
INFORME ECONÓMICO SEMANAL N° 556

- BUENOS AIRES, 12 DE ABRIL DE 2006 -

Leve mejora del poder de compra en ciertos bienes durables

El consumo privado subirá casi 8% en el año

-
- 
- ✓ Durante 2005 el consumo privado se expandió casi 9% debido al fuerte crecimiento del ingreso de los trabajadores y a la continua recuperación del crédito. El consumo total aumentó menos (8,5%), por la menor variación del componente público (6,2% i.a.).
 - ✓ Los primeros datos de 2006 consolidan la tendencia creciente del consumo observada en 2005. En febrero las ventas de los centros de compras aumentaron 17,4% i.a., el consumo de servicios públicos 12,3% i.a., las ventas de los supermercados 6,7% i.a. y las importaciones de consumo 36% i.a.
 - ✓ En términos generales el salario disponible de los trabajadores formales tiene un mayor poder adquisitivo de bienes durables en 2006 del que tenía en 2002, particularmente en el caso de compras de electrodomésticos y automóviles.
 - ✓ Las perspectivas de ingresos para 2006 son alentadoras ya que tanto el nivel de salarios como el nivel de empleo aumentarán. Ecolatina proyecta que la masa salarial crecerá en torno de 20% (8% en términos reales) manteniendo un ritmo muy similar al de los últimos dos años (21% en 2004 y 21,3% en 2005 respectivamente).
 - ✓ A la fuerte expansión del ingreso de los trabajadores y la continua recuperación del crédito, se le suma un “humor” favorable de los consumidores. El Índice de Confianza del Consumidor, alcanzó en marzo pasado su máximo registro histórico.
 - ✓ Todos estos factores positivos permiten sostener que el consumo privado crecerá fuertemente en el año (7,8%) e impulsará un aumento del consumo total (privado y público) en torno de 7,5%. El consumo del sector público - que representa aproximadamente 15% del total- crecería a un ritmo similar al de 2005 (6%).
 - ✓ Una política económica que apunte a moderar las presiones de la demanda deberá centrarse tanto en un manejo eficiente de las negociaciones salariales como del componente público del consumo. El aumento de las tasas de interés en las líneas de financiamiento al consumo como receta de contención de la demanda, sólo impactaría sobre 3% del consumo privado.
-



El consumo sigue firme

El consumo continúa en alza, estimulado por la recomposición de ingresos reales.

Los préstamos bancarios destinados al consumo crecen rápidamente. Sin embargo, sigue siendo baja su participación.

El elevado crecimiento económico y la recomposición de los ingresos reales continúan siendo los principales factores que impulsan el consumo.

En 2005 el consumo privado aumentó 8,9% con respecto al año anterior, en tanto que el público lo hizo a una tasa inferior (6,2%). De esta forma, el consumo total se expandió 8,5% ubicándose 2,1 puntos porcentuales por encima del máximo anterior (1998).

La recuperación de la masa salarial continúa siendo el determinante central de la expansión en la demanda doméstica. En 2005 aumentó 10,7% i.a. por la recomposición de los ingresos reales de los trabajadores y por la creación de nuevos puestos de trabajo.

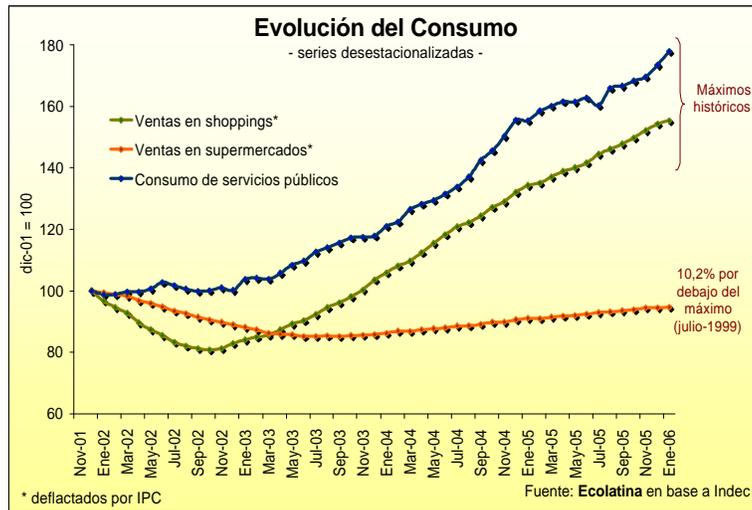
El crecimiento de consumo comienza a ser, lentamente, financiado no sólo con ingresos corrientes. Aunque aún es reducida la participación de estos créditos en el total del consumo privado (3%), se observa una creciente gravitación de los préstamos bancarios -en 2005 los personales crecieron 81% i.a. y el financiamiento por tarjetas 46% i.a.-.

