

ieNEWS

91

DIC 2021

Aníbal Troilo, “Pichuco”, “el bandoneón mayor de Buenos Aires”, en base a su imagen potente y su enormidad de compositor, salvó al tango al suceder a *Carlos Gardel* cuando todos esperaban otro cantante...

ABELLEIRA - 2021



INSTITUTO DE
ECONOMIA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS / UNICEN

FCE UNICEN
ECONOMICAS

Editorial

El Instituto de Economía es un centro de investigación dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Desde su creación en 2009, el Instituto ha estado ligado al desarrollo económico local, colaborando con los municipios de la zona y el sector privado.

DIRECTOR

SEBASTIÁN AUGUSTE

STAFF

SERGIO GUTIÉRREZ

DANIEL HOYOS MALDONADO

PATRICIA LAURA RÁBAGO

MARÍA DEL CARMEN ROMERO

SEBASTIÁN RAMÓN

SANDRO JOSÉ GUIDI

MARIO RAVIOLI

MARIO SEFFINO

VERÓNICA BAZTERRICA

AGUSTINA SBERGAMO

SECRETARIA EJECUTIVA

PIERINA FRONTINI

Estimados lectores.

Estamos cerrando el 2021 y como siempre es una fecha de balances. Lamentablemente, Argentina tiene un balance de rebote parcial en su economía en este año en relación a la caída vista durante la pandemia y además el 2021 está terminando con un elevado nivel de incertidumbre en muchos planos. Las negociaciones con el FMI se extienden y, a solo dos semanas de finalizar el año, el mercado da por hecho que el acuerdo llegará recién en 2022. El Gobierno ya lo anticipó unos días atrás y la ausencia de una fecha para una misión del Fondo a Buenos Aires obliga a reducir el optimismo. En tanto, el oficialismo no consiguió el apoyo suficiente para aprobar el Presupuesto 2022 con supuestos inconsistentes (inflación del 33% y dólar en \$131) para el año que viene y con una previsión de un déficit primario del 3.3% del PBI –mayor al que el FMI exigiría-. En este marco, la ausencia del 'plan plurianual' se prolonga y no ayuda a despejar la incertidumbre económica de los próximos meses.

En la primera nota de este newsletter hago énfasis en este plano macro de Argentina para explicar por qué es uno de los países con menor perspectiva de crecimiento en 2022. En la segunda nota Guillermina muestra un sector que se ha perfilado como la estrella del rebote en la industria. Por su parte, Daniel nos comparte un interesante análisis sobre la guerra de etiquetados y envases y cerramos esta edición atendiendo como siempre una inquietud de un lector y seleccionándoles cuadros y gráficos de variables claves.

Aprovechando este cierre, les reiteramos nuestros más sinceros deseos que el 2022 sea un año de buscar consensos y no verdades, para construir un futuro mejor.

Los saluda cordialmente



DR. SEBASTIAN AUGUSTE
Director Instituto de Economía

Las opiniones vertidas en esta publicación son de exclusiva responsabilidad de quienes la emiten y no representan necesariamente el pensamiento del Instituto de Economía, de la Facultad de Ciencias Económicas, la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires o sus autoridades. Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos parcialmente siempre que el extracto vaya precedido por una referencia completa al Instituto de Economía, FCE, UNICEN, seguida de la fecha de publicación del documento. En nuestra Web: <http://www.econ.unicen.edu.ar/ie/> puede suscribirse a este Newsletter. Para consultas o comentarios, escribir a instituto_economia@econ.unicen.edu.ar.

Escriben en este número



Dr. Sebastián Auguste

Doctor en Economía por la Universidad de Michigan, Ann Arbor, EE.UU. y Licenciado en Economía de la Universidad de Buenos Aires.

Es profesor en la Universidad Torcuato Di Tella y Director del Instituto de Economía en la UNICEN.



Lic. Guillermina Simonetta

Licenciada en Economía (UBA). Especialista en mercado de capitales (UBA-MERVAL-IAMC).

Es Asesora y analista de mercados. Investigadora Visitante del Instituto de Economía, UNICEN.



Dr. Daniel Hoyos

Doctor en Economía (ESEADE) y Magister en Economía de Gobierno (UDES).

Profesor Asociado del Departamento de Economía y Métodos Cuantitativos (UNICEN), Área de Especialización: Políticas Públicas.

Sumario

P4 -¿Qué esperar para el 2022?

Por Sebastián Auguste

P8- La recuperación post pandemia en la industria

Por Guillermina Simonetta

P12- Recalculando en la guerra de los envases..

Por Daniel Hoyos Maldonado

P19- Usted pregunta, IECON responde

P21- La coyuntura en gráficos

P23- Cuadro de variables financieras al cierre del mes.

¿Qué esperar para el 2022?

Por Sebastián Auguste

El año 2021 fue en todo el mundo un año de rebote luego de los efectos de la pandemia en el 2020. Los que más cayeron más crecieron, efecto rebote. La recuperación de la economía global en 2021 fue sorprendente pero desigual, tanto entre países como entre sectores económicos. Los servicios, como turismo, y los países emergentes, sobre todo Latinoamérica, son los más relegados en el rebote mundial. Este



ambito.com/opiniones/economia-argentina/

recupero viene acompañado de un incremento de la inflación a precios internacionales que cerraría el 2021 en 5%, un nivel de inflación alto para la historia reciente. Esta elevada inflación se debe en parte a las políticas monetarias expansivas que muchos países del mundo siguieron, pero también a disrupciones en la cadena productiva, producto de la pandemia que generaron escasez de algunos productos e inflación de precios por costos.

¿Qué esperar entonces a nivel global para el 2022? Creemos que las tensiones inflacionarias se irán diluyendo a medida que se normalice el aparato productivo global. Será clave aquí las políticas monetarias de los países desarrollados, y creemos que, si bien no de una manera drástica, irán deshaciendo su generosa política expansiva de pandemia. Si no surge ninguna sorpresa, los analistas están apostando por un 2022 de pandemia controlada, con mucha vacunación, lo que ayudará a la economía en su recupero. La oferta de crédito a nivel mundial es barata (hay exceso de dinero) y los hogares lograron ahorrar por la caída en el consumo en 2020, con lo cuál hay condiciones para financiar la inversión también. Esto es importante, porque no será un recupero basado sólo en el consumo, sino que también la inversión, que estuvo muy relegada en estos dos últimos años. Un riesgo en esta recuperación son los gobiernos, que por el momento no han estado muy ágiles en revertir sus políticas expansivas por la pandemia. El otro riesgo es la pandemia en sí. Como muestran los mercados en estos días, hay mucho temor a rebrotes del Covid, y actualmente mucha incertidumbre por las nuevas cepas. El mercado ha reaccionado muy negativamente, aunque

también son buenas excusas para tomar ganancias en un año que fue generoso en retornos financieros.

