

Claves y opciones para defenderse frente a la inflación

Microeconomía. Los aumentos de precios ya inciden en el hábito del consumidor. Compras online, mayoristas, cuponeras y “stockearse” en alimentos no perecederos, las alternativas. La “maldición” del primer trimestre: “precios nuevos” vs. “salarios viejos”.



Marcelo Larraquy

“**Cuando la gente puede consumir, se respira otro aire**”. La tesis es de Guillermo Oliveto, especialista en estudio de conductas de consumidores. El consumo es un fenómeno que ya excede a los estudios de mercado o la rentabilidad de las empresas. El consumo registra el estado de

ánimo de la sociedad, denota su confianza o su decepción. Expresa el **impacto social** de las políticas oficiales. El consumo es una variable que cualquier gobernante atiende, porque no desprecia sus derivaciones políticas. Lo mismo que la inflación, que se puede convertir en un factor condicionante para el consumo y el rumbo de la economía.

A dos meses de gobierno, los aumentos de precios se transformaron en el más delicado escollo de la gestión del gobierno de **Mauricio Macri**. Hace dos días, la Dirección de Estadísticas y Censos de la Ciudad de Buenos Aires -que reemplaza provisoriamente al INDEC-, informó que en enero la inflación trepó al 4,1%. Superó al 3,9% de diciembre y duplicó al 2% de enero del año pasado. Por su parte, según las mediciones de Acción del Consumidor (ADELCO), que registra mes a mes las variaciones de 22 productos de alimentación y 6 de higiene -y que en 2012 debió discontinuar la difusión de su canasta de precios por presión del ex secretario de Comercio Guillermo Moreno-, la variación de las marcas líderes de enero, respecto a diciembre, fue del 6,29% de aumento, y, de las segundas marcas, del 6,76%.

Las alteraciones de precios también modifican los comportamientos del consumidor. “Ya no podemos ir al supermercado a buscar la marca que compramos siempre. Hay que sustituir productos, comenzar a leer las etiquetas, calcular el gramaje y no comprar si hay un precio exorbitante. Más que una aplicación en el celular sobre los precios de distintos supermercados que lanzará el gobierno, debería haber alguna campaña de educación para los consumidores, que puede ser una herramienta útil para los que no tienen acceso a internet”, recomienda **Claudia Collado**, titular de ADELCO.

El economista Ariel Setton atribuye la inflación de los últimos meses a la quita de retenciones al agro, con aumento directo sobre el precio de los productos locales, y la devaluación del peso, que trasladó a los precios los costos de productos importados. **Setton** cree que el gobierno intentará contener la suba de precios con “medidas de contracción de demanda”. Para hacer más efectivo el valor del peso, recomienda algunas claves del “consumo inteligente”, con el uso de tarjeta de débito (devolución del 5% en compras de hasta mil pesos); “stockearse” con la adquisición de productos no perecederos para adelantarse al aumento de precios, utilizar el sistema Ahora12, o cualquier promoción de cuotas sin interés y explorar precios en internet en productos más caros. “Se ven diferencias de hasta el 40%”.

El **cambio de paradigma** -de un modelo consumista a otro que anhela la baja inflacionaria como objetivo declarado- se advierte en el cambio en la modalidad de ventas: en los locales ya comenzó a escasear el pago en 12 ó 18 cuotas y promociones en supermercados y en shopping, que tenían tasas o planes subsidiados por el Estado, como sucedía en 2015.

“El **reacomodamiento de la economía** hacia los nuevos precios de equilibrio traerá un

reacomodamiento del consumidor, que ahora deberá desarrollar una mayor ‘gimnasia financiera’ para no equivocarse en las compras, teniendo en cuenta que el dinero disponible será menor al acostumbrado”, indica **Nicolás Litvinoff**, experto en finanzas personales. Litvinoff considera que la arraigada idea de que con el pago en cuotas “se le gana a la inflación” es falso. “Muchas veces el comerciante le carga un monto adicional al precio cuando se paga con tarjeta. Y es importante comparar el precio del producto en efectivo con el precio financiado, antes de realizar la compra”, sugiere.

Los aumentos de precios **alteraron los parámetros de la microeconomía**. Hay nuevas pautas de comportamiento. Se abandonó la promoción del consumo y el endeudamiento en la economía personal. Al contrario, ahora se trata de defender el poder adquisitivo. “A la inflación no le ganas nunca. El consumidor trata de combatirla pero la corre por detrás. Entonces busca ser más selectivo por la distorsión de precios. Un mismo producto tiene valores distintos en locales de la misma cuadra. En tiempos de inflación, la gente empieza a bajar la calidad y cambia las marcas. Después baja la cantidad. Y también se cambia la dieta”, dice **Mariano Otálora**, experto en finanzas personales.

La **licenciada Julieta Tarrés**, especialista en consumo, (**@BajoConsumo**) enumera consejos para que el dinero, en los gastos del día, pueda tener un mejor rendimiento.

Compras de alimentos: no hacer compras diarias en locales pequeños. Buscar realizar una compra semanal o quincenal en centros mayoristas (tienen un 30% de descuento) o en hipermercados los días de promoción (15% con cualquier tarjeta).

Artículos de higiene personal y limpieza: una buena opción es realizar la compra en locales especializados.

Artículos escolares: se recomienda armar un “pool” de compras para todo el año con padres de alumnos, especialmente en librerías mayoristas.

Compras online: Los sitios web tienen un descuento de promociones del 15 al 20%. Pero hay que estar atento a los recargos de envíos del producto.

Cuponeras: se recomienda el uso para compras menores (helados, 2kgs x 1, restaurantes, peluquería). Para indumentaria, los Outlet tienen precios 20% menores que locales de la misma marca.

Compra en cuotas: Son convenientes sólo cuando no tienen ningún tipo de recargo. Si se paga sólo el mínimo de la tarjeta, los intereses y cargos administrativos, pueden llegar al 100% anual. En esos casos, conviene tomar un crédito personal y saldar la tarjeta.

El primer trimestre del año siempre representó una frustración para el consumidor. Es un período en el que todavía no se resolvieron los aumentos en las negociaciones paritarias y **los “precios nuevos” golpean sobre el “salario viejo”**. Si antes, con una inflación anual del 25%, la respuesta impulsiva era bajar la calidad pero mantener la adquisición de bienes y servicios con alto endeudamiento -viajes, motos, celulares, electrodomésticos, todo en cuotas-, ahora la conducta del consumidor es más previsor. “Las variables clave para definir las expectativas son el dólar y la inflación. Por el 4,1% de aumento de enero no hay que preocuparse demasiado porque arrastra componentes estacionales -como hoteles y restaurantes-, pero si el gobierno llegara a resolver bien y pronto las paritarias y reduce el impuesto a las ganancias, para abril o mayo, el consumidor va a sentir que su salario se recompuso y durante el resto del año podrá retomar la tendencia a meterse en créditos con tarjeta”, dice el economista **Martín Tetaz**. Quizá entonces, como dice Guillermo Oliveto, **se pueda respirar otro aire**.

Fuente: http://www.clarin.com/opinion/inflacion_microeconomia_consumidor_alza_de_precios_Macri_0_1522048251.html