

## EL CONSUMO, FENÓMENO CENTRAL DE LA ÉPOCA AQUÍ Y EN EL MUNDO

16 diciembre, 2016 **Redacción** @ **Economía**,

por *Guillermo Oliveto* (\*)

El consumo es un fenómeno de época de carácter global que ha trascendido su ámbito original. Dejó ya de ser un tema meramente microeconómico, y pasó a adquirir una fuerte trascendencia social y, por ende, un fuerte impacto político.

Hoy, aquí y en el mundo, vivimos en una sociedad de consumidores en la cual para la gente perder capacidad de consumo implica “perder libertad”. Los productos y las marcas operan como vectores de identidad. En función de lo que compro y muestro, soy.

La transparencia que generó la revolución digital exacerbó el deseo y provocó que ahora “todos quieran todo”. En ese contexto debe enmarcarse la importancia estratégica del empleo, no sólo como fuente de dignidad sino también como facilitador natural de la capacidad de compra.

Desde esta perspectiva, entre otras, pueden comprenderse mejor fenómenos como el Brexit o Donald Trump. El empleo como prioridad y la necesidad de consumir como fuente de satisfacción o enojo.

### Aquí y ahora

Bajo este marco conceptual las recientes medidas políticas y económicas amplían su sentido. No se trata solo de un “bono de fin de año” sino de inyectar en esta maquinaria social formato Siglo XXI, el lubricante fundamental que le permite funcionar. A la gente el consumo le importa, y mucho más de lo que muchos creen. Y no le da lo mismo comprar sus marcas favoritas que tener que optar a la fuerza por otras, darse ciertos gustos que verse privada de ellos o tomarse o no una semana de vacaciones. El consumo es un gran amortiguador social y una fuente de gobernabilidad.

### El 2016 versus el 2014

El 2016, definitivamente, se asemeja mucho más a 2014 que a 2009.

- La inflación fue 38% en aquel año, y sería 40% este.
- El Índice de Confianza del Consumidor, según la UTDT, se encuentra en noviembre en el mismo valor: 43,9 puntos ahora y 43,7 puntos en noviembre de 2014.
- La contracción del poder adquisitivo fue de 5 puntos en 2014 y es de 7 puntos en 2016.
- La venta de autos 0 kilómetro en el mercado interno fue de 688.000 unidades en 2014, y sería de 700.000 este.
- La caída en la venta de electrodomésticos fue del 14% en 2014 y sería del 15% este año.
- La de indumentaria fue 5%, sería 8% ahora.

Todos valores de rango similar. La gran diferencia entre un año y otro hay que encontrarla en dos elementos. Uno de carácter fáctico y otro simbólico. El más concreto y tangible, las tarifas. La sociedad tuvo que comenzar a pagar algo que durante muchos años había retirado de su agenda porque era “casi gratis”. El gasto de los hogares se reconfiguró obligadamente para poder hacer frente a los aumentos en la electricidad, el gas, el agua, el colectivo, el tren y el subte. Hay que buscar aquí la explicación a la mayor caída en los productos de consumo cotidiano. En alimentos, bebidas, cosmética y limpieza, se prevé en 2016 una contracción del orden del 3,5%, que es superior a la del 2,2% de 2014.

La otra diferencia, la de carácter simbólico, se da en las expectativas. En 2014 había mucha confusión con respecto a lo que podía suceder en 2015. El sentimiento predominante era la incertidumbre. Hoy vemos una sociedad que mantiene sus expectativas positivas para el año próximo. Solo el 15% dice que la situación económica actual del país es buena, pero el 60% afirma que será mejor dentro de un año. Se verifica aquí que “el puente” del que ha hablado el Presidente y una buena parte del Gobierno existe.

Es una metáfora que interpela correctamente el sentir de la gente. Una mayoría de los argentinos piensa que el 2017 será mejor que 2016. El sentimiento predominante es la esperanza. Naturalmente no todos piensan igual. En grandes trazos, 60% tiene una mirada positiva sobre el devenir actual y futuro de los acontecimientos; 20% tiene una mirada más escéptica, neutra y expectante y 20% definitivamente piensa que está “todo mal”.

