



DESPROPÓSITOS JUDICIALES. MIEDO A VERBITSKY. MENTIRAS OFICIALES.

CLARÍN: DEBILIDADES Y NERVIOS PRE 7D



noticias.perfil.com

NOTICIAS DE LA SEMANA

ISSN 0328430
Año XXXIII, N°1875.
1 de diciembre del 2012.
Revista: \$ 22
(recargo al
interior: \$ 1).
Uruguay: \$ 140.
Chile: \$ 1.900.
USA: US\$ 4,60.
España: € 5,5.

**ESPECIAL
TURISMO**
10 destinos
imperdibles



EXCLUSIVO

LA CHACRITA [US\$ 2,2 MILLONES] DE MÁXIMO K



Queda en Zárate. Tiene 5 hectáreas, gran casona, casa de huéspedes y amarradero. Era de la aristocrática familia Grüneisen. Las expensas figuran a nombre de un socio histórico de los Kirchner: \$ 8.700 mensuales. Julio De Vido es su vecino.

Además: nuevas inversiones en Río Gallegos y El Calafate.



La re-re de Mirtha: plan para quedarse en Telefe



Dientes blanco Hollywood: la manía de los famosos



ANTES DEL AJUSTE.
El consumo prudente es afín a un crecimiento más bajo y un poder adquisitivo en baja.

EL RECORTE DEL GASTO EN LAS FAMILIAS

Consumo de efecto reducido

Una investigación sobre los nuevos hábitos del mercado masivo. Psicología y temores.



Por RICARDO DELGADO Y GUILLERMO OLIVETO*

El consumo es un indicador subestimado, y en cierto modo despreciado, por la profesión económica. Los análisis macroeconómicos siguen en detalle variables como la inversión o las cuentas externas, pero dicen muy poco acerca del gasto de las familias, sus formas de financiamiento o las tendencias del consumo en las distintas regiones del país. Es obvio

que para sostener el crecimiento se necesita inversión, pero sin el empuje del consumo no habría interés en expandir la oferta. Su relevancia es evidente: representa el 65% del PBI anual. Y este año aportaría unos 2 puntos al modesto crecimiento esperado. En la recuperación del 2010, dos tercios del crecimiento acumulado provino del gasto de las familias. Es la variable estrella de la política que lleva adelante la Presidenta de la Nación e hizo posible, por ejemplo, que la economía no cayera en recesión en el 2012, cuando la oferta de bienes —menos cosecha, menos producción industrial y menos construcción— indicaba lo contrario.

Hay una percepción de “cambio de época” en la economía que se traduce nítidamente en la visión de las familias. En primer lugar, que el ritmo de crecimiento del PBI será más acotado. Ya no serán las tasas chinas del 2003 al 2008, o los niveles de la recuperación de la poscrisis internacional. La nueva normalidad llega con expectativas de crecimiento moderado —3% o 4%— y más volátiles. También quedaron atrás los tiempos de abundancia fiscal. A partir de ahora, la posibilidad de inyectar recursos públicos será más acotada y selectiva. Por caso, privilegiando a los sectores de ingresos bajos y haciendo sentir con más fuerza el peso de las correcciones a los segmentos medios y altos. El fin paulatino de los subsidios a estos sectores va en esa dirección.

Estos elementos nos hacen proyectar una alta heterogeneidad en el crecimiento de los ingresos en función de los niveles socioeconómicos. El gobierno seguirá reforzando con políticas públicas (subsidios, jubilaciones y pensiones y aumentos selectivos de tarifas públicas) las mejoras en el poder adquisitivo de las familias de ingresos medio-bajos y bajos. También preocupa la anemia en la demanda laboral. Proyectamos una baja expansión del empleo, con la particularidad de que será muy dispar entre



Evolución del consumo

Mercado interno en volumen

En porcentaje

	2009	2010	2011	2012
■ Venta de autos 0 km	-19	32	27	-0,6
■ Venta de motos 0 km	-25	54	25	-3,5
■ Consumo food (Alimentos, bebidas, cosmética, limpieza)	1,6	3,9	2,4	2,0
■ Venta en supermercados (Alimentos, bebidas, cosmética, limpieza)	4,4	5,1	1,5	1,4
■ Venta de electrodomésticos (en facturación)	5,2	54	22	20
■ Venta en comercios minoristas (índice came -22 rubros-)	-8,5	6,2	6,8	-3,0
■ Demanda de inmuebles (índice CDI)	-35	24	20	-17
■ Índice de Confianza del Consumidor (promedio)	39,8	48,0	56,2	46,7

Fuente: Consultora W en base a datos publicados por ACARA/ CAME/ INDEC/ CCR/ CDI

to clave que tuvo el retraso de más de tres meses en los acuerdos salariales de este año. Aún con niveles similares de inflación, la percepción popular esta vez fue diferente. Básicamente porque los consumidores, durante el segundo trimestre –y por primera vez en la era K–, se quedaron con toda la inflación nueva y los sueldos viejos en la mano. La balanza del poder adquisitivo, que hasta aquí había funcionado muy bien y no había frenado el consumo, se desbalanceó. La pérdida de poder adquisitivo durante esos meses tuvo un efecto develador. De pronto, la inflación entró en escena. Y los consumidores de todas las clases sociales llegaron a una especie de acuerdo tácito: "Hay que recortar los gastos".

