

PRODUCTO®

www.producto.com.ve
diciembre 2013/ enero 2014 Bs.50



¿Feliz año?



País de incertidumbres

Ante las medidas económicas impulsadas por el Ejecutivo nacional, PRODUCTO realizó una consulta a representantes de diversos sectores, todos motores del aparato productivo de Venezuela, con la finalidad de conocer la visión que tienen para el 2014, así como las estrategias que aplicarán para continuar operando en el país. Las medidas sorpresivas que aplicó el Gobierno en noviembre al sector empresarial y comercial, con la regulación de los precios, afectaron no sólo el margen de ganancia y reposición de productos en el inventario, sino el mantenimiento de algunas marcas en el mercado y, en consecuencia, la publicidad. El incremento de precios en octubre, según el Banco Central de Venezuela, se situó en 5,1%, la inflación acumulada

durante los primeros 10 meses del año es de 45,8% -en el mismo período del 2012 fue de 13,4%- y ubicándose la anualizada en 54,3%. Además, el índice de escasez llegó a 22,4% en octubre, la cifra más alta registrada en el año. Al cierre de esta edición, se proyectaba una inflación acumulada de 55% al culminar el 2013. A estas variables hay que agregar que el Gobierno ya había anunciado la entrada en vigencia de más normativas restrictivas para el sector productivo, todas concebidas unilateralmente por el Ejecutivo a través de la Ley Habilitante, aprobada con 99 diputados a favor en la Asamblea Nacional (el mínimo que necesitaba el poder legislativo para otorgar al Presidente Nicolás Maduro -por un año- los poderes absolutos en materia económica).



Empresas privadas



Juan Carlos Escotet Presidente de la Junta Directiva de Banesco

Venezuela tiene futuro y nadie debería dudar esto. Los países tienen tiempos mejores que otros y éste no ha dejado de ser fuente de un admirable talento humano. Cuando se tiene gente con potencial en la formación y en la actitud las sociedades progresan. Esto no es nuevo y así viene ocurriendo durante siglos. La historia del siglo XX es una muestra de eso: se produjeron verdaderas catástrofes y las naciones lograron, más temprano que tarde, salir adelante. Ahora mismo en el planeta entero se vive una crisis que está afectando a los ciudadanos de países del llamado primer mundo. Pero eso no durará mucho, vendrán tiempos mejores en todo el planeta y en el país.



Juan Carlos Sánchez VP de Mercadeo de Digitel

Creo que el país tendrá como nunca antes una larga lista de pedidos a Santa para el 2014, con más reparaciones y ajustes que nuevos regalos. El Gobierno necesita agrupar a todos los duendes posibles que tengan el compromiso, la capacidad y los valores para refundar la fábrica de regalos que la gente reclama para ser feliz. El venezolano quiere vivir y progresar en paz, sin conflicto y sin miedo a los duendes malos que se siguen apoderando del país y otros más malos que nos están matando en la calle todos los días. Lo anterior priva para tener una luz en lo económico, en lo laboral, en lo social y entonces poder reparar los juguetes básicos para la vida. En cuanto al mercado de las telecomunicaciones no puede parar su continuo desarrollo, pues es parte vital del progreso y la calidad de vida de los habitantes de todas las clases y sectores. El flujo de las divisas será necesario para continuar el crecimiento de las redes de voz y datos que se demandan con las nuevas tecnologías y por la necesidad de equipos celulares, que se ha visto restringida para actualizar la lista de nuevos equipos, y que presenta un diferencial de precios difícil de entender y manejar por los detallistas; este aspecto amerita un plan de producción local y asignación de divisas concertado para lograr los objetivos.



