

La herencia que deja el kirchnerismo plantea interrogantes sobre las decisiones que tomará la próxima administración. Por ahora, el consumidor del año próximo encierra más dudas que certezas, por eso, es preciso considerar todos los escenarios.



**Guillermo Oliveto**

Presidente de la Consultora W y asesor estratégico especialista en sociedad, consumo, marcas y comunicación.

## El consumidor, dos escenarios y un fantasma

**E**

l año se encuentra atravesado por la bisagra del cambio de Gobierno y del fin de ciclo.

Uno de los datos clave a considerar a la hora de analizar escenarios futuros es que irremediamente el próximo

presidente heredará una estructura social con fuerte fragmentación: 27 veces de brecha entre los ingresos del techo y la base de la pirámide, por lo menos 20 por ciento de pobreza y 48 por ciento de clase baja. La Argentina no es "un" país, sino que conviven en ella "varios" países dentro del mismo. Esto hace prever que el próximo presidente se encuentre condicionado al momento de tomar decisiones que pudieran generar malestar social. Y que las empresas y las marcas deban desarrollar una estructura de portafolio muy sólida para interpelar a consumidores con realidades cotidianas tan diferentes (desde \$ 107.500 de ingresos mensuales promedio familiar en el techo de la pirámide hasta \$ 3950 de ingresos familiares promedio mensual en el extremo inferior de la base de la pirámide).

Adicionalmente, debe considerarse que la sociedad argentina se acostumbró durante los últimos años a que el consumo sea más un derecho que una posibilidad. En este sentido, el kirchnerismo acentuó un rasgo intrínseco a nuestra identidad. Siendo una sociedad prototípicamente de clase media (47 por ciento de la población lo es, uno de los niveles más altos de América latina, y 80 por ciento cree serlo), a los ciudadanos argentinos el consumo les importa. Los bienes y servicios son para ellos un poderoso vector de identidad. En función de lo que compro, soy. Por eso, en nuestra sociedad actual, el consumo no es solo un tema de la microeconomía, las marcas y las empresas, sino que adquirió un fuerte impacto social y, por ende, tiene influencia política. Quizás mucho más de lo que algunos podrían considerar razonable. A los ciudadanos argentinos no les da lo mismo poder comprar sus marcas favoritas de alimentos o indumentaria que no hacerlo. Tener el último celular que seguir con el viejo. Salir a comer afuera de tanto en tanto que verse privados de hacerlo. Irse o no de vacaciones. En nuestro país, cuando la gente

puede consumir, se respira otro aire.

No estamos describiendo aquí un fenómeno nuevo, pero sí de creciente arraigo. La multiplicidad de opciones que propone la sociedad de consumidores en la que vivimos, así como las profundas alteraciones en la lógica de la intimidad que incorporaron las redes sociales, hicieron que asistiéramos a la hipertrofia del deseo. Gracias a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y tantas otras plataformas, hoy todos ven todo. Hoy todos saben todo. Y, por ende, hoy todos quieren todo.

El camino del gradualismo parecería ser entonces el más probable como condición básica para que se desarrolle la transición con un nivel bajo de conflictividad social. Lo llamamos "Escenario A", y sería el de mayor probabilidad de ocurrencia (60 por ciento). Si esto fuera así, es de esperar que la inflación se reduzca progresivamente, pero que continúe siendo alta el año próximo (¿20 por ciento? ¿25 por ciento?).

Y que la sociedad pretenda continuar consumiendo en niveles al menos similares a los de 2015 (no la fiesta 2010/2011, no la contracción 2009 o 2014). Tendríamos un mercado similar al actual. Con crecimientos moderados en los principales sectores (alimentos, electrodomésticos, indumentaria, tecnología, autos, motos). El turismo interno mantendría tasas de crecimiento razonables. El sector inmobiliario y el turismo internacional dependerían de lo que suceda con el tipo de cambio, la brecha entre el valor del dólar oficial y el dólar blue, y las restricciones cambiarias. Si ese fuera el contexto, la demanda de beneficios y cuotas se mantendría. Es parte también de la transición con gradualismo. Los "anabólicos al consumo", al igual que los subsidios, no se podrían quitar de un día para otro. Aunque seguramente busquen moderarse y manejarse con otro nivel de precisión a medida que se vaya reduciendo la presión inflacionaria. A ese escenario habría que sumarle un potencial cambio de humor social en sentido positivo por la natural esperanza que traería un nuevo presidente, cuyo discurso se focalizará en el futuro, el desarrollo, las inversiones y el potencial del país.

La sociedad argentina es por naturaleza cortoplacista, bipolar y ciclotímica. Tiene intención de creer que el próximo presidente construirá sobre lo construido. Es decir, que sobre lo que hay, les dará más. No está dispuesta a perder lo recuperado hasta aquí luego de la crisis



"El consumo es un importante vector de identidad".



2001/2002 ni a caer en la pirámide social.

