

Poate trece România de la bulimie consumeristă la fitness economic?

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente

Recent, Institutul Național de Statistică a anunțat o creștere anuală a PIB-ului cu 5,7% în primul trimestru al acestui an. Această valoare a luat prin surprindere analiștii și a stârnit tot spectrul de comentarii, de la cele suspicios-negative la cele entuziasto-pozitive. Cum s-a ajuns la acest rezultat? Dar mai ales, care sunt perspectivele pentru economia României în perioada următoare?

Cu o performanță economică remarcabilă, România și-a accelerat și mai mult creșterea în 2016. PIB-ul a depășit orice așteptare și a crescut cu 4,8%. Dacă mediul de business local este relativ precaut, cel internațional se raportează la România ca la una dintre cele mai atractive piețe din Europa și chiar de la nivel global.

Această creștere economică importantă a calificat România în planurile de extindere ale companiilor internaționale drept una dintre economiile nucleu ale Europei Centrale, alături de Polonia, Ungaria, Cehia și Slovacia. În acest moment România este pe podiumul piețelor de interes pentru dezvoltarea strategică a afacerilor în următorii 3 ani, după Rusia și Polonia, și depășește Turcia.

Ca să ne facem o imagine mai clară vă propun să ne uităm la cifre, dar nu oricum, ci ținând cont de trasabilitatea lor și de direcția spre care acestea arată. Adaug faptul că unele dintre valorile prezentate aici sunt finale și confirmate, altele sunt abia publicate și a căror validitate urmează să o aflăm în trimestrele viitoare. Așadar:

Moneda națională

În 2016 leul a fost una dintre cele mai stabile monede din regiune, depreciindu-se cu doar 1% față de dolar și euro. Chiar dacă în 19 mai 2017 a atins minimul istoric al ultimilor 4 ani și jumătate la nivelul de 4,57 RON/EUR, cursul mediu așteptat pentru acest an este de 4,47 RON/EUR și 4,23 RON/USD. Este foarte posibil ca această depreciere a leului să fie rezultatul contextual al încasarilor mici la buget din primul trimestru, al împrumuturilor externe care susțin creșterile salariale anunțate și al politicilor fiscale relaxate.

Presiunile pe moneda națională sunt reduse, în condițiile în care contul curent este ușor negativ, rezervele de valută stabile și inflația relativ mică (chiar dacă în creștere). Dobânda de politică monetară a rămas la 1,75% din luna mai 2015 și se estimează ca nimic să nu se schimbe până în 2018, când inflația se așteaptă să depășească țintă de 2,5% a BNR.

Prețurile de consum și inflația

Prețurile de consum au scăzut începând cu 2015, dar se pare că acum revin la valori pozitive, cu o estimare de creștere de 1,3% în 2017. Prețurile de consum au intrat pe teritoriu pozitiv încă din ianuarie, când impactul reducerii TVA s-a propagat în economie. În martie 2017 au mai crescut puțin, în special datorită prețurilor mai mari la alimente și servicii.

În prezent, scăderea TVA, alături de perspectiva de creștere a salariilor unor categorii sociale tot mai extinse, vor antrena consolidarea cererii și vor împinge prețurile și mai sus. Creșterea prețurilor de consum vine pe fondul unei anticipate creșteri a inflației care se va apropia în 2017 de țintă BNR de 2,5%, cu potențial să atingă 2,9% în 2018.

Inflația a fost negativă în ultimii 2 ani, dar a fost generată mai ales de scăderile de TVA la alimente și băuturi în prima fază și de scăderea generală a TVA ulterior. Este foarte posibil că liberalizarea prețului la energie și creșterea

salariilor să pună presiune pe creșterea inflației chiar și în perioada 2018-2020.

Consumul

Viteza de creștere a consumului din ultimii ani a scăzut în ianuarie și februarie 2017, în ciuda creșterilor salariale. Prefigurarea acestei tendințe au fost lunile noiembrie și decembrie din 2016, atunci când după creșteri de două cifre de la an la an, vânzările din retail au crescut cu o singură cifră, ajungând la 6,2% în ianuarie 2017.

Firește s-ar spune, ținând cont de scăderea previzibilă pentru începutul anului. Numai că estimările vânzărilor din retail nu vor fi la fel de mari ca cele din 2016. Chiar dacă băncile comerciale au relaxat acordarea creditelor de consum, performanța vânzărilor din retail este mai scăzută decât estimările și profilează o creștere de 4,2% a consumului privat.

