

El consumo se recupera en los segmentos más bajos

Tras haber sido los más golpeados en 2016, son el estrato social en el que más crece la compra de productos básicos.



Créditos. Anses ya otorgó 1,7 millones de préstamos a jubilados y beneficiarios de AUH.

En el primer semestre de 2016, los sectores de menores recursos fueron los más golpeados por la crisis económica. A tal punto que en el segmento más bajo, que representa al 17% de la población, la caída en el consumo masivo fue del 6%. Un año más tarde **la situación comenzó a revertirse**. Los datos de la consultora Kantar Worldpanel muestran que en julio, este sector tuvo un repunte del 12%. Así, en lo que va del año lleva un alza del 2%. El segmento bajo superior -que incluye al 33% de los hogares- había perdido 4% el año pasado y viene ganando 2% este año, con un pico de 4% en julio.

Entre los sectores que lideran la pirámide, con el 21,7% de los hogares, la situación fue la inversa. **El año pasado habían recuperado 3% y este año vienen perdiendo 6%.** Mientras que el segmento medio bajo, donde está el 28,2% de las familias, **perdieron 2% el año pasado y 3% éste.**

Detrás de esta paradoja se encuentran varios factores. En los sectores de menores recursos, el cambio es empujado por la leve recuperación del empleo, la suba del salario real y los recursos que el estado viene volcando en la previa a las elecciones. En los segmentos medios y altos se verifica un cambio en el paradigma del consumo, con una tendencia a restringir consumo masivo y volcar ingresos al ahorro, viajes y a los bienes durables.

Evolución del consumo masivo

	HOGARES POR SEGMENTO SOCIAL	JULIO 2017 RESPECTO DE JULIO 2016	1º SEM. 2016 RESPECTO DE 1º SEM. 2015	1º SEM. 2017 RESPECTO DE 1º SEM. 2016
	» En %	» Variación porcentual		
Alto + medio alto	21,7	-2%	+3%	-6%
Medio bajo	28,2	-3%	-2%	-3%
Bajo superior	33,1	+4%	-4%	-2%
Bajo inferior	17,0	+12%	-6%	+2%

Fuente KANTAR WORLDPANEL

CLARÍN

En 2016, la caída del consumo masivo en todos los segmentos había sido del 4%. Este año marcó una baja del 2% en el primer semestre y en julio ilusionó con un alza del 2%, pero fue solo una mejora pasajera.

El escenario sigue siendo incierto. Los datos muestran que el consumo se afianzó en los sectores de bajos ingresos, pero los de ingresos medios y altos postergan la reacción. Kantar Worldpanel adelantó para agosto **una caída interanual del consumo en el conjunto de los sectores sociales del 1,8%**. Sin embargo, el Índice de Confianza del Consumidor, que mide la Universidad Di Tella, alcanzó el mayor nivel de los últimos 17 meses (47,6 puntos) en agosto, y creció más en los sectores de bajos ingresos (16% frente al mismo mes de 2016).

Desde la visión del Gobierno, la baja de la inflación respecto de los niveles que traía a comienzos de año, la extensión de Precios Cuidados, la efectivización de paritarias, y el aumento de la AUH y de las jubilaciones, además de la estrategia de los supermercados de congelar precios en canastas de alimentos, **son los elementos que seguirían impulsado el consumo de este sector.**

“Van tres meses consecutivos de crecimiento del consumo masivo en la base de la pirámide”, dijo LucioCastro, secretario de Transformación Productiva del ministerio de Producción. “El año pasado fue el sector más afectado. Hoy crece y empuja la leve recuperación del consumo masivo. Suben las ventas de gaseosas, detergentes y productos de tocador. Y más allá del consumo masivo, vemos repunte en otras alternativas de consumo, como las ventas de autos y de motos.

También **tenemos un récord de colocación de préstamos hipotecarios.** En agosto llegaron a \$7.000 millones. En esto impacta que llevamos seis meses de crecimiento de los salarios reales”.

Los datos oficiales muestran que el salario real aumentó en junio 6% con respecto a un año atrás y es la mayor suba desde septiembre de 2015. En

el semestre subió 2,5% frente al mismo período del año pasado, pero este aumento **no compensó la caída de 2016**, cuando había perdido 4,5%.

Joaquín Oría -Client Development Senior Executive de Kantar Worldpanel- da algunas claves para descifrar este crecimiento.

“Tenemos que entender que partimos de una base de comparación muy baja. El año pasado el segmento bajo inferior de la pirámide social fue el más golpeado”. Y una vez que la recuperación se inicia, este sector sigue siendo el único que sigue volcando el grueso de sus ingresos a los productos masivos. “En las encuestas que hacemos, cuando les preguntamos a los distintos hogares que harían si mejorara la situación económica,**el único que dice que haría compras más grandes es el bajo inferior**. El resto de los sectores destina sus presupuestos a otro tipo de consumos”.

La mejora del consumo en los estratos bajos no alcanza para compensar la caída en el resto. Según la consultora W, el escenario optimista es que el año va a terminar en **0%** para los productos de consumo masivo, mientras que el conservador es que cerrará con **una caída del 1,5%**, con una recuperación de entre 1 y 2 puntos en el tercer y cuarto trimestre.

Los rubros que más crecen en lo que va del año



48%

Ventas de motos



44%

Escrituras en CABA



33%

Ventas con Ahora 12



31%

Aumento del turismo



15%

Ventas de autos

CLARIN

“En principio no vemos que el consumo vaya a repuntar en el resto del año. Pensábamos que iba a haber un cambio de tendencia pero en agosto no se dio. **Lo que varía es hacia donde están destinando los distintos niveles económicos sus ingresos**”, confirma Oría.

Aunque este repunte ocurra, está claro que en el mediano plazo, **el consumo masivo no volverá a ser lo que fue**. Según la consultora W,

en el ciclo 2004-2015, por cada punto de crecimiento del PBI se expandió 1,15 el consumo masivo. Ahora por cada punto crece 0,3. Y la proyección es que hasta 2020 aumentará 0,7%.

La mejora del consumo refleja el efecto de las paritarias y también el impulso de los préstamos que otorga el Anses para los beneficiarios de planes sociales y a jubilados. El organismo ya entregó 1.726.005 créditos. Además, el Gobierno reimpulsó el programa Ahora 12 para facilitar las compras en cuotas.

Desde la consultora Ecolatina destacan que **“los drivers del nuevo modelo económico son la inversión y las exportaciones**. Esta nueva configuración ya cambió los hábitos de consumo de parte de la población”.

Según la consultora, la clase media y los estratos más altos “se enfrentan ante nuevas alternativas frente al consumo. Por un lado, surge la posibilidad de acceder a instrumentos financieros que hacen rentable el ahorro (y de esta forma postergar el consumo hacia más adelante), en tanto que también existe un fuerte impulso a la adquisición de bienes durables: el sueño de la “casa propia” luce más tangible con los actuales créditos hipotecarios indexados. Estos factores **pueden alentar a los hogares a destinar mayor parte de sus ingresos al ahorro o a la compra de bienes durable, afectando al consumo masivo”**.

Fuente: https://www.clarin.com/economia/consumo-recupera-segmentos-bajos_0_ryxZMOMjW.html