



ESTRATEGIAS DE AHORRO FRENTE A LA INFLACIÓN AÑO 2018

Mar del Plata

Diciembre de 2018



ESTRATEGIAS DE AHORRO FRENTE A LA INFLACIÓN

Dirección: Dra. Amelia Ramírez

Investigadores: Lic. Mónica Pascual
Prof. Santiago Cueto
Lic. Mariana Gonzalez

Auxiliar: Lic. Gisele Morales Falcone

observatorio@ufasta.edu.ar

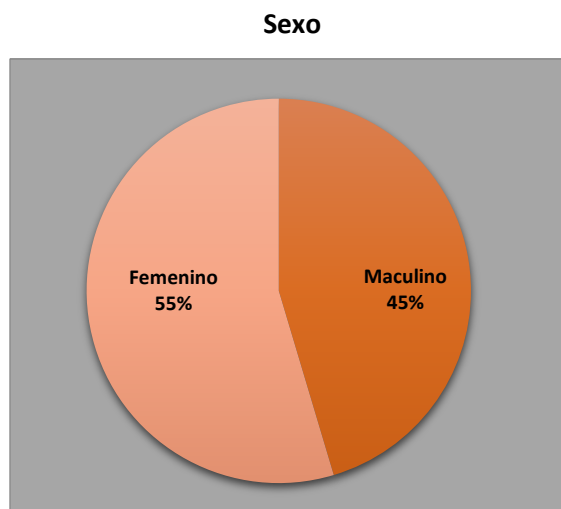
www.ufasta.edu.ar/observatorio

Introducción

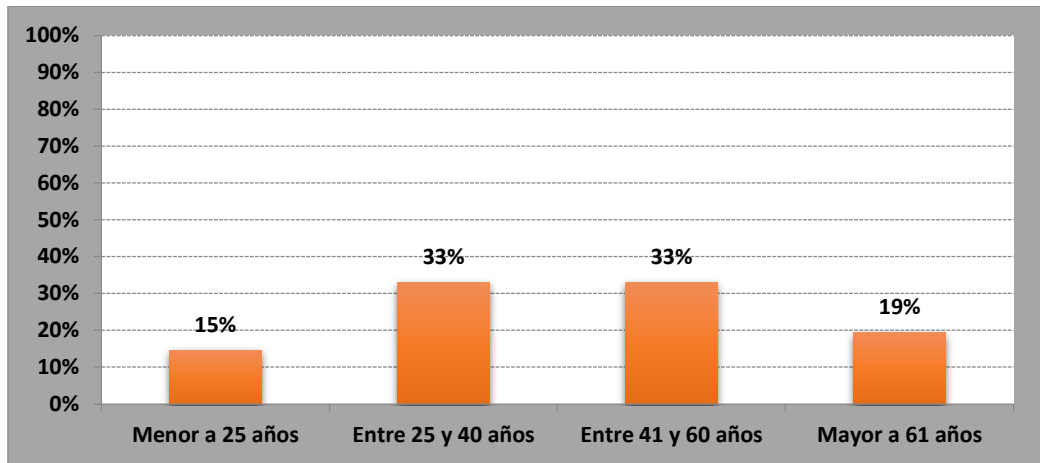
La inflación representa el aumento sostenido en el nivel general de precios en una economía. Es una de las variables que define el poder de compra y el patrón del gasto de la población y su origen puede deberse a múltiples causas. El presente trabajo se realiza con el objetivo de conocer la percepción de la población sobre los efectos y consecuencias que la inflación tiene en su bolsillo, reconociendo cuáles son las estrategias que cada uno emplea para que esta situación resulte lo menos perjudicial posible.

