

Novedades

RETAIL DAY | 18/05/2016

## El poder del consumo



Guillermo Oliveto se refirió a lo que cambia y lo que no frente al nuevo contexto social y económico en su charla en el ENR.

Guillermo Oliveto, CEO de Consultora W? y una tradición en el Encuentro Nacional Retailer, fue el primer disertante de la tarde y profundizó en qué es lo que está cambiando en el país y qué aspectos permanecerán igual más allá de la coyuntura.

Ante un auditorio colmado al inicio de las conferencias, el especialista habló sobre el clima social en Argentina y cómo está el consumo a partir de encuestas realizadas en mayo por la consultora.

¿Cómo analizar la realidad?, se preguntó Oliveto y habló de un mundo volátil, con incertidumbre, complejo y ambiguo. “Hay múltiples y complejos contextos en cada uno de los países y mercados”, destacó el orador.

Barajar y dar de nuevo tiene que ver con lo que cambia, como el presidente, el tono, el modo y las políticas del Gobierno. Pero también, según el especialista, hay que tener en cuenta los aspectos que no cambian, o que lo hacen más lentamente, como la estructura social, los padrones de conducta y el

comportamiento de los consumidores. “Hay que prever cómo articular las dos cuestiones”, dijo Oliveto.

“La era K instaló una lógica de mercado pro consumo, de corto plazo, oportunista y compulsivo”, detalló en referencia a la herencia que dejó el anterior Gobierno y cómo eso afecta la realidad actual del shopper. En su conferencia se refirió a la expansión del consumo como un verificador social de una nueva movilidad ascendente durante el Kirchnerismo.

Sin embargo, esa promoción del consumo tuvo un costo: la inflación llegó a un 700% acumulado en los últimos dos períodos del Gobierno K. Además, el PBI creció un 87% en esos años pero las tasas de crecimiento de los últimos períodos decayeron y llevó a un cambio de autoridades el año pasado.

“Los consumidores se transformaron a adictos a las promociones”, sostuvo sobre la pelea que están dando los clientes contra la inflación para mantener el poder adquisitivo y la capacidad de compra. “Ahora todos somos cuoteros”, enfatizó. El consumidor está atento a las ofertas y presta mucha atención a todo tipo de descuento por querer seguir comprando a pesar de los altos precios.

El nuevo país que se gesta desde la asunción de Mauricio Macri es diferente. El plan del Gobierno busca bajar el déficit fiscal y la inflación de manera gradual para volver a un crecimiento del PBI sostenido. El 66% de la gente cree que se deben corregir los errores pero mantener las cosas buenas del Gobierno anterior, mientras que el 29% cree que hay que hacer algo totalmente distinto.

Asimismo, el 82% de la gente cree que es necesario encontrar una nueva fórmula intermedia que articule la intervención del estado tal como lo hacía el Kirchnerismo con una propuesta más liberal, similar a la que podría proponer el macrismo. En el punto medio estaría la clave para la sociedad y para lograr la reactivación pretendida.

El gradualismo sería el camino que busca Prat Gay y Oliveto afirma que esa es la alternativa más probable a realizarse por sobre un shock, aunque la sociedad percibe que el cambio se hizo de manera abrupta debido a los aumentos de los últimos meses. “86% de la gente cree que esto es un shock”, afirmó el speaker a partir de los datos de la encuesta con 1.000 casos a nivel nacional. El 64% está preocupado por su capacidad de consumo y el 74% recortó sus gastos en lo que va del año, aunque gran parte asegura que el shock era necesario y que “no había más remedio”. Luego, el 65% de la población espera que una vez que pase esto la situación sea más gradual.

En el primer trimestre la venta de carne cayó un 6%, -4% alimentos, bebidas, cosmética y limpieza, -10% para electrodomésticos, entre otras cifras que hablan de la retracción del consumo. En ese contexto, el 76% de la gente está de acuerdo con haber mantenido Precios Cuidados y el 84% apoya la medida de sostener el plan Ahora 12 como dos elementos para incentivar el consumo.

Sólo 12% de la población cree que la situación económica actual es positiva, 48% cree que es regular y el 40% la ve negativamente. Sin embargo, el 62% aprueba la gestión del Gobierno de Macri, lo que habla de un optimismo en la sociedad. En ese sentido, “El 80% está esperanzado”, informó Oliveto.

El mercado se vio afectado en el arranque del año por los precios nuevos con los salarios viejos, aunque ese panorama empieza a cambiar a partir de los acuerdos de las paritarias, sobre todo desde

junio. ¿Podremos terminar el año de una manera más equilibrada? se cuestionó el orador e interpretó que para el 2016 se espera un “equilibrio”: no perder, pero tampoco ganar. Mientras tanto, la gente espera de las marcas y las empresas ayudas para navegar el momento difícil, con precios claros, promociones y seguridad.

Guillermo Oliveto es Lic. en Administración de Empresas por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y especialista en análisis de las problemáticas del consumidor y mercados desde la perspectiva del ser humano y el impacto del contexto social sobre sus hábitos, conductas y estilos. Actualmente es presidente de la Consultora W?, empresa que fundó en marzo de 2010.

Fuente: <http://www.webretail.com.ar/nota/el-poder-del-consumo/id/17233>