En este contexto, estimamos que el PIB mundial crecerá en 2022 cerca del 4% en términos reales. La Cenicienta en las proyecciones de crecimiento es Latinoamérica, que es por lejos la región que menos crecería, tan solo un 0,9%. Los países con mayores problemas en el barrio son Brasil, donde los analistas proyectan un 2022 para el olvido, con nulo crecimiento, y la Argentina, con un crecimiento muy tibio.

¿Por qué esta vez a Latinoamérica le va a ir peor que el promedio? Hay varios factores operando. Los países de la región tal vez creyeron que el shock transitorio de ingresos que tuvimos hacia mediados del 2000 sería eterno, y aumentaron el gasto público a niveles que luego no fueron financiados y les ha costado mucho ajustar sus cinturones a la nueva realidad. El caso de nuestro país es muy claro al respecto. Los países en general no fueron previsores en estos años de bonanza para estar mejor preparados para las épocas de vacas flacas. Es cierto también que la región ha sido muy golpeada por el COVID, pero más cierto aún es que la región parece haber entrado en un período de inestabilidad política y de agotamiento de los sistemas populistas del pasado. Existe un creciente nivel de tensión entre países por estas posturas. También se está viendo en casi todos los países que los oficialismos están perdiendo las elecciones, pero al mismo tiempo aumenta la polarización. El caso reciente de Chile es un muy claro ejemplo.

En este contexto global la economía argentina está rebotando de la caída del año pasado, y como todo lo que cayó mucho, rebota mucho. El sector agroexportador está dando una mano muy grande, con récord de exportaciones a pesar del tipo de cambio desfavorable. Cerraremos el 2022 cerca del 9% de crecimiento respecto a 2021. Este número parecería muy bueno si no fuera porque en la pandemia caímos 9,9%, por lo que por ahora no llegamos a recuperar los niveles pre-pandemia. Un gran problema es el déficit fiscal creciente, originado en gran medida por el agujero negro de subsidio de tarifas, con una recuperación de los ingresos tributarios que no ha sido tan fuerte. La contracara del creciente déficit fiscal es la creciente inflación, que se encuentra apenas por encima del 50% anual, pero con una perspectiva de alta inflación para todo el 2022.

En lo económico la Argentina tiene muchos frentes abiertos, algunas complicaciones autogeneradas. En el medio de este baile está el problema de la deuda externa, y la deuda con el FMI. El coqueteo no tan coqueto del gobierno y el FMI es más una lucha de ideas encubiertas con exceso de formalismo para hablarle a su público sin dañar la relación. El FMI tiene sus exigencias para negociar con el gobierno, y el gobierno necesita de esos fondos, los condimentos necesarios

para que la negociación sea exitosa, por lo que aquí no soy muy pesimista. Los cuatro pilares que pide el FMI son: a) reducción del déficit fiscal, b) eliminar la represión del tipo de cambio oficial, c) reducir la emisión monetaria para financiar el déficit fiscal, y d) subir tasas de interés para enfriar la inflación. De estos cuatro pilares, los primeros tres se caen de maduro, el cuarto es más debatible. En el pasado reciente no tuvimos una buena experiencia con tasas altas para reducir la inflación, que generaron mucho carry trade (ingreso de capital golondrina que venía al país para aprovechar las altas tasas de interés domésticas, aprovechando que el tipo de cambio estaba controlado).

Respecto al modelo que el gobierno venía impulsando, me parece más de lo que hicimos antes y nos fue mal. Se suceden una serie de desaciertos económicos bajo el paraguas de la ideología. Repetimos modelos que no funcionan, y generamos distorsiones en la economía que van erosionando más y más las bases del crecimiento. Un ejemplo es el de las tarifas de los servicios públicos. El gobierno, equivocadamente, intentó a través de congelar tarifas morigerar los incrementos inflacionarios, pero esto nunca funcionó en nuestro país, y parte de hecho de un error conceptual sobre qué es lo que genera la inflación. La inflación, sobre todo sostenida y elevada, es exclusivamente un fenómeno monetario, que se genera cuando la oferta monetaria se expande a una velocidad más rápida que la demanda. No es la puja distributiva, no son los monopolios, es la emisión. Como es un fenómeno monetario, ni frisar tarifas ni poner retenciones son herramientas antinflacionarias. Al revés, congelar tarifas puede generar mayores expectativas de inflación, porque los déficit de estas empresas encienden más el problema del déficit fiscal y genera una mayor emisión monetaria para financiar este déficit.

La pelea con el FMI tiene muchos componentes políticos. Al FMI le conviene acordar con la Argentina, que ha sido su mancha negra, pero sabe que necesita que el país tenga un plan. El gobierno necesita de los fondos del FMI denodadamente, pero le cuesta armar un plan macroeconómico consistente de mediano plazo. Además, el modelo económico que ha elegido la Argentina con el actual gobierno no genera muchos adeptos entre los analistas del FMI ni inversores externos, con lo cuál no hay mucho plan. Siempre está el debate si negociar con el FMI es claudicar y si eso afecta el crecimiento. Al FMI no lo votamos, y por ende lo que indique no tiene porqué representarnos, pero esta vez, las condiciones del FMI, en el contexto actual, parecen razonables y nos ayudaría, más que embarrarnos más. Nos obligan a debatir un presupuesto en el senado, a pensar un poco más allá del día a día, de armar un plan, y que ese plan tenga consistencia macroeconómica. Creo que nada de todo esto nos puede hacer mal. Además el FMI no te dice cómo llegas a la consistencia macro, sino que la tengas, eso tampoco afecta nuestra autonomía más allá de algunas generalidades básicas que deberíamos cumplir como país. Es como que los malos de la

película, el FMI, esta vez no están actuando tan de malos, y es una oportunidad que deberíamos tomar, porque no acordar es mucho más costoso para nosotros. La incertidumbre para el 2022 es alta, y dependerá mucho de lo político, como viene pasando a menudo en nuestro país. Esperemos el 2022 nos encuentre un poco menos polarizados y con mayor visión de mediano plazo, si eso está, lo económico se arregla.

