



MEDICIÓN ENTRE BACHES

Confianza, mercado y clase emergente

Pese al enfriamiento en los niveles de la confianza del consumidor, el mercado peruano no dejó de crecer. El presidente del directorio de Arellano Consultoría, Rolando Arellano, asegura que si bien el ruido político interno creó un ambiente negativo, el Perú cuenta con una clase emergente que se hace fuerte ante las adversidades.

Escribe
Rodolfo Ardiles Villamonte

¿Qué explica la caída en la confianza del consumidor?

—En los últimos años, tenemos mucho ruido político. Por un lado, está la guerra comercial entre Estados Unidos y China y, por el otro, el problema interno entre el Ejecutivo y el Legislativo. En el primer caso, el impacto de la guerra comercial tiene que ver con consumidores más informados y que pueden estar influidos por ese enfrentamiento que ha disminuido

el precio de los metales. El problema entre los dos poderes de Estado también causa cierta incertidumbre.

Pero, aparte de esos puntos, hay un tercer aspecto que debemos considerar y que tiene relación con una cuestión anímica.

Mucha de la confianza observada en el 2018 tenía relación con la euforia generada por el mundial de fútbol. Aquello sube mucho el estado anímico de las personas y este año no lo vemos, pese a que tenemos los Juegos Panamericanos.

CONTINÚA EN LA PÁGINA 2 >>>

ENTREVISTA



CAUTELA. El presidente de Arellano Marketing manifestó que los peruanos esperan a que las cosas mejoren para tomar decisiones.

» VIENE DE LA PÁGINA 1

En otras oportunidades, el ruido político no parece haber influido en la confianza del consumidor, ¿por qué ahora sí?

—Esa siempre fue la situación. El peruano de a pie, el emergente, no sabe quién es el presidente del Congreso porque su prioridad siempre ha sido tener o no clientes el día de mañana.

Hoy, esto se ha relativizado y tenemos un grupo más afectado. Igualmente, tampoco vemos algún acontecimiento que eleve el interés de la gente.

El escenario es bastante plano. Pero si observamos más detalladamente, notaremos que el consumo sigue creciendo. Muchas veces, los datos que se presentan son expuestos inadecuadamente. Se dice, por ejemplo, que el consumo disminuye, pero en realidad está creciendo más lentamente.

De hecho, la gente sigue consumiendo y este factor aún está en ascenso, aunque levemente. Por ejemplo, si

antes crecía al 4%, ahora lo hace al 3%. Hay quienes creen que el avión se está cayendo, pero, en realidad, está subiendo, aunque de manera más lenta.

Por otro lado, para saber si la gente se siente realmente mal, debemos observar sus compromisos de largo plazo. Esta variable nos permite analizar más objetivamente la confianza de la gente.

La confianza de las personas se ve en sus compromisos de largo plazo, no en si compra o no compra hoy. Allí radica el temor del consumidor, en el futuro. Vemos que los créditos, que son cuestiones de mediano plazo, se han incrementado.

Debemos balancear las cosas, si realmente es importante la presencia de unos puntos menos de incertidumbre o si realmente expresan una situación en que la gente se siente bien o mal.

—**¿Hemos hablado sobre la situación de la confianza del consumidor y parece como si todo se concentra en Lima, ¿cómo percibe aquello en el resto del país?**

—No he visto los datos de



Fiestas Patrias

Para el presidente de directorio de la consultora Arellano Marketing, sin duda alguna las cosas presentarán significativas mejoras, aunque es fundamental observar dos posiciones.

“Por un lado, tenemos a un 30% de la población que cuenta con un empleo estable y que recibe gratificaciones y aguinaldos. Esas personas tienen más recursos que gastar, es decir, ese 30%

es el que mueve la aguja”, comentó el ejecutivo.

No obstante, agregó, es necesario ver que para el otro 70%, en términos de ingresos, julio puede ser igual a cualquier otro mes.

“Entonces, sabremos que el consumo subirá un poco porque habrá algo más de gasto. Sin embargo, eso sucede por el 30% de la población y no por el resto”, puntualizó el especialista.

Cifras

2.28%
ES EL CRECIMIENTO

que ha registrado la economía entre enero y marzo de este año.

27%
CONSIDERA QUE LA
economía va por el rumbo correcto, según la encuesta de Pulso Perú.

provincias, pero está claro que en los últimos 15 años la mejora en las regiones fue mayor que en Lima, y la distancia entre estas y la capital se ha acortado.

Más allá de que si la gente siente o no confianza, las inversiones han continuado, tanto en Lima como en el interior.

—**Pero ¿no cree que la confianza se debería medir desde el punto de vista**

de ese gran sector de peruanos que trabaja en la informalidad?

—Observamos que el empleo no crece en el sector formal, sino en el informal. Eso nos dice que las personas no esperan a que los problemas de la economía se solucionen para alcanzar el progreso. En Japón o Alemania, si un ciudadano pierde el trabajo, espera que el Estado le entregue los recursos para sobrevivir. Pero si un peruano se halla en la misma situación, seguramente tomará un mantel y se irá a vender lo que sea a la calle. Su actitud hacia la vida es diferente.

El peruano promedio simplemente no se pregunta si las cosas van bien o mal. Lo que hace es actuar para solucionar sus problemas. Eso hizo que el Perú no solo sobreviva, sino que también crezca.

—**Años atrás, el optimismo en los niveles socioeconómicos (NSE) bajos, solía ser más elevado, pero ahora esos sectores ya no son tan optimistas, ¿por qué ocurre esto?**

—Es verdad. Hay un menor optimismo entre los sectores más bajos, pero habría que afinar la forma como medimos estos temas.

—**¿La manera en que se está midiendo no recoge la realidad?**

—Es probable, porque se usan métodos relacionados con el sector formal para medir un comportamiento que tiene relación con otros esquemas, por ejemplo, con la informalidad misma.

Se observa un sentimiento de bienestar mayor entre las personas con más ingresos que entre los que perciben menos ingresos.

Asimismo, hay un mayor bienestar entre los dependientes que entre los independientes, aunque todo ello está relacionado con la manera en que uno se sienta.

No obstante, aquello no debería necesariamente traducirse en desconfianza, porque la realidad muestra que quienes crecen más son los independientes; en términos porcentuales, ellos son los que han crecido más. ●

UNO DE LOS PROBLEMAS QUE TIENE EL PERÚ, COMO PAÍS, ES QUE SIEMPRE VEMOS EL LADO NEGATIVO DE LAS COSAS.