercio
de Bogotá

#SOYEMPRESARIA

Lanzamiento
de la estrategia de

Conducta
Empresarial
Responsable

Responsabilidad: palabra clave, hoy

Desde hace algunas décadas se ha venido advirtiendo sobre la importancia de fomentar la responsabilidad como un valor empresarial relevante. Hechos cruciales como la pandemia del covid-19, el cambio climático, siguen confirmando el papel fundamental que desempeña el sector empresarial para el desarrollo económico, social y ambiental del mundo.

En lo que respecta a lo económico, la generación de empleos con condiciones dignas, incluyentes y respetuosas de los derechos humanos es clave para generar bienestar en las personas. Pero el tema no se agota allí. Es preciso también que las empresas combatan malas prácticas como la corrupción, el soborno o el lavado de activos.

Lo mismo ocurre en el apartado social, pues es necesario que las empresas no solo velen por sus empleados, sino también por las condiciones de las comunidades que habitan en sus entornos operacionales.

Lo ambiental, por su parte, ha sido uno de los aspectos sobre los que se ha llamado la atención de manera más vehemente. Las Naciones Unidas, por ejemplo, con iniciativas como los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, han sido enfáticas en hacer llamados a las empresas para actuar con una mayor conciencia de sus impactos para el medioambiente y el cambio climático.

Así pues, es necesario implementar un nuevo ADN empresarial que sea consciente de estas problemáticas y, sobre todo, de la gran responsabilidad que tienen las empresas para alcanzar una mejor realidad y un mañana más esperanzador.

Por ello, es una gran noticia la Estrategia de Conducta Empresarial Responsable que impulsa la Cámara de Comercio de Bogotá, y por medio de la cual la entidad está promoviendo la creación y consolidación de empresas conscientes de su rol en la sociedad.

El evento contará con la presencia de importantes especialistas y se llevará a cabo entre el 28 de septiembre y el 1 de octubre. Para asistir, ingrese al siguiente enlace: <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2021/Septiembre/Lanzamiento-de-Conducta-Empresarial-Responsable>.