



ESCENAS INÉDITAS DE UNA FIESTA DONDE LOS ODIOS LE GANARON AL GLAMOUR
TODOS LOS "FIERRAZOS" DE LOS MARTÍN FIERRO



ISSN 03284298. Año XXXIII. N.º 1511. 10 de agosto del 2013. Revista. \$ 26 (recargo al interior: \$ 1). Uruguay: \$ 1.900. USA: US\$ 4,60. España: € 5,5.

noticias.perfil.com

30 años en DEMOCRACIA
NOTICIAS
 DE LA SEMANA

HIPER PADRES
 Sobreproteger está de moda.



El mayor desvelo de CFK
Ser pasado

Le quedan 28 meses para pensarse como ex presidenta. Del resultado dependen su equilibrio emocional y, en buena medida, el futuro político y económico del país. La tentación de optar por el caos. Cómo curarse del peligroso síndrome de Hybris.

CRISTINA 2015: DOS BÚSQUEDAS



CARLOS ZANNINI

La gloria:
 un sucesor "puro" para perder y volver.



DANIEL SCIOLI

El poder:
 un sucesor "impuro" para ganar y no volver.



Víctor Hugo vs. Magnetto:
 secretos de un cruce feroz

Rosario: la tragedia en primera persona





EL CONSUMO, LA ECONOMÍA Y LA POLÍTICA

Después del boom

Ahora se ahorra consumiendo. El contexto cambió: la economía crecía al 8% anual, el año pasado subió el 2% y en el 2013 el 3%.



Por GUILLERMO OLIVETO *

El escenario actual es más complejo de descifrar que el del pasado reciente. Entre los años 2004 y 2008, y luego entre el 2010 y 2011, si se preguntaba "¿cómo va el consumo?", la respuesta era bastante sencilla: "Crece todo". Más allá incluso de las objeciones al "modelo". A algunos no los terminaban de convencer los fundamentos sobre los que se asentaba. Otros vaticinaban un violento freno que, en realidad, nunca ocurrió, salvo ante la crisis global del 2009. Lo cierto es que la tendencia resultó estructural y los números contundentes.

Algunos ejemplos. Tomando punta a punta los dos primeros mandatos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández, no hay ninguna duda de que la Argentina vivió en ese lapso de ocho años un "boom de consumo". Apoyado, claro está, en una macroeconomía que se expandió un 85% acumulado y en

un desempleo que se redujo del 20% al 7.5%. La venta de bienes durables como autos y tecnología, creció más de un 700% en unidades, y la de bienes básicos de consumo -como alimentos, bebidas, cosmética y limpieza- un 65%, también medido en unidades. Estos indicadores se repitieron en muchos

otros sectores de la economía.

El gobierno comprendió muy pronto que bajo su mando y en el actual contexto global, el consumo dejó de ser un tema exclusivo de la microeconomía, los mercados y las empresas, para transformarse en un tema social, y por ende, con fuerte influencia po-

Evolución del consumo en la Argentina

En %	2009	2011	2013 (p)
● PBI	-1,5	7	3
● Venta en mercado interno:			
● de autos 0 km 	-19	27	7
● de motos 0 km 	-25	28	6
● supermercados (alimentos, bebidas, cosmética, limpieza)	4,4	1,5	2,5
● en Shopping Centers	-2	6,8	3
● electrodomésticos (en facturación) 	5,2	22	21
● Tasa de desempleo	8,4	7,1	7,5

Fuente: Consultora W

(p) Proyectado



LA DÉCADA CONSUMISTA

■ Las compras en shoppings y los viajes y el consumo en el exterior tienen picos y bajas, pero en niveles más bajos.

■ Las frutas y verduras se sostienen, aunque afectan el valor de la canasta familiar.

■ El consumo masivo crece un 2% por unidades y en los shoppings apenas el 1%.



lítica. En un mundo donde se incorporan millones de personas a la clase media y donde "todos" pueden ver a "todos" a través de la televisión y las redes sociales, los deseos se tornan más homogéneos y las aspiraciones se nivelan hacia arriba. Todos quieren pertenecer a "la sociedad de consumidores", ¿quién no?

