

## El consumo puede rebotar en 2017, pero tardará más en volver al pico de 2013

Por Virginia Porcella |

09/07/2016 | 23:47

Ningún empresario ni ejecutivo de primera línea quiere expresarlo en términos tan contundentes pero 2016 será un año perdido para el consumo. Es lo que indican las proyecciones macroeconómicas y también las estimaciones de ventas de empresas líderes. Con una caída en torno a 5% del consumo general en el primer semestre –explicada por una contracción de 3,5% en consumo masivo como alimentos y bebidas y de hasta 10% en electrodomésticos y tecnología– se diluyen las expectativas de recuperar el terreno suficiente en el segundo semestre para cerrar el año casi “empatado” con 2015. Por el contrario, ahora se prevé que el año cerrará con una retracción del consumo en torno a 3% respecto al año anterior y que recién a fines de 2017 se recuperaría el nivel de consumo de 2015. Si las cosas salen bien. Pero para retrotraer la situación a su mejor momento, es decir al pico de consumo de 2013, serán necesarios varios meses más, e incluso años, de estabilidad y crecimiento.

Lo dijo el miércoles pasado el dueño de Arcor, Luis Pagani, en el marco de la celebración por los 65 años de la caramelera. “Para 2017 vemos un crecimiento cercano a los 2 puntos que nos va a permitir recuperar la caída de ventas proyectada para este año de entre 1 y 1,5%”, dijo el empresario, quien aclaró que recuperar el récord de hace tres años, le demandará a la compañía al menos hasta 2019. Un cálculo muy similar había compartido unas semanas antes el CEO de L’Oréal en la Argentina, Marcelo Zimet: “El segundo semestre parecía que iba a ser mejor pero la recuperación se demora. Recién a fines de 2017 volveremos al mismo nivel de 2015”, afirmó. Coinciden en la consultora W, especializada en asesoramiento estratégico a empresas de consumo masivo: “La base de consumo que dejó la última década es muy alto. Aunque con fuertes diferencias según el período, el aumento acumulado desde 2002 es de 70% en general y con sectores como electrodomésticos y tecnología que acumularon un crecimiento 700% de suba, o autos que trepó casi 600%. Esto en parte porque no había crédito para

comprar inmuebles y sí para televisores y coches”, explica Guillermo Oliveto, fundador de la consultora. Pero recuperar el nivel de 2015 no será la panacea. “La realidad es que el último año de crecimiento fuerte del consumo fue 2013, lo que siguió en 2014 y 2015 fue estancamiento”, dice Juan Manuel Primbas, director de Kantar, quien calcula que este año cerrará finalmente con una caída superior a 2%.

Autos. Recuperar el nivel de ventas de 2013 es, para muchos sectores, una meta que tardará algunos años en alcanzarse. En otros, como el automotriz, es directamente una meta imposible. Ese año, gracias al atraso cambiario que produjo también un boom en la venta de importados, la industria logró colocar en el mercado local poco menos de un millón de autos, cifra con la que ninguna compañía sueña hoy para el mediano plazo.

Fuente: <http://www.perfil.com/economia/El-consumo-puede-rebotar-en-2017-pero-tardara-mas-en-volver-al-pico-de-2013-20160709-0114.html>