

Nuevos Aranceles: Oportunidad de Fortalecer la Relación con Clientes

Estrategias para empresarios frente
a los nuevos aranceles en México

El reciente ajuste en los aranceles para productos importados de países con los que México no tiene Tratado de Libre Comercio representa un desafío para fabricantes, importadores y comercializadores. Pero también puede convertirse en una oportunidad para reforzar la relación con los compradores corporativos de autoservicio y departamentales, generar confianza y consolidar la presencia en el mercado.

A continuación, te compartimos recomendaciones estratégicas para enfrentar el impacto de estos cambios y convertirlos en ventaja competitiva.

1. Comunicación proactiva y transparente con clientes

Los compradores de autoservicio y tiendas departamentales necesitan información clara para planificar inventarios y precios.

- Anticipa la conversación: no esperes a que te pregunten. Comparte un resumen de los cambios arancelarios que impactan tu portafolio y explica cómo afectarán los costos.
- Ofrece escenarios: presenta distintas opciones de surtido o de precio, mostrando qué productos tendrán mayor afectación y cuáles permanecen sin cambios.
- Transparencia = confianza: la claridad sobre el impacto en costos ayuda a fortalecer la relación comercial y evita sorpresas en negociaciones.

2. Revisión de portafolio y alternativas de abastecimiento

Los aranceles pueden volver menos competitivos algunos productos importados.

- Identifica sustitutos: considera productos de países con TLC vigente o de producción nacional que puedan sustituir a los más afectados.
- Diversifica proveedores: explora nuevas alianzas para mitigar el riesgo de desabasto o incrementos excesivos.
- Optimiza SKU: prioriza productos con mayor rotación y rentabilidad para garantizar disponibilidad continua.

3. Estrategias de precios y promociones

Un incremento de costo no siempre debe trasladarse de forma lineal al precio final.

- Diseña estrategias mixtas: combina aumentos graduales con promociones estratégicas para mantener la demanda.
- Segmenta clientes y regiones: adapta la estrategia de precios de acuerdo con el poder adquisitivo de cada zona.
- Negocia apoyos promocionales: acuerda con el autoservicio/departamental planes de exhibición y comunicación para impulsar ventas de productos estratégicos.

4. Fortalecimiento de la planeación logística

La volatilidad en precios puede generar sobreinventarios o desabasto si no se planifica adecuadamente.

- Proyecta escenarios de demanda considerando distintos niveles de precios.
- Ajusta calendarios de importación para evitar pagar aranceles de más por urgencias.
- Integra la información de aranceles a tu planeación de compras para mejorar la toma de decisiones.

5. Aprovecha la coyuntura para construir valor de marca

El momento es ideal para posicionarte como un socio estratégico.

- Genera reportes ejecutivos para tus clientes con análisis de tendencias y propuestas de acción.
- Capacita a sus equipos de compras sobre los cambios regulatorios.
- Refuerza tu narrativa de valor: calidad, disponibilidad y servicio al cliente son ventajas que pueden justificar el precio.



Conclusión:

De crisis a oportunidad

Los aranceles representan un reto inevitable, pero los empresarios que se preparan con análisis, comunicación y propuestas de valor pueden salir fortalecidos. Convertir el impacto en un diálogo estratégico con clientes es una forma de diferenciarse y consolidar relaciones de largo plazo.