

INFOGRAFÍA

CONSUMO EN ARGENTINA

En los últimos meses se redujo el consumo de leche, carne, medicamentos, y demás bienes y servicios básicos.



•

Autoridades
UNIVERSIDAD NACIONAL
DE AVELLANEDA

RECTOR
Ing. Jorge Calzoni

SECRETARIA DE INVESTIGACIÓN
Y VINCULACIÓN TECNOLÓGICA E
INSTITUCIONAL
A cargo de la Coordinación del
Observatorio de Políticas Públicas
Dra. Patricia Domench

COORDINADOR
Módulo Política Económica
Mg. Santiago Fraschina

SÍNTESIS DEL INFORME

- El consumo interno transita un contexto crítico hace más de un año. Los factores son múltiples. A la elevada tasa de interés, que desincentiva la compra en cuotas, se suma la cuantiosa caída en el poder adquisitivo asociada al proceso de alta inflación.
- En el segundo semestre del año pasado este desempeño negativo se materializaba en tasas de caídas de ventas del 10% en los segmentos PyMEs. El grado de difusión de la crisis es tal que los desplomes a dos dígitos ya se propagaron a las plataformas más concentradas: supermercados y mayoristas.
- El fenómeno de desplome en el consumo es pernicioso sobre la economía en más de un sentido. Por un lado afecta la recaudación, lo cual atenta contra la posibilidad de cumplimiento del programa de déficit cero. Por otro lado, incide sobre la realidad microeconómica de los comerciantes, muchos de los cuáles no pueden hacer frente a las nuevas condiciones y deciden reducir su estructura operativa o bajar las persianas.
- Pero un rasgo distintivo de la crisis de consumo actual es que se ha difundido a segmentos que típicamente se mostraban indemnes a la reducción del poder adquisitivo. Se trata de rubros “inelásticos” respecto al ingreso, debido a su carácter de insustituibles en la canasta de consumo de cualquier familia.
- En un contexto de caída de poder adquisitivo en por lo menos dos de los últimos tres años, muchas argentinas y argentinos no tienen más alternativa que racionalizar incluso aquellos gastos básicos que hacen al consumo fundamental de cada día.
- En el presente documento, discutimos sobre el estado actual de las ventas de los bienes de consumo. Así, estudiamos la evolución en el consumo de alimentos básicos, medicamentos y demás ítems esenciales, tanto como en bienes durables y otros propios de segmentos socioeconómicos medios y altos.
- Tanto las ventas de supermercados, mayoristas y shoppings acumulan 9 meses de números negativos. En marzo de este año, sufrieron caídas reales interanuales del orden del 14,5%, 16% y 16,6%, respectivamente, y no aparentan signos de recuperación.
- Otro de los sectores que enfrenta un desplome particularmente agudo es el de los automotores. En mayo la caída de patentamientos de automóviles es del 56,4%. Apenas 36.000 autos se patentaron en ese mes, mientras que en mayo de 2018 se superaban las 83.000 unidades.
- Sin embargo, mayores son las caídas en los préstamos promovidos por el Estado Nacional, como es el caso del Ahora 12, que sufre caídas entre 36-70% en pesos de poder adquisitivo constante y del 52-73% en cantidad de operaciones, entre los meses de diciembre 2018 y febrero 2019.
- Esto afecta naturalmente a la facturación de las pequeñas y medianas empresas que entre 2015 y 2019 sufrieron un desplome de las mismas del 20,5%, aunque 12,1% puntos de la misma se explican por el colapso de 2018-19.
- Desde diciembre de 2017, que las ventas PyMEs no crecen en términos interanuales, acumulando 17 meses de caídas (casi 1 año y medio) y en mayo de 2019 alcanzan el 14,1% negativo. De los 12 rubros que componen el índice, 11 sufrieron caídas superiores al 10% (apenas alimentos y bebidas cayó en 6,5%)
- El mercado inmobiliario no fue la excepción ya que inicia su caída en junio de 2018. En abril de este año la caída en las escrituraciones en la Ciudad de Buenos Aires alcanza el 54% y en la Provincia de Buenos Aires el 44,9%. Es decir, que las mismas cayeron alrededor de la mitad en apenas un año.