Perfil de la muestra

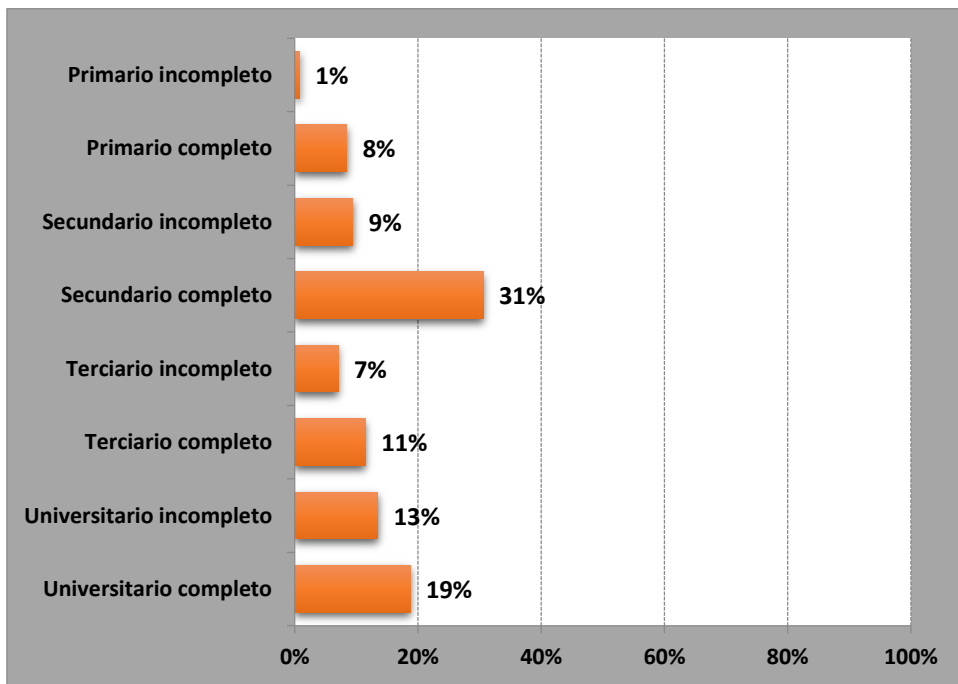
La población objeto de estudio fueron personas de edad superior a 18 años que viven en la ciudad de Mar del Plata. Los datos fueron relevados durante el mes de diciembre de 2018. La muestra quedó constituida por 500 personas distribuidas equitativamente por sexo, con una edad promedio: 43,8 años y con nivel de educación secundario o superior. En cuanto a la ocupación, predominan los empleados, profesionales y jubilados.



