

RECORD EN LA CANTIDAD DE PLASTICOS

# El uso de las tarjetas crece el 31% por el Mundial y las 50 cuotas

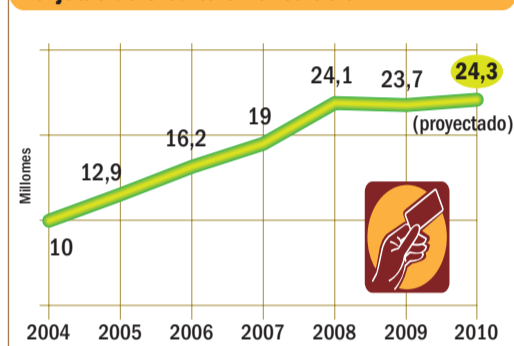
Mientras las empresas siguen teniendo problemas de financiamiento, el crédito para el consumo se expande debido a varias causas que también incluyen las distintas celebraciones como el Bicentenario

y el Día del Padre, y las mejores expectativas de la gente. Se espera que este año circulen más de 24 millones de tarjetas de crédito, un récord histórico que movería casi 50 mil millones de pesos. Espe-

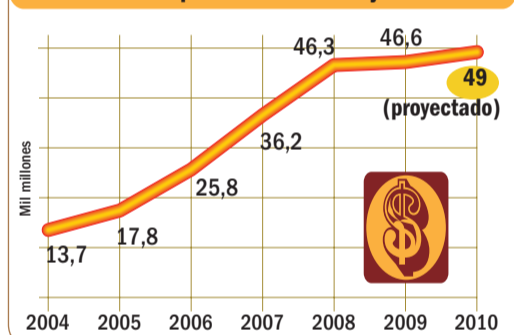
cialistas advierten sobre los costos ocultos de estos mecanismos de endeudamiento, como los gastos por emisión de resúmenes, renovación de plásticos, mantenimiento de cuentas y refinanciación.

## Las tarjetas de crédito en Argentina

### Tarjetas de crédito en circulación

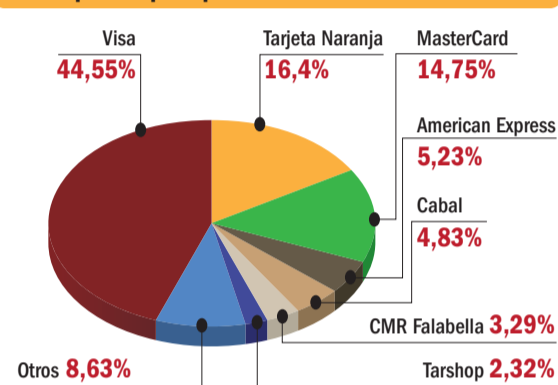


### Monto de las operaciones con tarjeta

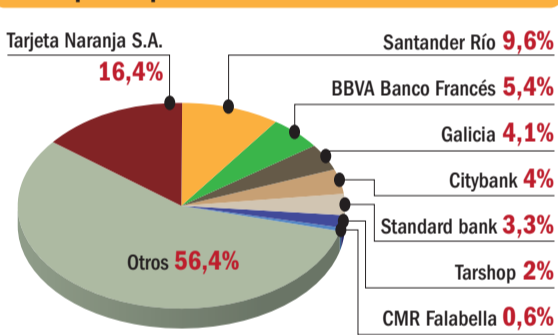


Fuente: Euromonitor International.