Michel Bergna Gerente general de Veyance Technologies de Venezuela

Para este 2014 desde Veyance pensamos ampliar la producción de la empresa. Vamos a comenzar el año instalando la línea de producción de defensa de muelles, que esperamos esté activa a partir del primer trimestre del año, y tratar de continuar nuestro trabajo. Sobre el contexto país, no vislumbramos nada claro desde el punto de vista económico, más bien parece que será un año difícil. Debemos estar muy atentos a los cambios en las políticas, la legislación y cualquier factor que surja de un momento a otro, que pueda tener efectos en la producción nacional. A pesar de eso, lo importante es que sigamos trabajando por una mejor Venezuela.



Salud y educación



Ángel Márquez VP Ejecutivo de la Cámara de la Industria Farmacéutica

No hay duda que estamos en una situación muy compleja por todo el contexto económico. Nuestro sector es particularmente dependiente del comercio internacional y el Gobierno ha indicado la posibilidad de que se restrinja el acceso a las divisas en función de prioridades, pareciera que pudiera haber algún tipo de cambio preferencial para algunas áreas. En la industria farmacéutica nuestro compromiso es garantizar la disponibilidad de medicamento. Con respecto al abastecimiento es importante que se corrijan algunas distorsiones, que en nuestro caso hacen que haya un intermitente en la distribución, marcado por la liquidación de dólares en un lapso promedio de 180 días. La irregularidad hace que no puedas planificar y que no tengas la mejor relación con los proveedores.

Rubén Jaime Gerente de Mercadeo Genérico de Calox

La salud siempre va a ser una prioridad en cualquier país, esté como esté. El 2014 va a ser un año duro, pero creo que al mismo tiempo con muchas oportunidades. Estoy seguro que será un 2014 bastante interesante, lleno de nuevos métodos e ideas, de mucha creación y creatividad dentro del sector.

Carlos Ciangherotti Ganador del VI premio Fundación Caveme a la investigación médica y farmacéutica 2013

A pesar de que la incertidumbre está reinando la salud es algo que no se detiene. El área farmacéutica siempre tiene que estar en pro de atender las necesidades de los clientes, conjuntamente con el sistema de salud nacional. En el área de la investigación, a pesar de que hay algunos programas que financian proyectos en Venezuela, hemos percibido algunos problemas en la adquisición de ciertos recursos de proveedores para desarrollar los planes, esto ha sido un poco la piedra de tranca. Tenemos alguna expectativa para el 2014, pues a pesar de que muchos grupos tienen el dinero para hacer investigaciones, lo vital es que haya insumos necesarios para que se lleve a cabo de manera expedita.



Gremios empresariales



Benjamín Scharifker Rector de la Universidad Metropolitana (Unimet)

Veo un panorama complicado y complejo desde el punto de vista económico en Venezuela, que afecta a todos los sectores. En el caso de la Unimet las previsiones se han hecho con un escenario de inflación de 30% y aún con ese cálculo vamos a tener un presupuesto deficitario, tampoco será fácil para las universidades públicas. La educación privada también tendrá dificultades, y aunque serán menores que la pública, opino que sufriremos perjuicios y que habrá un ambiente poco favorable para la actividad productiva, que en nuestro caso es la intelectual. Veo un ambiente de improductividad y ojalá me equivoque.

Aquiles Martini Pietri Presidente de la Cámara Inmobiliaria de Venezuela

El país se verá en medio de una polarización más arraigada entre los dos bloques que están enfrentados. Los números no mienten, vamos a vivir una Venezuela con problemas de desabastecimiento, inflación, devaluaciones y con mayor conflictividad social; por lo que 2014 va a ser un año que tanto el Gobierno como la oposición, así como los gremios, debemos buscar la manera de abrir el dialogo de forma que podamos desarrollar un pacto entre todos los actores, eso en función de lograr la Venezuela que todos queremos. En el sector inmobiliario se verá más escasez de materia prima, no se van a cumplir las metas de Misión Vivienda y el déficit habitacional seguirá creciendo. Será un año complejo, sin contar las distorsiones de precios de comercialización de las viviendas del mercado secundario como consecuencia de los problemas de inflación y devaluación.