Servicios públicos y shoppings, a toda máquina

El consumo de servicios públicos continúa en expansión, alcanzando un nuevo máximo histórico. Durante 2005 creció 11,6% con respecto al año anterior, siendo la telefonía celular el rubro con mayor dinamismo. La variación interanual de este capítulo fue 74% y se encuentra 168% por encima de su anterior máximo (diciembre de 2001).

Los servicios públicos crecieron 11,6% en 2005 con respecto al año anterior. La telefonía celular fue el rubro con mayor dinamismo.

El crecimiento de los servicios también se puede explicar, en lo fundamental, por el incremento en el uso de peajes, de transporte de pasajeros y de los servicios de telefonía interurbana.





El consumo en los centros de compras alcanzó un nuevo máximo histórico.

En cuanto al consumo en los centros de compras, en febrero de 2006 las ventas (a precios constantes) aumentaron 17,4% con respecto a igual mes del año anterior, manteniendo el ritmo de crecimiento registrado en 2005 (16,8% i.a.). Este tipo de consumo está impulsado fundamentalmente por los segmentos de demanda ABC1 (de mayores ingresos) y los turistas extranjeros, beneficiados en este último caso por un tipo de cambio favorable.

Dentro de las ventas en los *shoppings centers*, los rubros que crecieron a un ritmo más acelerado son los de electrónicos, electrodomésticos y computación y ropa y accesorios deportivos.

Las ventas de los supermercados en cambio, sigue recuperándose aunque a un ritmo más lento. Durante 2005 aumentaron 4,3% y aún se encuentran 10,2% por debajo del máximo histórico. Sin embargo, las ventas se aceleraron en los primeros meses del año: en febrero de 2006 subieron 6,7% i.a.

Los supermercados continúan creciendo a un ritmo inferior, reflejando nuevos patrones de consumo.

De todos modos, es necesario destacar que el menor dinamismo de las ventas en los supermercados no es un parámetro representativo del comportamiento general del consumo privado. A partir de la crisis los consumidores redirigieron parte de sus compras hacia otras bocas de expendio (como almacenes y otros comercios minoristas).

Evolución del Consumo en términos reales				
	2003	2004	2005	Enero 2006 respecto a max anterior
Total ventas en Shoppings*	24,9%	27,6%	16,8%	29,1%
Electrodomésticos	48,5%	70,1%	35,7%	4,9%
Indumentaria	43,0%	-5,4%	22,5%	16,5%
Total ventas en Supermercados*	-3,6%	5,6%	4,3%	-10,2%
Electrodomésticos	-2,7%	51,4%	17,8%	-2,9%
Alimentos y bebidas	-6,4%	2,5%	0,6%	-19,3%
Indumentaria	-9,8%	34,2%	3,7%	-29,6%
Art. de limpieza	-9,0%	12,2%	8,6%	-20,6%
Total Servicios Públicos**	17,7%	32,0%	11,6%	57,2%
Servicio telefónico móvil celular	8,4%	45,6%	74,2%	167,7%
Peajes rutas nacionales	11,4%	11,8%	11,0%	24,0%
Llamadas telefónicas urbanas	6,7%	6,6%	-0,8%	-4,1%

*Deflactado por Índice de Precios Sectorial

**En las unidades de cada servicio

Fuente: **Ecolatina** en base a Ministerio de Economía.

Las importaciones de bienes de consumo subieron en 2005, aunque a una tasa menor que las importaciones totales.

Por su parte, las importaciones de bienes de consumo subieron 26,5% en 2005 con respecto al año anterior. La demanda de bienes de consumo importados tiene una elasticidad-precio mayor a la de los bienes de capital o los insumos industriales, por lo cual la modificación en los precios relativos generada con la devaluación impactó en los primeros con mayor intensidad. En efecto, las importaciones promedio de bienes de consumo representan solamente 11% del total (17% en la convertibilidad) y aún se ubican 41% por debajo del máximo anterior (Octubre de 1997).