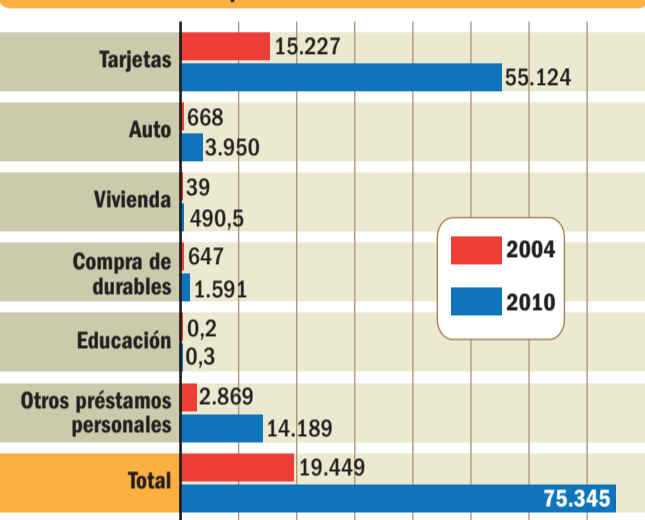
### Participación por operador



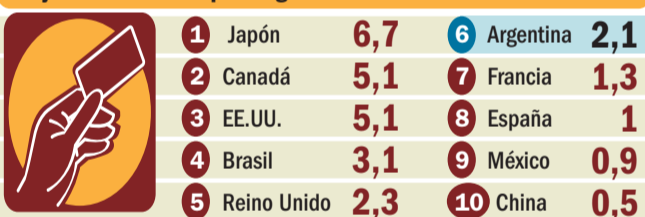
### Participación por emisor



### Destino de todos los préstamos al consumidor



### Tarjetas de crédito por hogar



**PEDRO YLARRI**  
El señor González se arrima al mostrador y mientras saca la billetera del bolsillo le dice en tono firme al vendedor que le dé un televisor de cristal líquido de 42 pulgadas, alta definición, con 1.080 líneas, escaneo progresivo y sonido envolvente... "en, por favor, 50 cómodas cuotas". Lo mismo hizo su vecina la señora García y otras decenas de miles de argentinos, quienes por una sumatoria de "efectos" (Mundial, Bicentenario, cosecha récord, etc.) se están volcando al consumo de bienes durables a través del mismo vehículo: las tarjetas de crédito.

Fomentados por promociones de los bancos desde marzo, los créditos al consumo mediante tarjetas de crédito crecieron el pasado mayo un robusto 31,3 por ciento respecto del mismo mes del año pasado, aseguró el Ieral-Fundación Mediterránea en un informe al que tuvo acceso PERFIL. Mientras tanto, bancos, economistas, consultoras y universidades pronostican que el incremento en junio podría ser superior por el exitoso Día del Padre de la semana pasada, (cuando se expandió 35 por ciento el gasto



**PRETEXTO.** El Día del Padre fue otra excusa de los emisores de plástico para crecer; tuvieron éxito.

según CAME), una mayor confianza de la gente en la economía y el "apoyo indirecto" del Gobierno.

El Ieral consideró una "buena noticia" que el crédito se haya "reactivado luego de un magro 2009", aunque lamentó que "continúan cayendo en términos reales" los empréstitos hacia empresas (ver recuadro). Según economistas del instituto, "habrá que aguardar para definir si hay un cambio de tendencia o si el fenómeno obedece a la fiebre mundialista". Hasta hoy, las proyecciones de consultoras y economistas indican que el crédito en términos corrientes llegará en 2010 a un "récord histórico" al igual que la cantidad de tarjetas de crédito en circulación (ver infografía).

**Cin-cuenta.** Los planes de cincuenta cuotas sin interés y los descuentos de hasta 20 por ciento comenzaron tras el verano, a principios de marzo, por iniciativa de Santander Río y BBVA Banco Francés, los bancos líderes en emisión de plásticos en el país, con casi 25 por ciento del mercado en 2008, según datos de la consultora británica Euromo-

nitor Internacional, cedidos a PERFIL.

“Con estos planes, en primer término, ganan todos: las casas de electrodomésticos venden más, los bancos se garantizan un cliente por cuatro años y dos meses, las tarjetas de crédito pueden obtener rédito con la refinanciación y el cliente obtiene un producto de alta tecnología de una forma que de otra manera no hubiera podido comprar”, explicó a este diario Guillermo Beyrne, de Abeceb.com. “Pero claro, existe detrás una decisión política de promover el consumo”, añade.

Según el economista, los locales de venta transfieren la deuda que asumen los consumidores a los bancos con los que se asocian, y éstos, luego, venden ese paquete de préstamos en el mercado de capitales, un procedimiento que se conoce como “securitizar”. En definitiva, explica Beyrne, es el Gobierno a través de la Anses el que adquiere esta deuda

Los bancos y casas de electrodomésticos lanzan promociones; pero es al final el Gobierno, a través de la ANSES, el que fomenta el consumo y lo hace a pérdida, dice un experto de Abeceb.com

y permite que la rueda siga girando. Y lo hace perdiendo plata, porque estos papeles “pagan un interés más bajo que la inflación”.

