

El enfriamiento del primer semestre empieza a revertirse. Un pacto con la clase media que el Gobierno no puede romper.



Por **GUILLERMO OLIVETO ***

El consumo se desaceleró fuertemente en el primer semestre del año. El impacto no solo fue social y económico sino también político. Hasta el verano, Argentina era un país. En abril y mayo parecía otro. ¿Cómo podía cambiar tanto en tan poco tiempo? Básicamente porque hubo una lectura exagerada en ambos momentos. Ni cuando Cristina Fernández ganó las elecciones de octubre con 54% de los votos (y una extraordinaria ventaja de 37 puntos sobre su competidor más cercano), estaba todo bien, ni en mayo estaba todo mal. Las proyecciones sobre el 2012 anticipaban de manera homogénea una desaceleración en el crecimiento del PBI y en la demanda de bienes y servicios. No habría caída, sí un crecimiento mucho más moderado bajo la impronta de la "sintonía fina". El desafío era que 2012 no se transformara en un nuevo 2009. El país afrontaba entonces los efectos de la crisis mundial (después de la caída de Lehman Brothers), una fuer-



SEIS MESES MALOS. FIN DE AÑO EN ALZA

La vuelta del consumo

te seguía que se tradujo en la caída del 35% de la cosecha, la Gripe A y la incertidumbre electoral. Y veníamos de un conflicto con el campo. En síntesis, un póker de malas noticias. El Gobierno incluso pagó un precio muy caro: perdió las elecciones de medio término.

Pero el 2009 dejó una gran enseñanza. Un enfriamiento demasiado marcado de la actividad económica, en una

sociedad que todavía está cerrando la lacerante grieta de la crisis 2001/2002, se traduce casi linealmente en un deterioro del capital político.

EL PODER ADQUISITIVO. Entonces, ¿por qué si sucedió aproximadamente lo que se pronosticaba, la reacción de los distintos actores de la economía fue mayor a la esperada? Los movimientos bruscos de algunas reglas de juego -restricción de importaciones, cepo al

Mercado interno - en volumen

En porcentaje	2009	2010	2011	2012	
■ Venta de autos okm	-19	32	27	3,1	(*4)
■ Venta de motos okm	-25	54	25	-3,5	(*2)
■ Consumo food (Alimentos, bebidas, cosmética, limpieza)	1,6	3,9	2,4	1,7	(*3)
■ Venta en supermercados (Alimentos, bebidas, cosmética, limpieza)	4,4	5,1	1,5	0,9	(*3)
■ Venta de electrodomésticos (En facturación)	5,2	54	22	23	(*1)
■ Venta en comercios minoristas (Indice CAME 22 rubros)	-8,5	6,2	6,8	-2,5	(*4)
■ Venta en shopping centers	-2	12	6,8	0	(*3)
■ Demanda de inmuebles (Indice CDI)	-35	24	20	-9	(*3)
■ Índice de confianza del consumidor (Promedio en pts.)	39,8	48,0	56,2	48,3	(*4)



Construcción, industria y empleo

(evolución 2009 - 2012)	2009	2010	2011	2012	
■ Actividad construcción	-1,6	11	8,7	-0,8	(*3)
■ Índice Construya	-10,8	13,2	9,5	0	(*3)
■ Despachos de cemento	-5,1	10,4	11,5	-4,6	(*3)
■ Actividad industrial	0,4	9,7	6,5	-1,1	(*3)
■ Tasa de desempleo	8,4	7,3	7,1	7,1	(*1)

(*1) 1º trim. (*2) ene / may (*3) 1ºsem (*4) ene/jul

Fuente: Consultora w en base a datos publicados por ACARA/ CAME/ INDECI/ UTDT/ CCR/ CDI.



co dirigente de las 62 Organizaciones Peronistas no era un extraño, fueron vecinos en Lugano y compañeros de militancia en la UOM durante más de 40 años. Caló completó el sexto grado y luego, desde los 14 años, se dedicó al oficio de tornero. En el sindicato, y de la mano de Miguel, abrazó las banderas de Perón y Evita.