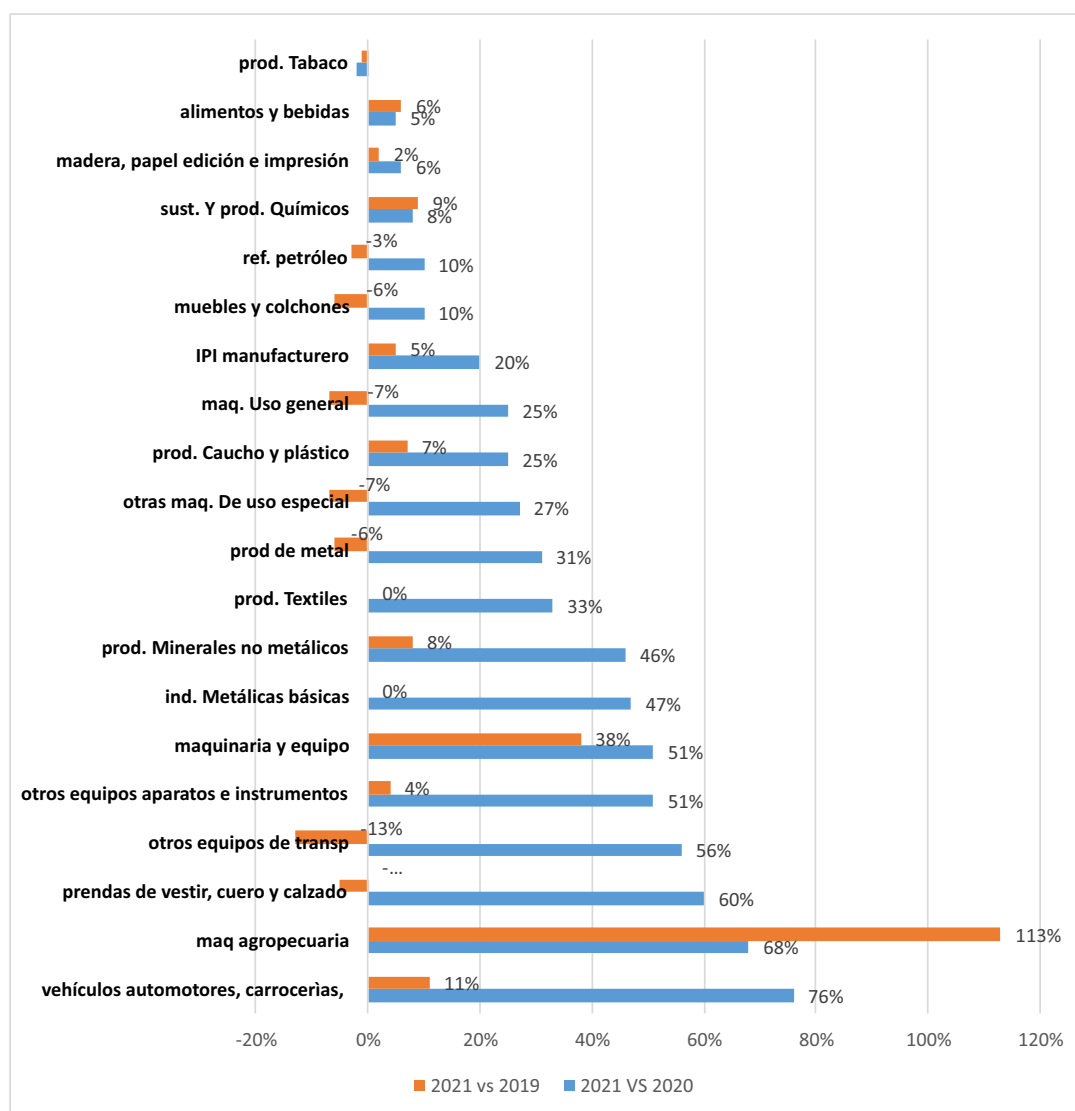


<https://blog.exportatuvalor.com/2021/07/06/2022-se-erige-como-el-ano-de-normalizacion-de-la-economia-y-estabilizacion-de-la-inflacion/>

La recuperación post pandemia en la industria

Por Guillermina Simonetta

Con datos hasta septiembre, puede observarse que la gran mayoría de los sectores industriales muestran en Argentina una importante recuperación respecto de 2020, ya que habían sido afectados fuertemente en su actividad. Sin embargo, el escenario en lo que hace a la recuperación de los niveles de actividad del periodo pre-pandemia, resulta más heterogéneo.



Entre las recuperaciones sectoriales sobresale el desempeño de **maquinaria agrícola**, que exhibe una recuperación de 113% en 2021 respecto de 2019, es decir considerando la situación pre pandemia, teniendo en cuenta la variación entre enero y septiembre de cada año. Entre los principales drivers de esta performance sectorial se encuentran la situación favorable de precios internacionales de commodities y buenas perspectivas climáticas, como también el financiamiento promovido, y el hecho que la inversión en maquinaria, además de potenciar la productividad agrícola, en ocasiones es vista como una forma de capitalizar los excedentes en el contexto actual de restricciones en el acceso a la compra de divisas.

Por tomar un ejemplo la tonelada de soja cotiza en torno a USD460, había arrancado el 2020 en valores de USD340, una mejora del 35,3% en estos dos años signados por la pandemia del covid-19, habiendo logrado en mayo de este año un máximo de recuperación de USD612 la tonelada,. Si esta oleaginosa logra estabilizarse en torno a los niveles alcanzados de USD 430 de principios de noviembre y romper la barrera de 465-470 en estas ruedas es factible que veamos un nuevo impulso de precios de corto plazo, y esa coyuntura siga sumando alicientes para que la producción de maquinaria agrícola se potencie en los meses que siguen.