Datos de la consultora Abeceb.com dicen que el récord histórico de créditos personales se registró en el primer semestre de 2008, “cuando los préstamos al sector significaban el 18 por ciento de la masa salarial, hoy está en 16 por ciento”, aunque en ascenso. Al ritmo del crecimiento actual, en 2010 se registrarían ventas por 49 mil millones de pesos a través de 24,3 millones de tarjetas de crédito, un nuevo récord histórico, según proyecciones del mercado.

Es que desde el 27 de febrero pasado, cuando las duplas Garbarino-Santander Río y Frávega-BBVA Banco Francés lanzaron promociones de 20 por ciento de descuento y pago en 12 cuotas sin interés para la compra de LCD y notebooks, las cadenas importantes sellaron acuerdos con bancos o lanzaron ofertas con sus propios medios de pago.

Cumplida la primera fase del Mundial, los éxitos fueron “importantes”, dicen fuentes de la industria. La consultora GFK Argentina estimó que en abril se vendió el 400 por ciento más de televisores LCD que en el mismo período del año anterior, y que la tendencia se incrementó en mayo y



DEME DOS. Los electrodomésticos viven un boom de ventas como no se veía hace años.



UNICO. El Mundial es una oportunidad única en todo el planeta para estimular ventas de todo tipo.

## Los riesgos de una vieja estrategia

GABRIEL CURÍ\*

El Mundial de fútbol de Sudáfrica ha despertado una vez más el ánimo de los consumidores por estar más cerca de sus equipos y también el de los estrategas del marketing, que buscan satisfacer esos deseos recurrentes cada cuatro años. Ante la llegada de una competencia tan popular como es el Mundial y conociendo la pasión de los argentinos por el fútbol y la Selección, aparece en el horizonte de las empresas las estrategias para alimentar los dos principales motores a satisfacer.

Uno de ellos es el merchandising, como se suele nombrar al lanzamiento de productos y servicios alusivos; en este caso, al Mundial. En segundo término, aparece por supuesto la televisión. Un aparato que adquiere en estos momentos un significado especial. Para muchos, la TV es la forma de estar lo más cerca posible de esa pasión por la Selección. Por lo que una mayor fidelidad y tamaño de la pantalla es directamente proporcional a la fantasía que genera de acortar las distancias y de verlo como si estuvieras ahí.

El Mundial también es para los consumidores una buena excusa para renovar la tecnológica... al menos la del televisor. Es que a diferencia de otros productos durables de nuestro hogar, que renovamos sólo cuando el costo de repararlos es más alto que el de comprar uno nuevo (como el lavarropas y la heladera), la TV es uno de esos objetos de culto que renovamos aun cuando el que tenemos todavía funciona.

Detrás del fenómeno aparecen las marcas, que con el fin de ganarle a la competencia están siempre dispuestas a generar promociones junto con los canales de venta y los bancos emisores de tarjetas. Los bancos financian las compras hasta en 50 cuotas sin interés, buscando la fidelización y la captación de nuevos clientes. El Mundial así es una oportunidad para el posicionamiento de su marca y de añadirle valor mediante los descuentos y beneficios.

Pero no todas son buenas noticias. Como advertiera PERFIL el 11 de abril, existe otra cara oculta de este fenómeno que muchas veces el consumidor no ve. Uno de ellos es el sobreprecio en dólares que está pagando por la tecnología y en segundo lugar, los costos encubiertos: emisión del resumen de la tarjeta, renovación del plástico. Además, en caso de tener que refinanciar, el interés duplica el descuento recibido.

Para la economía, el balance es dispar: así como el Mundial recalienta la demanda de ciertos productos, enfría la de otros, por ejemplo los espectáculos y otras salidas. ■

\* Publicitario. Director de la Licenciatura en Comunicación Publicitaria e Institucional de la UCA.

junio. Como resultado de las promociones, se estima que se venderán 900 mil televisores de plasma, LCD o LED este año, y que la cantidad de notebooks superará por primera vez a la de computadoras de escritorio.

Lejos de terminarse las promociones, algunos bancos ya las extendieron, como el caso del Santander Río y Despegar.com, que ofrecen cincuenta cuotas sin interés en pasajes aéreos, algo que no se veía desde los 90. Los centros de compra también reforzaron las promociones por temor a una menor afluencia de consumidores por el Mundial, mientras que las casas de electrodomésticos, al menos Garbarino y Frávega, estudian extenderlas a la llamada “línea blanca”, como heladeras y lavarropas, dos sectores que se mantuvieron al margen durante el Mundial.

