

» PANORAMA NACIONAL



## El "efecto aguinaldo" y su impacto sobre el consumo

El cobro del plus salarial elevaría las tasas de crecimiento de julio y agosto al 8%, entre un 1 y un 1,5% más que el avance normal.

**A** un cuando su dinamismo sigue siendo elevado, el consumo doméstico perdió algo de impulso durante los primeros meses de este año, concluyó un reciente informe sectorial de la consultora abeceb.com. Tanto las ventas en los centros de compra como en los supermercados están creciendo a tasas más moderadas que las registradas en los últimos períodos del 2010. Si bien las cifras del crecimiento no son nada despreciables, cabe resaltar que las ventas en supermercados ya estarían creciendo a un ritmo inferior al PBI. Esta desaceleración se observa en casi todos los rubros (a excepción de las ventas de indumentaria y calzado) y se debe a múltiples factores. En primer lugar, parte de esta evolución obedece a un efecto de "base de comparación", dado que los cotejos interanuales del 2011 se hacen contra niveles elevados en el 2010, a diferencia de los años anteriores.

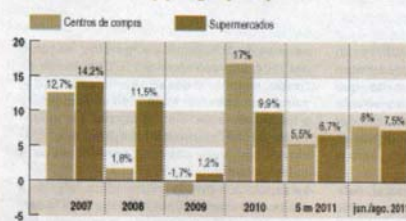
Otro factor de importancia es la disminución en la creación de empleo, factor esperable teniendo en cuenta que el desempleo se encuentra actualmente en niveles mínimos históricos. Finalmente, la incertidumbre preelectoral también estaría incidiendo negativamente en la demanda de consumo privada, dada la incertidumbre que se traduce en menores compras y un mayor ahorro en dólares. Sin embargo, se espera que durante julio y agosto el comercio vuelva a registrar un repunte debido a una conjunción de factores. Por un lado, el pago del aguinaldo genera siempre un mayor vuelco hacia el consumo. La venta de indumentaria es uno de los rubros que más crecen en esta época por este factor, impulsada también por las promociones y liquidaciones, que para este año ya están adelantadas. Con los electrodomésticos sucede algo similar, aunque durante el año pasado el pico de ventas se alcanzó un par de meses antes, cuando los consumidores se lanzaron a la compra de televisores y LCD por el Mundial de fútbol.

Por otro lado, el cierre de las paritarias de los últimos dos meses, así como la suba del salario mínimo (aumentaría escalonadamente a partir de agosto para llegar a \$ 2.300), también influirán en el consumo de las próximas semanas. Así, se espera que durante este invierno el comercio registre un cierto repunte, que impulsará el consumo entre un 1 y un 1,5% por encima de las tasas a las que viene creciendo.

Los efectos no serán los mismos que se observan todos los fines de año con las fiestas navideñas ni tampoco habrá un fuerte aumento en las ventas de los supermercados (dado que sus ventas no aumentan mucho durante los meses analizados), pero el impacto en el consumo será importante, sobre todo si se considera que nos encontramos en una etapa preelectoral.

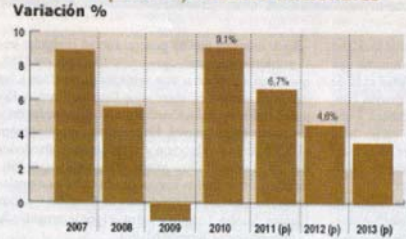
De cara al futuro, si bien es esperable que se extienda la desaceleración de los primeros meses del año, el consumo seguiría expandiéndose. En particular, ello también estará sujeto a la permanencia de tasas de interés negativas en términos reales y a las buenas condiciones en el mercado laboral. También habrá que seguir de cerca la evolución de la salida de capitales, dado que de mantenerse en los niveles actuales seguramente afectará negativamente al consumo, basado en gran parte en los elevados niveles de inflación y liquidez. Por otro lado, pese a las bajas expectativas devaluatorias, habrá que estar atentos para ver cuánto de ese flujo de ingresos va al dólar.

### Ventas en shoppings y supermercados



Fuente: estimaciones propias sobre la base del Índice

### Consumo privado, cuentas nacionales



Fuente: estimaciones propias sobre la base del Índice

**EVALÚAN IMPACTO DE ENTRE 1 Y 1,5 PUNTOS PORCENTUALES**

## EFFECTO AGUINALDO SOBRE EL CONSUMO

EL ADICIONAL SALARIAL HARÍA CRECER EL CONSUMO ENTRE JULIO Y AGOSTO A TASAS DEL 8%. EL CIERRE DE LAS PARITARIAS DE LOS ÚLTIMOS DOS MESES Y LA SUBA DEL SALARIO MÍNIMO, QUE SE ESTIMA AUMENTARÁ EN FORMA ESCALONADA A PARTIR DE AGOSTO, TAMBIÉN INFLUIRÁN.