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA SOJA EN CHICAGO, COTIZACIÓN DÓLARES POR TONELADA



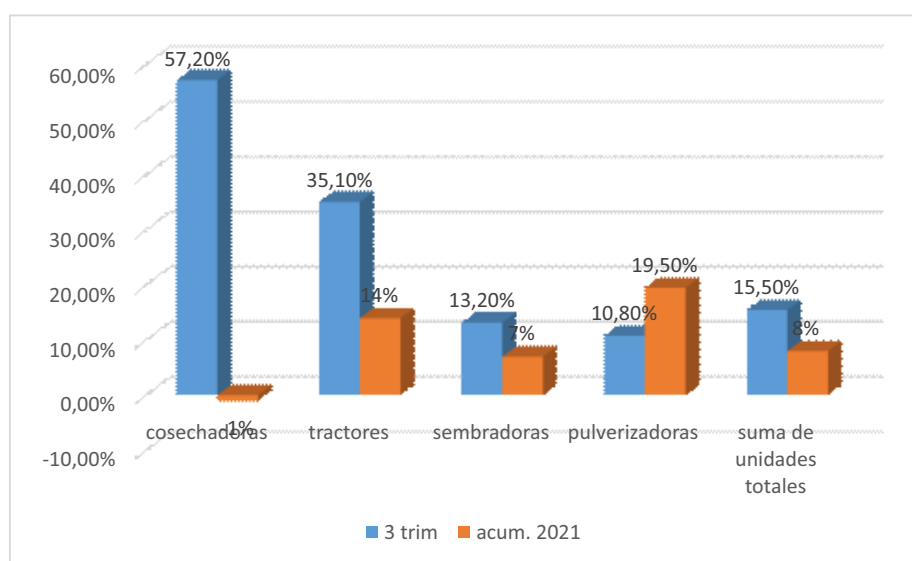
El sector de la maquinaria agrícola ha comenzado entonces un período de recuperación en cuanto a producción, ventas al mercado interno y precios en términos de dólar; y las expectativas positivas para los próximos años se basan en que el mercado local necesita renovar e incrementar su parque tanto en unidades como en tecnología.

INDICADORES DE CICLO DE MAQUINARIA AGRÍCOLA. AÑOS 2017 A 2021 (EN UNIDADES)

Indicador	2017	2018	2019	2020	2021
Producción de tractores	7037	4970	2857	3985	4780
Ventas de tractores	9696	6226	6264	6532	6320
Producción de sembradoras	2248	1656	1922	2060	2340
Ventas de sembradoras	2224	1758	2010	2511	3675
Producción de cosechadoras	989	576	322	472	490
Ventas de cosechadoras	1455	789	861	843	810

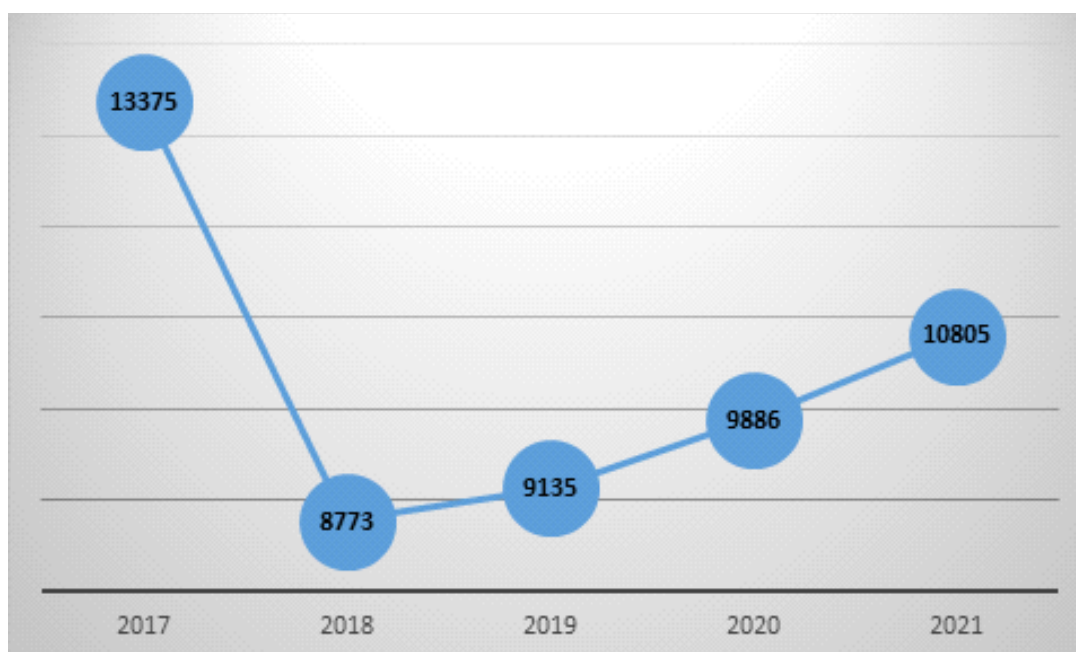
La producción de maquinaria agrícola pasó por momentos de fuerte tendencia a la baja desde el 2017 al 2019 en donde situaciones como altos costos, paridad cambiaria y menores precios de los commodities frenaron las plantas armadoras. La demanda poco presente significó dos temas a considerar: bajo ingreso de nuevas unidades y bajo ritmo de renovación. En consecuencia, no solo se produce un envejecimiento del parque, sino que se demora la incorporación de tecnologías de los equipos nuevos.

VENTA DE MAQUINARIAS AGRÍCOLAS EN 2021 - VARIACIÓN PORCENTUAL INTERANUAL



Las dificultades para importar y la inflación local que ubica a los productos nacionales en precios muy por encima de los regionales implican los mayores obstáculos. Una cosechadora usada en Argentina tiene mayor precio en dólares que una nueva en Brasil.

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA (UNIDADES)



La tendencia de recuperación que mostraron en 2020 y parte de 2021 los precios de los commodities es el factor más pujante para este sector, por el lado del trigo, la súper cosecha y precios record fueron un combo clave.

De acá en adelante será fundamental que el país empiece a generar bases de un plan económico más sólido que permita contener las presiones inflacionarias en lo local para poder mitigar riesgos desde el punto de vista mundial. Estos riesgos van desde los posibles rebrotes de la pandemia por las nuevas cepas, hasta las presiones de inflación mundiales.

La aceleración de la inflación internacional tendría un impacto más marcado en Argentina, ya que la dinámica de precios local trae una dinámica alcista muy elevada desde hace años, pujando el dólar al alza. Además, eleva la probabilidad de que se reduzcan los precios de los productos agroindustriales, afectando a las exportaciones, nuestro principal -y casi único- in flujo de divisas en un contexto de escasas reservas internacionales e imposibilidad de acceso al financiamiento externo hacen que de no revertirse en el corto plazo las perspectivas negativas sobre la conducción del país los impulsos que se vieron este año de recuperación industrial sean insuficientes para encauzarnos en un crecimiento sostenible.

Recalculando en la guerra de los envases.

