

# Desafíos de consumo masivo 2023: innovación y personalización

Consumo masivo es uno de los sectores privilegiados que ha mantenido una dinámica estable de la demanda, por la propia naturaleza del negocio; prioridad en la adquisición de productos que forman parte de la canasta familiar.

El consumo privado cerró el 2022 con un crecimiento de

**4.4%**

una evolución positiva respecto al 2021



recuperación del empleo



acceso a fuentes de ingresos



incremento del crédito de consumo



avance en el proceso de vacunación



En la segunda mitad del año pasado, se observó una desaceleración en el consumo, producto del incremento sostenido de las tasas de interés del BCR para combatir la inflación.

En el 2023 se verá una moderación en el gasto de consumo privado.

Este alcanzaría el en el presente año. **2.4%**

La inflación que todavía será alta por unos meses más



Escenario actual de la coyuntura externa.



Precariedad en el mercado laboral que no permite la recuperación de los ingresos



La inflación todavía será un tema importante este año ya que, según las proyecciones de Scotiabank, esta seguirá por encima del 3%.

La buena noticia es que los consumidores seguirán privilegiando el gasto en la canasta básica

El alza en el precio de los alimentos



Las ventas de consumo masivo en canales tradicionales y supermercados crecerían por un efecto precio

Sigue habiendo espacio para la innovación como por ejemplo el desarrollo de nuevos productos.

LAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO TIENEN LA OPORTUNIDAD DE OFRECER PRODUCTOS A MEDIDA DE SUS CLIENTES EN EL MOMENTO Y LUGAR CORRECTO, CON LA DISPONIBILIDAD DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS ES POSIBLE IDENTIFICAR SUS NECESIDADES, NUEVOS HÁBITOS Y ESTILOS DE VIDA PARA LOGRAR UNA VENTAJA COMPETITIVA.