

Willard Manrique: Cambios de conducta de consumidores y su impacto en fletes marítimos

El proceso de reactivación económica mundial se acelera desde el último trimestre del 2020. Asimismo, desde inicios del 2021 se evidencia un incremento significativo sobre los costos de transporte marítimo. Hace seis meses el flete de un contenedor de 40 pies desde Shanghai al Callao costaba unos US\$ 1.200, actualmente cuesta unos US\$ 15.000.

Esta alza del transporte marítimo, sumada a la devaluación de la moneda nacional, el aumento del costo de los commodities y la escasez de componentes electrónicos, viene afectando la oferta y los precios de los bienes de consumo en el Perú, especialmente a aquellos de menor valor y mayor volumen.

Aumento de fletes

Son muchos los factores detrás del aumento de los fletes, entre ellos la escasez de contenedores, la saturación de los puertos marítimos, el número de barcos disponibles y el aumento del precio del petróleo, entre otros.

A su vez, estos factores se originan debido al aumento a nivel mundial en la demanda de bienes y a restricciones sanitarias en las cadenas de suministros.

Hábitos de consumo

Desde el punto de vista comercial, resulta interesante entender el cambio en los hábitos de consumo de la humanidad como un conjunto a raíz de la pandemia. A nivel global, las personas están adquiriendo más bienes físicos que servicios.

El CEO de Maersk, una de las navieras más grandes del mundo dijo: “No previmos cómo la COVID-19 cambiaría los patrones de consumo. Las personas usan una mayor proporción de sus ingresos en bienes”.

En el mundo, muchos de los servicios han dejado de estar disponibles por diversas restricciones. El miedo al contagio hace que las personas acudan menos a restaurantes, peluquerías, cines o realicen viajes.

Sin embargo, las ventas minoristas en EE. UU. llegaron a niveles máximos en diez años y el valor de los retailers de e-commerce ha tenido incrementos notables. Tal es el caso de Amazon, cuya capitalización bursátil se ha duplicado a raíz de la pandemia.

A la disminución en la capacidad de consumo sufrida por las familias peruanas, se suman los factores antes mencionados, por lo que muchos bienes importados se seguirán alejando de la capacidad de compra de los hogares.

Consumidores en el Perú

Cabe destacar que, en el Perú, los cambios en los patrones de consumo se vienen dando en otro sentido.

Los consumidores postergan las decisiones de compra, eligen productos más económicos de nuevas marcas, compran productos a granel y toman decisiones más racionales en busca del mejor costo-beneficio.

A medida que avance la vacunación en el mundo y se amplíe la oferta de transporte marítimo, los fletes se reducirán.

Sin embargo, la expectativa de volver a los costos de fletes de hace un año es muy poco probable en el corto plazo. El desafío de las marcas y canales de distribución será adaptar el portafolio a los cambios del consumidor local.

Replantear el modelo logístico, optimizar la gestión de inventarios y desarrollar esquemas de financiamiento permitirá contrarrestar la contracción en la demanda.