Por Daniel Hoyos Maldonado

Si escuchamos la palabra “recalculando”, probablemente, vendrá a nuestra mente la sigla GPS (iniciales, en inglés, del Sistema de Posicionamiento Global). Esta tecnología tiene múltiples aplicaciones y, fundamentalmente, brinda datos que permiten mejorar la toma de decisiones en materia de transporte y localización.

Al mismo tiempo, el término “recalculando” nos induce a pensar que se ha producido un desvío respecto del plan original de navegación. Esta circunstancia puede ser fruto de un error cometido en la ejecución del plan mencionado o, alternativamente, puede tratarse de una nueva decisión que rectifica la planificación original.

De manera análoga, podría aplicarse la expresión “recalculando” para interpretar la política económica. Habitualmente, se plantea que el objetivo principal de la misma es alterar o rectificar los resultados alcanzados en el mercado, a partir de la libre interacción de los ciudadanos.

En este contexto, vale preguntarse sobre cuáles son las razones que motivan este comportamiento gubernamental tendiente a “enderezar” las decisiones de los agentes privados. Muchas interrogantes pueden surgir:

¿Los ciudadanos son miopes? ¿no son racionales? ¿actúan en contra de su propio interés?... y se podría seguir hasta el infinito.

No obstante, en mi opinión, hay tres principales motivaciones detrás del actuar de los gestores de la política económica: las preferencias, la información y la ideología.

Las preferencias: Los funcionarios pueden considerar que sus escalas de valores son “mejores” que las sustentadas por los ciudadanos.



Un claro ejemplo de este fenómeno es el argumento redistributivo. El funcionario podría cavilar en torno a: ¿por qué un determinado bien o recurso tendría que pertenecer solamente a un grupo de personas? ...pudiendo ser “redistribuido” en otro grupo que, incluso, podría tener una mayor cantidad de integrantes. Claro está que se trata de un simple cálculo aritmético que omite cualquier referencia al esfuerzo invertido para producir u obtener tales bienes o recursos.

La información: Se suele suponer que los gobernantes cuentan con mayor información que los ciudadanos. En algunos casos, esto debería ser así como, por ejemplo, en temas vinculados a la seguridad.

Sin embargo, la burocracia suele tener la curiosa afición de pretender tener un conocimiento superior en otras ramas de la actividad humana. Precisamente, en aquellas en las que los ciudadanos desarrollan como medio de vida.

En el mejor de los casos, las oficinas gubernamentales pueden convertirse en grandes repositorios de datos. Luego, acumular millones de “bits” en las computadoras de las oficinas públicas no significa que el estado cuente con mayor calidad informativa para resolver las cuestiones de fondo.

En Argentina, los ejemplos abundan. Probablemente, la secretaría de comercio interior es una repartición especializada en esta actividad. Para ilustrar este punto, se pueden mencionar un par de iniciativas: (i) el SEPA (Sistema Electrónico de Publicidad de Precios Argentinos) una majestuosa base de datos de los precios minoristas de más de 70.000 productos; y (ii) el SIPRE (Sistema Informativo para la Implementación de Políticas de Reactivación Económica), que obliga a más de 1.000 empresas a declarar mensualmente los precios y cantidades vendidas de sus productos intermedios y finales. Adicionalmente, el INDEC recopila, mensualmente, más de 320.000 precios para elaborar el índice de precios al consumidor.

Evidentemente, el gobierno argentino tiene muchos datos disponibles sobre precios, pero, es claro, que poco le sirven para abordar, exitosamente, el problema de la inflación.

La ideología: En realidad, una mejor aproximación al tema sea la planteada por Mendoza, Montaner y Vargas Llosa (1998)¹: la enajenación ideológica. Esta expresión, acuñada en su libro Fabricantes de Miseria, hace referencia a “...a sistemas, valores o simples intuiciones que, al final del camino, negaban la libertad...”

Si bien los autores la formularon pensando en ciertos intelectuales latinoamericanos, podría ser aplicada, análogamente, a la denominada “clase o casta política”. En Argentina, particularmente, el grupo dirigente ha adoptado, hace décadas, una perspectiva sesgada y prejuiciosa – en general

opuesta, a las soluciones prácticas adoptadas en el mundo desarrollado – que han limitado las opciones de política económica, conduciendo a que buena parte de la sociedad viva por debajo de la línea de pobreza.

En el caso argentino, la combinación de estos tres factores se convierte en un lugar común que emerge ante cada “nuevo problema”. La consecuencia: propuestas de “solución” evidentemente alejadas del óptimo y, por supuesto, de las experiencias exitosas a nivel internacional.

El ejemplo: la guerra de los envases

En 2021, de manera similar que Don Quijote con los molinos de viento, el gobierno decidió emprender una guerra contra los envases. Y, en este contexto belicoso, se ha empeñado en proponer y adoptar las peores “soluciones” disponibles en el planeta y sus alrededores.

El primer round de esta pelea se dio en marzo de este año. En esa oportunidad, se creó el SIFIRE (Sistema de Fiscalización de Rótulos y Etiquetas). Ignorando el régimen penal preexistente, la secretaría de comercio interior decidió “evitar” el surgimiento de ventajas comerciales a partir de *la existencia de vacíos informativos y la inclusión de mensajes con expresiones ambiguas o incompletas* en los rótulos y etiquetas de los productos.

¿Cómo lograría, la secretaría, talpreciado objetivo? Creando otra base de datos...

Así, las empresas proveedoras de alimentos, bebidas, perfumería, aseo, cuidado personal y limpieza del hogar tienen que presentar a dicha secretaría documentación específica de cada producto.

Imagine, por un segundo, un supermercado. Trate de visualizar la variedad de productos que se exponen en las góndolas. Bueno, la mencionada secretaría exige que cada compañía le presente:

- (i) gráficos a colores del rótulo y etiqueta para cada una de las presentaciones de cada producto;
- (ii) datos del importador/fabricante;
- (iii) marca o modelo, artículo o nombre del producto;
- (iv) país de origen;
- (v) descripción y composición de los productos fabricados o importados;
- (vi) información completa de sus componentes, materias primas, aditivos, métodos de elaboración y fraccionamiento o envasado;
- (vii) propiedades y prescripciones o indicaciones para consumo.




Un evidente sinsentido, mayores costos para las empresas que, consecuentemente, terminan pagando los consumidores.

No conforme con lo anterior, se desarrolló un segundo round en esta batalla: la ley del etiquetado frontal.