INTRODUCCIÓN

Tanto las familias como las empresas que destinan la mayor parte de su producción al mercado interno sufren la caída en la actividad doméstica. Unos, las familias, porque ven caer sus ingresos salariales y no salariales frente a una inflación que no da tregua. Otros, las empresas, pequeñas y medianas en muchos casos pero también grandes empresas, porque al caer la demanda doméstica producto de lo anteriormente descrito, encuentran que su mercado se achica para la colocación de sus productos. A su vez, ante un menor poder adquisitivo de los hogares, estas se encuentran en dificultades al momento de ajustar su estructura de precios ante costos en alza, ya que de lo contrario verían aún más mermada la demanda por sus productos. Con lo cual, en muchos casos la disyuntiva está entre achicarse o reconvertir toda la estructura de negocios.

Adicionalmente, el gobierno nacional ha perdido la credibilidad necesaria como para dar señales acerca de cuándo comenzará a repuntar la actividad económica. Con lo cual, no existen certezas sobre cuando cesarán los males que aquejan a la economía y a estos dos grupos particulares mencionados. La inflación azota al consumo doméstico, que cae en picada y no presenta señales de recuperación; el aumento de las tarifas, la altísima tasa de interés y la inestabilidad del dólar pintan un panorama negro para la toma de decisiones del sector empresario en materia de inversiones, producción y empleo. A todo esto, la incertidumbre producto de un año eleccionario, en el cual la

política económica nuevamente se pone en discusión, sumado a una deuda pública y externa que crece hasta niveles particularmente altos, y que pone en tela de juicio la capacidad de re-pago de la economía nacional, le agregan un factor adicional a la situación de fragilidad actual.

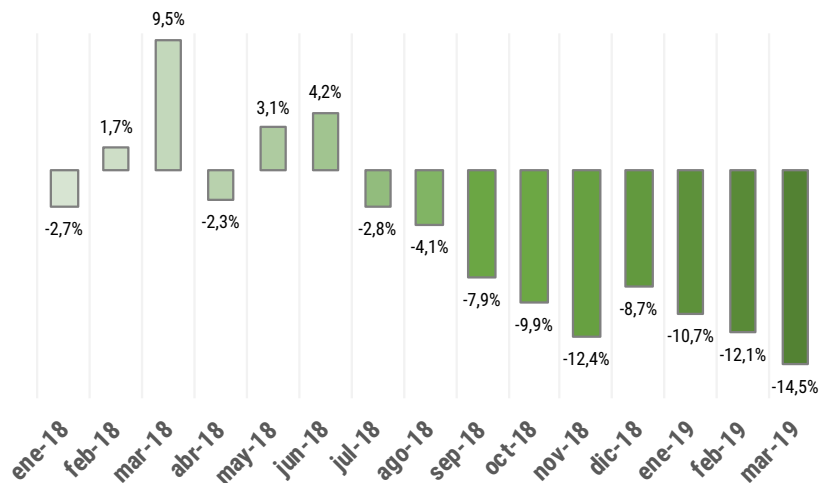
En la presente infografía, se realiza un repaso de distintas variables seleccionadas que den cuenta del desplome del consumo interno y del parate de la actividad.

UN CONSUMO QUE SE DESPLOMA.

La crisis del consumo interno es la crisis de las ventas minoristas. Tanto supermercados y shoppings como pequeños y medianos comercios han tenido desempeños negativos desde hace meses sin una reversión aún de las expectativas en el horizonte.

Las ventas en supermercados acumulan 9 meses de caídas. Desde julio de 2018 empezaron a caer en términos interanuales (a precios constantes) y desde octubre dichas caídas superan el 8%. Luego de presentar una leve desaceleración en diciembre, volvieron a profundizarse con una caída del 14,5% en marzo de 2019 (último mes con información).

