

El consumo en tiempos de crisis

Mientras crece la preocupación de los comerciantes los usuarios modifican hábitos.
por **Mariano D Arrigo**



Movimiento. Las ventas registran un espiral de decenso desde principios de año. cayeron 9,2% durante mayo.

Si en el relato oficial la posconvertibilidad significó una fiesta del consumo, ahora parece ser tiempo de resaca y abstinencia. Luego de un 2015 que terminó con un aumento en las ventas minoristas, el combo devaluación, escalada de precios y tarifazo de los servicios públicos empujó hacia abajo a casi todos los rubros. Ante este escenario, todos recalculan: la demanda modifica hábitos, la oferta ensaya alternativas para sostener cuotas de mercado o, directamente, sobrevivir.

Consumidores, [empresarios](#) y especialistas advierten sobre los costos sociales de la estrategia recesiva contra la inflación. Y proyectan que aunque se inyecte más liquidez al mercado, el esperado segundo semestre será más de meseta que de recuperación.

Luego de trece meses consecutivos de aumento en las ventas minoristas, desde enero la tendencia se invirtió.

De acuerdo al relevamiento mensual de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (Came), las ventas subieron un 3,1% en diciembre. A partir de entonces empezó un descenso en espiral: -2,3% en enero, -4,5% en febrero, -5,8% en marzo, -6,6% en abril y -9,2% en mayo.

En el último mes cayeron todos los rubros de venta minorista, a excepción de "farmacias", que creció 1,3%. Las bajas anuales más fuertes se registraron en "electrodomésticos y artículos electrónicos" (-19,6%), "bijouterie" (-13,1%), "materiales para la construcción" (-12,7%), "bazar y regalos" (-11,9%) y "ferreterías" (-11,6%). El resto descendió aproximadamente 9%, y el que menos disminuyó fue "alimentos y bebidas", con -2,3%.

Para el director de la Consultora W, Guillermo Oliveto, la dinámica del primer semestre refleja el fenómeno "precios nuevos y sueldos viejos", que se viene repitiendo desde 2012. Este año la devaluación y el traslado a precios (estiman un 27% de inflación entre noviembre y abril) profundizaron ese desfasaje.

Cambio de hábitos

En este marco, de ambos lados del mostrador reelaboran estrategias. Según un informe elaborado por la Consultora W y Trial Panel, la mayoría de la población se ajustó el cinturón: el 74% recortó gastos, el 69% considera que tiene menor poder adquisitivo que un año atrás y el 64% está preocupado por sus posibilidades de consumo.

Ahora los consumidores apuntan a compras más chicas, en tiendas de descuento o pequeños supermercados. La clave: limitarse a lo necesario y gambetear los gastos superfluos.

A pesar del crecimiento de segundas marcas, Oliveto descartó un "cambio estructural en el mercado" ya que el 75 % del volumen de ventas se mueve en primeras marcas. "La Argentina es marquista y está haciendo un esfuerzo por continuar consumiendo sus marcas", consideró.

Ese esfuerzo se dirige no sólo a sostener estándares previos de consumo, sino también a cancelar obligaciones. Juan Marcos Aviano, director del Cesyac, resaltó que cambiaron los motivos de consulta de los consumidores. El año pasado las preguntas se referían a incumplimiento de condiciones contractuales y errores de facturación. Hoy, a las dificultades para afrontar el pago de servicios públicos y cuotas de distintas formas de crédito.

Ante esto, sugirió "no asumir nuevos compromisos", y "seguir muy de cerca el ritmo de los precios de los productos en función del poder de compra de cada uno".

Como contracara, el recorte de gastos y la mayor selectividad de los consumidores configura un escenario complejo para los empresarios que dependen del mercado interno. "Cada uno se reacomoda como puede" reconoció Ricardo Diab, presidente de la Asociación Empresaria de Rosario (AER). "Hace rebajas y ofertas para hacerse de liquidez para pagar los gastos inmediatos", señaló.