En esta oportunidad, cada envase deberá lucir un octógono indicando si se excede de determinados parámetros en azúcares, grasas, calorías o sodio. A pesar de las buenas experiencias mundiales, se ha decidido adoptar la peor “solución”: no se informa...informando.

A qué me refiero: el famoso octógono, por ejemplo, no aporta nada respecto al perfil nutricional de los alimentos.

En el mundo, ¿se ha resuelto mejor? Repasemos algunos casos.

	Reino Unido
	Australia
	Francia

¿Cómo funcionaría?



Si se hubiere adoptado un sistema como el francés, por ejemplo, el consumidor podría evaluar comparativamente los productos, adicionando información para su decisión.

Si bien, en Argentina, se utiliza un instrumento similar para categorizar la eficiencia de los diferentes artefactos hogareños en el consumo eléctrico, se decidió por un mecanismo que solo aporta datos obvios como se desprende de la imagen.

Entiendo que las palabras sobreabundan, pues, las imágenes son suficientemente descriptivas. Cuál ha sido la conclusión de este segundo round. El gobierno se inmiscuye en una cuestión que, evidentemente, no ha sido estudiada de manera profesional, proponiendo una alternativa inapropiada y que solo contribuye a agregar más confusión.

Ahora bien, que hay en el trasfondo de ambos rounds: varias presunciones, ciertamente discutibles. Por un lado, se infiere cierta desconfianza de los gobernantes hacia el comportamiento de los directivos de las empresas. Pareciera que éstas se encuentran conducidas por unos seres amorales cuya función sería engañar, estafar, vender malos productos, etc. al público.

En realidad, las compañías están sujetas a la competencia y tienen que realizar su mejor esfuerzo

para no ser desplazadas por sus adversarios, tanto en precios como en calidad. Todos recordamos muchos productos o servicios que fueron líderes, en algún momento, y hoy han desaparecido.

¿Pueden existir comportamientos fraudulentos? Por supuesto, pero para eso está el código penal y la justicia, no las presunciones basadas en prejuicios ideológicos.

Al mismo tiempo, se califica a los ciudadanos, en su rol de consumidores, como si fueran “cajas bobas” que no tienen libertad de elección, y se encuentran obligados, por las corporaciones, a comprar compulsivamente productos que los perjudican. En verdad, más que sellos en las etiquetas, las personas necesitan una mayor disponibilidad de bienes entre los que elegir, como ocurre en las mejores economías capitalistas.

Claro está que para que esto ocurra, se necesita un buen clima de negocios, desregular la actividad económica y una menor presión fiscal que potencie la inversión para lograr un mayor nivel de producción y de variedades de bienes y servicios.

A la par, las medidas también incluyen presunciones relativas al comportamiento del estado. Así, se asume que el estado está conformado por seres angelicales cuya única finalidad en la vida es ser servidores de un hipotético bien común. Esto ya fue refutado por autores como Buchanan, Tullock, entre otros. Los gobernantes, como cualquier ser humano, tienen agendas propias y tratan de maximizar su bienestar. La diferencia está en el hecho que detentan el monopolio de la fuerza ejerciéndolo sobre el resto de los ciudadanos, en cuestiones que no son de su incumbencia.

En tanto, el último supuesto es la superioridad informativa que, como ya vimos, es una simple acumulación de datos que no conduce, necesariamente, a resolver problemas reales.

Finalmente, en estas últimas semanas, se ha desarrollado, en el parlamento, el tercer round de esta particular guerra contra los envases.

Este round tiene un nuevo título: Ley de Gestión Integral de Envases, Responsabilidad Extendida del Productor, e Inclusión de Trabajadoras y Trabajadores Recicladores. La supuesta temática: el cuidado ambiental.

La realidad: La creación de un nuevo impuesto, disfrazado de tasa ambiental.

El tema da para mucho, pero me voy a concentrar en tres aspectos que hacen a la lógica de este artículo.

En el mundo se usan impuestos o tasas ambientales para generar incentivos que cambien la conducta de quienes generan residuos: los consumidores. En Suiza, por ejemplo, cada persona que desecha residuos debe pagar en función del peso de los mismos, generándose así incentivos para atenuar su volumen. Por el contrario, aquí se pretende cobrar un tributo a las empresas, por lo que no se van a generar cambios en el comportamiento de los consumidores, que es lo hipotéticamente buscado.

El diseño del tributo es como mínimo malo desde el punto de vista de la seguridad jurídica y de la igualdad de trato. La alícuota del impuesto es indefinida como así también las exenciones. Cada firma debe estimar la alícuota para cada producto en función de una difusa fórmula, contemplada en el proyecto de ley. De esta manera, hasta tanto no rigiera la prescripción, la AFIP podría plantear un ajuste retroactivo de la cuantía del impuesto si tuviera una opinión diferente respecto al modo de cálculo de la citada fórmula.

Adicionalmente, la base de cálculo del gravamen, también, será distinta aún para aquellos bienes que presenten envases de igual material, formato y contenido, pues, dependerá del precio de los bienes que se comercialice.

Por último, a diferencia de la experiencia mundial donde las iniciativas de este tipo tienden a ser desarrolladas en forma descentralizada – respondiendo a cada realidad territorial – aquí se asume un enfoque centralizado, tanto en lo referido al manejo financiero como a la selección de proyectos. En definitiva, todas estas iniciativas tienden a agregar nuevos hilos en la telaraña argentina, en palabras de Carlos García Martínez² quien, a la distancia, resume en una frase todo este experimento que hemos descripto como la guerra de los envases:

“...para satisfacer su prurito de originalidad que demuestre a todos su alto vuelo mental, son capaces de retorcer la vida social a un punto tal que los sofistas parecen niños de pecho comparados con sus malabarismos de conceptos y palabras...”



¹ Mendoza, P.A., Montaner, C.A. y Vargas Llosa, A. (1998) *Fabricantes de Miseria*. Plaza & Janés Editores, S.A., Barcelona.

² García Martínez, C. (1969) *La telaraña argentina*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires.

Usted pregunta, IECON responde

Lo invitamos a enviarnos su consulta antes del 10 de cada mes para que nuestro equipo pueda darle una respuesta a sus consultas.

instituto_economia@econ.unicen.edu.ar



Marisa: ¿Cuáles son las tendencias más fuertes que ven para comercios en lo relativo a e-commerce?

IECON: Son varias las tendencias que se verifican que siguen en boga en este escenario post-pandemia.

