

Guillermo Oliveto: "Que todo el consumo caiga es falaz"

DOMINGO 09 DE JULIO DE 2017



Guillermo Oliveto, Consultora W. Foto: Archivo

Más prudencia. Más desconfianza. Los adjetivos, siempre relacionados con la austeridad, son los que utiliza Guillermo Oliveto, presidente de la consultora W, cuando describe al consumidor "de la era M", casi una imagen opuesta al de "la era K", que "ahorraba con el consumo" y prefería tener un televisor en su living que plata en la billetera.

El experto afirmó que decir que todo el consumo cae "es una falacia" porque "hay sectores que están muy bien y otros no tan bien". Dentro del primer grupo, se destacan las motos, el rubro que tuvo una subida del 49,4% en las ventas. En el segundo, resalta la categoría "electrodomésticos en pymes", que sufrió un retroceso del 4,2%, aunque en las cadenas hubo un avance del 13%. También preocupa el

retroceso de alimentos, bebidas, limpieza y cosméticos, "el changuito del supermercado", que fue del 3%.

Además del consumidor austero que, según Oliveto, hoy domina, los otros dos motivos de la contracción de aquellas categorías, puntualizó, están en la pérdida de poder adquisitivo de entre 7 y 12% durante 2016, y en el aumento de tarifas.

Según datos de la consultora, "en un escenario en el que el poder adquisitivo se recupere", el 52% está convencido de que se cuidará en algunos aspectos y en otros volverá a darse gustos. El 14% volverá a consumir como antes de los recortes de 2016, un 26% mantendrá el recorte y el 9% no sabe. También dijo que se prevé un repunte del consumo en los dos últimos trimestres del año de entre 1% y 2% para cada uno, y un crecimiento del PBI del 2,7% en 2017, y del 2,9% en 2018.

Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/2040932-que-todo-el-consumo-caiga-es-falaz>