

Expectativas de consumo en 2024 por debajo de lo previsto, según ANSA

Italo Atencio, presidente de la Asociación Nacional de Automercados y Autoservicios (ANSA), advirtió que: las expectativas de consumo para principios de 2024 están muy por debajo de lo esperado.

Atencio explicó que enero de 2024 fue un mes de poco consumo, aunque registró un 2% más que enero de 2023. Sin embargo, fue un 22% menos que diciembre de 2023. “En febrero reportamos un crecimiento del 1% con respecto al mismo mes en 2023, pero muy por debajo de las expectativas que teníamos al comenzar el año”, añadió.

El presidente de ANSA recordó que los venezolanos solían hacer las compras de la quincena o del mes, pero ahora van a comprar dos veces a la semana, lo que ha aumentado el número de transacciones, pero ha disminuido el ticket promedio.

Atencio advirtió que el 66% de las transacciones que se realizan en el país son electrónicas y en su mayoría en bolívares, ya que el pago en divisas implica un pago extra del 3% (IGTF) que no se puede consumir. “Si se elimina el IGTF, es un 3% que el venezolano puede consumir”, acotó.

Además, aseguró que la canasta ANSA para febrero fue de 244\$, insistiendo en que esta ha caído porque hay mayor oferta. El presidente de ANSA destacó que los venezolanos están comprando en versiones más pequeñas y con más frecuencia, ahorrando en el consumo del hogar.

Por su parte, Asdrúbal Oliveros, economista y socio-director de Ecoanalítica, señaló que se ha visto una caída en el ticket promedio, lo que habla de una restricción en el bolsillo de la gente, que no es mayor gracias a que la inflación se ha desacelerado.

Oliveros resaltó que se ve un poder adquisitivo muy bajo que obliga al consumidor a tomar decisiones de optimización del dinero, llamando así a los empresarios a recortar márgenes para contener precios y que las ventas no bajen.

El economista recalcó que las empresas de consumo masivo deben entender que su consumidor promedio es pobre, ya que el ingreso

mensual de dos tercios de la población venezolana es menor de 100\$. “Ellos necesitan ofertas de valor distintas, deben entender cómo consume... El precio sigue siendo una variable muy poderosa”, informó.

Oliveros también indicó que hay una gran cantidad de marcas que han nacido en los últimos años que han ganado cuota de mercado rápidamente porque son buenas y tienen una relación de precio interesante que desplaza a los líderes tradicionales. Aseguró que ha caído el pago vía Zelle y ha subido el pago por pago móvil.

Con información de MundoUR