Mayor poder adquisitivo para bienes durables

Si bien todos los indicadores de consumo agregado muestran un comportamiento positivo, para el caso particular del consumo de bienes durables, es interesante focalizar el análisis en la relación entre los ingresos disponibles de una familia y el costo de algunos de estos bienes.

A tal efecto **Ecolatina** realizó un ejercicio en el que se estimaron cuántos salarios disponibles¹ se necesitan para adquirir ciertos bienes representativos.

El salario nominal disponible para una familia en 2006 es 64% superior a 2002.

Salario Disponible por Familia Tipo

Concepto	2002	2003	2004	2005	2006
Salarios por grupo familiar (1)	\$ 1.968	\$ 2.160	\$ 2.474	\$ 2.888	\$ 3.032
Canasta Básica Familiar* (2)	\$ 635	\$ 711	\$ 727	\$ 788	\$ 850
Salario Disponible (1-2)	\$ 1.333	\$ 1.449	\$ 1.747	\$ 2.100	\$ 2.182

Valores en promedio anual, 2006 Proyectado.

*Familia Tipo de cuatro miembros, compuesto por un jefe varón de 35 años, su esposa de 31 años, un hijo de 5 y una hija de 8 años.

Fuente: Indec

Suponiendo que el ingreso total de una unidad familiar es igual a dos salarios medios de la economía, desde 2002 sus ingresos totales aumentaron 54% en términos nominales.

La diferencia entre el total de ingresos que percibe el grupo familiar representativo y la Canasta Básica Total es un indicador “proxy” del ingreso disponible para la adquisición de bienes durables.

Para realizar el análisis, se tomaron tres bienes representativos: un electrodoméstico, un automóvil y un inmueble.

Relación Costo / Ingreso Disponible

	2002	2003	2004	2005	2006
Televisor*	0,34	0,39	0,33	0,29	0,30
Automóvil**	17,62	17,04	14,82	13,24	13,03
Construcción***	0,52	0,54	0,52	0,50	0,53
M2 Departamento Usado****	1,36	1,10	1,41	1,28	1,24

*Televisor 18/21 pulgadas

**Volkswagen Gol, 1.6, 5 puertas, Comfort line (4 Gen)

***Costo de construcción por m2

****Precio Promedio de departamentos usados en Barrio Norte

Fuente: ACARA, Indec

Mientras que en 2002 una unidad familiar necesitaba 34% de su salario disponible para adquirir un televisor, este año requiere 30%.

En el caso del automóvil, en 2002 era necesario disponer de casi 18 ingresos netos familiares para poder comprar un auto, mientras que en 2006 esta relación se redujo a 13².

El salario disponible en 2006 para un grupo familiar tiene mayor poder de compra para el caso de televisores y automóviles que 4 años atrás.

¹ El salario disponible por familia es el remanente del ingreso familiar luego de haber adquirido la canasta básica familiar.

² En el caso del automóvil, por considerar que los mayores aumentos de precio se observan en el primer cuatrimestre del año, se ha calculado el ingreso de la unidad doméstica aplicándole la proyección anual, y no la trimestral, como en el resto de los casos.



En el caso de los inmuebles, si bien el poder de compra del salario disponible es mayor, sigue siendo insuficiente.

Por último en el caso de los bienes inmuebles, se analizan dos alternativas: la variación del ingreso disponible con respecto al costo de construcción y con respecto al precio de una vivienda usada. En el primer caso, en la actualidad, al igual que 4 años atrás se necesita la mitad del ingreso disponible para construir un metro cuadrado. En cambio, el poder adquisitivo para la compra de un m² aumentó: en 2002 era necesario destinar 1,36 ingresos mientras que en 2006 se necesitaban 1,24.

Si bien el ingreso disponible en la actualidad posee mayor poder de compra de bienes inmuebles que en 2002, el valor de la propiedad todavía resulta elevado para una familia. Suponiendo que se ahorran todos los ingresos remanentes luego de adquirir la canasta básica total, aún se necesitarían 74 salarios para poder comprar un departamento usado de 60 m² en Barrio Norte.

Los ratios analizados permiten explicar el elevado dinamismo que se observa en las ventas de electrodomésticos y automóviles. Por el contrario, el descalce entre ingresos y costo de las propiedades es el principal limitante de la demanda, por ejemplo, de créditos hipotecarios como mecanismo usual para que una familia acceda a un inmueble.

