



EL DEAL

POR FRANCISCA GUERRERO

Aunque su propio negocio da cuenta de la debilidad del consumo interno en China, asunto que –por estos días– figura entre las mayores preocupaciones de los mercados, para el CEO de Kuehne + Nagel, Stefan Paul, hay espacio para ser optimistas, considerando la persistente fortaleza exportadora del gigante asiático y la decidida internacionalización de varias de sus empresas.

De visita en Chile para participar del seminario “Día del Comercio Global: Navegar la Incertidumbre”, organizado por Fundación CSAV, el líder de la firma alemana, que califica como la número uno del mundo en logística aérea y marítima, entregó a Señal DF su privilegiada panorámica de las cadenas de suministro mundial y del impacto del conflicto en Medio Oriente.

Asimismo, analiza aspectos más cercanos a nuestra región, valorando positivamente el desarrollo del puerto de Chancay en Perú, el rol destacado que mantiene el Canal de Panamá y las perspectivas económicas de América Latina, incluyendo a Chile.

–Desde la perspectiva de su sector, ¿qué tan graves son las perturbaciones en Medio Oriente y qué riesgos enfrentamos?

–Creo que fue el 16 de diciembre (de 2023) cuando los rebeldes hutíes (de Yemen) atacaron los primeros barcos frente al Canal de Suez. En ese momento hubo un primer transportista que dejó de utilizar el Canal. Un par de semanas después, todos los transportistas, todas las líneas navieras, dejaron de utilizarlo y comenzaron a transitar por el Cabo de Buena Esperanza. Básicamente, reencauzaron todas sus actividades, todos sus barcos entre Asia y Europa a través del Cabo de Buena Esperanza. Entonces, los primeros 2 o 3 meses hubo un solo impacto en la industria, en una sola ruta, lo que implicó que los viajes de Asia a Europa fueran, aproximadamente, de 10, 11, 12 días más y de regreso, lo mismo. Entonces, en general, el viaje aumentó en una base de ida y vuelta en 20 días aproximadamente.

Luego, a principios de mayo, se sumó la crisis de suministro, dado que se produjo una demanda adicional de los clientes porque hicieron pedidos un poco antes de lo normal, en relación a la temporada alta, para así evitar más interrupciones. De esta manera, una crisis de la cadena de suministro se encontró con un poco más de demanda, lo que llevó a que a finales de abril y principios de mayo viéramos una escasez de contenedores. Con esto, si antes teníamos un precio promedio de, digamos, US\$ 2.500 por contenedor, en el segundo trimestre los precios llegaron hasta US\$ 8.500, US\$ 9.000. Así que, para los clientes de toda Europa, Estados Unidos y América Latina significó tarifas mucho más



Stefan Paul:

“China sigue siendo un motor de crecimiento para las exportaciones y nadie debería subestimarlo”

El CEO de la firma de logística aérea y marítima Kuehne + Nagel, además, entrega un análisis detallado del impacto del conflicto en Medio Oriente en las cadenas de suministro global, estimando que el impacto continuará, por lo bajo, durante el primer semestre de 2025.

MANUEL URSUA

altas, con un tiempo de tránsito más largo, dependiendo de las rutas comerciales, lo que provocó cierta incertidumbre en el mercado.

–**Eso va a continuar?**

–No tengo la bala de plata, pero no veo ninguna razón por la cual en 2025, al menos el primer semestre, la situación vuelva a la normalidad. Creo que todo lo que escuchamos, lo que vemos, cada planificación que hacemos como transportistas, es que el Canal de Suez no podrá utilizarse en 2025, al menos en la primera mitad. Eso va a continuar.

–¿Disrupciones en el Estrecho de Ormuz representan otro riesgo relevante?

–Sí. Pero eso no tiene ningún impacto en el comercio global de Asia a Europa. Tiene más que ver con el petróleo. Si se cierra, lo que en mi opinión podría ser una consecuencia bastante inmediata de una mayor escalada, por supuesto

que veremos un aumento de los precios del petróleo, lo que tiene un impacto en la cadena de suministro global, porque el nivel de precios se ve afectado nuevamente por contenedor.

