

La recesión configura un nuevo consumidor

Guillermo Oliveto, de Consultora "W", les aconsejó a las empresas salir a reconstruir el deseo de sus clientes.



Frío. Las ventas en los supermercados evolucionan por debajo de la inflación.
Ángel Amaya

La inflación comenzó a ceder en septiembre y la economía mejorará en el 2017, según la percepción del 60% de los argentinos consultados, mientras se está reconfigurando un nuevo tipo de consumidor que se empieza a preguntar "cuál es el valor real de las cosas que compra".

Así lo indicó el director de la consultora "W", Guillermo Oliveto, en una conferencia sobre Sociedad, Consumo y Mercado presentada en la Pro Textil 2016.

Ese nuevo consumidor argentino, dijo el experto, espera que las empresas bajen sus precios o al menos no los suban con tanta celeridad, mientras identifica como culpable de la inflación al gobierno y no al sector privado.

A partir de tener que haberse reacomodado a la nueva realidad económica, el consumidor que se viene para el mercado argentino es "más prudente, más desconfiado, más autocontrolado y finalmente muy calculador, que está mirando cosas que antes no miraba", dijo Oliveto.

El experto les dijo a unos 1.500 empresarios textiles presentes en el auditorio que las empresas argentinas tendrán que salir a reconstruir el "deseo" en sus clientes porque hay menos "tentación automática".

El consumidor que viene está "reseteando" una forma de comprar luego de doce años: pasa de "comprar mucho a comprar bien", dado que ya no debe anticipar gastos porque la inflación comenzará a dar respiro, según las encuestas de consultora "W".

El 82% de las personas consultadas en la encuesta de septiembre dijeron que si las empresas pretenden incrementar sus ventas, deben dejar de ofrecer tantas promociones y ofrecer directamente valores más económicos.

Comparar antes de comprar

"La gente escucha que le dicen: `Vení que en la segunda unidad tenés un 80% de descuento`. Entonces, ahí, el nuevo consumidor comenzó a preguntarse cuánto valen realmente las cosas que compran y eso los lleva a prestar más atención", dijo Oliveto.

Y añadió: "La gente se pregunta cuál es el precio real: es el principio del fin de la era 100% anabólico, que va a tener que ser tenido en cuenta por todos".

Las encuestas de mayo, julio y septiembre indican que el 74% de los argentinos consultados dice que este año recortó gastos en su hogar, principalmente en la

primera parte del año, y desde 2012 se viene dando una situación: precios nuevos con sueldos viejos.

A su vez, el 70% de la población dijo que perdió poder adquisitivo en lo que va de este año: "No hay dudas en la percepción de la sociedad argentina sobre lo que ocurrió en su bolsillo", apuntó.

El fenómeno que erosionó ese poder adquisitivo, que fue la inflación, alcanzó el 33% en 2015 y tocaría el 38% en 2016, según el informe, que también precisó que si bien la mayoría de los sectores están en caída aún, hay tres en recuperación: inmuebles, con 14%; cines, con 3%; y la venta de autos, con un 8,5%.

Fuente: <http://www.lacapital.com.ar/la-recesion-configura-un-nuevo-consumidor-n1272840.html>