

Prevén un repunte del consumo para fin de mes

Se estima que la caída del consumo podría revertirse desde junio, cuando el efecto “paritarias” empiece a impactar positivamente en los bolsillos.

Natalia Muscatelli

La caída del consumo que, por efecto de la inflación, viene repitiéndose mes a mes desde el año pasado, podría revertirse a partir de junio, cuando se estima que el efecto “paritarias” empiece a impactar positivamente en los bolsillos de los consumidores. Este repunte coincidiría con los plazos electorales del Gobierno.

“Claramente, marzo y abril” fueron los peores meses en ventas”, explica Guillermo Oliveto de la consultora W. “Eso podría empezar a revertirse hacia fin de mayo o en junio, siempre bajo la hipótesis de que estamos transitando un año signado por la política”, advierte el analista. Por ahora, una de las razones por las que el gasto sigue cayendo tiene que ver con salarios que no fueron actualizados y que contrastan con la inflación. Si bien la presión inflacionaria es menor que el año pasado (entre 28 y 30% anual), sigue carcomiendo el poder adquisitivo.

“Hay menos resto en las familias para gastar y la gente se está llevando de las góndolas solamente aquellos artículos que necesita”, describió ayer un supermercadista que participó del Encuentro Nacional Retailer (ENR13) que se realizó en el hotel Hilton de Puerto Madero. Allí, representantes de las grandes industrias, analistas y empresarios vinculados a la comercialización se reunieron alrededor de numerosos stands y participaron de charlas sobre la situación actual del consumo masivo.

“Por lo pronto, en junio de 2014, la caída fue muy profunda, del 4,3%. Con lo cual, ya este año, el dato va a ser más positivo comparando ambos periodos”, agrega el analista de CCR, José Ignacio Amodei. Este factor, sumado a la percepción de los mayores ingresos vía paritarias y a la disminución de la tasa de crecimiento de la inflación”, podría contribuir a cambiar la tendencia del consumo, señala -dubitativo- el experto.

Algo que puede jugar a favor de esta tendencia, es la mejora en las expectativas de los consumidores que habitualmente se da en los años electorales. En este sentido, recuerda Oliveto, “en marzo, el índice de confianza estaba un 45% por encima del nivel registrado en marzo de 2014 y puede ser considerado un buen indicador de predicción del consumo futuro”.

Una primera proyección que maneja el analista para este año — levemente mejor que 2014- muestra una suba estimada de alimentos y productos de limpieza, higiene y tocador del orden del 1%. Algo que en los hiper y supermercados puede ser un poco más: 1,5%, dice. En otros rubros, también, el analista prevé una caída del 7% en la venta de automóviles, una suba del 2% en motos, del 3% en shoppings y del 5% en electrodomésticos.

En adelante, hacia el 2016, las proyecciones de Oliveto son más optimistas. “Teniendo en cuenta que los candidatos presidenciables son más amigables con los mercados respecto del actual Gobierno y pueden revertir los aspectos negativos que ahora evaluán los consumidores. Como la inflación, la inseguridad, el cepo al dólar y los inconvenientes con las importaciones, entre otros.

Fuente: <http://www.webretail.com.ar/nota/sociedad-y-consumo-en-la-argentina-que-viene/id/11491>