Jorge Roig Presidente de Fedecámaras

Si seguimos haciendo las cosas mal es muy poco probable que encontremos resultados positivos, ciertamente lo que tendríamos que haber hecho para que el 2014 fuera un año exitoso y comenzáramos con buen pie no se hizo. Las recientes medidas anunciadas por el presidente Nicolás Maduro han sido para atacar a la propiedad privada, y muchísimo más hacia todo lo que es la libre iniciativa, en este momento en vez de estarse expandiendo la economía prevemos que existan los mismos niveles de inflación cuando menos y un desabastecimiento mayor si no se toman las políticas adecuadas. La generación de empleo será muy poca por el cierre de empresas y se da paso a labores informales.



Medios



Mauricio Tancredi Presidente de Consecomercio

La única manera de salir de este atolladero está en manos del Gobierno, que es quien pauta las políticas económicas. En 2012 el sector comercio creció 9,2% y para este año calculamos 2%, por la eliminación del Sitme sabíamos que el decrecimiento era más de dos puntos y el panorama se ha complicado aún más. Consecomercio entregó al Gobierno unas propuestas y si no se crean otras alternativas para la adquisición de dólares y se reforman las leyes del Trabajo, de Ilícitos Cambiarios y de Costos, así como reconsiderar la congelación de precios, va a continuar subiendo el índice de inflación. Lo aconsejable es que en 2014 haya incentivo a la producción nacional, porque con importaciones no vamos a crecer, así que todo está en manos del Ejecutivo.

Rodolfo Méndez Adjunto a la Presidencia FM Center

En nuestro negocio aspiramos y trabajamos para seguir creciendo, así como entretener a la audiencia. Queremos seguir activos en la producción y en las ventas, pero por la situación del país tenemos la misión de crear nuevas estrategias que beneficien a los anunciantes que invierten en FM Center. En el sector radial hay muchos retos que afrontar desde el punto de vista económico, pero estamos para superarlos. En el 2014 las aguas van a bajar y seguimos apostando al crecimiento del país. Aunque será difícil para el sector empresarial avizoramos en el futuro una mejoría.

Juan Andrés Daza Gerente general de Meridiano Televisión

Creo que para 2014 la palabra incertidumbre aplica para cualquier sector del ámbito nacional. No hay una línea clara en cuanto a la economía y en tanto se siga canalizando todo a través de la política, y no a través de una visión integral, es difícil prever que esperar para el próximo año. Desde nuestro canal, sin embargo, queremos mantener firme nuestra oferta de deporte y entretenimiento, sobre todo con un evento tan importante para nuestra audiencia como el mundial Brasil 2014. En el reacomodo que se da año a año, y que puede afectar a varios sectores, nos hemos mantenidos firmes y atentos con nuestra audiencia, lo que también nos ha permitido mantener las ventas a anunciantes. Lo importante es ser consecuentes y auténticos con nuestro público, algo que al final siempre nos retribuyen con su preferencia.



David Natera
Presidente del Bloque
de Prensa Venezolano

Las perspectivas están ligadas al comportamiento político del régimen y ya se ve la determinación que hay a la no rectificación de los lineamientos económicos. La escasez, el desabastecimiento y ahora el "saboteo" vienen desde el Gobierno, además es su responsabilidad directa controlarlo y crear un clima favorable para que no existan. A mi juicio, lo que han hecho es destruir. Desde el Bloque de la Prensa lo que puedo decir es que las expectativas para 2014 se resumen en incertidumbre para nuestro sector, ya vemos cómo se ha manejado la asignación de dólares para que los periódicos obtengan insumos, estamos llenos de trabas y trámites que nos impiden obtener las divisas necesarias para continuar saliendo a la calle. En 2014 continuarán igual, porque es una medida que crearon para frenar a los medios independientes. Es obvio que se avizora limitar la libertad de expresión y todos los sectores ligados a la productividad del país corren peligro. Mi mensaje es seguir luchando y mantenernos en pie, porque tenemos una misión vital para Venezuela, la democracia y su defensa.

