

Los argentinos, optimistas pero enojados

En Foco

El fuerte recorte del consumo impacta en el ánimo social.



La venta de lácteos cae un 6%. Pero sobre todo caen los despachos de quesos, yogures y postres. Fotos Alfredo Martínez



Marcelo Canton

Enojado porque tuvo que recortar su consumo. Confiado en que el año próximo sería mejor, pero menos optimista que hace seis meses. Con las elecciones y los candidatos totalmente fuera de su radar. Así es el argentino medio hoy. Y no es el mejor escenario para el Gobierno.

Arranquemos por el dato que sustenta el andamiaje del ánimo social. **“Entre enero y octubre, el consumo de las familias argentinas cayó un**

4%”, define Juan Manuel Primbas, de Kantar WorldPanel, consultora que sigue las ventas de los súper, hiper y minimercados.

Esa cifra, sin embargo, **no es igual para todos**. Según Kantar, el 21,7% de las familias de ingresos medios-altos y altos aumentó 1% su consumo. El 61,2% de ingresos medios y bajos redujeron sus compras un 4%. Y el 17% de los que menos tienen, consumieron 8% menos.

“Eso se nota en la evolución de las ventas de alimentos -dicen los industriales del sector-. Cae la venta de jugos en polvo, lo más básico, pero no la de chocolate, que está en un nivel más arriba”. Las ventas de bebidas en lo que va del año se redujeron un 8%. Dicen los empresarios del sector que el clima pesó mucho. Pero también cayó 6% la venta de lácteos. Se sigue vendiendo la misma cantidad de leche fluida, pero se desploman las ventas de quesos, yogures más sofisticados, los postres infantiles. En esos cambios **se cocina el ánimo de la sociedad**.

Guillermo Oliveto, de la Consultora W, analiza las tendencias del consumo. “En este momento **hay tres factores que pesan** -dicen-. Por un lado, la **caída del poder adquisitivo** del salario, que llegó en algún momento del año a 10 o 12% y que hoy está entre 6 y 8%. A eso **se sumó la suba de las tarifas**, que impactan fuerte. Y el tercer elemento **es más psicológico, simbólico**. Este año ha tenido como característica **la austeridad, un consumidor más prudente**, más autocontrolado, porque tuvo que procesar toda esa contracción de su capacidad de compra. Los últimos años, con Cristina, habían sido de fuerte estímulo al consumo. Ahora hay algo de **autocrítica velada**, algo así como que cada uno de nosotros estaba un poco ‘pasado de rosca’, gastando de más, y que ahora hay que reordenarnos. Así como fue un año de transparencia de los datos del INDEC, de los datos de pobreza, la gente empieza a transparentarse a sí mismo qué puede y qué no. Esto también tiene que ver con la reducción de la inflación, que permite tener más claro los precios, conocerlos. Y **eso también provoca enojo**, porque ahora se sabe más claramente cuáles son esos precios”. En las clases más altas son menos viajes o menos salidas. En las bajas, menos comida de marca o, directamente, menos comida: **también cae la venta de fideos, arroz y yerba**.

Oliveto **introduce un concepto interesante, el “puente”**. “Sólo el 15% de la gente dice que hoy las cosas están bien, pero el 60% cree que el año próximo estarán mejor”, dice. Esto es: hay una fuerte expectativa en que la situación va a mejorar. Ese **optimismo sobre el futuro, aún con un diagnóstico pesimista sobre el presente**, es el capital del Gobierno. Ya se ha dicho muchas veces. Pero el dato es que **se está deteriorando**.

“En febrero, el 70% de los argentinos decía que un año después estaría mejor. Hoy lo cree el 55% de los encuestados”, dice Juan Germano, de Isonomía, hombre muy escuchado en la Casa Rosada. “Hay una baja de las

expectativas, pero igual más de la mitad dice que vamos a estar mejor -añade-. El futuro sigue siendo un motor explicativo del apoyo del Gobierno, sigue siendo la razón por la que la ciudadanía aún le da tiempo a Mauricio Macri”.

