

# De leche, pañales y mascotas



ANÁLISIS  
Jorge Quiroz

SI USTED ES DE LOS QUE NACIÓ POR AHÍ POR COMIENZOS DE LOS SESENTA O ANTES, se acordará de los tiempos en que ser pobre era sinónimo de pies descalzos, ropa raída y desnutrición.

Hurgando en la memoria, quizá recuerde incluso un pasaje de la novela “Palomita Blanca”, donde se describe al Partido Nacional en campaña repartiendo fideos en las poblaciones, pero viendo luego el incómodo espectáculo de niños vomitando porque con sus estómagos vacíos no habían resistido la tentación de comerse de inmediato los fideos crudos...

Habiendo sido testigo de esa pobreza, que pasaba hambre, no podrá sino sorprenderse de que hoy el 20% más pobre de la población gaste más del doble de dinero en alimento de mascotas que en leche líquida, y que a nivel país, ese gasto sea casi el triple (Encuesta de Presupuestos Familiares de 2022).

Aunque comparados con los sesenta todos los gastos son mucho más altos –incluyendo el de mascotas– porque el ingreso per cápita actual es casi cuatro veces mayor que el de entonces, lo del gasto en alimentos de mascotas triplicando el de leche es de más reciente data. En efecto, comparando la Encuesta de Presupuestos Familiares de 2022 con la anterior de 2017, se aprecia que, a nivel de todos los hogares, mientras el gasto en leche líquida cayó 12% en términos reales, el de alimentos de mascotas subió un 55%. El asunto del hambre y la leche que quizá venga a su imaginación cuando recuerda a los pobres de los años sesenta y setenta, dejó de ser tema. Si en los programas escolares se diera hoy a leer “El Vaso de Leche” de Manuel Rojas, que aún se daba a leer por ahí por los setenta, resultaría inentendible para los alumnos (andaría mejor un cuento de una mascota en busca de su ración).

La explicación del fenómeno radica en los cambios demográficos que experimenta el país, con una tendencia a la baja de natalidad que se ha agudizado en los últimos años. Las proyecciones del INE de 2019, que auguraban 235.000 nacidos vivos para 2024, erraron por un 74%: nacieron cien mil menos. Por lo mismo, no debe sorprender que las mismas encuestas ya referidas indican que el gasto en pañales bajó 37% entre 2017 y 2022. Si usted es de los que está algo incómodo por falta de nietos –sacando cuentas

de cuántos tenían sus padres cuando tenían la edad que usted tiene hoy–, el consuelo es que se trata de un fenómeno general; no son solo sus hijos los que le visitan con “perro-nietos” o “gato-nietos” en vez de nietos de verdad: son la gran mayoría de los hijos de la generación que nació por comienzos de los sesenta o algo antes.

Tuve ocasión de discutir estos cambios en el consumo en un seminario interno de la Asociación Gremial de Industrias Proveedoras –AGIP– la semana antepasada. Resulta de interés explorar proyecciones hacia adelante. Para ello, pueden verse países como Corea del Sur, donde el fenómeno de caída de natalidad –que es mundial– está mucho más avanzado. Allí se venden más pañales para

Quizá no sea coincidencia que el mayor número de licencias fraudulentas ocurrió en la Junta Nacional de Jardines Infantiles, Junji. Se fueron de viaje y no se había notado. Quizá no se notó porque, con tan pocos nacimientos, en la Junji ya sobra gente”.

adultos que para niños, y más coches para mascotas que para bebés.

Me atreví a augurar en el seminario un cambio en el enfoque de marketing: lo que era de nicho será masivo, y lo que era masivo será de nicho. En los productos masivos, la competencia es por costos; en los de nicho, por diferenciación. Esperemos entonces quizá una carrera por bajar los costos de los pañales de adulto –serán un “commodity”– en paralelo con otra por inventar aditamentos para hacer del pañal de guagua algo muy especial, y con ello más caro, porque a finales habrá bastante más plata para guaguas en un mundo donde la ratio abuelas(os) por bebé se disparará. Por un tiempo al menos, hasta que los abuelos

entren a una residencia donde a ellos los tengan que mudar, habrá mucho más dinero por nieto que antes.

Cuando se piense en las políticas públicas para abordar esta transición demográfica, sería bueno tener en mente cómo está viendo el desafío el sector privado: con la mirada puesta en las nuevas señales de mercado y ajustando acorderamente lo que haya que ajustar. A nivel público, se requerirá lo mismo: más mercado y disposición a los ajustes.

Piense, por ejemplo, en la vivienda. Nuestra regulación permite que los Municipios definan parámetros de constructibilidad, altura y densidad. La constructibilidad –metros cuadrados por superficie– multiplicada por la altura da el volumen –que define el paisaje urbano–, pero cuando se agrega la densidad, lo que resulta es el número de unidades por volumen. Tenemos entonces a un burócrata definiendo el número de unidades en un edificio y por ende la superficie de esas unidades. Los inmobiliarios deben entonces incluir departamentos casi invendibles –de tres dormitorios, por ejemplo– para poder ofrecer lo que el mercado realmente está pidiendo, unidades de uno o dos dormitorios a lo más. Estas últimas, consiguientemente, resultan más caras que en ausencia del requisito de densidad. Correspondería eliminar, a nivel de Ley de Urbanismo y Construcción y su Ordenanza, cuerpo al que deben supeditarse los planes comunales, la facultad de fijar el parámetro de densidad. Que el mercado determine qué tipo y tamaño de departamentos demanda la nueva realidad.

Piense también en la salud: faltarán geriatras y comenzarán a sobrar pediatras. Pero la reconversión es muy costosa. Un pediatra que quisiera reconvertirse a geriatra, requeriría de unos cuatro o cinco años más de preparación (y ya tiene diez). Parece sensato prevenir más que curar: elevar, allí donde el Estado tiene influencia, la formación de geriatras y acaso moderar la de pediatras.

El momento llama a la flexibilidad porque la rigidez cuesta cara. Eso toca también a necesarios ajustes al gasto público. Quizá no sea coincidencia que el mayor número de licencias fraudulentas ocurrió en la Junta Nacional de Jardines Infantiles, Junji. Se fueron de viaje y no se había notado. Quizá no se notó porque, con tan pocos nacimientos, en la Junji ya sobra gente.