Por mencionar algunas:

1- Se observa un cambio de la Omnicanalidad al D2C (Direct to Client)

Los productores corporativos están tratando de construir canales para llegar al consumidor con menores niveles de intermediación.

Según Forbes, a nivel global, se espera que durante los próximos 3 años crezcan 40% los canales D2C de las empresas productoras

- En Argentina UNILEVER se asoció a RAPPI para comercializar sus productos door to door.
- Felfort y Arcor venden y envían directo a domicilio.
- En USA la cadena CVS y Amazon realizan ya el D2C

Incluso a nivel internacional se potencia esta línea con aerolínea de drones directo a domicilio: UPS, CHINA DELIVERY y DHL preparan flotas de drones

2- Clientes

En un contexto de retracción del consumo, el e-commerce potenció en 2021 su expansión, ganando terreno sobre las compras presenciales. Las empresas que lograron incrementar sus ventas online, fueron las que prestaron especial atención al perfil de los nuevos consumidores, sus necesidades y forma que realizan las búsquedas (palabras clave, AdWords/publicidad, etc.) Los datos de SEMrush recopilados mediante la herramienta Análisis del tráfico muestran un tráfico mensual medio global eCommerce en todas las industrias de alrededor de 17.000 millones. Alrededor del 60% de todo el

tráfico ecommerce es Directo, lo que indica el papel que juega el reconocimiento de marca y la fidelidad del consumidor para cualquier negocio de venta online.

3- Búsquedas por voz

Entre las tendencias de eCommerce para 2022 a nivel tecnológico se observa el reconocimiento de voz. La voz es **una solución excelente para desarrollar ese vínculo entre el cliente y la empresa**, dejando a un lado la frialdad que supone normalmente la compra por internet.

4- La importancia del quick-commerce

Las personas cada vez quieren dedicar menos tiempo al proceso de compra. Por eso, el comercio rápido promete convertirse en una de las tendencias clave, siendo básica la agilidad de los comercios electrónicos a la hora de realizar los envíos. Esto es un punto clave que determinará que el usuario repita sus compras o que, directamente, apueste por la competencia.

5- Imposición del social commerce

La importancia cada vez mayor del marketing de influencers y la concienciación de las marcas sobre el valor añadido que tiene invertir en campañas que pongan el foco en la recomendación de los creadores de contenido en redes sociales marcará un antes y un después este 2022, donde las marcas seguirán apostando por la puesta en marcha de estrategias en las que las redes sociales se sitúen en el centro a la hora de vender sus productos y servicios.

6- La importancia del producto de proximidad

Cada día se genera más debate y reflexión sobre la importancia de apostar por las compañías próximas a los consumidores en un mundo en el que cada vez existe más conciencia sobre dónde gastamos nuestro dinero. Así, una de las tendencias más seguras de eCommerce en el 2022 será el auge de los productos de proximidad, no solo en lo referente a la alimentación.

Dedicar tiempo y espacio a explicar quiénes somos, cómo trabajamos y la importancia que le damos al cuidado de nuestros productos y servicios, así como al cuidado de nuestra comunidad, puede marcar que un cliente apueste o no por nosotros.

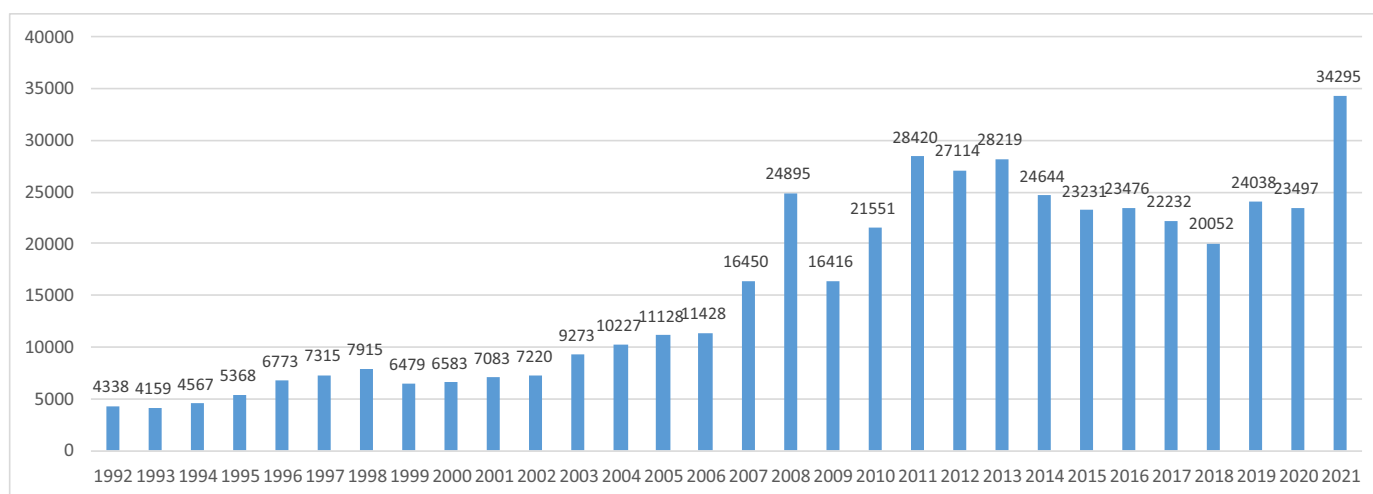
7- El consumismo sostenible

Es una dirección impulsada por las nuevas generaciones, cada vez más preocupadas por el medioambiente. Diferentes estudios indican que el consumidor verde está dispuesto a pagar entre un 15% y un 20% más por productos ecológicos. Estos mismos informes demuestran sus preferencias por los productos fabricados con materias primas biodegradables y por los envases fácilmente reciclables. En este aspecto, el **marketing ecológico** jugará un papel fundamental en los próximos meses.

