

La foto y la película, dos tiempos para analizar la economía argentina

13 de agosto de 2018

La recesión ya está en la calle. Se siente. En las ventas y en el estado de ánimo de la población. Al momento de responder cómo están las cosas, por primera vez en mucho tiempo las respuestas suturan la grieta: "complicado", "difícil", "hay que vivir haciendo malabares". El "modo austero recargado" se transformó en un patrón de conducta transversal. Hoy cruza todas las clases sociales.

En nuestros más recientes estudios cualitativos, cuando le pedimos a la gente que dibuje en un papel cómo compran hoy aparecen lupas, cuatro ojos, calculadoras y signos de interrogación que se traducen en lo que llaman "rally de compras" buscando precios, ofertas, promociones, donde sea. Marcas que anteriormente eran "invisibles" ya no son una extrañeza, sino que forman parte del paisaje habitual. Muchos consumidores prefieren seguir comprando sus marcas favoritas en ofertas que rastrean casi como detectives, pero ya no miran de costado aquello que en otra época se veía como una degradación de su

calidad de [consumo](#) . Para el resto, las "segundas marcas" hoy simplemente son "sus marcas".

La sociedad está con los dientes apretados y el ceño fruncido. Navegan entre la decepción, la preocupación y la convicción de que "no queda otra". Coinciden en que lo que resta del año "será duro". Como expertos en crisis, enfrentan la contracción actual con el peso y el agobio que implica volver a sentir que "la plata no alcanza" y los múltiples artilugios para estirar el poder adquisitivo, desde changas y trabajos extras hasta el ahorro taxativo de energía como un "nuevo" hábito ya inmodificable.

En la investigación cuantitativa que acabamos de concluir en Consultora W el 3 de agosto, el 68% de la población dice que, según lo que se ve, se habla y se siente, "la calle está fría". La gran mayoría, 9 de cada 10, coinciden también con que estamos en una crisis. El atenuante es que solo 3 de cada 10 piensan que es una crisis grave. Con la experiencia de haber atravesado la catástrofe de 2001/2002, la fuerte recesión de 2009 y las contracciones de 2012, 2014 y 2016, el 25% piensa que esta crisis es medianamente grave, el 35% que es una crisis más, como tantas otras que hemos pasado, y el restante 7% no ve ninguna crisis. Es este saber, eslabón fundamental del ADN argentino, que lleva al 66% a decir que vamos a salir de esta, como lo hicimos en el pasado.

La foto de la sensibilidad social hoy es nítida, contundente y explícita. Sin embargo, todos aquellos que toman decisiones tienen la obligación de mirar simultáneamente la foto y la película. Tanto la dinámica económica como el humor social son un continuo, un flujo y no un registro estático, unívoco y

definitivo. Mucho menos en un país que por naturaleza es cambiante y volátil, y en una sociedad donde las emociones correlacionan fuertemente con el bolsillo.

En estas instancias hay que recurrir al análisis de los números del presente y a las noticias silenciosas que envía una economía aturdida por la recesión y los [cimbronazos cambiarios](#) sobre los posibles números del futuro.

En julio, pleno proceso de enfriamiento, se despacharon 952.000 toneladas de cemento. La caída contra julio de 2017 es importante: -6%. A pesar de ello, el nivel de actividad sigue siendo alto en términos históricos y el acumulado anual está aún 4,6% arriba del año anterior. ¿Qué quiere decir esto? Que la obra pública, aun con vaivenes o retrasos, continúa.

También en el último mes volvieron a caer fuerte las ventas de bienes durables. El más icónico: [autos](#). En julio, -17,4%. De todos modos, se vendieron 66.750 [autos](#). Las ventas a concesionarios cayeron aún más: 35%. Se están liquidando stocks. La otra cara de la moneda: en julio, la producción automotriz creció 8,6%, y en el año lleva acumulado 9,8%. ¿Por qué? Despegaron las exportaciones: 30% en el acumulado anual y un significativo 74% en julio.

La Bolsa de Comercio de Rosario acaba de pronosticar una siembra récord: 37,2 millones de hectáreas para el ciclo 2018/2019. La bautizaron como la "revancha del [campo](#)", luego de la histórica sequía. Esperan una cosecha de, por lo menos, 120 millones de toneladas, 20% superior a la actual, donde el trigo sería una de las estrellas, con 20 o 21 millones de toneladas. Esa

cosecha generaría para el país unos US\$25.000 millones de ingresos. Dólares tan genuinos como necesarios.

En junio, las exportaciones de carne en kilos crecieron 67% sobre el mismo mes del año anterior. En el primer semestre acumulan una expansión significativa: 63%. En facturación, 49%. La mitad de las exportaciones fue a China, más que duplicando el volumen del año anterior (+107%). De mantener este ritmo, el sector generaría unos US\$2000 millones por año.

Después de dos años muy difíciles, la [vitivinicultura](#) comenzó a tener buenas noticias. En julio, las exportaciones de vino a granel crecieron 150% en volumen comparado con el año anterior. Y las de vinos fraccionados, 18,4%. Principalmente en botella, es decir, mayor valor agregado. En 2017 se exportaron vinos y mostos por US\$900 millones. El objetivo de alcanzar los US\$1000/US\$1100 millones ahora es posible.

La llegada de [turistas extranjeros](#) por vía aérea creció 5% en el primer semestre del año, y el sector hotelero prevé, por el nivel de reservas, que la tendencia se acentúe en lo que queda de 2018. En simultáneo, durante junio comenzó a caer, por primera vez desde febrero de 2015, la salida de argentinos al exterior: -2,6%. Las ventas de pasajes anticipan un descenso mayor en el corto plazo. Con las recientes ofertas verdaderamente [low cost](#) -descuentos del 50%- se vendieron 500.000 pasajes de cabotaje en una semana. No hay dudas: con un dólar a \$30, crecerá el turismo interno y el receptivo. Caerá el emisivo. Más dólares entrando y menos saliendo.

En simultáneo se está produciendo una revolución de la [infraestructura](#) que incluye autopistas, rutas seguras, puertos, trenes de carga, aeropuertos, aviones, regulaciones impositivas,

simplificaciones administrativas, digitalización y cambios regulatorios que amplían la capacidad de carga, aumentan la velocidad y bajan costos. En síntesis, otorgan mayor competitividad.

Todo esto también está pasando y abre al menos el interrogante sobre la capacidad de resiliencia de nuestra economía. El consenso de economistas publicado por Latinfocus en agosto proyecta caídas del PBI para los próximos cuatro trimestres. El peor sería, tal cual lo percibe la sociedad, el que estamos atravesando ahora. El crecimiento volvería allá por abril o mayo de 2019, con tasas del 2% al 3%, cuando llegue la nueva, y esperada, cosecha.

Hasta entonces falta "un siglo". En el medio, como siempre, puede pasar de todo. Entre otras cosas, no hay ningún tipo de precisión hoy sobre el resultado de la crítica elección en Brasil.

Mientras la gente vive "día a día", para los decisores aplica aquella sabia cita de Borges: "Nada está construido en la piedra. Todo está construido en la arena. Pero debemos construirlo como si la arena fuese piedra".

Fuente: <https://www.lanacion.com.ar/2161753-la-foto-y-la-pelicula-dos-tiempos-para-analizar-la-economia-argentina>