Antecedentes

En enero de 2014 el gobierno nacional encabezado entonces por [Cristina](#) Kirchner habilitó la mayor devaluación del peso desde la salida de la convertibilidad. Hace dos años el dólar saltó de 6,9 a 8 pesos, con picos de 8,40, y sumó brasas a la inflación. La pérdida promedio del poder adquisitivo fue de 5 puntos, pero a comienzos del año fue mayor.

Para Oliveto "es un análisis válido tomar ese año como referencia" de lo que será la foto del primer semestre de 2016. Aunque, advirtió, "no necesariamente todo el 2016 se va terminar pareciendo a todo el 2014".

En cambio, para Aviano no se puede comparar la primera mitad de 2016 con la de 2014. "La devaluación de 2014 no fue seguida por un terrible tarifazo y transferencia de recursos de los sectores medios y bajos a los sectores más concentrados de la economía", sostuvo.

En la misma línea, Diab consideró que se trata de un momento diferente. "En muchas empresas quedaron algunos recursos", afirmó, y evaluó que más que la retracción del consumo el principal problema para los pequeños y medianos empresarios es el alza en los servicios públicos. "En los niveles que han llegado los tarifazos son imposibles de absorber", planteó.

Expectativas

Aviano y Diab coincidieron en que la caída del consumo y el enfriamiento de la economía es parte de la receta antiinflacionaria del elenco gobernante. Sin embargo, no se trata necesariamente de un diagnóstico socialmente compartido. De acuerdo al estudio de Consultora W y Trial Panel –que consultó a 1000 personas de todo el país y todos los niveles socioeconómicos- un 62% de la población cree que las medidas del gobierno son un ordenamiento, contra un 38% que lo considera un ajuste, 63% responsabiliza a la herencia recibida, 64% evalúa que las medidas eran necesarias y un 62% aprueba la gestión de gobierno.

No obstante, la lectura no es homogénea: las clases sociales existen, y construyen sus propias percepciones. Por ejemplo, según se desciende la pirámide social la confianza en el gobierno cae del 74% al 51% y la valoración del rumbo del 67% al 45%.

El 69% del segmento superior evalúa las medidas como un ordenamiento, y un 47% del estrato inferior las describe como ajuste.

En tanto, en el sector superior el 74% apoya las medidas y un 68% aprueba la gestión, mientras que en el inferior sólo 54% elogia las decisiones y un 49% aprueba.

A pesar de todo, un 75% de los encuestados se mostró contento y el 80% esperanzado. De acuerdo al informe, en octubre de 2015 sólo el 41% se reconocía contento y un 57% optimista en cuanto al futuro.

Es por esto que Oliveto caracterizó a la sociedad argentina como "realista": percibe que en la actualidad la economía está mal pero un 63% cree que en un año estará mejor. En este sentido, calificó como "sólida y válida" la figura del puente que utiliza el actual gobierno.

No obstante, el puente requiere un punto de llegada a la vista y un camino con menos baches.

En su opinión, para agosto o septiembre el mercado tendrá otro color. Allí se percibirá el efecto de la devolución del IVA los sectores de menores recursos, la ampliación de ingresos para jubilados, los nuevos salarios tras la ronda de paritarias (además del aguinaldo) y el reinicio de la obra pública. Esperan que el año "no termine como el primer semestre, "sin que sea ninguna fiesta".

Aviano proyectó que el segundo semestre será de meseta, "siempre y cuando no haya **aumentos** de las tarifas y el sector productivo vinculado a los alimentos y de primera necesidad no incremente precios por las dudas o por especulación ante la posibilidad de nuevas devaluaciones".

En la misma línea, Diab señaló que si hay repunte en 2016 "va a ser muy leve". "Este año no habrá ninguna reactivación", evaluó.

Oliveto describió esta situación con una metáfora futbolística. Bajo su mirada el 2016 es "un partido en la altura: 0 a 0 o perder por poco es negocio". La cuestión es si el resultado del partido de vuelta –el 2017- alcanza para ganar.

Fuente: <http://www.lacapital.com.ar/el-consumo-tiempos-crisis-n970490>