

## El consumo cae según el sector, sostiene un informe privado

Admite una baja hasta junio, pero dice que la situación "es muy despareja"

[SEGUIR](#)

*Sofía Terrile*

PARA LA NACION

MIÉRCOLES 28 DE JUNIO DE 2017

El cambio en el signo político inauguró un nuevo paradigma del consumidor, repite incansablemente Guillermo Oliveto, presidente de la consultora W. Ese consumidor transformado, aseguró, sigue una lógica "austera": pasó de "sentir que la plata le quemaba las manos" y de "ahorrar con el consumo" a pensar más cuándo, dónde, cómo y qué compra. "La pérdida del poder adquisitivo el año pasado hizo que hubiera más prudencia y más desconfianza", detalló.

El experto en consumo relató que, en los análisis cualitativos que realiza la consultora que dirige, él y su equipo escuchan frases como "comprar es un estrés", y ven a un consumidor que pide simplificar el proceso. Por otro lado, describió como una "falacia" los dichos sobre el consumo en caída. "Sí es cierto que está muy desparejo. Hay sectores que están muy bien y otros no tan bien", matizó.

Entre los que están muy bien destacó el avance en el consumo en volumen entre enero y mayo de las motos (49,4%), los inmuebles (45,5%), los autos (31,4%) y el turismo al exterior (13,2%), entre otros. De los "no tan bien" indicó que el retroceso de alimentos, bebidas, limpieza y cosméticos, "el changuito del supermercado", fue del 3%; el de indumentaria, del 3,7%, y el de electrodomésticos en pymes, del 4,2%, aunque en la misma categoría, pero en las cadenas, hubo un crecimiento del 13%.



El consumo cae según el sector, sostiene un informe privado. Foto: Archivo

"La moto es el bien comprado por la clase media típica. Se ve una presunción de que va a tener dinero y empleo para poder pagar la cuota, ya que se trata de un vehículo que no se compra en valor nominal", apuntó, sobre la categoría que lidera el repunte. Con respecto al "changuito", expresó que se acentúa el viraje del consumidor hacia los mayoristas y que en los supermercados la caída es mayor.

Oliveto explicó los motivos detrás de la contracción, especialmente en bienes cotidianos. En primer lugar, puntualizó, en 2016 hubo una pérdida del poder adquisitivo de siete puntos en el sector formal y de unos doce puntos en el informal. Luego habló del aumento de las tarifas, que "tocó" a otros consumos "que son hoy los que están ralentizados". Finalmente, volvió al modelo de conducta "austera", que, a su juicio, tiene el consumidor en la era de Cambiemos: tanto en mayo de 2016 como en el mismo mes de este año, el 74% de los argentinos dijo recortar gastos en el hogar, afirmó el experto.

Con respecto a las expectativas, las respuestas que recabó su consultora en mayo ante la pregunta: "¿cree que ya pasó la peor?", arrojaban que el 40% afirma que "sí", pero que el 38% asegura que "no" y que el 22% "no sabe". En el mismo mes, el 69% aseveraba que su poder adquisitivo era menor al que tenía un año atrás y, además, un 40% cree que este año perderá poder de compra; un 38%, que lo mantendrá, y un 22% que ganará. "El consumidor que viene está reseteándose. Tras doce años de ahorrar con consumo, en los que era mejor tener una TV que

plata en la mano, ahora se trata de comprar bien", describió. Además, apuntó que las personas están abiertas a nuevas marcas y canales.

Para terminar, explicó que la proyección para el consumo en 2017 por trimestre da como resultado números negativos en los primeros dos - con caídas de 2% y 4%, respectivamente- y positivos en los últimos dos -el mismo porcentaje para cada uno: 2% en un escenario optimista y 1% en un escenario conservador-. También predijo que el PBI crecerá un 2,7% este año y un 2,9% en 2018. Cerró con frases del filósofo alemán Rüdiger Safranski: "De nada sirve esperar. Una vez que hayamos comenzado, veremos cómo proseguir", y "quien comienza, actúa".

Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/2037620-el-consumo-cae-segun-el-sector-sostiene-un-informe-privado>