

Nº 119 • Septiembre/Octubre 2013

# CADAM

Cámara Argentina de Distribuidores y Autoservicios Mayoristas

Gestión de las Emociones  
2013



**Gestión de las Emociones**  
**Gestión de las Relaciones**

**HOTE**  
**SHERAT**  
**PILAR**

**CADAM**  
Cámara Argentina de Distribuidores y Autoservicios Mayoristas



**45° CONGRESO NACIONAL**  
DE DISTRIBUIDORES MAYORISTAS DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO



# Emociones fuertes

El consultor Guillermo Oliveto repasó en su exposición los alcances de contexto social económico del país y las perspectivas del consumidor para el corto y mediano plazo.

“Emociones fuertes” fue el título que eligió el consultor Guillermo Oliveto para resumir el contexto socio económico de la Argentina de hoy y la actualidad del consumidor.

E hilvanándolo con la exposición de la emocionalidad, explicó que hay que *“tener el temple necesario para pasar dos años que restan para finalizar el presente mandato presidencial, con una perspectiva de complejidad mayor a la que tuvimos en la última década”*.

Oliveto reflejó el contexto actual en que hay que tener una mirada dual con respecto al presente y futuro cercano. *“Por un lado el corto plazo, y el día a día que nos da la pauta de cómo va el negocio; y no por eso dejar de ver lo que puede venir de acá para adelante”*.

Asimismo, dijo que el momento que se vive en muy difícil descifrar y para ellos hay que agudizar la mirada para ver que realidad se presenta: Esa crisis que no está pero puede llegar o que todo iba bien y ahora no tanto.

*“Si lo ponemos en palabras del propio Gobierno, en esta década ganada, menos en el año 2009, la Argentina creció a las conocidas tasas chinas, entre el 6 y el 8*

*por ciento. Este crecimiento daba la confianza de que solo debíamos esperar a que nos vinieran a comprar, había que estar para el momento justo. Es que el mercado empujaba y empujaba en todas partes”*.

De aquella Argentina a la de hoy hay una diferencia, ya no se crece a tasas chinas sino que los análisis económicos marcan un crecimiento más moderado al 1 o al 2 por ciento; hasta que hay algunos que hablan de una economía estancada.

Y la incertidumbre mayor está dada después de las elecciones, resumió Oliveto, en donde el escenario no está y eso genera incertidumbre de lo que va a pasar.

Para ello hay dos situaciones que se están planteando que hay que tener en cuenta, que la realidad que viene es distinta a la que estábamos viviendo y que el nivel de procesamiento de datos para entender esta actualidad va a requerir más energía y emocionalidad.

A la hora de hablar de números económicos, el desempleo este año podría rondar el 7,5 por ciento promedio, cuando en el 2012 rondó el 6,9 y en el 2009, en plena crisis externa, no superó el 9,1 por ciento.



La venta de autos se recuperó con fuerza después de las bajas del 2009, por ejemplo en ventas de autos de 0 KM había bajado un 19 por ciento y en el 2012 sólo el 2 por ciento después de un 2010 y 2011 con crecimientos que superaron el 20 por ciento.

*“Los que venimos trabajando sobre el consumo, siempre fue un tema que era de la microeconomía, del mercado y de las empresas. Pero en esta última década, en el mundo en general pero particularmente en la Argentina, en donde el kirchnerismo tomó como política de Estado, se convierte en tema social y definitivamente en un tema político. Y esto explica el acuerdo de precios de este año 2013, también explica las medidas que se están tomando en este momento. La idea fue siempre conectar la visión consumidora con la decisión del voto”,* recalcó.

Para el consultor, impulsar el consumo fue afianzar la confianza, la gobernabilidad y la calle tranquila. Eso se tradujo en votos.

*“El crecimiento de la Argentina no se explica por las condiciones macroeconómicas solamente y de economías emergentes sino a partir de un modelo de desarrollo del mercado interno y el consumo popular sus banderas principales”,* dijo Oliveto.

El expositor también hizo referencia a un estudio de consumo y confianza, y la pregunta fue como la gente veía la economía del país. Sobre una base de 1650 personas y con referencia a mediados del 2013, el 16 por ciento la ve bien y muy bien, 38 por ciento

*...la gente siente que el peso se va de las manos entonces compra cosas durables. Tengo que comprar algo porque la plata se derrite...*

regular y el 46 por ciento mal o muy mal. *“Está claro que las perspectivas que tiene la sociedad sobre cómo van las cosas no es muy buena”,* aseguró Oliveto. Pero cuando la pregunta fue como le iba en su economía personal, la encuesta arrojó que el 31 por ciento le va bien o muy bien, 51 por ciento regular, el 19 por ciento mal o muy mal. Hay una brecha de 15 puntos en la positiva y 27 puntos en la negativa. *“Esa es la Argentina dual”,* aseveró.

Para el consultor, el clima económico cambió en el segundo trimestre de 2012 cuando el Gobierno rompió con la CGT de Hugo Moyano y se empieza a acelerar el contexto inflacionario. Allí la gente se queda con los salarios viejos con los precios nuevos. Eso se palpó hasta ahora.

Para Oliveto, esto y los controles que impuso Guillermo Moreno a los precios que contenían la presión inflacionaria fue lo que hizo cambiar el humor social y que se reflejó en las urnas en las PASO del 11 de agosto.

*“La plata no alcanza. ¿Para qué no alcanza? Para mantener el ritmo que venía teniendo. ¿Y qué hay que hacer? Hay que hacer la propia sintonía fina. Ajusta lo ajustable”,* explicó.

Además hay una idea Argentina que también se refleja en la calle y que parte del inconsciente colectivo de que cada 10 años explota todo. Y hay dos variables infalibles en este contexto. Primero el dólar, cuando se habla de la moneda norteamericana la población advierte que algo pasa. El segundo punto fue la inflación. Y el tercer punto, que todavía no despertó, es el empleo - desempleo, que para Oliveto le da sustento al modelo.

El último punto del análisis tuvo que ver con el poder de ahora y *“la idea de que compro ahorrando se volvió una constante”,* dijo el consultor y agregó *“la gente siente que el peso se va de las manos entonces compra cosas durables. Tengo que comprar algo porque la plata de derrite”.*

La pregunta es *“¿hay mercado? Y la respuesta es si hay mercado, lo que está devaluado o no hay es rentabilidad”.*