

Tendencia en el Consumo – Nov 2009

Situación Actual

Consumos Familiares

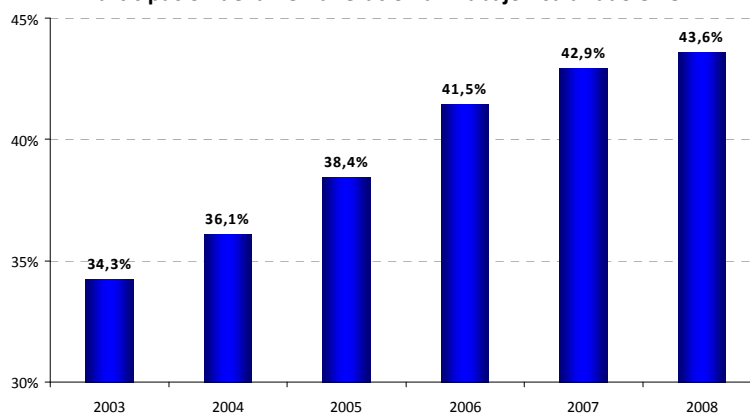
Como dijimos, el consumo familiar es el motor del comercio, aunque su participación en los datos del PBI no sea del todo significativa, aunque si se lo toma desde el punto de vista del factor trabajo, su participación ha aumentado fuertemente en los últimos años.



MINISTERIO DE
ECONOMIA
Y FINANZAS PÚBLICAS

Empleo y Desocupación

Participación de la Remuneración al Trabajo Asalariado en el PIB



Fuente: INDEC

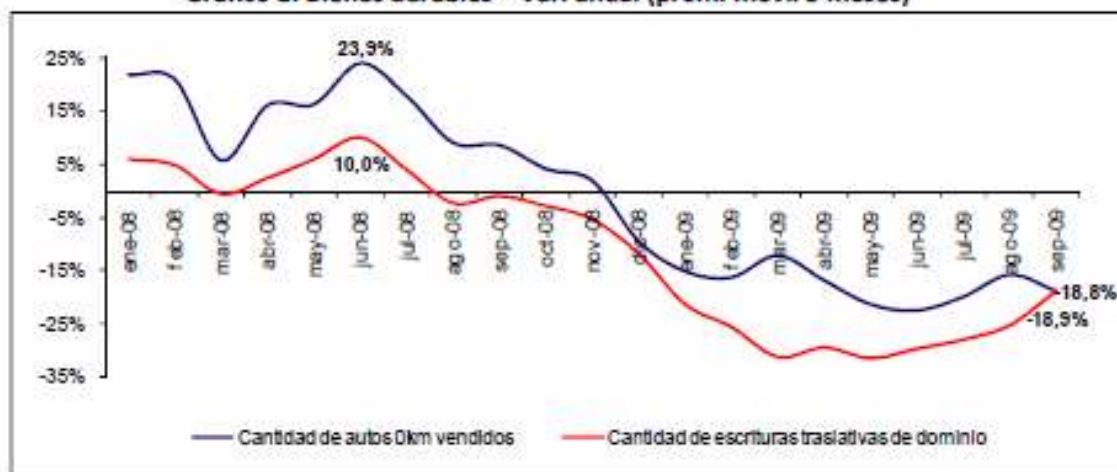
El consumo de los individuos solo aumentará si se dan algunos de los siguientes factores: 1) Aumento salarial 2) Aumento de la confianza 3) Crédito para el consumo.

En referencia a estos puntos vale destacar la presión sindical como para que los salarios no estén retrasados frente a la inflación y se mantenga el nivel de consumo familiar. En términos absolutos se advierte que los porcentajes solicitados están muy por encima de las pautas inflacionarias (la inflación INDEC/Moreno vuelve a mostrarse como no creíble).

El anuncio realizado por la Presidente de la Nación sobre la asignación a la niñez es en definitiva, un aumento en los ingresos del sector más humilde y necesitado. Este ingreso irá en su totalidad al consumo familiar.

En cuanto a confianza se refiere, las pautas sociales y políticas de las últimas semanas no muestran una evolución positiva. Así, la caída de bienes durables es la respuesta a la baja demanda de esos artículos.

Gráfico 1: Bienes durables – Var. anual (prom. móvil 3 meses)



Fuente: Elaboración propia en base a ACARA y CIA

El crédito para el consumo es la carta en la Manga de las grandes superficies comerciales (Shoppings e Hipermercados) para incentivar las ventas. Se ha advertido la asociación directa entre distintas tarjetas de crédito/debito y sus promociones si se realizan compras en determinados negocios.