–China es un cliente importante para ustedes y también un actor fundamental para la economía mundial. ¿Le preocupa su desaceleración?

–Tenemos una tasa de desempleo más alta en China y menos consumo interno, eso está bastante claro. Con nuestras actividades de logística por contrato dentro del mercado interno chino, vemos que hay una demanda débil desde hace un par de trimestres.

Sin embargo, China sigue siendo un motor de crecimiento para las exportaciones y nadie debería subestimarlo. La única área donde todavía vemos un crecimiento significativo en términos de movimientos de carga aérea y marítima proviene

de Asia, del Sudeste Asiático, incluida China. Así que China sigue creciendo para nuestros clientes y, por lo tanto, también para nosotros.

Por otra parte, China está transformando su industria. Siempre utilizo esta explicación al respecto: China ha sido el banco de trabajo del mundo, así que todos, ya sean clientes estadounidenses, europeos o del Medio Oriente, han recurrido a proveedores chinos para sus productos. Ahora lo que se ve es que China sigue siendo un banco de trabajo importante, pero además tienen cada vez más marcas propias en determinados sectores, que ahora se están globalizando. Para nosotros es muy importante.

–**¿Cómo cuáles?**

–Está la industria automotriz, especialmente con los vehículos eléctricos, que incluye las baterías y cierta alta tecnología. Además, observamos el brillo de las gigantes del comercio electrónico, Shein y

Temu, que consumen aproximadamente el 40% de la capacidad de aeronaves de China, sólo los dos clientes. Eso está impulsando un cambio significativo en lo que respecta a la disponibilidad de capacidad y en el nivel de precios, porque si hay una gran demanda, los precios normalmente suben.

En definitiva, si vemos que el mercado interno está débil, que la industria no está creciendo a un ritmo alto, pero aun así tienen crecimiento.

–Al mismo tiempo, la influencia china sigue creciendo en América Latina, muestra de aquello es el puerto de Chancay en Perú. ¿Cómo ve esa relación y qué relevancia tendrá Chancay?

–Cosco está invirtiendo en este puerto. Las inversiones siempre son buenas para la infraestructura. Cuánto más inversiones haya en infraestructura, puertos, instalaciones, comercio global... mejor será para la gente que vive en la región.

Sobre si la influencia de China crece en América Latina, tengo mis dudas. Me centraría más en si es más fácil para los flujos de la cadena de suministro entrar en el mercado latinoamericano porque hay capacidad adicional y actividades portuarias. Así que yo argumentaría más a favor de si eso ayuda a la industria a ser más rápida en el mercado, en lugar de ser más lenta.

–¿Qué relevancia sigue teniendo el Canal de Panamá en el escenario mundial?

–Desempeña un papel muy importante. El único problema en el Canal de Panamá es que el tráfico depende del nivel del agua. Dependiendo de la temporada puede ser que tengan que reducir el tráfico de dos a un solo barco. Pero el Canal de Panamá sigue desempeñando un papel muy importante en el comercio mundial y eso no cambiará.

–¿Cómo ve a Chile y sus negocios aquí?

–En primer lugar, la economía latinoamericana en general, incluyendo en particular a Chile, se ha visto menos afectada que otras economías. Todavía hay crecimiento aquí y eso te da una idea de que tienes una demanda de consumo robusta y bastante saludable.

Hablando con los clientes aquí (en Chile) en los últimos días, tengo la sensación de que son bastante positivos sobre el PIB y la demanda de consumo y el desarrollo para los próximos uno o dos años. Así que yo llamaría (el panorama) más bien robusto, en lugar de una declaración de problemas.

–¿Tiene perspectivas de hacer crecer su negocio aquí?

–Nuestra aspiración no es un crecimiento de un solo dígito. Es un crecimiento de más de un dígito en una base anualizada aquí en Chile. Así que la aspiración es bastante, diría yo, asertiva.