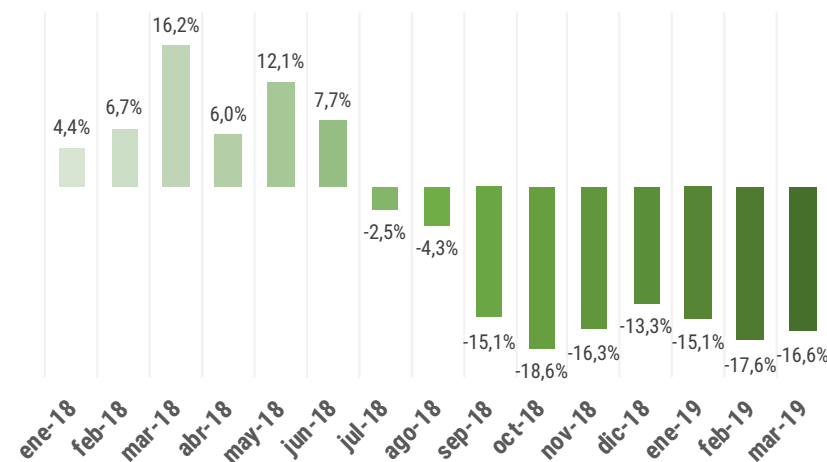
VENTAS EN SUPERMERCADOS (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a INDEC.

De la misma forma, las ventas en shoppings iniciaron su caída en julio de 2018 y acumulan 9 meses de resultados negativos. Pero en este caso, ya en septiembre las caídas superan el 15% y en algunos casos, como en octubre, alcanzaron el 18,6%. En marzo de 2019 la caída interanual es del 17,6%. Con lo cual, se observan caídas mayores en shoppings que en supermercados.

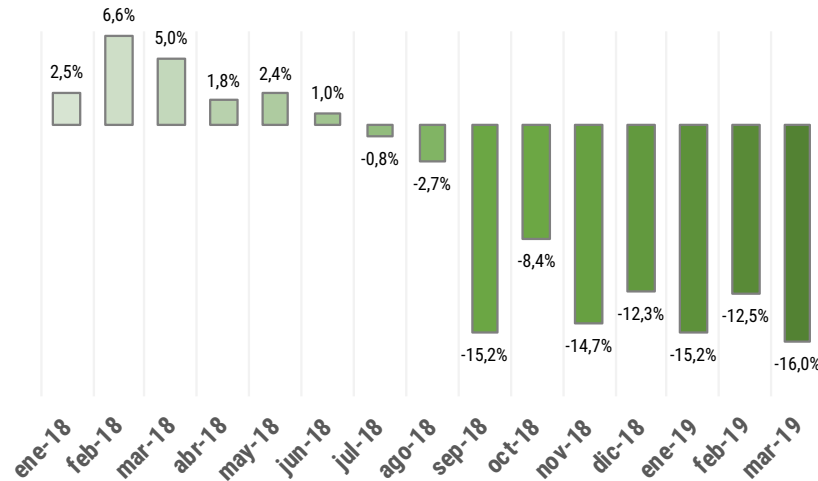
VENTAS EN SHOPPINGS (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a INDEC.

De la misma forma, las ventas en shoppings iniciaron su caída en julio de 2018 y acumulan 9 meses de resultados negativos. Pero en este caso, ya en septiembre las caídas superan el 15% y en algunos casos, como en octubre, alcanzaron el 18,6%. En marzo de 2019 la caída interanual es del 17,6%. Con lo cual, se observan caídas mayores en shoppings que en supermercados.

VENTA DE AUTOSERVICIOS MAYORISTAS (en % de variación interanual)

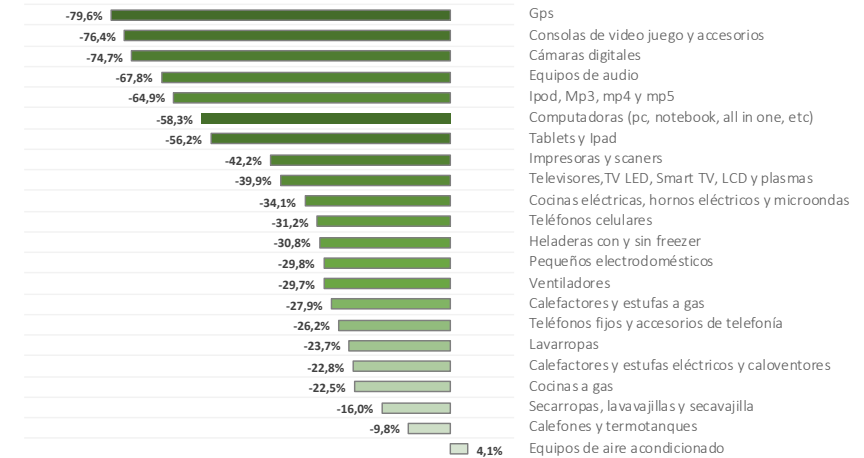


Fuente: elaboración propia, en base a INDEC.