La Coyuntura en gráficos

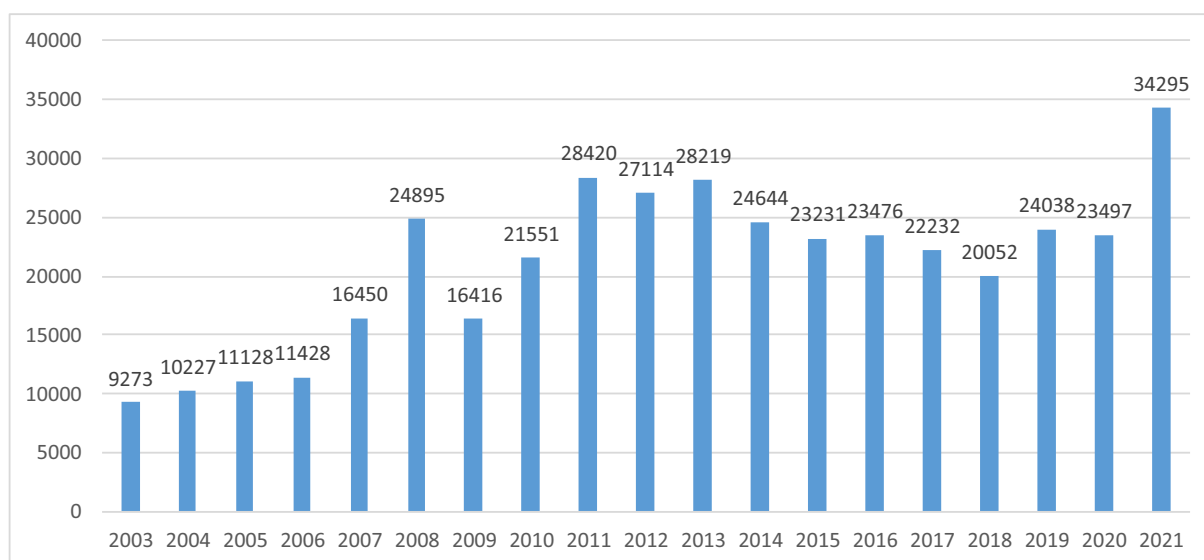
EXPORTACIONES DE CEREALES, OLEAGINOSAS Y SUS PRINCIPALES DERIVADOS INDUSTRIALES (ACEITES, HARINAS)

Acumulado 10 meses, período 1992-2021 en millones de dólares



EXPORTACIONES AGROINDUSTRIALES

Acumulado 10 meses. En millones de dólares



DEUDA PÚBLICA NETA DE RESERVAS COMO % DEL PBI

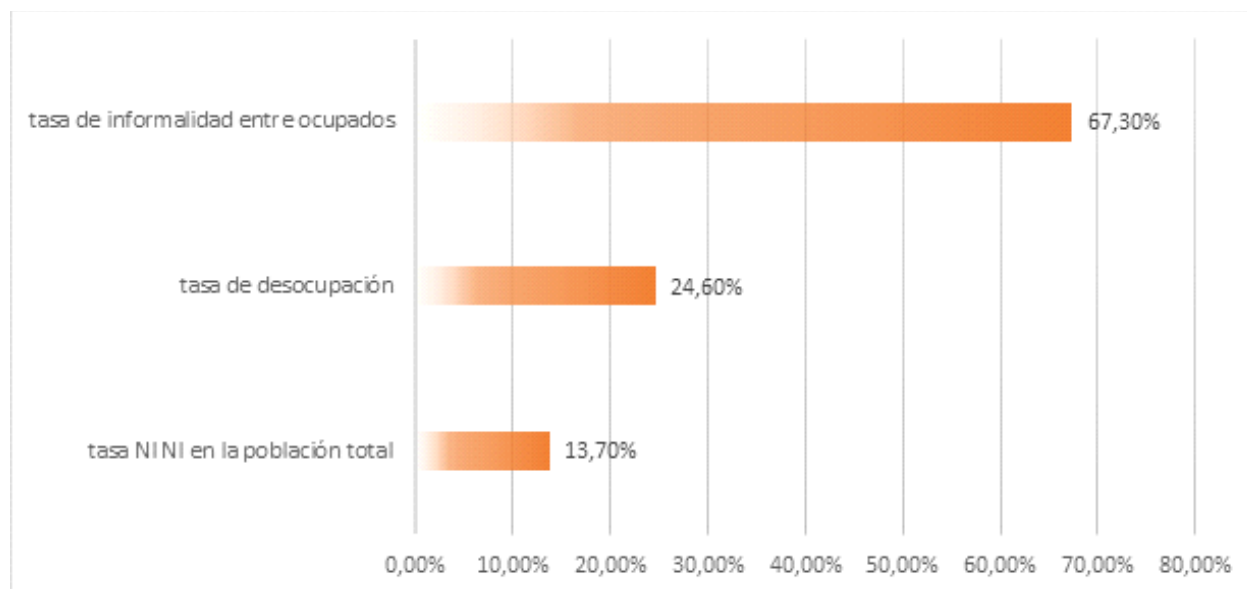
* incluye pasivos remunerados del BCRA, excluye deuda intra sector público.

	2011	2019	2021
Brasil	37.00%	54.70%	58.80%
Argentina	15.60%	44.60%	53.30%

En Brasil, que no recurre a la emisión monetaria para financiar al Tesoro y, a pesar del gigantesco déficit de 2020, la deuda pública aumentó la mitad de lo que lo hizo en la Argentina en términos de cada PIB.

SELECCIÓN DE INDICADORES QUE RESUMEN LA VULNERABILIDAD DE LOS JÓVENES EN EL MERCADO LABORAL

Segundo trimestre 2021



En Argentina, el 52,7% de los jóvenes de entre 18 y 24 años se encuentran con problemas de inserción social, ya sea laboral o educativa.

CUADRO DE VARIABLES FINANCIERAS EL 13 DE DICIEMBRE DE 2021

VARIABLES FINANCIERAS	13/12/2021	VARIACION YTD - 2021
DÓLAR OFICIAL EN ARGENTINA - VENTA	106,75	19,61%
DÓLAR CCL EN ARGENTINA	205,24	46,33%
DÓLAR EN BRASIL (VS.REAL)	5,64	8,51%
RIESGO PAÍS -EMBI+ ARGENTINA JPMORGAN	1721	25,44%
INDICE S&P Merval (ARGENTINA)	82430	60,62%
DOW JONES (USA)	35703,00	16,65%
BOVESPA (BRASIL)	108027	-9,23%
SOJA . MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	457,55	-3,99%
MAIZ. MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	219,00	17,24%
TRIGO. MERCADO INTERNACIONAL USD POR TONELADA	290,64	23,45%
PETROLEO WTI -USD POR BARRIL	71,16	46,66%
ORO - USD POR ONZA	1787,50	-5,59%
TASA BADLAR ENTIDADES PRIVADAS EN \$	34,25%	0,00%
PLAZO FIJO 30 DÍAS EN \$	33,75%	-0,74%
BITCOIN	47.364,00	63,32%