
Tendencia en el Consumo – Oct 2009

Situación Actual

Consumos Familiares

Los medios mostraron lo siguiente:

“El INDEC difundió hoy las cifras de ventas de supermercados y shoppings. La facturación de las cadenas alcanzó los \$ 4.267 millones en agosto, apenas un 0,3% por arriba que en julio, cuando fueron de \$ 4.253 millones. Según el controversial instituto, los supermercados mejoraron sus ventas en un 12,7% entre agosto de 2009 y el mismo mes del año pasado. Las ventas en shoppings fueron de \$ 711 millones. La cifra representa un incremento del 3,5% con respecto al mes anterior.”⁽¹⁾

“Para entender qué puede pasar con el consumo en el 2009, hay que seguir el comportamiento de los salarios respecto de los precios. En los últimos años, el incremento de la suba salarial fue uno de los factores determinantes en el crecimiento del consumo.”⁽²⁾

“La mayoría de las empresas considera que este año sus ventas no subirán con respecto al año pasado. Sin embargo, más de la mitad de las fabricantes de productos de consumo masivo (alimentos, bebidas, artículos de higiene y limpieza) estima que su facturación preparará más del 5%. ...La recesión perjudicó las ventas de las cadenas de supermercados. Bajaron desde octubre-noviembre de 2008 hasta mayo de este año. Siempre se trató de caídas moderadas (la disminución más pronunciada fue del 2% entre febrero y marzo). Para junio y julio, Nielsen detectó un cambio de tendencia. Los principales referentes del comercio minorista experimentaron una suba del 2,6%.”⁽³⁾

Teniendo en cuenta estos datos parece claro que el aumento del consumo ira de la mano de algún tipo de incentivo al ingreso familiar. Es por ello que las grandes cadenas de supermercados han realizado acuerdos estratégicos con los bancos de forma de financiar compras y/o descuentos por fidelidad. Solo con mirar las propagandas televisivas se nota el “co-branding” de hipermercados-bancos.

Dos datos adicionales para tener en cuenta en este subrubro de consumo familiar es el de monitorear que hará el gobierno con respecto de las tarifas de servicios energéticos domiciliarios. Debemos recordar que el “tarifazo” no fue abolido sino que se suspendió su aplicación por 60 días. De restituirse la medida, quitara “caja” a los hogares argentinos, con el consiguiente impacto en el consumo familiar.

¹ Clarín, 29-09-2009 “Bajó el consumo en supermercados entre julio y agosto, según el Indec”

² Clarín 22-09-2009 “Con créditos más caros, el consumo crece a ritmo lento”

³ Clarín 28-08-2009 “Se vienen remarcaciones en el consumo masivo”

Consumos Privado

La situación de las empresas no ha mejorado en relación al mes anterior. El conflicto de Kraft pone de manifiesto el poco reflejo de las instituciones para detener los problemas antes de que exploten. Gobierno, sindicatos, empresas y público en general se vio afectado por un problema, que sin ser menor, no meritaba tanta dilación en su solución.

Este tipo de ejemplos, mellan la confianza de los privados a realizar inversiones y consumos (en especial en bienes durables). La tendencia es que se realizaran las inversiones solo necesarias como para mantenerse operativos y los gastos corrientes corresponderán a tareas de mantenimiento. Todo estoa hasta que se despejen dudas sobre las nuevas tendencias políticas, en un entorno altamente cambiante (cambios en el rumbo político de la ley de medios audiovisuales, cambios en el escenario político en Santa Fè, etc.).

