

Las tres claves de los expertos para entender el repunte del consumo y por qué algunos rubros no levantan

07/11/2024



Durante octubre, las ventas minoristas registraron un incremento interanual luego de 19 meses de retroceso. Según la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), el mismo fue del 2,9%.

Sin embargo, **no todos los sectores evaluados mejoraron**. Mientras calzado y marroquinería, alimentos y bebidas, textil e indumentaria, y ferretería, materiales eléctricos y de la construcción, subieron su nivel de ventas; **perfumería, bazar,**

decoración, textiles de hogar, y farmacia, registraron bajas.

Pero, ¿por qué ciertos rubros incrementan sus ventas, mientras otros sufren importantes caídas? Expertos aseguraron que hay diversos factores implicados, considerando que las decisiones de consumo se dan por **necesidades y estímulos.**



Los comportamientos del consumidor

Comparando el rubro calzado y marroquinería, que fue el que más subió (10,3%), con perfumería, que registró la baja más marcada (-15%); **Javier Elizondo**, sociólogo especializado en economía, indicó que la diferencia en este caso puede ser por tres aspectos:

1- Prescindir de lo que no es vital

“Cuando no se trata de algo esencial para la vida, puede generarse una baja. Esto tiene que ver con el nivel de ingresos. Todavía seguimos con inflación alta y salarios que se ubican detrás. La gente deja las cosas que no son vitales”, aseguró el experto consultado por *El Sol*.

Tomando como referencia los rubros mencionados, Elizondo señaló que, actualmente, la gente puede vivir sin artículos de perfumería, pero el calzado “forma parte de la imagen” por ejemplo, a la hora de ir a trabajar, por lo que el mendocino lo incluye dentro de aquello que es necesario.



Foto: El Sol.

2- Adelantar compras

Temor a futuros aumentos, uno de los factores que puede movilizar al consumidor a hacer efectiva su compra. Por ello, si la persona cuenta con unos “pesitos” demás y considera que

hay ciertos productos que hoy no son necesarios, pero que sí lo serán a futuro; decide adelantar compras, teniendo en cuenta que los precios pueden subir.

3- Consumos postergados

Otro de los aspectos que podría explicar el consumo actual, tiene que ver con compras que debieron realizarse en determinado momento, pero que no se hicieron efectivas porque la persona no contaba con el dinero suficiente. De esta forma, si hubo alguna mejora en los ingresos, se procede a consumos postergados.

Qué pasará con el consumo en Mendoza

“En época de crisis, los paradigmas con los que las personas se mueven diariamente también se van modificando. Las crisis anteriores pueden servir de referencia, no de guía”, comentó el Elizondo, en torno al posible comportamiento de los consumidores en los próximos meses.

Por otra parte, el economista **Sebastián Laza** anticipó que hay “cierto optimismo”, aunque explicó que las ventas minoristas tendrían una mejoría un poco más pronunciada recién en 2025.



“Hace unos dos meses lo financiero va mejorando, pero la economía real de la mayoría de los argentinos viene deprimida en consumo masivo. Las expectativas para lo que queda del año es que de a poquito vaya mejorando; el salario cayó mucho y todavía no se recupera lo perdido. El consumo masivo irá aumentando muy muy leve. Recién el año que viene se podrá observar una mejoría más marcada”, afirmó el especialista.

Fuente: El Sol – <https://www.elsol.com.ar/mendoza/las-tres-claves-de-los-expert>

[os-para-entender-el-repunte-del-consumo-y-por-que-algunos-rubros-no-levantan/](#)