A su vez, aparece una fuerte caída en lo que es el rubro de electrónicos y electrodomésticos. Se encuentra que las caídas se acercan al 80% interanual en algunos casos como en GPS (-79,6%), consolas de video juegos (-76,4%) o cámaras digitales (-74,7%). Otros artículos muy comunes en relación a los consumos típicos de hogares de las clases medias urbanas han tenido caídas importantes como computadoras (-58,3), tablets y Ipad (-56,2%), televisores led, Smart, lcd y plasmas (-39,9%), celulares (-31,2%), heladeras con y sin freezer (-30,8%), calefactores y estufas de gas (-27,9%), lavarropas (-23,7%), calefactores y estufas eléctricos y calvoventores (-22,8%),

cocinas a gas (-22,5%), secarropas, lavavajillas y secavajillas (-16%), calefones y termotanques (-9,8%).

VENTA DE ELECTRÓNICOS Y ELECTRODOMÉSTICOS (en % de variación interanual, primero trimestre 2018/19)



Fuente: elaboración propia, en base a INDEC.

LA ECONOMÍA NO VA SOBRE RUEDAS.

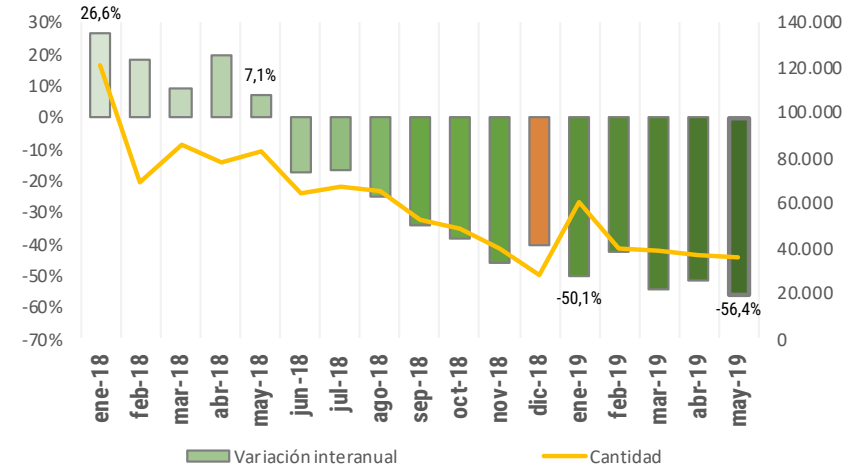
Por otro lado, las ventas de rodados han tenido desplomes aún más pronunciados que los rubros anteriormente descriptos. La caída en el patentamiento tanto de automóviles como

motocicletas es particularmente profunda, sólo comparable con la caída de las ventas de electrónicos y de electrodomésticos.

La caída en las ventas en el mercado interno de autos y motos se remonta incluso antes que la de supermercados, mayoristas o shoppings. Un mes antes que estos rubros tanto autos como motos, en junio de 2018, empezaron sufrir caídas, y ambos acumulan ya 12 meses de números negativos.

En el caso de los automóviles, en enero de este año la caída alcanza el 50,1% interanual. Es decir, que se patentaron la mitad de los coches de enero de 2018. En este mes, se habían patentando unos 120.000 vehículos. Sin embargo, en enero de este año el número cae a 60.000. La tendencia descendente se mantiene y alcanza en mayo un 56,4% y todavía parece no mostrar un piso. Apenas 36.000 autos se patentaron en ese mes, mientras que en mayo de 2018 el número superaba los 83.000.