Tras la muerte de su mentor, Caló llegó a conducir el gremio y ahora quedó en el medio de la pelea por la conducción de la CGT. ¿Por qué es una

Camina sin custodios y maneja su

auto cada vez que va al restaurante

Marcelo de Puerto Madero. Le gustan

las carreras de caballos.

rara avis? Los interlocutores de Caló se asombran con su forma de manejarse. Sus enemigos aseguran que no tiene el carisma para liderar el movimiento obrero y que "piensa como un delegado de base". Le reprochan que prefiera el perfil bajo y la vida familiar antes que las mieles del poder sindical. Consideran que ese es el "pecado original" que le impide ser el número uno del movimiento obrero y no se cansan de repetirlo cada vez que se les consulta sobre el perfil del metalúrgico.

Con el Gobierno la relación es fluida. Sus puentes son los ministros Carlos Tomada (Trabajo), Débora Giorgi (Industria) y Julio De Vido (Planificación). Con la Presidenta antes era más cercana.

Hace pocas semanas, ella le dedicó un guiño al recordar en público el poderío de la UOM en los tiempos de Lorenzo Miguel. Sin embargo, quienes la frecuentan aseguran que Caló ya no es el preferido. Incluso agregan que el influyente secretario de Legal y Técnica, Carlos Zannini, lo tiene entre ceja y ceja. Sobre todo, remarcan que no cayeron bien las últimas declaraciones del tornero sobre inflación, precios y pobreza. Lo que más molestó fue que no haya avisado al Gobierno antes de hablar.

Para contrarrestar esas versiones y recomponer la relación, Caló por estos días brindó un reportaje al diario oficialista Tiempo Argentino junto al titular de la Unión Industrial Argentina (UIA), José Ignacio de Mendiguren, otro aliado de la Casa Rosada. "Yo no soy oficialista, defendiendo este modelo con el cual no perdió nadie, todos hemos ganado, y no tengo por qué renegar de eso", aseguró.

Sus finanzas son un enigma, aunque el diario Perfil publicó que posee, por lo menos, dos millones de pesos distribuidos en propiedades en el barrio porteño de Flores.

INTERNA. Caló tiene una pelea compleja en la UOM. Mientras algunos impulsan al intendente de Quilmes, Francisco "El Barba" Gutiérrez, como el hombre indicado para dirigir los destinos de la central obrera, otros buscan que el metalúrgico nicoleño Naldo Brunelli se convierta en el sucesor. "Antonio tiene que optar entre el sindicato y la CGT: no puede tener todo", explica uno de sus detractores.

Lo de Gutiérrez es diferente. "El Bar-

DIALOGUISTA.

Hugo Moyano se reunió con radicales y con Duhalde. Su hijo Pablo, un incondicional.



PLAN B. Pignanelli es uno de los candidatos alternativos que impulsan desde la Casa Rosada para la CGT.

ba" es señalado como uno de los dirigentes que más ha defendido el modelo K después de la ruptura entre el Gobierno y Moyano. "Además, es el único que no depende de las obras sociales porque es intendente, y tiene llegada a la CTA", razona un interlocutor del mundo sindical. Sin embargo, Gutiérrez apostó por su rol como político para comandar Quilmes y postergó su juego sindical.

La UOM dirimirá el 17 de septiembre esa feroz interna cuando comiencen las elecciones para elegir una nueva conducción. Caló deberá conseguir el apoyo de los propios para poder encarar el 3 de octubre el Congreso Confederal, donde los antimoyanistas elegirán una nueva conducción para su propia central obrera. Si no gana en su gremio, sus aliados le bajarán el pulgar. Si es que no lo hicieron ya. ●

FRANCISCO ZOROZA
fzoroza@perfil.com

MOYANO

ENCUENTROS

Cuando Hugo Moyano decidió abrirse del kirchnerismo comenzó una rueda de encuentros con diferentes espacios. En esos círculos de poder ganaron lugar el líder de los peones rurales, Gerónimo "Momo" Venegas y dirigentes con pasado menemista como Julio Bárbaro. En ese marco, Moyano aceptó participar de un asado con dirigentes radicales con los que intercambiaron escenarios. "No se habló de candidaturas, ni nada de eso. Fue una comida y nada más", advierten cerca del camionero.

