DIARIO PERFIL - [Economía](http://www.perfil.com/ediciones/2013/6/edicion_792/economia.html)

**Crecía al 8%, ahora solo al 2%**

**Desacelerado, el consumo no le dará al oficialismo tantos votos como en 2011**

**No hay recesión como en 2009, cuando perdió las legislativas, pero tampoco una fiesta como en las últimas presidenciales. La confianza, en un valle.**

22/06/2013 | 01:13

Los expertos en consumo coinciden en que, aunque en el segundo semestre se reactive la economía, no habrá una fiesta de compras como la de 2011. La tendencia se quebró el año pasado y, como entonces, 2013 será gris, con un crecimiento tan leve que los ciudadanos que deciden las compras mantendrán en los próximos seis meses la retracción para dar rienda suelta a sus gastos. El impacto electoral no es del todo cuantificable, pero se sabe que en las próximas legislativas el oficialismo no sumará tantos votos como le aportó la confianza de los consumidores en 2011.

La afirmación proviene de revisar la historia reciente. Cristina Kirchner ganó las presidenciales de 2007 con casi 50% de los votos cuando el índice de confianza del consumidor (ICC) que elabora la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT) registraba 47,9 puntos y estaba en alza. En 2011 la Presidenta fue reelecta con 54% de los sufragios cuando el ICC llegó a 57,6 y se mantenía en las nubes. Este mes el índice está en 44 puntos y en un valle similar al que tuvo en la crisis iniciada en 2008, y arrojó un resultado desfavorable en las legislativas de 2009 para el oficialismo.

Aunque este junio el ICC subió 0,2% respecto de igual mes del año pasado y mejoró 6,8% respecto de mayo hasta alcanzar los 44,5 puntos, se mantiene en los niveles del año pasado y los de 2008, lo cual indica que las expectativas del público en el futuro de la economía todavía son inciertas.  
Guido Sandleris, director del instituto que realiza el estudio, cree que el repunte de este mes se debe a que gran parte de las paritarias se cerarron y a que la brecha del dólar oficial y el blue bajó, tranquilizando a los consumidores.

Para Guillermo Oliveto, presidente de Consultora W y asesor estratégico especializado en tendencias sociales y de consumo, el kirchnerismo ha definido desde sus comienzos el consumo como una política de Estado. Tras la debacle de 2002, la sociedad tenía abierta no sólo una brutal herida económica y social sino también una herida narcisista. Buena parte de la población había perdido su condición de “clase media” o temía hacerlo.

“En un país donde ocho de cada diez se autodefinen como pertenecientes a este grupo socioeconómico, cuando técnicamente sólo cinco de cada diez lo son, no ser de clase media es equivalente a no ser”, explicó.

Para recuperar esa gran referencia de la identidad era necesario generar las condiciones para que la gente pudiera, en primer lugar, volver a trabajar, y a partir de esa condición básica, volver a consumir. Fue lo que sucedió en la reciente década, detalló el especialista.

Oliveto dijo que “vivimos tal como lo define Zygmunt Bauman, uno de los principales sociólogos contemporáneos, en una ‘sociedad de consumidores’. El consumo trascendió el ámbito original de la microeconomía y opera ahora como un poderoso símbolo social. Y desde allí adquiere naturalmente dimensión política”.

Resaltó que es la era del “ciudadano-consumidor”, donde política y consumo se conectan cada vez más. Para buena parte de las personas, en este siglo XXI, “según lo que compro, soy”. Y eso tiene luego una gran incidencia a la hora de elegir cómo votar.

El efecto del boom de consumo sobre los resultados electorales de 2011 fue evidente. Obviamente no fue el único factor, pero sí uno de relevancia.

“Es muy temprano aún para saber cómo impactará en las elecciones de este año este nuevo escenario donde ya no hay boom de consumo como en 2011, pero tampoco recesión como en 2009, sino algo que podríamos ubicar en un punto intermedio, entre ambos contextos”, aseveró.  
Otros expertos apuntaron que a este escenario hay que sumar que, por primera vez en varios años, la inflación ocupa un lugar destacado entre las preocupaciones de los argentinos; dependiendo de la que se observe, está entre el segundo y tercer puesto, después de la inseguridad.  
Ya en abril, la encuestadora Mori detectó que para el   
93% de los consultados la gestión del Gobierno para reducir la inflación es mala o muy mala.

A su vez, las estimaciones que realiza Analytica muestran que en el primer trimestre el poder adquisitivo de un trabajador privado formal cayó 1%. “Nuestra proyección es que el salario real vuelve a recuperar terreno perdido, estimando que llegará a diciembre con un aumento   
del 2%. Claramente hay una nueva lógica salarial, alejada del clima del ‘crecimiento chino’ que dejaba aumentos superiores a 11% a fines de 2011”, afirma uno de sus estudios.