Todos con el mismo objetivo que vienen sosteniendo en la última década –y que ha sido, hasta aquí, parte de una especie de pacto implícito con el Gobierno–: no resignar calidad de consumo. Nadie quiere perder lo poco o mucho recuperado en estos años. En pocas palabras: este año finalizará en tono gris. No hubo ni "boom" de consumo, ni "derrumbe"; solo "desaceleración". Más que temerosa, la sociedad está en alerta. Todavía no se habla de "ajuste", sí de una "sintonía fina" en el propio gasto. Su búsqueda es la optimización de los recursos, antes que la modificación estructural de conductas. Dicen textualmente: "Hoy pagar menos, es lo más".

Otro aspecto que contribuyó a mo-



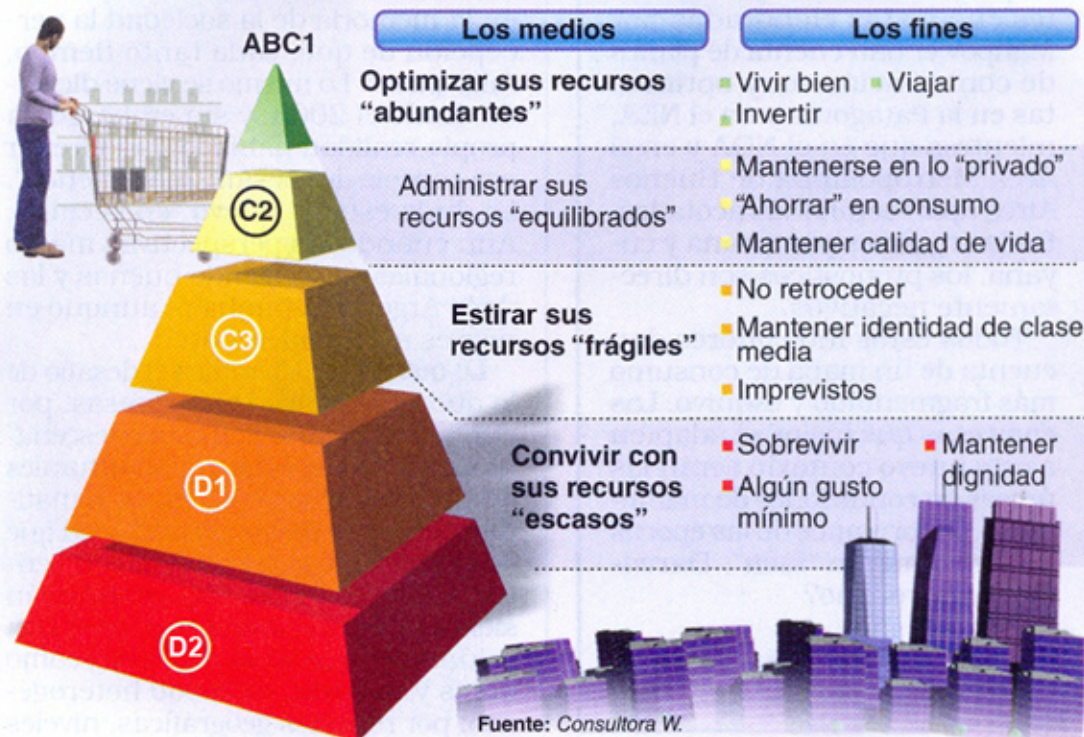
regiones. Básicamente, la creación de empleo estará traccionada por las perspectivas de los sectores, como el energético, con elevado potencial de crecimiento en los próximos años. Los tiempos que vienen no serán de expansión homogénea y transversal a toda la economía. Tampoco serán de "abundancia para todos".

Es natural que en este contexto comiencen a registrarse sensaciones ambiguas y contradictorias en la gente. Mientras algunos sostienen que la situación continúa siendo razonablemente buena y que estamos mucho mejor que en la crisis 2001/2002 –y mejor que en el difícil y recesivo 2009–, otros comienzan a expresar un malestar creciente que se origina fundamentalmente en este viraje de la "abundancia masiva" a la "restricción selectiva". Tampoco estamos en el 2010 o el 2011, dos años de "boom" de consumo y sensaciones positivas. Entramos a un escenario de "transición" donde conviven "lo viejo" (mercados robustos, niveles de empleo razonables, y una economía cotidiana que continúa siendo dinámica) con "lo nuevo" (creciente incertidumbre, confusión y señales nuevas que cuesta decodificar). Como sucede con todos los fenómenos complejos, las razones son múltiples y se conectan y retroalimentan entre sí. Hay hechos concretos, pero también percepciones, deseos, prejuicios, ideología, expectativas y opiniones varias. Lo cierto es que el país del 2012 no es el mismo que el del año pasado.

