

## El consumo no jugó en el tiempo electoral



**Marcelo Canton**

El consumo está mejor que el año pasado. Pero no en los niveles que Axel Kicillof prometió a los candidatos oficialistas. Hay fabricantes de alimentos y supermercados que hablan de caídas del 2%. Pasó en agosto y en setiembre, a menos de un mes de las elecciones. El escenario no es el que el kirchnerismo imaginaba.

“Hoy hay una elección competitiva porque el consumo no está tan bien como 2011 y 2013, ni tan mal como 2009 o 2014”, dice Guillermo Oliveto, de la consultora W, y uno de los hombres que más sabe del tema. Desde el punto de vista del bolsillo de la gente, si hoy el poder de compra fuera el de 2013, la oposición tendría pocas chances. Y si hubiera seguido el parate del 2014, el oficialismo sería el que tendría el terreno pedregoso. Pero el escenario tibio de ventas deja a ambos bandos sin esa bandera para levantar.

A principios de año, el Gobierno montó una estrategia de retraso de las negociaciones paritarias para que los aumentos de salarios cayeran más cerca de las elecciones. Julio fue así el mes del despegue fuerte del consumo, cuando a los ajustes salariales se sumaron los retroactivos y el aguinaldo. Pero en agosto las cosas se enfriaron. Y no hubo luego recupero. “Eso deja a la gente en una situación de que no está celebrando, pero tampoco tan asustada o deprimida como el año pasado”, añade Oliveto.

Esa caída en el consumo tiene su correlato en la confianza del consumidor que mide la Universidad Di Tella. La medición hecha la primera semana de este mes mostró una caída del 3,8%. Es el primer retroceso desde noviembre. “Todos los subíndices que componen el ICC registraron bajas con respecto al mes anterior, siendo Situación Macroeconómica el de mayor caída (6,3%), seguido de Situación Personal (3%) y Bienes Durables e Inmuebles (1,5%)”, señaló el director del centro de estudios económicos de la universidad, Guido Sandleri. Igualmente, aclara, “el índice está 30% arriba que el año pasado”.

“En setiembre, las ventas de alimentos caen un 2%, igual que en agosto. En tanto que las de electrodomésticos crecen un 5%, también como el mes pasado”, dice un ejecutivo de una de las mayores cadenas de supermercados del país. “Nosotros también tenemos una caída del 2% en las ventas en agosto y el mismo número en setiembre”, agregan en una fabricante de alimentos líder.

La caída de ventas sería marcada en los productos más básicos, porque comparan con un año pasado que no fue tan malo para ellos: la gente en 2014 se concentró en lo indispensable. En cambio, los rubros de gamas más altas (congelados, productos de belleza, algunos de limpieza) tienen algún recupero: es que en 2014 fueron, en medio del ajuste, mayormente dejados de lados. La excepción son las bebidas, que vienen creciendo a un ritmo de dos dígitos. Pero allí también hay dudas. “Las temperaturas de julio y agosto fueron las más altas de muchas décadas para esos meses, y eso empujó las ventas. Pero setiembre viene fresco y cerraremos el mes al mismo nivel que 2014”, dicen los fabricantes. Lácteos también está al mismo nivel del año pasado, sin recuperación, y con ligeras caídas en algunos artículos. En cambio, productos de tocador en general están subiendo, señalan los empresarios del rubro,

En tanto, las preocupaciones del Gobierno pasan hoy por otro lado. La secretaría de Comercio está intimando en los últimos días a las multinacionales del consumo masivo para que le den información de sus promociones y descuentos, lo que generó respuestas institucionales de que eso se trata de “secretos comerciales”. “Los vamos a vigilar hasta el último día, no pretendan aprovechar el cambio de gobierno para remarcaraciones”, fue la respuesta de los funcionarios.

Para los empresarios esa no es la mayor de las preocupaciones: ellos quieren saber cuánto y cuándo se devaluará y cómo impactará en sus costos. En cambio, los políticos miran estos temas con otro aire: el consumo no llegó a ser un argumento del oficialismo para ganar votos, como Kicillof había prometido.

Fuente: [http://www.clarin.com/politica/consumo-jugo-tiempo-electoral\\_0\\_1438056274.html](http://www.clarin.com/politica/consumo-jugo-tiempo-electoral_0_1438056274.html)