



Un país signado por la falta de expectativas y el descreimiento sigue adelante con lógicas cada vez más racionales. El hogar refuerza su lugar de refugio. Así lo señala el estudio presentado por **Guillermo Oliveto**.

Mirando el 2010: desafíos y tareas para articular el corto y largo plazo. Tal el título de la presentación de **Guillermo Oliveto** en el Octavo Encuentro de Consumo y Negocios, del **IAE Business School** y **CCR**. El estudio, realizado entre octubre y noviembre de este año comprendió encuestas probabilísticas telefónicas, focus group, análisis de medios, relevamiento de comunicaciones publicitarias, consideración de tendencias globales y agenda de los medios al igual que auditoría de mercado de 110 categorías de productos.

Dime cómo andas...

¿Cómo evalúa la situación del país comparada con un año atrás? se preguntó a la gente.

Y en este campo la cosa se viene complicando. En 2007 los que decían que estaba mucho peor eran un 29%, en 2008 subió a 46%, y para el 2009 trepó a 58%. Según **Guillermo Oliveto**, **Presidente** de **CCR** y de la **Asociación Argentina de Marketing**, se evidencia una sensación de Desolación. Esto se caracteriza por:

“creciente desigualdad social, pérdida de valores y un gobierno que está fuera de sintonía con las demandas sociales”. En particular, el estudio indica que hay una percepción de “devenir totalmente errático”. En algunos segmentos en particular aparecen algunas frases fuertes que marcan el termómetro social. *“Los que menos tienen cada vez son más” dicen las mujeres de los sectores menos acomodados (D1/ D2)*. *“Hay falta de respeto, falta de valores, hay crisis social, no solo económica y la gente está loca...”* se despachan los hombres de clase media (C3).

Puertas adentro...

Pero a pesar de todo, se ve que hay una distancia entre lo que se percibe como contexto social y lo que pasa en el hogar. Cuando se le consulta a la gente: ¿Cómo ve la situación económica social del país vs la del hogar? La gente tiene una mirada mucho más positiva sobre lo que pasa “puertas adentro”. Por ejemplo, en noviembre del 2008 se decía que 50% opinaba que la situación del país era mala o muy mala, en

cambio la situación en referencia a su propio hogar el porcentual era de 14%. Lo mismo sucede en el 2009: "un 55% dice que la situación económica del país es mala o muy mala al tiempo que solo el 11% refiere la misma situación con respecto a su propio hogar".



Contexto que cuenta

Con respecto a la crisis global un 48% opina que tuvo un fuerte impacto aunque en gran medida no ven que esto se prolongue tanto para el año que viene. Un 33% cree que no habrá en 2010 ni grandes crisis ni grandes mejoras al tiempo que un 12% avizora que será un mejor año. Pero, de la evaluación de **Oliveto** y su equipo se concluye que: "estamos en una situación de Crisis Crónica". Desde **CCR** lo definen como el "país CC" atados a una crisis crónica, endógena y sin salida. Por su parte se destaca la desvinculación existente con el gobierno "preocupado por temáticas que a los ojos de la sociedad son irrelevantes". Y también surge que ahora, ya no hay que mirar muy lejos para encontrar modelos. "Brasil y Chile surgen como ejemplos cercanos de cómo se puede encarar un proyecto de país a largo plazo".

Con changuito a prueba de tentaciones

Ante este cuadro de situación hay dos

formatos de consumo: el prudente- controlado y el recortado-minimizado. El primer grupo lo conforman los sectores medios medios y medio altos (C1 y C2) son aquellos "que pueden pero se controlan ante un eventual colapso". En este segmento se escuchan frases del tipo: "te controlás bastante, antes era mas indiscriminado, yo si quiero puedo, pero es como que uno esta más cauto, esta más temeroso". Aquí se postergan decisiones de alto rango como mudarse o cambiar el auto. El otro segmento, representado por los sectores de clase media baja y clase media recuperada se plantean manejarse con lo justo y necesario. Incluso se dejan de comprar algunos alimentos: "no me alcanza para la fruta de todos los días". Aquí es vital no sucumbir, no caer por debajo de la línea de la pobreza.

Sea por uno u otro lado **Oliveto** señala la "vuelta del Smart Shopper". O sea, el regreso del consumidor que se da menos lujos, que se tienta menos y que se endeuda menos. "Hay más control, más oportunismo, más restricciones y más cautela". También hay distintos parámetros sobre cómo manejarse en algunos rubros vitales. Los sectores más acomodados no se bajan ni del colegio de los chicos ni de la prepaga. Y en los sectores bajos ponen todas las fichas a asegurarles una buena alimentación a sus hijos. Desde **CCR** son crudos y contundentes al mostrar lo que dice la gente sobre todo en términos de la evaluación de los políticos: "hoy creemos en Nada y en Nadie". Y a la hora de plantarse frente a una toma de decisiones la mayor parte de la gente (entre 65% y 69%) se proclaman a favor de un sistema mixto donde se combina un estado fuerte con un mercado fuerte. Pero entretanto no se avizore un futuro demasiado promisorio o seguro el hogar sigue ganando terreno. "Hay un refugio en lo privado".

Salir de un dormir crispado

Finalmente compartimos algunas de las conclusiones de **Oliveto** sobre la situación actual y las perspectivas para el 2010.

- . Se profundiza el panorama detectado en el 2008, en relación con la cronicidad de la crisis, con la falta de rumbo de país y con el crecimiento de la desigualdad social
- . La clase Alta y Media Alta (ABC1), comienza a estar más precavida y cautelosa en su forma de consumir. Y agudiza su preocupación por la inseguridad. Su vivencia oscila entre la paranoia y la amenaza. En las clases Media Típica (C2), y Media Baja (C3), se observa una restricción del consumo y una amenaza latente sobre los logros laborales y económicos de los últimos años. La clase Media Recuperada (D1) y la Clase Baja (D2) pelean por estar encima de la línea de pobreza.
- . El "Nuevo Mundo" que se consolida tras la terrible crisis financiera y económica

- global, necesita lo que Latinoamérica tiene para vender: alimentos, energía y talento.
- . Argentina queda en Latinoamérica.
 - . El país tiene nuevamente una oportunidad económica histórica.
 - . Su sociedad, a pesar de la penumbra en la que siente vivir, de la percepción de caos, y de la falta de rumbo; tiene la lucidez para advertirlo.
 - . El gran crecimiento económico del período 2003-2008 (+ del 60% en el PBI), paradójicamente, provoca hoy más bronca y enojo: se registra la posibilidad latente de "perder el último tren".
 - . Los referentes comparativos ya no son las potencias centrales, ni la "Argentina Potencia" de finales del siglo XIX y principios del XX: son los países vecinos.
 - . Hay un pedido continuo, consistente y transversal de un proyecto de país. La sociedad pide ya "a gritos" un rumbo, una visión de mediano plazo. Anhela recuperar la idea de futuro, la esperanza en el "por- venir".
 - . Falta un liderazgo que cohesione e inspire a esas voluntades, hoy "dormidas"
 - . Mientras tanto la sociedad espera refugiada en sus afectos, reclusa en su mundo privado, consumiendo lo posible, y soñando con que así como despertó China, y despertó Brasil; llegue el día en que "Despierte Argentina".

Fuente: Alicia Vidal | [Infobrand](#)

Publicado por GuiaSenior en Diciembre 8, 2009 6:33 PM | [Enlace permanente](#)