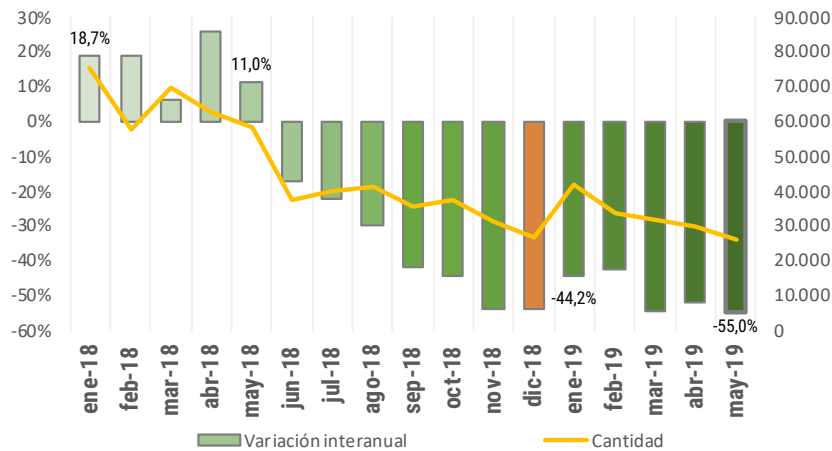
PATENTAMIENTO DE AUTOMÓVILES (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a ACARA.

En cuanto a las motocicletas, la caída es apenas menor. En enero ya mostraba una caída del 44,2%, mes en el que se patentaron unas 42.000 motos, mientras que un año atrás ese número alcanzaba los 75.000 patentamientos. En mayo se patentaron unas 26.000 motos, un 55% menos que hace un año, cuando los patentamientos alcanzaron las 58.000 unidades.

PATENTAMIENTO DE AUTOMÓVILES (en % de variación interanual)



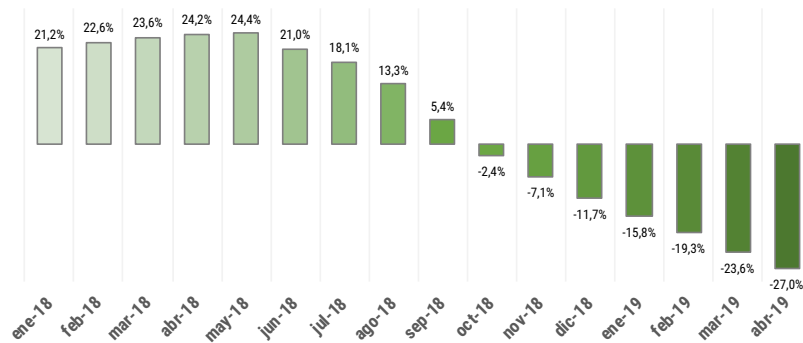
Fuente: elaboración propia, en base a ACARA.

80%, y la política de absorción de base monetaria del BCRA a través de las Leliqs, deterioran la capacidad de las familias para utilizar la vía del crédito como forma de aumentar su consumo presente. Pero también, por la alta rentabilidad que ofrecen las letras de liquides del Banco Central, el sector financiero tiende a encontrar más oportunidades en colocar sus depósitos en dicho instrumento que en destinar financiamiento para el consumo familiar a una tasa razonable. Por el contrario, las familias se ven obligadas en el peor de los casos a acudir a financieras con costos usurarios. La dinámica anteriormente descripta se observa en la evolución del crédito para consumo en términos reales (descontada la evolución del IPC) que desploma a partir de octubre de 2018 y hasta el momento no encuentra piso, ya que en abril de 2019 (último dato disponible) la caída alcanza un máximo de 27%. Se observa a su vez que esta caída supera incluso a las variaciones de los periodos de crecimiento, como en mayo de 2018, cuando los mismos crecían a una tasa del 24,4% interanual. Con lo cual, el crédito está cayendo por debajo de los valores de estos meses en donde el crédito crecía. Lo que muestra una vez más la magnitud de la crisis.

PRÉSTAMOS AL CONSUMO, NO REACTIVAN.

Esta dinámica se explica no solamente por la caída del salario real promedio y de los ingresos en general de los hogares. Sino también por el alto costo y riesgo que presenta el financiamiento en un contexto de volatilidad y de alta inflación. La tasa de interés, que en algunos casos alcanza el

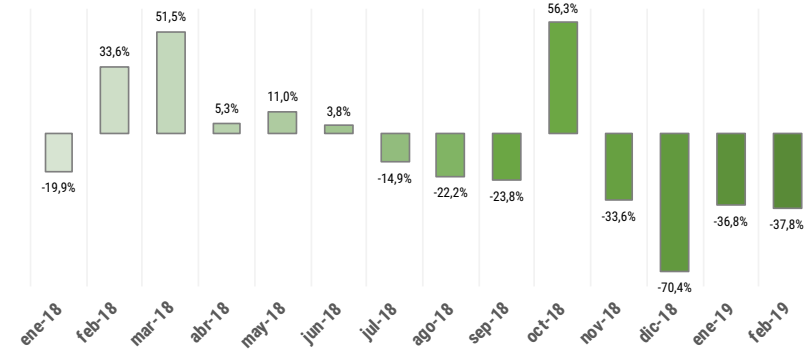
CRÉDITOS PARA CONSUMO (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a BCRA INDEC.