El miércoles 22, Moyano compartió con el ex presidente Eduardo Duhalde un asado por el cumpleaños de Venegas. Pero a su lado sostiene que fue un encuentro "casual". "No sabíamos que iba, la verdad nos sorprendió", explican.



FOCO EN LOS SALARIOS. El objetivo de que el 2012 no sea otro 2009 se empieza a cumplir. Las ventas se recuperan.

LA GENTE

sí

PERO

- Avanzamos, mejoramos, progresamos.
- Hay trabajo.
- Compramos autos, motos, tecnología, vacaciones, entretenimiento.
- Hay proyectos.
- Hay espacio para el encuentro, la familia, los amigos, los pequeños placeres.
- Pudimos relajarnos y vivir.
- Cuesta más mantener lo conseguido.
- La plata "no alcanza".
- Vivienda propia "inaccesible".
- Los proyectos son de "corto plazo".
- Nuevas señales y nueva agenda que trae "ruido" e "incertidumbre".
- ¿Tenemos que volver a estar alertas?



2003-2011

¿2012 - 2015?

que llevarían a la división de la CGT, los acuerdos salariales recién empezaron a cerrar a fines de mayo y junio. El día a día de la economía real entró en un fuerte "impasse". La película se detuvo. Y la agenda cotidiana se llenó de incertidumbre. Especialmente aquella variable que más impacta en la vocación por comprar y endeudarse: el trabajo. Las empresas suspendían horas extra, no renovaban contratos temporarios, reducían algún turno y hasta despedían a algunos empleados. La calle se "enfrió". Había menos plata. Y quienes la tenían, la cuidaban más. El patrón de consumo general dejó de guiarse por el "deseo" –como sucedía en el 2010/2011– para regirse por la "necesidad". Volvió a instalarse una pregunta que no ayuda demasiado a subir las ventas: "¿Es necesario?". Los consumidores empezaron a pensar dos y tres veces antes de poner la mano en el bolsillo.

Sin embargo, si se quitara del análisis al sector inmobiliario y de la construcción –cuya situación sí se vio afectada por variables adicionales al desbalance puntual entre salarios e inflación–, el consumo promedio cerró el primer semestre del año "cero a cero". En términos futbolísticos, podríamos decir que el primer tiempo del año terminó en empate y que, si bien el resultado del partido todavía está abierto, lo más probable es que el 2012 no se parezca a ninguno de los dos anteriores y tampoco al 2009. Terminaría siendo un punto intermedio: si 2010 y 2011

"En apenas dos meses el mercado cambió. Mejoraron las ventas. **La tendencia nos indica que, por este año, lo peor ya pasó.**"

dólar, expropiación de YPF, reducción de los plazos para liquidar los dólares de exportación, etc.– hicieron perder un poco la perspectiva. El consumo se frenó básicamente por el retraso en cerrar las paritarias. A partir de marzo, la gente tuvo toda la inflación acumulada en la mano y no veía el horizonte sobre la corrección de sus ingresos. Su poder adquisitivo disminuyó. Fruto de las tensiones políticas

Índice de confianza del consumidor vs Índice de confianza en el Gobierno



Fuente: Índice elaborado por Poliarquía / UTDT.

Evolución de las ventas Volumen cuatrimestral Supermercados



fueron años de "boom" –y 2009 fue de "caída"–, 2012 será desaceleración del crecimiento, que no es ni una cosa ni la otra. Como venimos de una década de crecimiento, existe aún un mercado robusto y atractivo. El desafío pasa por hacerlo rentable en un contexto de costos crecientes que ya no pueden ser absorbidos solamente por las mayores ventas. Productividad, competitividad y eficiencia son palabras más acordes con este nuevo escenario.