LA DEBACLE. Esta tendencia global y regional se profundizó en el país por dos grandes motivos. El primero de ellos es que la catástrofe económica y social del 2001/2002 y la recesión previa (1999/2000), dejaron no sólo una histórica debacle económica y social, sino también una profunda herida narcisista. Por eso, volver a consumir fue para los argentinos como volver a vivir. Y en segundo lugar, porque esta es una sociedad donde la identidad se define por la pertenencia a la clase media. Y, hoy en día, la pertenencia a la clase media se organiza, en buena parte, alrededor del consumo. Es su sello de identidad.

Atendiendo estas particulares circunstancias, el kirchnerismo definió tempranamente que recuperar el empleo y desde ahí facilitar el crecimiento del mercado interno sería una de sus políticas de Estado. Y lo sostuvo a través del tiempo. Entabló un pacto implícito con la sociedad que podría resumirse así: trabajo, poder adquisitivo y consumo, a cambio de confianza, gobernabilidad y votos. Fue exitoso a su modo y fortaleció el mercado interno a niveles desconocidos.

El punto de inflexión en el marco de este análisis se produjo en el 2012 y

se extiende a lo largo del 2013. Claramente no es lo mismo una economía que crece al 7 u 8% anual que otra que lo hace al 1.9% como la del año anterior, o que se prevé que lo haga solo al 3% como la de este año. Aún a riesgo de simplificar o exagerar, podríamos considerar esta variación fundamental prácticamente como un cambio de paradigma.

El nuevo paradigma no es, sin embargo, el que muchos estaban esperando. Se preparaban para otro. Naturalmente, por historia, por cultura y por idiosincrasia, se podría ir hacia el otro extremo. Pasar del "boom" a la "crisis". La Argentina se ha ubicado desde el 2012 en un lugar intermedio entre ambos extremos. Es muy significativo el matiz. Ya no hay "fiesta", pero tampoco otra "catástrofe". Estamos en

cambio en un escenario típico de "interregno". Una instancia de "transición". Son estos precisamente los contextos más complejos de descifrar porque se ven invadidos por la incertidumbre, las contradicciones y las paradojas.

NI FIESTA NI CATÁSTROFE. Ya no "crece todo", pero tampoco "explota todo". Es cierto que los mercados no tienen la misma dinámica que antes, que la gente está mucho más precavida, que cuesta más que antes ser rentables y que ese volumen que tracciona menos no alcanza para compensar la suba de costos. Tan cierto como que todavía "hay mercado", que en muchos sectores están algo mejor de lo que pensaban y que el consumo está recuperando ritmo luego de que llegara el "dinero nuevo" a la calle por el cobro del aguinaldo y los aumentos

Balance y proyecciones

	2002-2013	Crecimiento anual 2014/2015	2002-2015
● PBI (%)	95	2	103
<i>En volumen</i>			
● Consumo Food*	69	1,5	74
● Venta total en supermercados	53	1,5	58
<i>En unidades</i>			
● Venta de autos Mercado interno	830	2	865
● Venta de electrodomésticos	785	2	817

*Alimentos, bebidas, cosmética, limpieza.

Fuente: Consultora W



EL LUJO AHORRA. Los coches importados y el turismo de argentinos en el exterior marcaron récord desde el cepo cambiario.

paritarios.

También es cierto que el clima de época no es el mismo. Hay más gente enojada, frustrada o desesperanzada que en el 2010 y 2011. Y un sector de la población tiene una mirada más escéptica o negativa sobre el contexto general económico actual y futuro. Tan cierto como que a la hora de evaluar cómo les va a ellos en particular, la perspectiva no es exactamente la misma.

En una investigación de 1.650 casos que realizamos en Consultora W junto con el Trial Panel - nivel país, consumidores de todos los niveles sociales- sólo el 16% califica la situación económica del país como "buena o muy buena". Sin embargo el 31% califica la situación económica de su hogar como "buena o muy buena". Para ir a las opiniones más pesimistas, el 46% tiene una visión negativa sobre la situación general, pero ese indicador se reduce al 19% cuando tienen que hablar de su caso particular. Sería algo así como decir "la cosa va más o menos mal", pero a mí "me va más o menos bien".