Por otro lado, los programas impulsados desde el poder ejecutivo no logran responder a esta dinámica recesiva sino que acompañan el sendero de caída. Las ventas a través del programa Ahora 12 mostraba en marzo de 2018 un crecimiento notable del 130% en marzo del 2018. Sin embargo, ya en julio de ese año comienza su caída. En diciembre de 2018, el desplome supera el 70% interanual, y en enero y febrero ronda el 37-38%.

VENTAS EN EL PROGRAMA 'AHORA 12' (en % de variación interanual, en pesos)

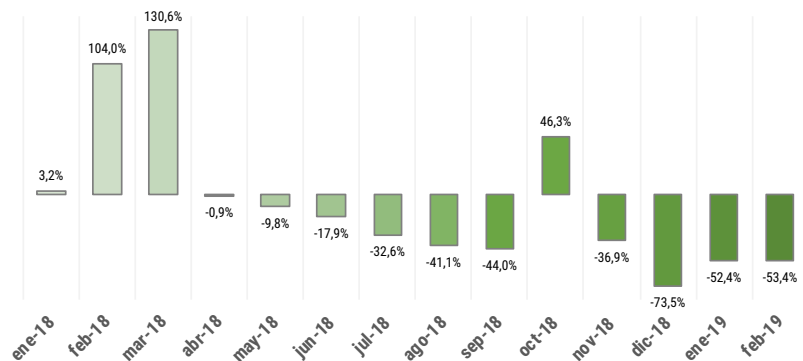


Fuente: elaboración propia, en base a BCRA INDEC.

Por el lado del volumen de operaciones, estas han tenido caídas incluso mayores. Como se observa, la cantidad de ventas a través del programa mostraba un crecimiento del 130% en marzo del 2018. Sin embargo, en abril arranca la caída que se va profundizando hasta alcanzar en diciembre su máximo, con un 73%. Entre enero y febrero de este año, ya alcanza una caída interanual de 52-53%. Es decir, se vende la mitad de unidades por medio de este programa que hace un año atrás.

OPERACIONES EN EL PROGRAMA 'AHORA 12'

(en % de variación interanual, en cantidad)



Fuente: elaboración propia, en base a BCRA INDEC.

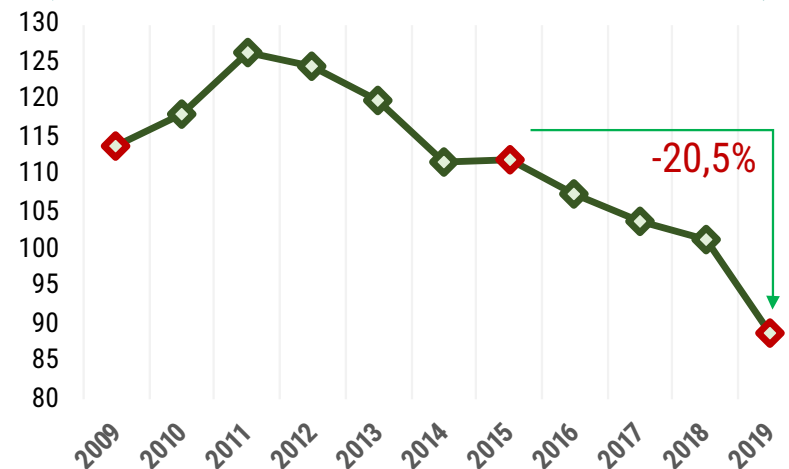
LAS PYMES, LAS MÁS AFECTADAS.