El ritmo de la expansión es tan importante que hasta los supermercados chinos no quisieron quedarse afuera. Por

La expansión del crédito es tan importante que ni los supermercados chinos quisieron quedarse afuera, y por eso firmaron un convenio para aceptar tarjetas en tres mil de sus locales

eso, una de las entidades que los agrupa firmó esta semana un convenio con Banco Provincia para reducir costos y facilitar la operatoria con tarjetas. “No queremos quedar excluidos o fuera del sistema, así que firmamos el convenio para reducir los costos de mantener una cuenta corriente y poder trabajar con tarjetas”, explicó a PERFIL la presidenta de la Cámara Empresarial de Desarrollo Argentino y Países del Sudeste Asiático (Cedeapsa), Yolanda Durán, según la cual, de los tres mil supermercados de origen asiático reunidos en esa entidad, sólo 20 por ciento acepta tarjeta de crédito Visa, Mastercard y Diners.

Más alegría. Las promociones y el Mundial no fueron los únicos “efectos” que promovieron el consumo. Según una encuesta de Management & Fit, realizada entre el 27 y 28 de mayo –y publicada en exclusiva por PERFIL a fin de ese mes–, el 72 por ciento de la gente cree que el festejo por el Bicentenario cambió





DE TODO. Los shoppings también viven una fuerte expansión. La vedette son los televisores LCD, cuyas ventas aumentaron un 400 por ciento.

► Viene de pág. 55

el humor de los argentinos, lo que podría traducirse en mejores expectativas a mediano plazo y mayor propensión a comprar y a endeudarse.

Los datos fueron confirmados por dos encuestas que la Universidad Di Tella realiza todos los meses. El llamado Índice de Confianza del Consumidor (ICC), dijo el responsable de su elaboración, Guido Sandleris, se recuperó en mayo el 11,8 por ciento respecto de abril, "la máxima variación positiva desde junio de 2003", y 24,3 por ciento frente a 2009.

El otro índice, que mide la confianza por la gestión gubernamental, creció 15 por ciento respecto de abril y 34 por ciento desde febrero, añadió Sergio Berensztein, del Departamento de Ciencia Política y Gobierno de esa casa de estudios.

### Crédito a empresas, una materia pendiente

Mientras el crédito al consumo se vislumbra como la revelación de 2010, los empréstitos a empresas están jugando otro partido. Las tasas altas, la imposibilidad de financiarse fuera del país, la insuficiente ayuda estatal y los requisitos insufribles que requieren los bancos están ganando la batalla, una vez más, y no hay reactivación para este sector. Según el informe de Coyuntura del Ieral-Fundación Mediterránea, los préstamos destinados a empresas crecen a un ritmo interanual de diez por ciento, por debajo del total de crédito privado, que es de 12,5 por ciento, y, por supuesto, por debajo de la inflación. Esta semana, el empresario Eduardo Costantini, desarrollador del barrio Nordelta, se animó a decir en voz alta lo que para gran parte del sector empresario ya es un "lugar común": se quejó de las "complicaciones" que tienen para acceder al crédito, al tiempo que consideró esa escasez "una desventaja que tenemos respecto de otros países de América latina". Según Costantini, "hay muy

poco crédito en el país y a nivel internacional, las tasas para acceder a préstamos son altísimas. Por eso, hay que hacer prácticamente todos los proyectos con recursos propios". El Gobierno, mientras tanto, lanzó el 31 de mayo pasado créditos por 8 mil millones de pesos del Banco Central destinados exclusivamente a pymes, que tendrán una tasa fija de 9,9 por ciento anual en pesos, a cinco años. "Profundizaremos el proceso de industrialización para defender la producción nacional", dijo la presidenta Cristina Kirchner durante la presentación. Para la directora de la consultora M&F, Mariel Fornoni, "de acuerdo con los anuncios, pareciera de importancia vital para la economía... aunque quedan bastantes interrogantes que plantear e intentar responder" ya que el nuevo programa apenas representa el 5 por ciento de aumento en los créditos al sector privado, algo que no agregaría un "cambio en la dinámica" crediticia. Otra duda, agregó, "surge en cuanto al criterio de asignación" de esos recursos.

"Las expectativas económicas de los argentinos exhibieron su tercera mejora consecutiva en la medición de mayo por una gran incidencia de las opiniones favorables a la coyuntura para la compra de bienes durables", destaca el informe de junio del Índice General de Expectativas Económicas, elaborado en conjunto por TNS Gallup y la UCA.