Pero Germano reconoce que hay un ambiente distinto en la sociedad basado en esa restricción del consumo. **“Hay paciencia, pero el enojo está, es cierto”**, dice.

Según sus datos, **el 60% de los argentinos reconoce hoy que puede comprar menos productos que un años atrás**, un 35% que tiene el mismo poder adquisitivo y un 2% que tiene mas. “Si mirás dentro de ese 60%, hay un queja general por poder consumir menos, que crece en los sectores de menos ingresos. En el ABC1, es el 60% el que se queja, en el C es el 62% y en el segmento D, 65%”, precisa. Si los años pasados fueron signados por el estímulo del consumo y éste por esa austeridad impuesta, ¿hay un reflejo político, el kirchnerismo puede capitalizar ese giro? “No”, es la respuesta de Germano. “La gente dice que está peor y que el año que viene estará mejor -añade-. Pero si le preguntás que será ese ‘estar mejor’, si quiere volver a la situación del año pasado, dice que no, que no quieren volver al pasado, que quiere algo distinto. Eso define al argentino de hoy. **Y ese es el problema de Cristina: no logra ser extrañada”**.”

Los números de las encuestas políticos que maneja Germano (y que son seguidos por el Gobierno) señalan que **el 70% de los argentinos no tiene definición de a quién votaría el año próximo**. Y que el 75% está satisfecho con lo que votó el año pasado: no cambiaría su voto. “Esto muestra que miran el presente, sólo el presente -dice el analista-. Eso hace más difícil prever el futuro electoral, porque la gente no tiene idea de qué va a hacer políticamente el año próximo. Y además no le interesa el tema. Nosotros lo preguntamos en las encuestas, pero la gente no lo está mirando”.

Puesto a definir cómo es el ánimo de los argentinos, señala: **“Preocupado, mas preocupado en las clases bajas, pero con expectativas. Pero con expectativas más bajas que hace seis meses, aunque aún son altas”**.

Es el mismo concepto de antes: enojado por el presente, con optimismo hacia el futuro. **“Esta claro que esto no dura para siempre. Dónde se corta es la pregunta clave”**, agrega Germano.

Si volvemos a la figura del puente del que habla Oliveto, el punto sería entonces hasta dónde llega ese puente. Más concretamente, hasta cuándo.

“Yo creo que diciembre, con todos los temores que había , parece estar superado - dice Oliveto-. Entonces **el puente podría seguir así hasta el comienzo del año próximo. Y el año, en la Argentina, empieza de verdad después de Semana Santa”**.

¿Hasta allí duraría la paciencia de los argentinos, los que hoy están enojados pero optimistas? Si así fuera, **para abril entonces el Gobierno debiera haber logrado que la economía se reactive, que los salarios le ganen a la inflación.** Porque para ese momento ya estará lanzada la carrera electoral 2017.

Pero en la Casa Rosada **hay ya algunas dudas al respecto.** “Si tenés una Argentina que crece al 3 o 3,5 por ciento, y además eso es la mezcla de sectores como el campo que crecen al 8 o 9 y otros que siguen muertos, la economía no será suficiente para impulsar un triunfo político”, analiza Germano.

Con un crecimiento del 8%, cualquiera gana las elecciones, se sabe. Carlos Menem corría con la Ferrari rumbo a Pinamar con esa tasa de crecimiento, e igual ganaba las elecciones. Pero con 3 o 3,5%, no alcanza, señala el analista de Isonomía. “Pero ese número tampoco es malo como para condenar al Gobierno a una derrota”, añade. Ahí, dice, en esa brecha, tendrá que jugar la política. Ahí tendrá que imponerse, mostrar agenda, convencer a esos argentinos que ya estarán empezando a perder la paciencia y reclamando que el presente sea ya el futuro prometido.

Fuente: http://www.clarin.com/politica/argentinos-enojados-optimistas_0_1697830362.html