En este apartado se realiza un seguimiento de la evolución de las ventas de pequeñas y medianas empresas. Se toma para eso el indicador construido por la CAME (Cámara Argentina de la Mediana Empresa). La serie larga nos muestra, tomando el acumulado de los primeros 5 meses de cada año, que el estancamiento y caída de las ventas de las PyMEs se manifiesta desde 2011. Sin embargo, entre tal año y 2015, las ventas caen un 11% (en 4 años). No obstante, entre 2015 y 2019 (también 4 años), el desplome de las mismas es aún más

profundo, alcanzando un 20,5%. De esta caída la mayor parte se da justamente entre 2019 y 2018, ya que en dichos meses alcanza el 12,1% (siempre tomando los primeros 5 meses de año).

VENTAS DE COMERCIOS PYME

(en número índice, primeros 5 meses de cada año)

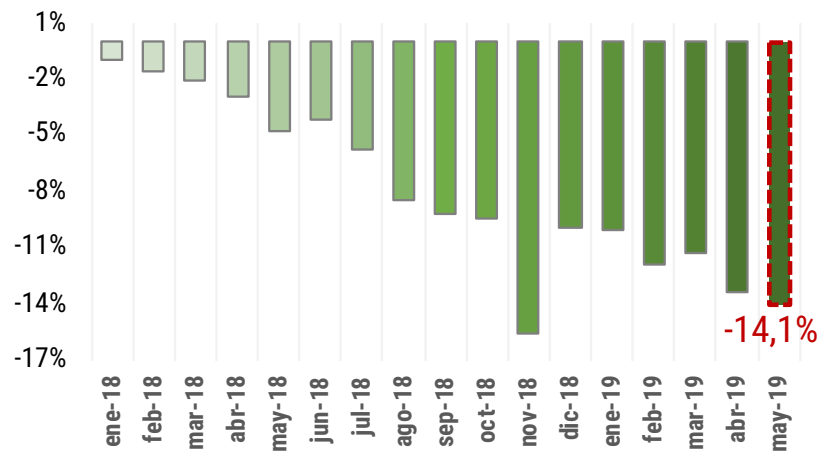


Fuente: elaboración propia, en base a CAME.

Observando los últimos 18 meses, se constata que las caídas en las ventas PyMEs acumulan 17 meses (desde enero de 2018). Si bien, parecía que la caída se amortiguaba luego del pico de noviembre de 2018, que alcanzó el 15,6% interanual, en mayo de este año las caídas volvieron a acelerarse y ya muestran una caída del 14,1%. Hay que tener en cuenta que

dicho mes se compara contra mayo de 2018, mes en el cual el desplome ya se había iniciado, con lo cual queda demostrado la inexistencia de un rebote.

VENTAS DE COMERCIOS PYME (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a CAME.

En el desglose por rubro, aparece que de los 12 rubros 11 presentan caídas que superan el 10 %, como en el caso de joyería, relojería y bijouterie (-16,8%), calzado y marroquinería (-16,7%), electrodomésticos, electrónicos y celulares (-15,7%), muebles, decoración y textiles para el hogar (-15,5%), bazar y regalos (-14,6%), indumentaria (-14,1%), ropa, artículos deportivos y recreación (-13,3%), neumáticos y repuestos de

autos y motos (-13,1%), juguetería y artículos escolares (-12,9%), farmacia, perfumería y cosméticos (-12%) y ferretería, materiales eléctricos y de construcción (-11,9%). Solamente el rubro de alimentos y bebidas cae por debajo del 10% (un -6,5%).

VENTAS PYME, SEGÚN RUBRO (en % de variación interanual, 5 meses de cada año)

Ventas minoristas, según rubro de actividad	
Capítulo	Variación % 5 meses 2018 vs 2019
Alimentos Y Bebidas	-6,5%
Ferretería, Materiales Eléctricos y de Construcción	-11,9%
Farmacia, Perfumería y Cosméticos	-12,0%
Juguetería y Artículos Escolares	-12,9%
Neumáticos y Respuestos de Autos y Motos	-13,1%
Ropa, Artículos Deportivos y de Recreación	-13,3%
Indumentaria	-14,1%
Bazar y Regalos	-14,6%
Muebles, Decoración y Textiles para el Hogar	-15,5%
Electrodomésticos, Electrónicos y Celulares	-15,7%
Calzado y Marroquinería	-16,7%
Joyería, Relojería y Bijoutería	-16,8%
Total	-12,5%