Leonardo Bigott
Gerente general
y VP de Administración
y Finanzas de Televen

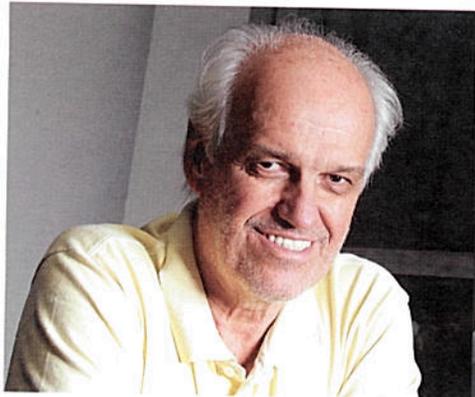
El 2014 se vislumbra como un período de dificultades e incertidumbres para el país en general. Las diferentes posiciones políticas y económicas hablan de dos escenarios diametralmente opuestos, con consecuencias favorables en un caso y devastadoras en el otro, ¿quién tendrá la razón? En el corto plazo lo sabremos. Sin embargo, la prudencia indica en estos casos trabajar con escenarios conservadores y que nos permitan manejar los impactos. Esto, sin duda, permeara hacia la televisión durante el año que recién comienza, por lo cual tendremos que realizar un mayor esfuerzo combinado con mucha creatividad para así mantener la calidad de la programación. Con las dificultades inherentes a obtener divisas para pagar los contenidos foráneos, toma fuerza nuestra estrategia de incrementar la producción nacional. No obstante, la realización de los nuevos programas ofrecidos, así como la continuidad de los que actualmente se transmiten, dependerán del nivel de la inversión en publicidad que hagan clientes y anunciantes. En conclusión, en los próximos 12 meses veremos una televisión diferente.

Franca Morena
VP de Fox One Stop Media

Nuestra perspectiva es seguir creciendo con la gran variedad de opciones que les ofrecemos a nuestros anunciantes de televisión por cable, así como en las áreas *online* y potenciar con actividades BTL en las cuales acercamos la marca a los consumidores con contenidos innovadores y diferenciadores.



Publicidad



Roberto "Bobby" Coimbra

Presidente del Grupo Ogilvy/141 Coimbra

2014 se ve bastante complicado, por el grueso de situaciones que se han venido acumulando y que demandan de nosotros la mayor flexibilidad posible. Va a ser un año en el que debemos concentrarnos en la efectividad de las comunicaciones, por encima de cualquier cosa. Para lograr esto, es fundamental que contemos con gente preparada, creativa, y con mucho sentido de humor y paciencia para afrontar los retos que vienen. Debe ser el año en el que el profesionalismo prive sobre cualquier otra cosa, tenemos que esforzarnos cada vez más por contar con un personal lo mejor capacitado posible. Una agencia puede contar en su portafolio con marcas maravillosas, pero mientras se siga trabajando con mediocridad no va a haber ningún cambio. Es necesario que asumamos nuestro compromiso y dejemos de esperar que terceros se encarguen de las soluciones, que exijamos excelencia en todos los sentidos. Lamentablemente hoy en día en Venezuela, los niveles de exigencia están muy por debajo, no sólo en la publicidad, sino en todos los ámbitos, por eso debemos enfocarnos en dar el mejor servicio posible, independientemente del panorama.

