

Todo vale nada

Desde las PASO realizadas el 11 de agosto, el peso se devaluó casi un 30% y las tensiones en la economía aún no parecen encontrar un techo. ¿Cómo afecta a nuestra actividad? ¿Podremos evitar ahogarnos en el mar de la recesión?

Durante las últimas décadas, los argentinos nos acostumbramos a vivir cada cierta cantidad de años distintos tipos de crisis económicas. Lamentablemente, el 2019 no es la excepción. Tras las elecciones primarias celebradas hace un mes, Alberto Fernández, candidato presidencial del Frente de Todos, se impuso por el 47%

de los votos, contra un 32% que obtuvo el espacio del actual presidente, Mauricio Macri, que busca su reelección. A partir de ese momento, una anomalía política se instaló en el país: con semejante diferencia, distintos espacios (políticos y empresarios, sobre todo) ya consideran a Fernández como un virtual presidente y la elección general, donde

se definirá realmente quién ejercerá la presidencia hasta el 2023, se hará recién el 27 de octubre. A esta tensión e incertidumbre, por si algo más le faltaba, una fuerte devaluación iniciada en abril de 2018 (y que continúa hasta estos días) tiene a los ciudadanos observando en primera fila cómo cae el poder adquisitivo de su salario.

La tormenta perfecta



Una de las principales editoriales que ofrece títulos en los kioscos es Publiexpress, la cual también tiene la característica de ofrecer sus revistas a precios accesibles y, más allá de la publicidad, la venta en los puestos de diarios y revistas es esencial para sus ingresos. Su gerente de Operaciones, Benito de Miguel, asegura que una devaluación cercana al 30%, como la que vivimos en el último mes (el 9 de agosto, el dólar había cerrado a \$45, luego alcanzó picos de \$62 y, al cierre de esta edición, promediaba los

\$58), “afecta al punto que puede ser letal para unas cuantas editoriales. **Papel y tinta son insumos dolarizados que pueden representar hasta un 60% del costo de las publicaciones.** Como es algo que impacta en todos los sectores económicos, trae también una baja en la inversión publicitaria y una caída en la venta de ejemplares consecuencia de que la devaluación profundiza la recesión y entonces la capacidad de consumo sigue cayendo. Una tormenta perfecta”.

La paradoja indica que aunque los precios en pesos están más altos, “en términos reales, los precios no detienen su caída. Aumentan en términos absolutos pero difícilmente lo hagan al ritmo inflacionario y de devaluación. El problema es que cuando las crisis se repiten a tal velocidad (una en 2018 y ahora, otra, en 2019) es muy difícil no quedar debilitados como compañía”.

Cuidando los precios

“Esto impacta directamente en nuestro costo de la imprenta, ya que los insumos de papel y algunas tin-



Benito de Miguel, de Publiexpress: “Ruego que haya estabilidad política y económica. Parece poco, pero es mucho para poder dar pelea”.

tas, son directamente en dólares, por lo que el aumento es proporcional, y es muy difícil trasladarlo directamente al PVP. En algunos casos, se fue aumentando el precio de venta de la revista y la mayor parte se fue absorbiendo dentro de los costos. Pero la situación se proyecta muy mal, ya que si la inflación sigue, el público se resiste a la compra de las revistas y comienzan a bajar las ventas”, agrega desde Bahía Blanca Adrián Balajovsky, editor responsable de todos los títulos de EDIBA, las revistas con actividades para los docentes. Todos coinciden que trasladar a los precios de tapa el total de los aumentos que reciben las editoriales, a causa de la devaluación, es inviable. Así lo grafica Gustavo Bruno, gerente de Circulación de Perfil y presidente de AAER, la Asociación que agrupa a los principales editores de revistas: “El tipo de cambio desde el año pasado a hoy no se pudo ajustar en el precio de tapa, dado que subir el PVP en un 150%

sería una locura y generaría que no le vendamos una revista a nadie. En un escenario inflacionario es muy difícil pensar un proyecto nuevo. Subiendo el precio de tapa, las ventas tienden a bajar automáticamente. Por eso tratamos de subirlo de a poco, con cautela”. Pero también la crisis impacta en los contenidos, ya que algunas de estas grandes empresas tienen que recurrir, por ejemplo, a “reducción de estructura y reducción de grandes producciones para notas, porque estas impactan directamente en el resultado del negocio”. Ante este panorama, Bruno concluye que “las expectativas para los próximos meses son muy complejas. Con una inflación fuerte, una devaluación que seguramente se incrementará aún más y un país convulsionado por las elecciones, es difícil prever. Normalmente en años electorales no son buenas las ventas. Imagínense lo que puede pasar hoy con la situación política y social.”



Las colecciones continuarán

Al cierre de esta edición, el 1º de septiembre, el Banco Central de la República Argentina sacó una resolución a

través de la cual se implementó un control de cambios, algo que hace unos años conocimos como “cepo”.