Fuente: CAME

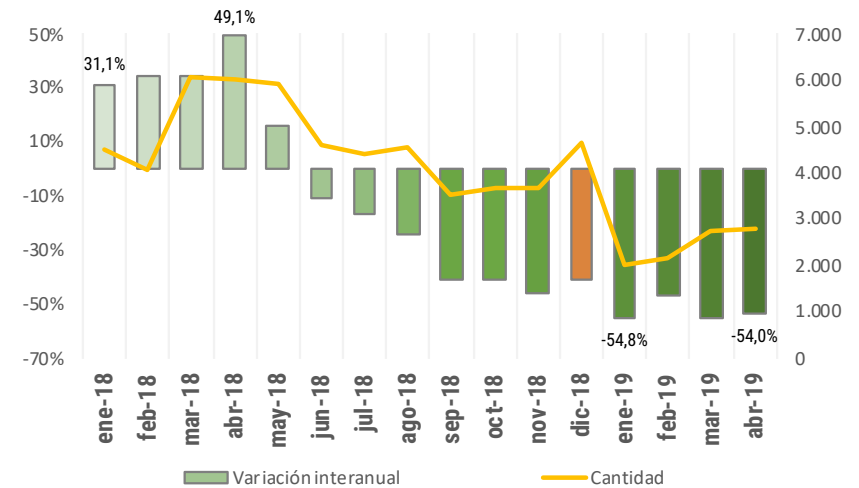
Fuente: elaboración propia, en base a CAME.

EL MERCADO INMOBILIARIO, TAMBIÉN SE RESIENTE.

El mercado de compra-venta de inmuebles se ve de igual forma afectado por el parate económico. La dificultad en el acceso a las divisas por el encarecimiento de la misma (devaluación del 120%), en un mercado que se encuentra dolarizado prácticamente en su totalidad, implica un fuerte golpe al movimiento de inmuebles. Es así que las escrituraciones tanto en la Ciudad como en la Provincia de Buenos Aires se encuentran prácticamente paradas en relación a un año atrás.

En abril de 2018, antes del inicio de la disparada del dólar, las escrituraciones se encontraban con un crecimiento del 49,1% y alcanzaban un total de 6.024 transacciones de inmuebles. En cambio, en junio de ese año el mercado comienza a desacelerarse. En abril de este año la caída de las escrituras alcanza el 54%, mes en el cual se escrituraron apenas 2.774 inmuebles.

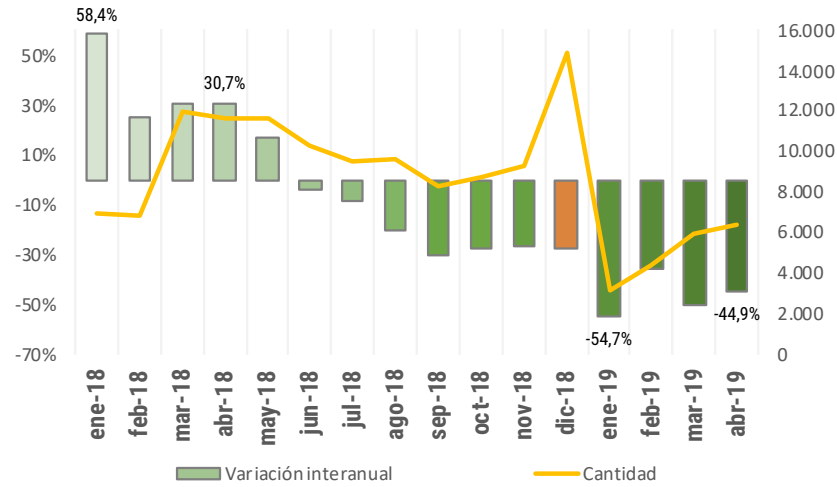
ESCRITURACIONES INMOBILIARIAS EN CABA (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a Colegio de Escribanos de CABA.

En la Provincia de Buenos Aires el desplome del mercado es similar. La caída, iniciada en junio de 2018, alcanza su punto más alto en enero del 2019, cuando el desplome es de 54,7%. En abril del 2019 se escrituraron unas 6.424 casas mientras que en el mismo mes del año pasado, las escrituras era de 11.658, con lo cual la caída es del 44,9%. Prácticamente se escrituran la mitad en relación al año anterior.

ESCRITURACIONES INMOBILIARIAS EN PBA (en % de variación interanual)



Fuente: elaboración propia, en base a Colegio de Escribanos de CABA.