

27.12.2009 Clarín.com El País



# Pronostican una mejora de más del 3 por ciento

00:00

Por: Natalia Muscatelli

Alineado con el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) que vaticinan los economistas, el año próximo el consumo masivo crecería el doble que en 2009. Es decir, las compras de alimentos, productos de limpieza, cosmética y tocador tendrían un piso de suba del 3%, según coinciden las consultoras.

Guillermo Oliveto, analista de CCR, señala que el 2010 preanuncia un buen escenario de consumo. "Especialmente teniendo en cuenta que 2009 -aún con un contexto político y económico complejo- finaliza con una suba del 1,5%, mejor de lo esperado, y que algunos sectores que habían caído mucho este año (como el automotor, el textil y el gastronómico) ya se están recuperando", sostiene. Por eso, en 2010, "con la economía mundial que vuelve a crecer, sin elecciones locales y en el año del Bicentenario, la recuperación del consumo podría ser del 2,5% o 3%", pronostica.

Vicente Lourenzo, directivo de CAME, la cámara que reúne a los comercios minoristas, coincide: "Despejados estos fantasmas, el argentino es muy consumidor. Por eso, las perspectivas para el año próximo son muy positivas", para los comerciantes.

En líneas generales, las tendencias en el consumo masivo van a mantenerse, como también la performance de las marcas, según la consultora The Nielsen Company, que anticipa un crecimiento de los volúmenes de compra de entre 3% y 5%, si se mantienen las previsiones económicas, entre ellas una inflación en torno al 16% anual.

Los analistas del consumo sostienen que el incremento de las ventas beneficiará a todos los canales, con una ventaja más pronunciada a favor de los supermercados, por sus planes expansivos y porque con la política de promociones y descuentos lograron fidelizar en los últimos dos años a más consumidores. En este sentido, las cadenas, con un crecimiento adicional del 1%, pasarán a concentrar el 47% del mercado, según CCR.

Desde el lado del consumidor, cuya confianza se mantuvo relativamente estable desde marzo -de acuerdo con el indicador que lleva la Universidad Di Tella-, tampoco se esperan cambios abruptos para el nuevo año. Oliveto denomina a estos consumidores "doble A". "Más atentos y más austeros,

tratando de optimizar la plata que tienen", explica.

En cuanto al consumo público y privado (no sólo en supermercados y almacenes), la consultora Ecolatina prevé una suba del 2,6% y asegura que volverá a convertirse en el principal motor de la mejora de la economía.

"La recuperación se mantendrá en 2010 y el consumo crecerá a un ritmo moderado, pero explicará la mitad de la suba de la demanda agregada", explica en uno de sus últimos informes.

Del mismo modo, la consultora Abeceb anticipa un crecimiento cercano al 3%. Similar al del economista Juan Lluch, quien además maneja un crecimiento del PBI del 3,6% al 4,1%. De acuerdo con los datos que el analista presentó en un encuentro de consumo en el IAE, el rubro alimentos y bebidas pasará de un crecimiento del 1,5% en 2009 al 2,6% en 2010; los bares y restaurantes, del 7% al 4%, y la ropa, del 0,5% al 3%.

Para el Gobierno, finalmente, la recuperación del consumo es una de las prioridades. Recientemente el ministro de Economía, Amado Boudou, reiteró que los desafíos para el año entrante son "el aumento del consumo y la creación de más trabajo formal".

<http://www.clarin.com/diario/2009/12/27/elpais/p-02108370.htm>

---

 Imprimir

---

Copyright 1996-2010 Clarín.com - All rights reserved  
Directora Ernestina Herrera de Noble