Desde la apertura de las importaciones en 2016, las colecciones invadieron los kioscos y han sido uno de los sostenes de las ventas, en el último período. EL BOLETÍN consultó a Brihet e Hijos, el principal representante de este tipo de publicaciones provenientes de otros países, y desde allí aseguran que **esta medida “no afecta en lo más mínimo para la importación de las colecciones. Continuamos con la garantía de los editores para completar el 100% de sus colecciones. Y además, las entregas seguirán siendo en tiempo y forma según la periodicidad de cada una de ellas (semanal, quincenal, etc.)”.**

De esta manera, la preocupación que manifestaron algunos canillitas sobre la potencial cancelación de colecciones puede ser descartada.



Pese a las nuevas restricciones cambiarias, las colecciones importadas continuarán llegando sin problemas.

GUSTAVO BRUNO, GERENTE DE CIRCULACIÓN DE EDITORIAL PERFIL: “EL TIPO DE CAMBIO DESDE EL AÑO PASADO A HOY NO SE PUDO AJUSTAR EN EL PRECIO DE TAPA, DADO QUE SUBIR EL PVP EN UN 150% SERÍA UNA LOCURA Y GENERARÍA QUE NO LE VENDAMOS UNA REVISTA A NADIE”.

Problemas en las imprentas

En el primer lugar que se siente la devaluación es a la hora de mandar un título a imprimir. “Casi todos los insumos que componen nuestra industria son de origen externo, o sea, importados: tintas, lacas, planchas de copiado, papeles, químicos, cauchos y también los repuestos de impresoras, guillotinas, dobladoras, troqueladoras, líneas de encuadernación, CTP para copiado de planchas, etc. Todas las máquinas son fabricadas en el exterior”, comenta Héctor Aguerre, responsable de GS Gráfica, una firma que ya lleva más de 15 años en el mercado y que tuvo que aumentar sus presupuestos un 25%, desde las elecciones por la escalada de la divisa norteamericana.

“En el caso de los papeles, los nacionales cotizan en pesos, pero con la cotización del dólar al día. Además, se suman los aumentos de energía eléc-

trica, gas, agua, y todos los impuestos nacionales, provinciales y municipales. Se deben tener en cuenta las paritarias –hay dos por año– y otra parte importante es la financiera, ya que tenemos tasas elevadísimas imposibles de créditos (hoy está arriba del 83%) o de descuentos de cheques”, agrega Aguerre, quien también asegura que una de las estrategias que usaron para hacer frente a la crisis que se arrastra desde 2018 fue incrementar el stock de papel, lo que les permitió mantener sus precios durante nueve meses.

La falta de precios de referencia hizo, por ejemplo, que un día con el dólar a \$57, un presupuesto era distinto que si se lo pedía el día posterior, cuando alcanzó los \$62. “Todos nuestros proveedores nos están exigiendo el pago de insumos a culata de camión y con el dólar del día”, concluye el responsable de la imprenta.



Durante parte de agosto, en las imprentas los precios variaron día a día por la inestabilidad del dólar.

La crisis desde el kiosco

Carlos es canillita desde hace 30 años en el barrio de Villa Urquiza y también una persona que participa en política (ver págs. 16-17). Al estar en una zona comercial con una gran cantidad de colectivos, una estación de subte y tren a metros, el movimiento de gente es constante y su kiosco es un punto de referencia para hacer preguntas clásicas, como por ejemplo qué colectivo tomar. Sin embargo, parece que hasta en eso ajustan algunos vecinos en el barrio: “A 15 cuadras de acá, para distintas direcciones, están el Hospital Tornú y también el Pirovano. En general, uno ya sabía qué colectivo recomendarle, porque todos iban así, pero desde hace dos años son más los que te dicen que van caminando. Entonces, cambié la forma de preguntar y les consulto si van en transporte público o caminando, para que no se sientan mal. Antes eso era impensado”.

Pero así como muchas personas deciden ahorrarse 20 pesos al caminar 20 cuadras para llegar a donde quieren, están también quienes ajustaron sus gastos de ocio: “Me pasó que un montón dejaron de comprarme porque no podían pagar, y hay algunos que fueron clientes por 50 años. A algunos de ellos les llevamos el diario sábado y domingo y no se los cobramos. O también hay un vecino que me paga cuando cobra el aguinaldo: junta 2 o 3 meses de diarios y ahí lo hace, pero así como me paga a mí, lo debe hacer con un montón de otras cosas”.

Desde 2017 a esta parte, asegura que bajó su venta “casi un 50%. Llegábamos a vender 500 diarios entre Clarín y Nación los domingos. Ahora vendemos 220. Pero lo increíble es que cuando venía antes un fin de semana largo, en general nos suspendían casi 30 personas que se iban de vacaciones en esos días. Había que anotar y era un trabajo terrible. Pero, por ejemplo, en el último fin de semana largo, sólo uno vino a avisarme”.