VOTOS Y NÚMEROS. La gente dice que "la plata no alcanza". Pero nadie quiere volver al pasado ni está dispuesto a resignar calidad de vida. Por eso no modifican estructuralmente sus patrones de consumo, sólo hacen su propia "sintonía fina". En el 2012, cuando como consecuencia del retraso en el cierre de paritarias estuvieron tres meses - marzo/abril/mayo- con los "precios nuevos" y los "salarios viejos" redescubrieron la inflación. Con niveles similares de los del 2011, se vivió y se sintió muy distinto. En este sentido, fue ahí que "se rompió el cristal". El tema quedó instalado y hoy es una de

sus principales preocupaciones.

¿Significa esto que han dejado de consumir? No. Simplemente que son conscientes que tienen que hacerlo mejor que antes. Por eso buscan exprimir su dinero al máximo. Paradójicamente, dicen: "Ahorramos consumiendo". Confían más en tener un bien o darse un gusto que en quedarse con los pesos en la mano, entre otras por su depreciación.

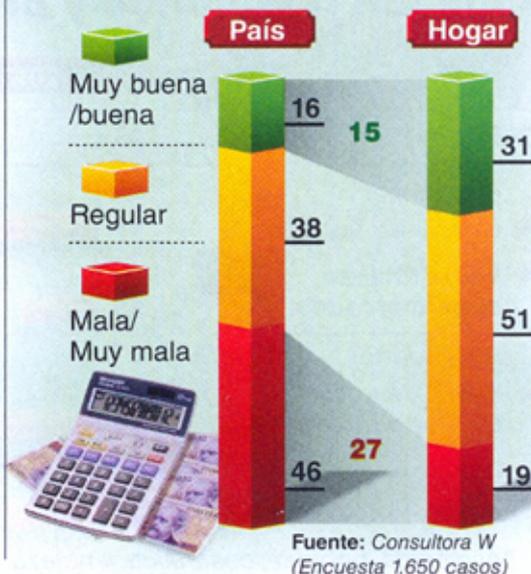
EL CONSUMO AGUANTA. Los números del primer semestre lo reflejan claramente. Las ventas en supermercados de los productos básicos creció un 2% en unidades. La de shopping centers un 1%. La de autos un 8%. La de motos un 6%. La construcción un 3%. Los despachos de cemento un 6%. La actividad industrial un 2%. Son tasas moderadas, pero razonables. Sobre todo si se observa los números

con detalle. El piso de la curva se dio en abril. Otra vez, "precios nuevos" - aunque moderados por los acuerdos y/o congelamiento de precios- versus "salarios viejos". En mayo y junio, el consumo recobró el ritmo. Sólo a modo de ejemplo: la facturación de los supermercados creció apenas 16% en abril, pero 28% en Mayo. Con los shoppings centers sucedió algo similar: las ventas crecieron el 8% en abril y aumentaron al 38% en mayo.

El escenario de consumo expresa un nuevo contexto de "transición" que requiere de un análisis más preciso que el del pasado para no cometer errores por sobreactuación ni generar profecías "autocumplidas". Volumen hay. La rentabilidad es un desafío. Antes te venía a comprar. Ahora hay que salir a vender. La gente sigue consumiendo, aunque un poco menos. Y lo seguirá haciendo mientras pueda. Para ello resultará clave cómo evolucione el empleo. Aún si los próximos 2 años mantuvieran este tono "gris", los mercados que quedarían al 2015, en tamaño, serían más que atractivos. Hay aquí un "activo" y un capital a cuidar por todos los actores de la economía y la política.

¿Expresarán las urnas en las PASO y luego en las elecciones legislativas de Octubre también una instancia de "transición" en la política? Las principales encuestas de opinión pública, permiten asumir ese escenario como probable. Si así fuera, la pregunta que emerge para dilucidar el futuro de la trama que conecta consumo, sociedad y política en la Argentina que viene es ¿cómo se retroalimentarán una y otra instancia de "transición"?

Evaluación de la situación económica actual (%)



★ CONSULTORA W