

Mercados en clave electoral



Guillermo Oliveto
DIRECTOR DE LA
CONSULTORA W

Para proyectar lo que puede suceder con el consumo, deben considerarse dos elementos centrales que exceden su propia lógica y que dependen del Gobierno. El primero es la resolución o no del conflicto con los "holdouts". El segundo, la probable vocación del oficialismo por recuperar el vínculo con una parte de la ciudadanía a través de incrementar su poder de compra. Naturalmente, ambas decisiones están fuertemente conectadas: para incrementar la capacidad de consumo de la población y esperar un rédito político-electoral, hay que tener con qué.

El kirchnerismo se ha caracterizado a lo largo de toda su gestión por estimular el consumo. Esta política tuvo réditos claros, como la fuerte reducción de la tasa de desempleo, el incremento exponencial entre 2002 y 2013 en la demanda de muchos bienes, o el gran triunfo en las elecciones de 2011 con el 54% de los votos. Y tuvo también fuertes costos colaterales: el más notorio, la creciente inflación. El segundo de ellos, la pérdida de la confianza en el peso y la fuga hacia el dólar, que terminó afectando las reservas y por ende la economía, vía restricción de importaciones, múltiples tipos de cambio y cepos varios.

Para trazar alguna hipótesis sobre 2015, vale la pena analizar lo que sucedió en 2014. Y lo primero que debe decirse es que acabamos de concluir el peor año en la evolución del consumo masivo desde 2002. Por primera vez en toda la gestión "K", cayó 2,2% la venta de alimentos. Del mismo modo, no puede dejar de observarse que, sin embargo, la dinámica de los mercados continuó siendo "razonable" en la mayoría de los sectores económicos. Lo que en principio puede leerse como una contradicción, expresa en realidad la dualidad del momento actual.

El consumo cayó y fuerte. Es verdad. Pero desde una base muy alta. Volvemos ahora a nuestro interrogante inicial: ¿qué sucederá en 2015? En base al análisis de lo que sucedió en 2014, de lo que ha hecho el kirchnerismo a lo largo de toda su gestión y de lo que se pone en juego este año que comienza desde el punto de vista electoral, es plausible pensar que, de algún modo, el Gobierno va a intentar estimular nuevamente la demanda. Habrá que ver cómo y con qué recursos. Si esto sucediese, podemos imaginar un consumo que el año 2015 claramente no vivirá un boom como en 2011, y que tendrá como objetivo de máxima evitar una contracción tan marcada como la de 2014. Sería un año de "empate" o a lo sumo de crecimiento moderado, pero crecimiento al fin.