**A**un cuando su dinamismo es elevado, el consumo doméstico perdió algo de impulso durante los primeros meses de este año. Las ventas, tanto en los centros de compra como en los supermercados, crecen a tasas más moderadas que las registradas en los últimos períodos de 2010. Si bien las cifras del crecimiento no son nada despreciables, cabe resaltar que las ventas en supermercados ya crecerían a un ritmo inferior al PIB.

Esta desaceleración se observa en casi todos los rubros (a excepción de las ventas de indumentaria y calzado) y se debe a múltiples factores. En primer lugar, parte de la evolución responde a un efecto de "base de comparación", dado que las comparaciones interanuales de 2011 se hacen contra niveles elevados en 2010. Otro factor de importancia es la disminución en la creación de empleo, factor esperable teniendo en cuenta que el desempleo se encuentra actualmente en niveles mínimos históricos. Finalmente, la incertidumbre preelectoral también estaría incidiendo negativamente sobre la demanda de consumo privada, y se traduce en menores compras y en un mayor ahorro en dólares (explicación parcial de la "fuga de capitales").

### VUELTA AL CRECIMIENTO

Sin embargo, se espera que durante julio

y agosto el comercio vuelva a registrar un repunte debido a una conjunción de factores. Por un lado, el pago de aguinaldo genera siempre un mayor vuelo hacia el consumo, especialmente en los centros de compra y en los locales minoristas. La venta de indumentaria es uno de los rubros que más crece por este factor, impulsada también por las promociones y liquidaciones, que para este año ya están adelantadas. Con los electrodomésticos sucede algo similar, aunque durante el año pasado el pico de ventas se alcanzó un par de meses antes, cuando los consumidores se lanzaron a la compra de televisores y LCD por el Mundial de fútbol.

Por otro lado, el cierre de las paritarias de los últimos dos meses así como

la suba del salario mínimo (aumentaría escalonadamente a partir de agosto para llegar a \$2.300) también influirán en el consumo de las próximas semanas. Así, se espera que durante este invierno el comercio registre un cierto repunte, que impulsará al consumo entre 1 y 1,5 puntos porcentuales por encima de las tasas a las que ya crece.

Los efectos no serán los mismos que se observan todos los fines de años con las fiestas navideñas ni tampoco habrá un fuerte aumento en las ventas de los supermercados (dado que sus ventas no aumentan mucho durante los meses analizados), pero el impacto sobre el consumo será importante, sobre todo si se considera que nos encontramos en una etapa preelectoral ■



# Los precios aumentaron un 14,3% en el primer semestre

El azúcar, la indumentaria y el rubro entretenimiento encabezaron los incrementos en Neuquén y Plottier.



LAS HELADAS EN TUCUMÁN COMPLICARON LA PRODUCCIÓN DE AZÚCAR.

► **Así lo determinó la Dirección de Estadísticas y Censos de la provincia. La precios suben más en la región que en Mendoza y San Luis.**

**NEUQUÉN >** La inflación en el primer semestre del año fue del 14,3% en el conglomerado Neuquén-Plottier. Así lo estimó la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos de la provin-

cia, cuya medición de precios no sufrió las alteraciones que sí se registraron a nivel nacional en el INDEC. El porcentaje está entre tres y cuatro puntos por encima de ciudades similares como Mendoza o San Luis.

El azúcar, la indumentaria y el rubro esparcimiento encabezaron los aumentos, con subas de hasta el 22% entre diciem-

bre de 2010 y mayo de este año. Algo similar ocurrió con las verduras, aunque en este caso el factor climático favorece las variaciones en los costos.

**Productos**

En el caso de la azúcar y sus derivados, buena parte del aumento se explica por las fuertes heladas que cayeron en Tucumán. Las pérdidas –se estiman en 1.000 millones de pesos– fueron trasladadas de antemano a los precios mayoristas y de allí, lógicamente, a la venta al público.

La indumentaria acumula incrementos en todo el país. Referentes del sector alegan una suba de costos, y pérdida de competitividad, pese a que fueron uno de los sectores más dinámicos desde la devaluación. La capacidad instalada del sector está al tope y esto podría explicar en parte el aumento de precios, aunque, según la AFIP, mantienen una rentabilidad por encima del promedio del país.

El rubro esparcimiento, en tanto, siempre se dispara en los primeros meses del año de la mano del turismo, aunque podría morigerarse en los próximos meses por el impacto de la erupción del complejo volcánico Cordón Caulle.

**Inflación acelerada**

Más allá de las explicaciones puntuales de cada sector, existe un componente común que son los altos sueldos que posee parte de los asalariados neuquinos. Los mismos ejercen una presión sobre el mercado que apuntala los precios.

En comparación con otras ciudades que también realizan sus propias mediciones de precios, la inflación neuquina está más acelerada.

En Mendoza, por ejemplo, la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas determinó que la inflación del semestre fue del 10,4%, casi cuatro puntos por debajo de la medición neuquina.

El Índice de Precios que mide la provincia de San Luis, en este caso para todo el distrito, arrojó un 11,2% entre diciembre de 2010 y junio de este año.

Si bien las mediciones no son metodológicamente iguales, los números arrojan una tendencia sobre los precios.