Consumos Público

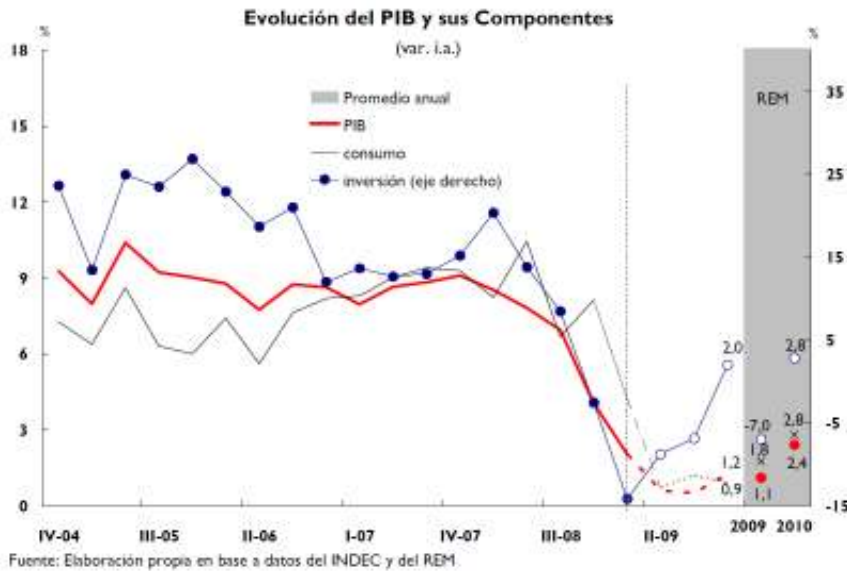
El consumo publico de mantendrá, con el objeto de no enfriar aun mas la economía. El compromiso de “obras” estará directamente relacionado con el fortalecimiento político del partido gobernante y como medio de fidelización de los gobernadores e intendentes. Es por ello que no se prevé una caída en este rubro, siendo el mismo el piso del consumo corriente.

Datos del Informe REM

La proyección de la evolución del PBI abierto por componentes, muestran una pendiente declinante la cual encuentra su punto de inflexión a fines del ultimo trimestre de 2008.

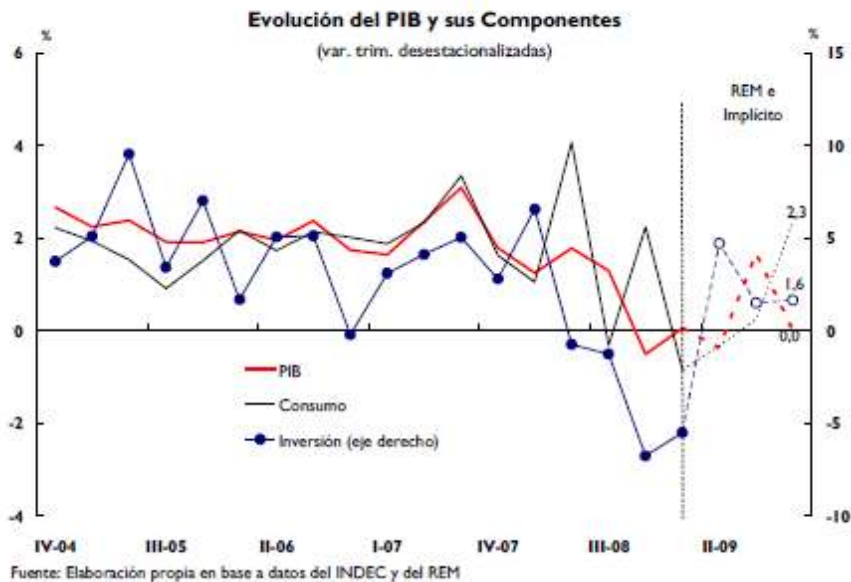
Sin embargo, los componentes de la evolución del PBI varían drásticamente de un periodo a otro.

Gráfico III.1



Las mismas curvas desestacionalizadas: Proyección de Consumo 2.3%

Gráfico III.2





Economía y Sociedad

TENDENCIA EN CONSUMO

OCTUBRE 2009

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

Pronostico

Del análisis de los datos actuales y en función de las políticas que previsiblemente desplegara el gobierno nacional, el escenario más probable en términos de consumo responde a los siguientes parámetros:

El pronostico de la variable Consumo para el 3er. trimestre del año no debería estar por debajo del 0,8% ni por encima del 1,5%. Con estos guarismos la proyección del Consumo para el año 2009 es de 1,5% y para el 2010 de al menos 2,2%.

Ariel Horacio Ferrari

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