PERSPECTIVAS A FIN DE AÑO. La situación empezó a cambiar apenas los consumidores recibieron los nuevos sueldos. Las ventas de alimentos, bebidas, cosmética y limpieza en las grandes cadenas de supermercados –medidas en unidades–, que traían tasas de crecimiento en franco descenso (apenas 0,3% en el primer cuatrimestre) tuvieron un rebote en mayo y junio: crecieron poco más del 2%. Y en junio,

SHOPPINGS. Imagen de los primeros meses del año. La caída de la demanda.



3,7%. En apenas dos meses, el mercado cambió. Las empresas de consumo masivo anticipan ahora próximos buenos meses. Este cambio incipiente de tendencia apenas significa que, por este año, "lo peor ya pasó". Tendríamos un segundo semestre un poco mejor que el primero. Habrá más plata en la calle y menos alternativas de ahorro para la mayoría de población. El Gobierno tiene además varias cartas en la manga para subir la temperatura de la demanda:

aumento del mínimo no imponible, corrección del salario mínimo, suba de la Asignación Universal por Hijo, la efectiva puesta en marcha de la construcción de viviendas y un mayor ritmo para la obra pública. Generar y sostener el empleo, y desde allí otorgarle a la gente la posibilidad de consumir, es un objetivo explícito del oficialismo. Es una de sus políticas de Estado y sin duda, uno de los pilares de su gobernabilidad. No el único, pero sí uno muy importante. Es de esperar que procure sostenerlo. Habrá que ver en qué medida puede. Como el 2013 será un año electoral, se buscará que el consumo genere un clima social favorable al Gobierno. Lo que aún no sabemos es cómo afectará el humor social y a la política una economía que en los próximos años ya no crecerá al 8% sino al 3 o 4% y pagará salarios que ya no le ganarán a la inflación sino que solo le empatarán.

CLIMA SOCIAL Y POLÍTICA. El gobierno K comprendió acertadamente hasta aquí que la gente necesitaba cerrar la herida narcisista que le habían dejado la recesión y la crisis del 2001. Y que una muy buena manera de hacerlo era recuperar la identidad perdida a partir de la recuperación de su poder de compra. Cambiar el auto, comprar por primera vez una moto, irse de vacaciones, acceder a la tecnología, y volver a poner primeras marcas en el placard y sobre la mesa, podría parecer para algunos una expectativa menor y hasta trivial. Pero para una sociedad prototípica de clase media -donde dejar de consumir es dejar de ser- no resulta nada banal demostrar su pertenencia. Que los argentinos puedan seguir consumiendo es parte del pacto implícito -y explícito- entre el Gobierno y una buena parte de

la sociedad. Por eso, procuran sostenerlo contra viento y marea. Igual que sucede con cualquier marca, la identidad K podría perder consistencia en tanto y en cuanto no fuera capaz de verificar en los hechos lo que promete en los dichos.

Este escenario plantea lógicamente

una coyuntura diferente de la de los dos años anteriores y plantea mayores riesgos entre los distintos sectores porque a nadie le gusta perder algo de lo conseguido. No implicaría, de hecho, un cambio sustancial del "statu quo" de los últimos años. Bajo el prisma del oficialismo,

"El aliento del consumo es una política de Estado y uno de los pilares de la gobernabilidad. Pero la economía ya no crece al 8%".

Variación % de las cantidades vendidas en los comercios minoristas

(Enero-julio 2012)



esta estrategia tiene sentido político y económico, más allá de que muchos de sus críticos, utilizando perspectivas conceptuales e ideológicas diferentes, puedan imaginar soluciones diametralmente opuestas a los actuales problemas que se presentan. Las circunstancias le exigen a la Presidenta de la Nación dosificar los incentivos utilizados hasta aquí para mantener "caliente" la economía y "fría" la conflictividad. Al focalizar los costos de la sintonía fina sobre los sectores de mayores ingresos, el impacto social, en teoría, se reduce y además resulta funcional al relato. Palabra que no debe ser menospreciada. Todo gobierno tiene su "relato". Toda marca trabaja para consolidar su identidad. Las marcas fuertes se sostienen y las débiles pierden conexión con su público. Traducido a la política eso implicaría debilitar la imagen y la intención de voto y además, complicar la gestión.

* CONSULTORA W