Con tanto consumo y crédito, pocos argentinos ahorran. Una encuesta reciente de la consultora Poliarquía reveló que sólo una de cada tres familias argentinas decide -o puede- ahorrar. El resto se gasta todos los ingresos del mes o no llega a cubrirlos.

El 30 por ciento de los consultados "está pagando algún crédito o deuda que ha solicitado en el pasado" o tiene algún miembro de la familia que lo hace. De ellos, el 72 por ciento le debe a un banco o a otra institución financiera, el 11 por ciento tiene un crédito "a sola firma" y el 6 por ciento "compra en cuotas".

Por último, las consultoras mencionan como detonante de las compras el "efecto inflación, que hace que la plata quemé en las manos y se desespere en los bolsillos; y que, ante la falta de alternativas de inversión, sea mejor gastarla que ahorrarla... en definitiva, los consumidores saben que los 90 pesos que deben pagar de cuota no serán los mismos cuando llegue el próximo Mundial".

# Mañana, en PERFIL

**Domingo**  
 PREFILO 27 de junio de 2010

**LIBRO/EXCLUSIVO**  
**El héroe que une**

¿Cómo fue que Nelson Mandela se convirtió en un icono que permitió dejar atrás la etapa de la división de Sudafrica entre blancos y negros? El Mundial de Fútbol es un gran logro para el país más importante de África, pero no habido solo posible, sin una figura como Mandela.

**PEPE ELIASCHEV**  
**Lealtad y vasallaje**

**"Creo que las antinomias no son buenas"**

- el país en OFF -

- Sadoses cema con opositores en Recoleta.
- Fiesta histórica en el Alvear: \$ 850 mil.
- Bettini suma a su staff a un Abal Medina.
- Banguero culpa su reconcilia con el país.
- Reuniones políticas y cemas diplomáticas.

**CULTURA**

**BEATRIZ SARLO: monstruos cotidianos**

En un nuevo artículo de su libro de ensayos, la escritora argentina, la argentina le da la bienvenida al mundo de los monstruos cotidianos de Federico Fellini.

**Vladimir Nabokov**  
**Develando el misterio de las fichas**

Más de tres décadas después de la muerte del genial autor de *Invitación a una fiesta* y *Invitación a un crimen*, se publican finalmente, y a expensas de su hijo Dmitri, las notas donde el novelista ruso había apuntado su obra inconnue: *El original de Laura*.  
 Escrito: Luis Chazarra.

**Jacques Derrida, en conversaciones**

El punto del acuerdo entre cinco escritores al mundo inglés, un texto sobre crítica deconstructiva del propio autor y una charla con Gianni Vattimo.

**Las risas perdidas de Florencia Blanco**

Hasta el 3 de julio, en el Centro Cultural Rojas, la artista argentina francesa expone *Foto al óleo*, una serie de veinte retratos autómicos pintados al óleo resuscitados por el ambiente.

**E SPECTACULOS**

Comentarios al margen

**ISABEL MACEDO**  
**"Como botinera no podría vivir"**

La actriz confiesa que privilegia su profesión y actúa acompañada. Dice que con el éxito los futbolistas se ven más lindos, y analiza a Victoria Vainacci y las Narz.

**Cine & rock**

Su pasión siempre impulsa al debate. PERLO, el reno a entendido para comprender el vínculo. Bobby Flores habla de disidencia musical y se queja de la pérdida de material. Fernando Spiner, es volado de Fito Páez, dice que filmar era carista. Juan Cabalero resulta al video, y Antonio Birabent advierte que las etiquetas condicionan al artista.

**Kristen Stewart**

Además del estreno de *Equivoque*, secer film de la saga de *Twilight*. La actriz protagoniza el rol de la hija de la madre y no deja de sorprender con el momento. Se acerca a definir su presente amoroso, dice por qué a Robert Pattinson y Taylor Lautner, a quienes considera sus afectos más importantes.

ADEMAS: ● Jorge Fontevicchia con el abogado de la dueña de Clarín: "Con Ernestina hablo por teléfono". ● Los nuevos negocios de Moyano con los medicamentos. ● Escriben: Nelson Castro, Rafael Bielsa y Pepe Eliashev.

# PERFIL

UN DIARIO DISTINTO