Consumul rămâne principalul factor de creștere, susținut de majorarea salariilor și de scăderea șomajului de la 6,3% în luna februarie 2016 la 5,4% în februarie anul acesta. Scăderea șomajului urcă indicatorul de încredere al consumatorilor de la -63 în 2010 la -10 în ultimele luni. Scăderea TVA-ului la 19% pentru toate produsele și serviciile, și în mod specific la alimente de la 24% la 9%, a facilitat creșterea veniturilor și consumului.

Producția industrială și investițiile

Producția industrială continuă tendința de creștere din august 2016, în primele două luni ale acestui an producția industrială crescând cu 5,7% respectiv 5,5%. Industria prelucrătoare a raportat o creștere de 8%, în timp ce industria extractivă și de energie au avut o scădere de 3%. Industria a crescut cu 1,7% în 2016, dar a înregistrat o creștere de 7% în primul trimestru al acestui an comparativ cu T1 2016. Se estimează o creștere anuală a industriei de 3,5%

în 2017 și de 3,7% în 2018.

Investițiile sunt așteptate să crească în 2017 pe măsură ce finanțarea din fondurile europene pentru perioada 2014-2020 va câștiga viteză. În acest sens România este programată să primească 22 miliarde euro fonduri structurale și 18 miliarde euro pentru finanțarea agriculturii ca parte din politica agricolă comună.

Chiar dacă exporturile au cunoscut o creștere de 7,6% în 2016 față de 2015, importurile au crescut cu 9,7% în 2016 față de 2015. Exporturile au crescut de la 4,1 miliarde euro la începutul anului 2016 la 5,3 miliarde euro la sfârșitul acestuia (cu o mică scădere în decembrie). Automobilele și echipamentele de transport reprezintă 47% din totalul exporturilor României. Înmatricularea autoturismelor a crescut foarte mult anul trecut și a atins 120.000 unități în 2016, înainte să scadă la 100.000 unități la începutul lui 2017.

Investițiile străine sunt pozitiv stabile la 3-5 miliarde euro, după creșterea de 27% înregistrată în perioada post-criză din 2013 și incomparabil mai mici decât recordul de 13 miliarde euro anterior crizei.

În loc de concluzie

În tot acest context optimist al mediului de business există semnale care se înscriu într-un deja vu economic. Parcă am mai trăit perioada asta, deși nu am trăit-o chiar în aceleași coordonate. Parcă am mai asistat la creșteri salariale, parcă băncile relaxau creditarea, parcă am mai văzut o creștere a importurilor, parcă am mai văzut creșteri ale pieței imobiliare și de automobile, parcă rapoartele vânzărilor din retail erau optimiste și parcă „o duceam bine”.

Numai că, pe fondul acestui deja vu, Comisia Europeană a avertizat România cu privire la depășirea obiectivului bugetar pe termen mediu (MT0) de 0,5%, care în prezent este de 2,6%. FMI a atras de asemenea atenția asupra depășirii țintei de

deficit bugetar și creșterea acestuia la 3,7% în acest an. Consiliul Fiscal a tras și el semnale repetate de alarmă.

Pe cine să mai întrebăm despre sănătatea economiei din România? La controlul de rutină, România trăiește dilema încrederii în doctorul care recomandă un regim dietetic și tentația de a consuma bulimic, în continuare, tot ce pofteste.

* * *

Despre Constantin Magdalina



Constantin Magdalina are o experiență profesională de 8 ani, timp în care a lucrat la companii multinaționale, atât în țara cât și în străinătate. Constantin are un Master în Marketing și Comunicare la Academia de Studii Economice București. Este certificat Lean Six Sigma și ITIL (IT Information Library®) ceea ce-i facilitează o bună înțelegere a proceselor și transformărilor din cadrul organizațiilor. Pe de altă parte certificarea obținută de la Chartered Institute of Marketing îi completează expertiza de business. În cei peste 4 ani de activitate la o companie din Big4 a inițiat și coordonat studii ce analizau aspecte legate de mediul de afaceri din România. Printre acestea se afla previziunile economice de creștere ale firmelor în 2013-2016, managementul cunoștințelor, experiența de cumpărare în era consumatorilor digitali, social media și mediul de afaceri românesc, utilizarea dispozitivelor mobile în România. Este autor a numeroase articole cu teme legate de inovație, eficientizarea proceselor de afaceri, social media, transformarea digitală, tendințe și tehnologii emergente. Este invitat ca vorbitor la numeroase evenimente și conferințe de business.