

Un mercado que golpea al consumidor

Los clientes tienen un rol clave en la economía / En Argentina, su poder es poco y las organizaciones no tienen la llegada que se requiere /
Cómo reaccionaron los argentinos ante la suba de la carne.



Diego Dávila

ddavila@lavozdelinterior.com.ar

Si hay un protagonista que, con mucha dificultad, lucha por hacerse un lugar en el mercado local es el consumidor. A diferencia de lo que sucede en los países desarrollados, el consumidor argentino reacciona en forma individualista y sufre la falta de una organización que le de poder. Esto lo debilita en momentos inflacionarios, cuando su actuación es fundamental.

El mercado tiene tres protagonistas principales: el Estado, las empresas y el consumidor. Los individuos tienen un rol clave para regular los precios. En una economía normal, cuando un producto sube, lo abandona y busca un sustituto. ¿Por qué en Argentina pasa lo contrario? En un proceso inflacionario, los compradores acuden a supermercados y cadenas para armar su stock de mercadería o comprar los nuevos valores. "Hay que pensar que esa idea de la oferta y la demanda en pugna funciona bien en mercados perfectos, con mucha información, pero que generalmente no se dan en la realidad. De todas maneras, en el país pesa la historia reciente; si sé que en poco tiempo un artículo saldrá más caro y lo necesito, saldré a buscarlo para proteger el poder de compra de mi salario", explica Fernando Zerboni, profesor de IEA Business School, de la Universidad Austral.

Para el consultor, los consumidores argentinos actúan según sus expectativas de inflación. De todas maneras, aclara, la reacción depende de cada sector social y cada producto.

"Si esta inflación se mantiene, los sectores medios y altos reducirán los viajes al exterior, pero mantendrán sus salidas a comer. En cambio, los sectores más bajos dejarán de salir a comer y acotarán sus gastos a la alimentación. De todas maneras, al mediano plazo el consumo cae", explica Zerboni.

Consumidores en acción. Pese a que los consumidores argentinos no están organizados ni tienen el poder de sus pares en países desarrollados, existen instituciones que de a poco consiguen para ellos un protagonismo que nunca tuvo. Por un lado, están las organizaciones oficiales. Tanto la Dirección de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia, con la Casa del Consumidor (ver aparte), como Atención al Consumidor de la Municipalidad, reciben a compradores que han tenido problemas con productos y servicios.

Pero el rol gremial lo tienen las entidades de consumidores, con poca articulación entre sí y que dependen de pocas personas que trabajan "ad honorem" en su tiempo libre.

En febrero tomó protagonismo Consumidores Libres, encabezada por el socialista Héctor Polino, que llamó al boicot a la carne para que baje del precio (ver aparte), acción que no encontró eco en el resto de las organizaciones, pero que puso en debate la necesidad de reducir el consumo para obligar a la baja de los valores.

"En Argentina, este movimiento lleva apenas 20 años. De todas maneras, está creciendo. El problema es que carece de fondos; en otros países, el Estado subsidia a las organizaciones de los consumidores. Lo fundamental es que Argentina tome conciencia de la importancia que tienen los consumidores", indica Polino.

En Córdoba, las organizaciones tienen los mismos problemas, aunque están unidas en torno al Consejo Protector de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Córdoba, entidad creada por la ley 9030 y que reúne a la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Provincia de Córdoba (Aconcor), la Liga de Acción del Consumidor (Adelco), Defensa de Usuario y Consumidores (DUC), Sala de Derechos del Consumidor, Grupo de Asistencia al Usuario y al Consumidor (Gaus), Foro para la Defensa del Consumidor (Fodeco), la Liga de Amas de Casa, la Unión de Usuarios y Consumidores (UUC) y el Sindicato de Amas de Casa.

Adhelma Ponte, titular del Consejo, asegura que las acciones como el boicot no tuvieron consenso en Córdoba, cuyas organizaciones apuestan más a la educación:

"No somos inspectores, pero podemos actuar frente al abuso. Lo importante es la formación: la inflación no va a parar si se sigue consumiendo de esta manera", advierte.