

Sin señales positivas, el consumo apunta a caer

EL IMPACTO DE LA PÉRDIDA DEL PODER ADQUISITIVO

Natalia Muscatelli

Tras la inevitable pérdida del poder adquisitivo por efecto de la inflación, este año, el consumo está destinado a cerrar en caída o, en el mejor de los casos, con un **crecimiento ínfimo**. Según Guillermo Oliveto, CEO de la consultora W, las ventas en supermercados y almacenes subirían 1% hacia el final de 2014. En particular, las grandes cadenas podrán aspirar al 1,5%, según su proyección.

“Estamos en la peor parte del año, con precios nuevos y salarios viejos pero en el segundo cuatrimestre, la situación va a mejorar por el efecto de las paritarias”, explicó -ayer- el analista. Fue ante numerosos empresarios del sector que lo escucharon durante el 12º Encuentro Nacional Retailer, que se hizo en Puerto Madero. Según el analista, el 2014, no va a ser comparable con el 2001, ni tampoco como el 2012 pero, “todavía se podrá hacer negocios”, dice. “Tal vez el escenario más parecido sea el 2009, cuando el PBI creció 1,5% y el desempleo era del 8,5%. “Entonces, también se dio una fuerte desaceleración en bienes durables y hubo un empate técnico en el sector de alimentos y bebidas”, señaló. De hecho, en el primer trimestre de este año, las ventas de autos cayeron 18%, mientras que el consumo masivo lo hizo en un 0,5%, según CCR. Más escéptica, la consultora Abeceb, pronosticó una caída del 1,8% en 2014.

Fuente: http://www.clarin.com/politica/senales-positivas-consumo-apunta-caer_0_1133886635.html