### **Las ideas**

Es falso que al Gobierno de Mauricio Macri no le interese el empleo ni el consumo y que sea un Gobierno de carácter neoliberal ajustador como en los 90's. Desde mi punto de vista, esta idea instalada de un Gobierno pro-inversión de Macri versus un gobierno proconsumo de CFK está más basada en el prejuicio que en los hechos. Al elegir el camino del gradualismo, el Gobierno actual demostró que el empleo y el consumo también le importan. Si hubiera aplicado un ajuste de carácter clásico neoliberal, sería pertinente afirmar que se olvidó de la microeconomía.

Pero si el propio Presidente pretende que su gestión se mida por la capacidad en la reducción de la pobreza, por la generación de empleo de calidad y por recuperar el crecimiento económico después de cinco años de estancamiento, claramente no está tomando ese camino que algunos suponían –en mi opinión erróneamente– que sería el elegido.

Cuando dos de cada tres argentinos dice que lo que el Gobierno debe hacer es corregir los errores del anterior pero mantener sus aciertos, y cuando 8 de cada 10 afirman que no quieren ni un modelo que sea puro Estado (Venezuela) ni uno que sea puro mercado (los 90's), es la propia sociedad la que está definiendo que el sendero a recorrer es el del medio. Siempre el más complicado, pero el único viable en un país que tiene 50% de clase baja, 32% de pobreza y 8,5% de desempleo. En la configuración social de la Argentina actual no hay espacio para un ajuste ortodoxo.

### **Las políticas**

Lo que el Gobierno actual ha definido y pretende es que la expansión del consumo vaya acompañada de una expansión de la inversión para que el crecimiento de los mercados pueda realizarse de un modo sustentable y consistente en el mediano plazo sin el costo inflacionario. Recordemos que entre 2002 y 2015 el consumo de alimentos creció 70%, el de autos 580% y el de electrodomésticos 700%, todo medido en unidades.

Pero la inflación fue el precio a pagar de expandir la demanda sin que creciera del mismo modo la inversión. Acumulado, el aumento general de los precios fue de 1.300% entre la salida de la crisis y el final del Gobierno anterior.

Al promover la Ley Pymes, mantener el Plan Ahora 12 y el programa Precios Cuidados, desarrollar un Plan Productivo, establecer metas de reducción del déficit fiscal y de la inflación progresivas y graduales, y no de shock, el oficialismo ya había demostrado que el empleo y el consumo eran variables que estaban en su agenda. La inyección de fondos de fin de año no hace otra cosa que confirmar esta decisión estratégica que estructura gran parte de su política económica y social.

### **Las perspectivas**

¿Qué puede pasar con el consumo en 2017, el año electoral clave? Hay un fuerte consenso entre quienes siguen “la macro” que la economía crecerá entre 3% y 5% en 2017. Bajo esa hipótesis, esperamos una expansión del consumo masivo del orden del 3%. Recuperaríamos de ese modo lo que se perdió este año.

Los motores que prometen empujar la macro –campo, obra pública, un Brasil algo mejor, los fondos del blanqueo, algunas inversiones– tendrían su consecuente impacto en la “micro”. Habrá más dinero en la calle. A lo que debe adicionarse como un impulso, y nada menor, la condición de ser un año electoral clave.

Es de esperar que ante un escenario de inflación sustancialmente menor a la de este año (en el rango del 20% al 23%) los salarios puedan ganarle por 4 o 5 puntos. La recuperación del poder adquisitivo en un contexto de precios más estables y comparables ayudaría a la recuperación del consumo. Como ya es bien conocido, a la hora de votar en nuestro país los argentinos miran la boleta pero también el bolsillo. El Gobierno lo tiene bien claro.

*(\*) Director de la Consultora W.*

Fuente: <http://www.eleconomista.com.ar/2016-12-el-consumo-fenomeno-central-de-la-epoca-aqui-y-en-el-mundo/>