

Venezolanos regresan al consumo básico, buscan precios y son menos fieles a marcas

Ya se acaba el primer semestre del año, y toca hacer un corte en cuanto a las métricas de consumo. Obviamente, se ha producido una desaceleración producto de diversas variables, y no puede preverse de modo cartesiano cómo se comportará el segundo semestre, bajo la influencia de la petrolera Chevron en la economía.

El año pasado tuvo una cara de aparente opulencia. Más de 200 restaurantes de lujo fueron abiertos, y a esta hora muchos de ellos dejaron de existir. Caso emblemático es el del restaurante flotante Altum, que era sostenido por una polea a 50 metros de altura, y donde se servían los más suculentos manjares.

En resumen, en 2022 se produjo una especie de ilusión óptica, una burbuja de consumo, que tiende a esfumarse en el aire este año como una pompa de jabón.

Negativo e irregular

El presidente de la firma encuestadora Datanálisis, [Luis Vicente León](#), sostiene que el país tuvo un primer semestre –en términos de consumo- “negativo e irregular” porque hubo una caída. Como no ha cerrado el semestre no se sabe el porcentaje.

Pero en el primer cuatrimestre hubo una caída de 6% en consumo agregado. “Algunos sectores crecieron y otros decrecieron”. En Datanálisis se estima que el semestre cierre más o menos en esa rata de merma.

– ¿Cuál fue el mes de mayor y menor consumo?

-Por supuesto, los de menos consumo fueron enero y febrero, porque se viene de Navidades, los precios vienen alterados, y una parte de la economía está parada. El pico fue mayo, “pero tampoco es que sea en positivo”.

No se recuperó el consumo, como esperaban muchos. Pero la razón de que mayo sea el pico es que hubo cierta estabilidad cambiaria, y en mayo-junio el crecimiento de los precios se desacelera, señala León.

– ¿Cuáles fueron los rubros que dominaron?

-Hubo sectores que crecieron. El sector farmacéutico, tecnología, cuidado personal, pero **alimentos tuvo una caída superior al 10%**. Los alimentos representan la mitad del presupuesto familiar. Las familias tienen un problema de flujo de caja –que tiene su origen en el problema de flujo de caja del gobierno-, entonces la población escoge qué producto reduce. No es que deja de consumir, sino que se llena el estómago con productos más baratos.

Cambios en los hábitos de consumo

Luis Vicente León, presidente de Datanálisis, dice que se identificaron varios cambios en los hábitos de consumo: por ejemplo, **la sensibilidad ante los precios, cosa que se había superado en 2021 y 2022. Se busca lo más barato.**

Lo segundo, es que **se redujo mucho su sensibilidad sobre la calidad.**

Otro cambio –avanza León- es que el consumidor está muy dispuesto a probar cosas nuevas, es decir, **se redujo la fidelidad de marca. “Lo que está tratando es de sobrevivir”.**

León dice que el medio de pago más importante fueron las tarjetas de débito, en contraste con el uso de dólares cash que predominó en 2022, y este año está en segundo lugar. Esto es consecuencia del Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (IGTF).

El economista pondera que **el país debería comenzar a ver en el segundo semestre una mejora en el consumo, especialmente por la actividad que se dinamiza en el último trimestre del año.**

Consumo: puede crecer 4.5% al cierre de 2023

Datanálisis proyecta un crecimiento del consumo de 4.5% al cierre de 2023. Esto, porque la firma espera un consumo con alzas de entre 6 y 7% en el tercer y el cuarto trimestres. “Pensamos que en mayo-junio podíamos estar en cero, pero estamos en negativo”, reconoce Luis Vicente León

-La evolución del consumo en Venezuela, aunque parezca increíble, está íntimamente ligada a la presencia de Chevron, empresa sin la cual no tendríamos crecimiento. Chevron genera

entre 1.500 y 2.000 millones de dólares para nuestra economía.

– ¿Las Navidades van a ser de “vacas flacas”?

-Estimamos que serán mejores que las de 2022.

Todo es relativo

Por su parte, Pedro Quintana es socio-director de [Atenas Grupo Consultor](#), e informa que hasta el mes de mayo de 2023 “podemos reportar una caída de mayo versus abril del -3% total en consumo en unidades. Pero si comparamos abril 2023 versus enero, hay un crecimiento en volumen del 5%”, da cuenta el experto de las variaciones en el consumo. Todo es relativo.

– ¿Cuál fue el mes de mayor consumo y por qué?

-En 2023 el mes que reporta mayor consumo es febrero en unidades y valor. Y el peor mes fue mayo.

Los rubros que dominaron fueron Lácteos y Proteínas. Licores se comportó bien, por la estacionalidad.

Pedro Quintana (Atenas Grupo Consultor). “Para lo que llevamos del año, los hogares incrementaron su gasto en 43% pero las unidades adquiridas son las mismas del 2022”.

Quintana precisa que se observan cambios en los hábitos de consumo del venezolano, con sus matices y bemoles. **“Para lo que llevamos del año, los hogares incrementaron su gasto en 43% pero las unidades adquiridas son las mismas del 2022”.**

Expresa que este año la prioridad de los hogares está en cubrir las categorías de cesta básica (harina de maíz, azúcar, margarina, aceite, arroz, pasta y café). “Esto implica que los hogares están priorizando la compra de alimentos sobre otras categorías”, remarca.

– ¿Cuáles son las proyecciones para el 2do semestre?

-Recomendamos planificarse para un semestre de consumo estable, en el cual se debe trabajar para conseguir ventas, especialmente en el canal tradicional que concentra el 70% del volumen total, indica Quintana.

Las Navidades de 2023 –ofrece una noticia más o menos positiva– serán “tan buenas como te planifiques hoy para tener el portafolio correcto, enfocado al canal o canales que decidas atacar”, sugiere como máxima el socio-director de Atenas Grupo Consultor.

Hay que construir marcas, indica: “no te conformes con vender productos. Genera innovaciones de valor para cada segmento que te ofrece oportunidades de crecimiento. Busca diferenciación en todos los aspectos comerciales y de mercadeo. Competir en este mercado exige invertir en tecnología e información para tomar decisiones oportunas y medir el impacto. Solo ver tu sell in no te ayudará a calibrar la oferta, requieres entender el sell out, la demanda”, cierra el ciclo de sus ideas.

El presidente Nicolás Maduro espera por un levantamiento de sanciones por parte de Estados Unidos para tratar de recuperar una industria petrolera de hojalata. Pero expertos al tanto dicen que no hay muchas señales de que eso vaya a ocurrir.

De manera que el consumo se verá afectado, si bien en 2024 hay presidenciales y eso podría subir un poco las expectativas.

Con información de Banca y Negocios