Gustavo Alfredo Ghersy

Presidente de Grupo Ghersy

El 2014 es un año cuya realidad estará en manos del Gobierno. En principio, si continúa la radicalización se agudizará la ya compleja crisis económica. La reciente arremetida contra del sector privado socava la frágil confianza de la industria para continuar asumiendo riesgos de inversión futura. Es decir, que continuará reduciéndose la capacidad productiva y aumentarán aún más las importaciones. La imposibilidad de adquirir divisas por las vías legales, seguirá presionando el precio del "dólar paralelo" y con él la inflación. Ahora si el Ejecutivo asume una postura más ponderada, es posible una mejora. Lo primero que debe ocurrir es un acuerdo nacional con el empresariado para asegurar un marco equilibrado, que permita el desmontaje progresivo de los controles, principales causantes de la actual crisis económica. En cuanto a publicidad y mercadeo, los clientes, productores de bienes y servicios, tendrán una postura hacia la promoción de sus negocios proporcional al nivel de confianza que exista en Venezuela. Si continúa la radicalización, las inversiones se verán afectadas y nuestro sector se contraerá de manera importante, será sólo contra-balanceado con algunos clientes que en tiempos de contracción de mercado (y si tienen productos) tengan que generar más demanda por la vía del mercadeo, la publicidad y las promociones.

Marcel Rasquin

Director de Tres Producciones

En un país tan incierto y volátil es muy difícil hacer una planificación tradicional para tres o cuatro años, porque en dos semanas puede cambiar dramáticamente la situación, sobre todo para los que nos desempeñamos en el mundo de la publicidad y el mercado. Sin embargo, el sector está todavía activo y trabajando. Nuestro oficio depende de una economía sana en la que haya producción y productos que ofrecerle a la ciudadanía, si eso empieza a mermar nuestro oficio dejará de tener sentido, pasa a un segundo plano. Tengo ganas de decir que ojalá nos vaya mejor en 2014, pero como todo el mundo tengo una preocupación latente por la situación del país. En cuanto a la industria cinematográfica, de haber menos trabajo y disminución de la facturación, se podría ver afectado Fonprocine (fondo que financia parte del sector). No obstante, gracias a Dios, el cine venezolano tiene su propio ritmo y está atravesando un momento interesante de reconocimiento y conexión con el público, aspiro que eso continúe para el año que viene; pero, certezas en Venezuela, ninguna.



Rafael Ponce
Director ejecutivo
de El Living

Hasta ahora el sector ha seguido su camino, sin pararse a pesar de las medidas del Gobierno que han afectado a algunas marcas. Creo que se debe esperar y no tomar decisiones a priori. Todavía estamos a la expectativa de lo que pueda ocurrir en el país con el aparato productivo, porque es un efecto dominó y si cae, por ende, los primeros recortes en el presupuesto son en publicidad y mercadeo.

Darío de la Vega
Presidente de ANDA

El 2014 se puede definir como un año difícil, por lo complicado que resultan los cambios de las reglas de juego por parte del Gobierno. Esto quizá va a traer una recesión durante algunos meses que seguro se verá reflejando en la pre-compra de medios, con una recuperación durante el último trimestre del año, cuando esas nuevas reglas ya estén claras, por lo que creo que habrá una nivelación al final del año. En ANDA siempre nos asustan las alzas de los precios en los medios, aunque estamos al tanto de que 80% de los casos, se ajustan a la inflación. Sabemos que los medios deben asumir costos en compra de equipos, renovación tecnológica y aumentos al personal. El problema es que no existe una regulación en cuanto a los incrementos que pueden o no realizar, pero si la hay sobre los precios de ventas de muchos productos. Lo que hay que hacer es sentarse, como todos los años, en mesas de negociación, para que esos aumentos estén, en la medida de lo posible, acordes al porcentaje de ventas y utilidades de las empresas; de lo contrario, resulta difícil asumir los costos como anunciantes.

Rodolfo Nölck
Presidente
de Nölck Red América

Es muy difícil definir un escenario, ya que las perspectivas varían día a día, sobre todo con los cambios vertiginosos que se viven en el país, producto de diversos factores externos que de alguna forma u otra afectan a las marcas. En estos momentos no tenemos claro un panorama para 2014, ya que pueden variar los presupuestos, los planes y las estrategias de cada empresa de acuerdo a la circunstancias. De lo que si estamos seguros es que, independientemente de esto, para el próximo año continuaremos trabajando para construir campañas de calidad, que les permitan a las marcas seguir dando la pelea y mantenerse presentes en las mentes de los consumidores.

► *Patricia González*
Yelitza Izalla
Roger Mora