"LA PLATA NO ALCANZA". Ese cambio de coordenadas impulsó a que nuestras consultoras –Analítica y W– decidieran encarar un proceso

conjunto de observación e investigación del consumo y su potencial impacto en la economía, el clima social y la política (el enfoque metodológico se inscribe en la tradición de la llamada mesoeconomía, un punto de encuentro entre los habituales enfoques macro y las herramientas de análisis microeconómico). En nuestra más reciente investigación, precisamente, surgen algunos registros específicos que podemos considerar pilares de este giro del humor social. El primero es la sensación de que "la plata no alcanza". Debe notarse aquí el impac-

Las estrategias para un objetivo común



Por RODRIGO ÁLVAREZ LITRE *



FOTO SOCIAL



Los elementos que surgen de las investigaciones de Analytica y la Consultora W coinciden en que los drivers de la expansión económica han

cambiado. El análisis debería incorporar ahora el virtual congelamiento de la foto social en estos tiempos. Las familias de niveles socioeconómicos medio y alto pasaron de representar el 48% del total de la población en el 2006 al 55% en el 2011. Sin embargo, este año el porcentaje no mejoró, sino que disminuyó levemente (54%). Las mejoras del poder adquisitivo son y serán muy heterogéneas por regiones. A nivel país, en el 2012 mejoró el poder adquisitivo de los segmentos medio y bajo, pero retrocedió en los altos. En Rosario se mantiene el patrón, pero la pérdida en los segmentos más privilegiados es mínima. En Neuquén, en cambio, mejora sensiblemente el poder de consumo de los segmentos medios y altos y retrocede el de los bajos.

El crecimiento económico del año que viene, muy probablemente, solo se traduciría en una modesta y dispar generación de puestos de trabajo. Recientes encuestas elaboradas por Manpower dan cuenta de planes de contratación muy optimistas en la Patagonia y en el NEA, mientras que en el NOA y en el Área Metropolitana de Buenos Aires aparecerán más acotados. En las regiones pampeana y cuyana, los pronósticos son directamente negativos.

Todos estos indicadores dan cuenta de un mapa de consumo más fragmentado y esquivo. Las empresas que mejor se adapten a este nuevo contexto serán las únicas en condiciones de mantener la performance de las épocas del crecimiento "fácil". Darwinismo puro, ¿no?

* DIRECTOR DE ANALYTICA.



BOOM EN BAJA. El consumo de las familias es preventivo ante la poca oferta de empleo y las reducciones salariales entre los trabajadores registrados. Hábitos de mayor prudencia y control de los presupuestos.

dificar la agenda de la gente fueron las nuevas restricciones cambiarias. Introdujeron, de hecho, dos ideas que modificaron negativamente la perspectiva de muchos ciudadanos, afectados o no por las medidas: a) "las cosas ya no van tan bien como iban", y b) "ya no tengo las mismas libertades que tenía". Otra de las manifestaciones textuales que surgieron en la investigación, y que sirve como síntesis del contexto: "Los argentinos tenemos un pasado muy presente". Algunos hechos de la coyuntura despiertan en la memoria de la sociedad la percepción de que, cada tanto tiempo, "algo pasa". Lo mismo se viene diciendo desde el 2003, y sin embargo, la propia realidad había logrado frenar esa especie de "pesimismo genético". La duda está de nuevo "en la calle". Aun cuando las perspectivas macro regionales sigan siendo buenas y las de la Argentina también, aunque en niveles más moderados.

LO QUE VIENE. Allí radica el desafío de lo que viene. Para las empresas, por ejemplo, adaptarse a un nuevo escenario donde no hay cambios estructurales en las conductas pero sí nuevos matices que exigen mayor proactividad que en las recientes épocas de crecimiento "fácil". Los mercados continuarán siendo más que atractivos, pero con volúmenes que ya no crecerán como antes y lo harán de modo heterogéneo: por regiones geográficas, niveles

socioeconómicos, diversos canales de venta y tipos de productos. Los consumidores seguirán gastando, pero con más cautela, y anteponiendo la razón a la emoción. Cuando ya no "crece todo", la rentabilidad está mucho más relacionada con la precisión que con la velocidad.

Y para la política, el mayor desafío será dilucidar hacia dónde se dirige ese magma volátil que es el humor social.

"Los consumidores seguirán gastando, pero con más cautela, y anteponiendo ahora la razón a la emoción".

¿El actual escenario de transición es coyuntural o estructural? ¿Puede diluirse nuevamente el incipiente malestar de una parte de la sociedad a través del poder adquisitivo y el consumo, como ya sucedió anteriormente? ¿Harán falta otras medidas y señales? ¿Alcanzará con una economía que crecerá al 3 o 4% y un consumo masivo del 2%? ¿Estamos frente a un definitivo cambio de época, o simplemente transitamos uno de los tantos vaivenes del humor social argentino? ●

* ANALYTICA y Consultora W.