Consumos Privado

El consumo privado, en nuestra opinión está íntimamente afectado por la situación política reinante, la cual se enreace día a día habida cuenta del movimiento existentes tanto en la oposición como en el partido oficial.

Debido a la incertidumbre reinante en el contexto, las empresas no están planificando grandes inversiones y las casas matrices de las organizaciones internacionales han indicado solo mantener las operaciones. Con estas consignas, el consumo empresarial será solo el necesario como para esperar al 10 de diciembre y ver que sucede.

Es muy interesante entender (o tratar de entender) como están visualizando el mercado futuro las grandes cadenas. Si bien es cierto que Carrefour abre nuevas bocas de expendio (tiene un plan de aperturas para el 2010 bastante agresivo en un contexto no del todo claro), al mismo tiempo el directorio del holding le solicita que se deshaga de TODAS las inversiones en Sudamérica (Wal Mart podría ser un comprador). Carrefour actualmente tiene 178 locales de diferentes formatos. Así mismo el grupo Francés Casino ya ha puesto a la venta sus locales de hard discount Leader Price, al tiempo que Wal Mart abre Changomas en el mismo segmento... Wal Mart actualmente tiene 32 sucursales y 9 Changomas, un formato mas pequeño para competir con los negocios de proximidad.

La inversión comprometida por Carrefour para el 2010 ha sido de 300 millones de pesos y al compromiso de Wal Mart de 130 millones de igual moneda.

La reconversión de las grandes superficies a negocios de cercanía será el gran desafío del supermercadismo de los próximos 5/10 años. Todo esto sin dejar de observar atentamente el desarrollo de los supermercados "chinos", preocupación de toda la cadena de abastecimiento y comercialización, incluida la industria. Su táctica ha sido la de integración vertical, la compra de Gandara y otras compañías "proveedores" así lo demuestran.

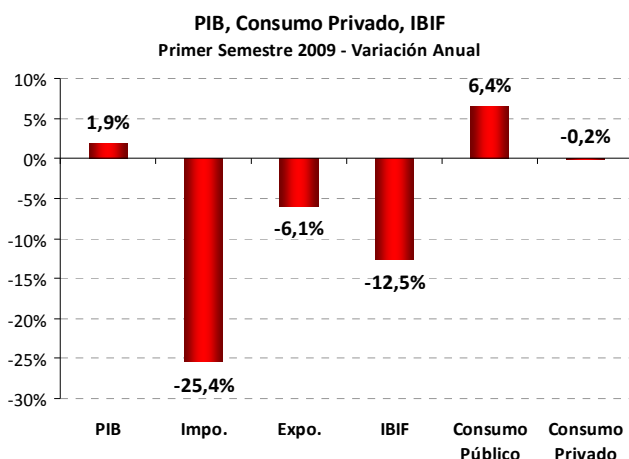
Por su parte, los negocios tradicionales (almacenes, despensas, autoservicios de hasta 5 cajas, granjas, etc.) han desarrollado una estrategia de freno para las grandes superficies y los supermercados chinos. Las pymes argentinas se están haciendo oír por vía de cámaras empresariales o a través de las autoridades municipales. Ya son muchos los municipios que tienen reglamentaciones muy ajustadas para la radicación de nuevos hiper/supermercados. Casos líderes son los de Venado Tuerto, Río Cuarto y Bariloche.

Consumos Público

De los componentes del PBI, el Consumo es su columna vertebral. Las dudas sobre cuanto sería el PBI del corriente año, estaban cifradas justamente en cual sería el guarismo del consumo, en particular en lo referente al sector publico. Pese a la acuciante situación de caja que enfrenta el Gobierno Nacional, el consumo publico no ha mermado y esta siendo el único segmento de la ecuación del PBI que se mantiene en porcentajes positivos.



Indicadores Macroeconómicos de la Argentina



Fuente: INDEC

www.indec.gov.ar - info@indec.gov.ar - Tel. 4389-1235/1232



Economía y Sociedad

TENDENCIA EN CONSUMO

NOVIEMBRE 2009

Publicación mensual de FUNDECOS Fundación Economía y Sociedad.
www.fundecos.org.ar

La estimación mas probable del PBI para el 2009 es de 1,9%, porcentaje sobre el cual se tenían serias reservas a principio de año y aun hace pocos meses. La decisión de mantener el consumo público, y por ende sostener el PBI en la zona positiva, fue uno de los datos que hizo aumentar fuertemente el precio de los bonos ajustables por este indicador.

Ariel Horacio Ferrari

Director Departamento Investigaciones
Sociales y Economicas
FUNDECOS – Fundación Economía y Sociedad