

Las opiniones expresadas por los expositores en reuniones de los Comités de VenAmCham, reflejados en este reporte, representan los criterios profesionales de sus autores sobre los temas tratados y no una posición de la Cámara ni la de sus Comités

**VENAMCHAM- COMITÉ AL DÍA
Mercadeo-October2018**

El consumo en hiperinflación. Adriana Dao (Nielsen)

Para comenzar la reunión del mes de octubre, el comité de Mercadeo procedió a una ronda interna, donde destacaron los siguientes puntos:

- **Publicidad:** La cantidad de inversión en publicidad en medios ha bajado sustancialmente, no solo por los costos que representan sino por el incumplimiento por parte de algunos medios de las condiciones de los contratos ya firmados.

Adicionalmente, las empresas se han enfocado en la renovación de sus plataformas digitales e imagen (relanzamiento de imagen).

- **In Company:** Los cursos in company y de diseño a la medida cobran cada vez mayor demanda, junto con la presentación de tópicos que resulten atractivos y necesarios al mercado.

Seguidamente fue el turno de Adriana Dao, quien conversó sobre las tendencias de consumo en la situación actual venezolana. Dao señaló que existen elementos que deben recordarse para poder comprender la situación actual relativa al consumo del venezolano. Ellos son:

- El consumidor destina la mayoría de consumo a alimentos.
- La situación actual acerca el consumo venezolano a niveles de países como Ecuador y Guatemala.
- La realidad obliga a la adaptación.

En el último año ha ocurrido una pérdida significativa del poder adquisitivo del venezolano. De igual forma, algo que también ha cambiado es la cantidad de productos adquiridos, así como las idas al punto de venta.

Los principales drivers de consumo:

1. Precio

2. Disponibilidad
3. Versatilidad del producto

De acuerdo a estimaciones de Nielsen, el trabajador venezolano invierte el 136% de su presupuesto en compras del hogar (específicamente alimentos), esto indica que se está endeudando, y además va de manera frecuente al punto de venta. Esto contrasta bastante con el año 2017, cuando lo invertido de su presupuesto en alimentos rondaba el 91%

La distribución que hace el comprador al momento de consumir:

- Alimentos 55%
- Higiene personal 13%
- Mantenimiento del hogar 10%
- Transporte 8%
- Servicios 7%
- Otros 2%
- Entretenimiento 1%

En referencia a las estrategias para realizar su compra:

1. Hacer colas
2. Recorrer varios lugares
3. Comprar lo que se consiga
4. Esperar la bolsa/caja CLAP

Al menos 55% de los compradores va al menos 1 vez al punto de venta.

Con respecto a sus preocupaciones, los encuestados por NIELSEN indicaron que las principales inquietudes se centran en la economía, la hiperinflación y adquisición de alimentos.

Dao indicó que el consumidor ha modificado sus patrones de consumo, ha dejado de comprar rubros como carne, pollos y quesos importados, y ahora compra más granos, quesos, huevos, frutas de temporada y hortalizas. En lugar de comprar galletas para la merienda de los niños, compran cambur, realizan arepas con otros alimentos que no sean harina de maíz, ingieren pasta de desayuno y cambian las proteínas cárnicas por huevos.

¿Cuáles son las estrategias que el venezolano está aplicando?

61% reporta gastar menos en comida de la calle.

64% reporta gastar menos en ropa nueva.

59% gasta menos en entretenimiento fuera de la casa.

¿Qué consideran Premium?

Hay ciertos rubros que el consumidor ya considera que son categoría Premium, entre ellos el azúcar, harina de maíz, leche en polvo, pasta, arroz, harina de trigo, café, atún, cosas importadas.

¿Qué productos ya no compran o compran menos? (en comparación a hace 2 años)

Los consumidores manifestaron que ya no compraban o compraban menos: Helados, jamón, carne de res y cochino, galletas, mayonesa.

Para 2017, a esta misma pregunta respondían: helados, yogurt, salchichas, pan de sándwich, harina de trigo.

¿Qué productos compran más?

Para 2017 el consumidor nombraba a los lavaplatos líquidos o en crema, papel higiénico, jabón para lavar, granos y desodorante como los elementos que más compraban. Para este año, los rubros nombrados son los granos, queso, huevos, frutas y hortalizas, cloro y desinfectante.

Por último, Dao indicó que las claves para comprender el consumo del trabajador venezolano se basan en:

- Existe una pérdida del poder adquisitivo significativa.
- La economía es su principal preocupación.
- Visita semanalmente el punto de venta.
- Su elección de compra se basa en precio, disponibilidad y versatilidad.
- Los granos, quesos, huevos y frutas están entre los principales ítems de compra.

Daniela Oropeza
Gerencia Corporativa de Comités e Información

www.venamcham.org