El punto es que los problemas macro existen, son varios y deberán ser corregidos. Tarde o temprano. Y tal vez, más temprano que tarde. El interrogante a dilucidar es cuándo y cómo. No puede descartarse entonces, de ningún modo, la otra tesis, que sería la de *shock*.

Si el escenario fuera el de *shock*, se alterarían las tendencias actuales de los mercados y nos llevaría inicialmente a un “escenario B”, de características tal vez similares a 2009 o 2014. En esos dos años, las ventas de bienes durables tuvieron contracciones que oscilaron entre el 30 y el 15 por ciento, al igual que la gastronomía y el entretenimiento; y las ventas de alimentos mostraron caídas leves en promedio (-1/2 por ciento) con contracciones más significativas en algunas categorías consideradas por la gente como “sofisticadas” para ese contexto más complejo. Hablamos, por ejemplo, de productos congelados, *snacks*, postres infantiles o cremas faciales. Productos más elásticos a los cambios de contexto y de humor social, que pueden caer entre 10 y 15 por ciento en un escenario difícil, y recuperarse con similar velocidad ante la “normalidad”. Es decir, sería un año de contracción para el consumo, pero cayendo desde bases muy altas.

Quedan la inflación alta, el cepo, las trabas a las importaciones, el déficit comercial, los problemas de las economías regionales. Del mismo modo, un nivel de desempleo estable alrededor del 7 por ciento, un poder adquisitivo positivo a pesar de la inflación y una reinserción de 11 millones de habitantes dentro de la clase media (2002-2015), que generó una fuerte ampliación general de los mercados de consumo (autos +540 por ciento, electrodomésticos y tecnología +700 por ciento, alimentos +70 por ciento, todo en volúmenes). Las dos cosas son también parte de la herencia K.

Adicionalmente, ese contexto de *shock* se daría bajo el plan y la esperanza de un crecimiento futuro más sostenible y sobre bases presumiblemente más sólidas. Este sería, o al menos debiera ser, el discurso del nuevo presidente si le pide a la sociedad un esfuerzo inicial que implique dosificar su dinámica actual de compra.

Si se diera este escenario “B” (40 por ciento de probabilidad), los mercados inicialmente en 2016 mostrarían caída, algunas de ellas fuertes, pero se mantendrían dinámicos, dado que, como señalamos, la base preexistente es alta (en los 12 años de kirchnerismo, el consumo creció en 10).

Superada esa instancia de reacomodamiento de las variables, podrían comenzar a mostrar señales más positivas hacia el último trimestre, una vez digerida la corrección. Ese crecimiento se apalancaría en el nuevo flujo de ingresos e inversiones que probablemente llegaría tanto de fondos del exterior como de los argentinos que quitaron dinero del sistema en los últimos años –sobre todo desde la irrupción del cepo– y que estarían dispuestos a apostar nuevamente sus recursos en el país, bajo condiciones de mayor previsibilidad y la capacidad para retirar sus utilidades en dólares.

En el caso de *shock* y contracción, se afectaría mucho más el mercado de bienes durables y los servicios, antes que el de alimentos y otros productos básicos. La sociedad cuenta además con un *stock* renovado de autos, motos, tecnología y electrodomésticos e incluso indumentaria. Puede darse “el lujo” del “no consumo” por un tiempo, más allá de que seguramente lo haría a disgusto, fastidiosa y protestando. El Plan

Ahora 12 agudizó esa tendencia.

Ambos escenarios podrían verse condicionados si se introdujera un consumo que tuvo baja presencia en los últimos años y que salió del radar de los consumidores y de su agenda: el crédito hipotecario. Sería un *game changer* que modificaría algo más que la lógica de consumo. Cambiaría la lógica del comportamiento social al introducir un vector muy potente que estructura un comportamiento de largo plazo.

Existe un “escenario C”, hoy prácticamente descartado, que describimos para alejar este fantasma del tablero, sería el estallido de “bomba de tiempo” económica, que este Gobierno heredaría al siguiente con una crisis que altere todas las variables que dinamizan al consumo.

Adicionalmente, desde la perspectiva micro, se dan dos elementos centrales que distinguen la situación actual del estallido más reciente y aún muy presente en la memoria colectiva, la crisis 2001/2002. En aquel entonces, la tasa de desempleo era cercana al 20 por ciento y trepó hasta el 25 por ciento. Hoy, está estabilizada en 7 por ciento. La pobreza llegó a superar el 50 por ciento. Más allá del debate actual sobre el indicador, está muy lejos de ese valor. Además, hay planes sociales que contienen a 8 millones de personas. Antes, las familias estaban endeudadas en dólares. Hoy, no.

Como cierre, una reflexión del pensador francés Jaques Attali: “Nada es más peligroso para cualquier régimen que arruinar a la clase media, columna vertebral de todo orden social”. **IVL**



Lo que viene. “El escenario más probable (60 por ciento) es el del gradualismo, con un nivel de consumo similar al de 2015, con crecimiento moderado”.