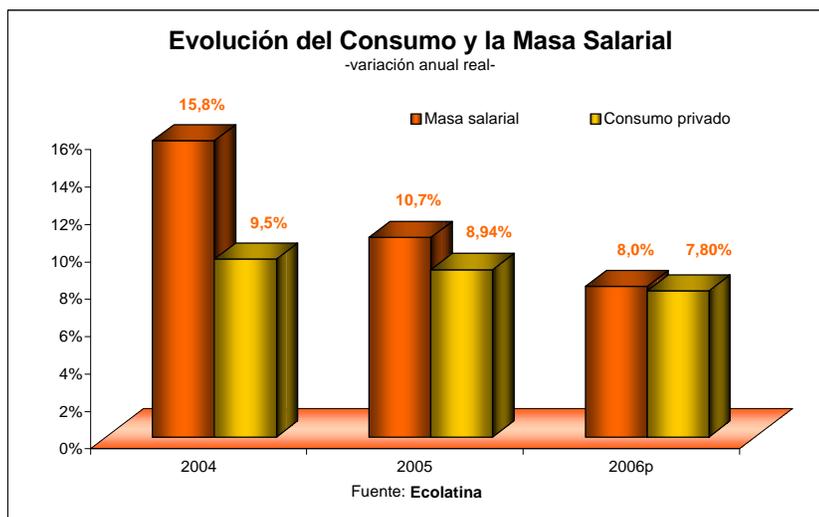
La masa salarial, con gran impulso

El consumo -a diferencia de la convertibilidad- se financia casi exclusivamente con el ingreso disponible.

El incremento del consumo -a diferencia de la convertibilidad- se financia casi exclusivamente por el ingreso disponible. El crédito con este destino explica sólo 3% del consumo privado total.

Por tal motivo, resulta determinante la evolución de la masa salarial. Ésta aumentó 10,7% (en términos reales) en 2005, mientras que el consumo privado casi 9%.

Las perspectivas de ingresos de los trabajadores para 2006 son alentadoras: la masa salarial crecerá 20,3% en 2006 (8% en términos reales)





A la fuerte expansión esperada de ingresos y crédito, se le suma un “humor” favorable de los consumidores.

Todos estos factores positivos permiten sostener que el consumo privado crecerá fuertemente en el año (7,8%)

Las perspectivas de ingresos de los trabajadores para 2006 son alentadoras ya que tanto el nivel de salarios como el nivel de empleo aumentarán. **Ecolatina** proyecta que en el corriente año la masa salarial crecerá en torno de 20,3% (8% en términos reales) manteniendo un ritmo muy similar al de los últimos dos años (21% en 2004 y 21,3% en 2005, respectivamente).

La masa salarial se incrementará 15,6% por el aumento de las remuneraciones (si se mantuviera sin modificaciones el nivel de empleo en 2006) y 3,9% sólo debido al aumento en los niveles de empleo. El restante 0,8% se explica por el efecto combinado de mayores cantidades y salarios.

A la fuerte expansión esperada en el ingreso de los trabajadores y a la continua recuperación del crédito, se le suma un “humor” favorable de los consumidores. En efecto, el Índice de Confianza del Consumidor, alcanzó en marzo su máximo histórico³.

Todos estos factores positivos permiten sostener que el consumo privado crecerá fuertemente en el año (7,8%) e impulsará un aumento del consumo total (privado y público) en torno de 7,5%. El consumo del sector público -que representa aproximadamente 15% del total- crecería a un ritmo similar al de 2005 (6%).

Del análisis anterior se deriva que una política económica que apunte a moderar las presiones de demanda deberá centrarse tanto en un manejo eficiente de las negociaciones salariales como del componente público del consumo. El aumento de las tasas de interés para las líneas de financiamiento al consumo como receta de contención de la demanda, sólo impactaría sobre 3% del consumo privado.



Presidente de Ecolatina: Alberto Paz

Economistas a cargo del informe: Ricardo Delgado; Ricardo Fuente; Marco Lavagna; Rodrigo P. Álvarez; Carlos García Petroni; Lorenzo Sigaut (h.) **Asistente:** Daniela Bossio

³ Elaborado por UTDT a partir de marzo de 2001.