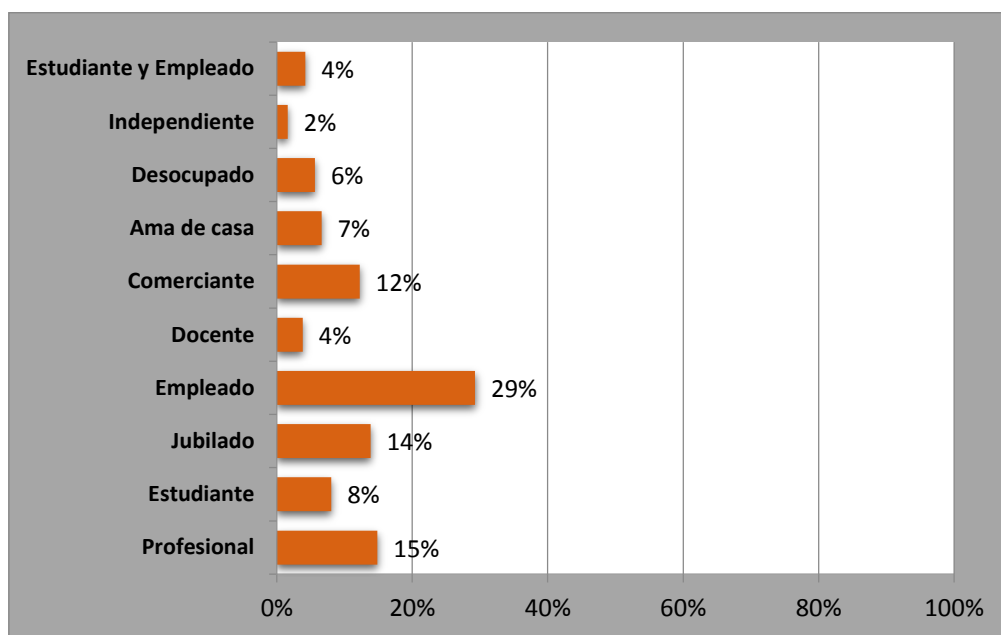
Edad



Nivel educativo



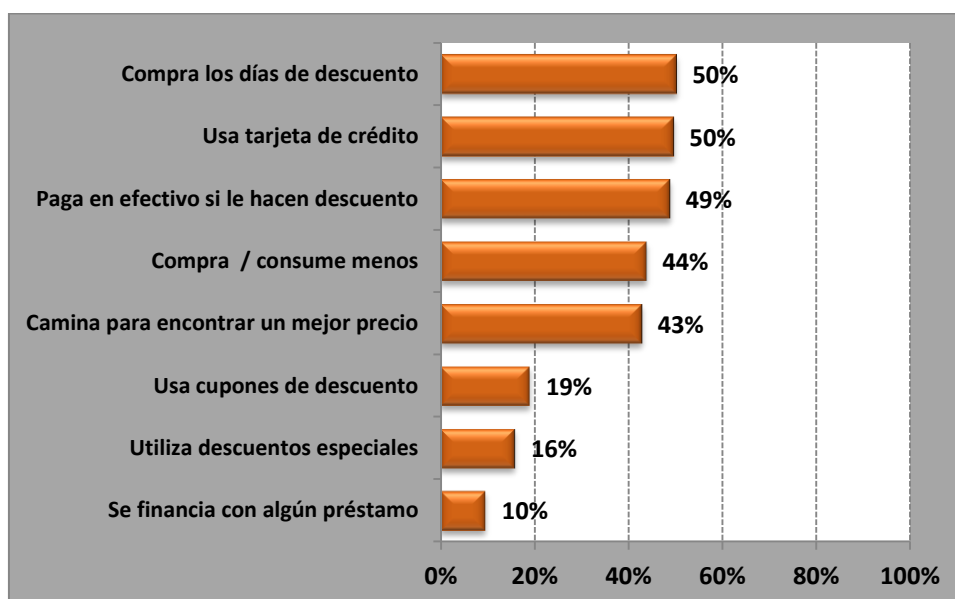
Ocupación



Resultados

Las acciones implementadas por los encuestados para protegerse dentro del contexto inflacionario actual son variadas, principalmente comprando los días de descuento, utilizando la tarjeta de crédito, y abonando en efectivo en caso de tener descuento. Un porcentaje significativo también indica que compra o consume menos y busca precios. Vale destacar que cada encuestado podía seleccionar más de una opción.

Acciones implementadas para protegerse frente a la inflación

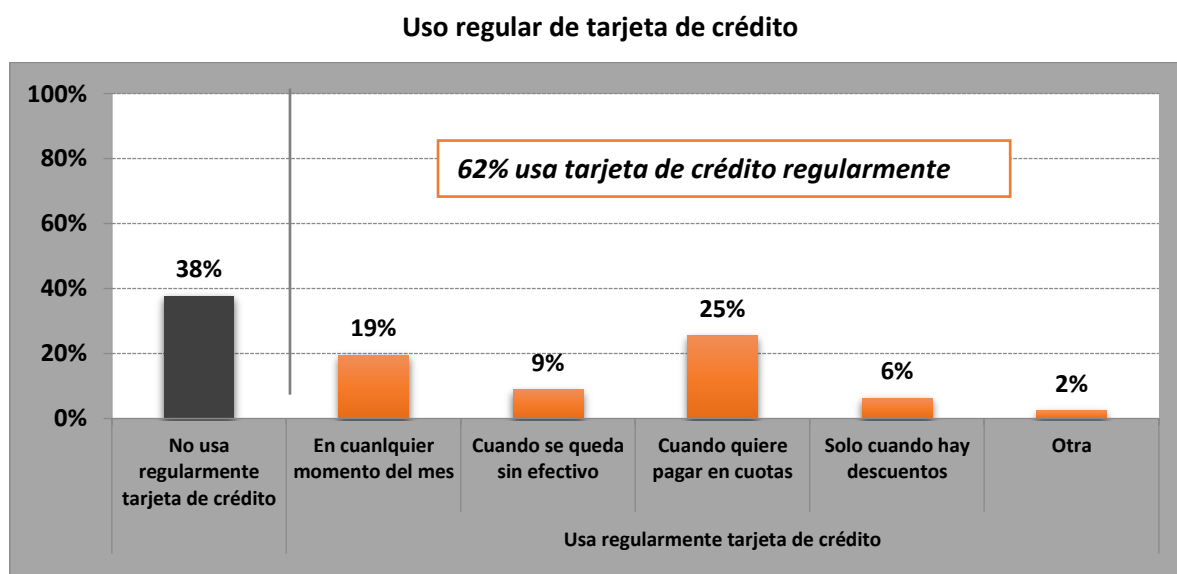


Comparando el presente trabajo con el estudio realizado por el Observatorio de la Ciudad en el año 2016, en relación a las estrategias utilizadas por el consumidor frente a la inflación, se observa un incremento en la proporción de encuestados que manifiestan comprar y/o consumir menos: 25% de los encuestados en 2016 mientras que en 2018 este porcentaje se eleva al 44%. También se observa, aunque leve, un mayor número de personas que manifiestan financiarse con algún préstamo: de un 6,8% a un 10%.

	Masculino	Femenino
Usa tarjeta de crédito	48%	51%
Se financia con algún préstamo	10%	9%
Usa cupones de descuento	19%	19%
Camina para encontrar un mejor precio	39%	46%
Paga en efectivo si le hacen descuento	50%	48%
Utiliza descuentos especiales	16%	16%
Compra los días de descuento	50%	51%
Compra / consume menos	44%	43%

No se observan diferencias en el comportamiento entre mujeres y varones a la hora de utilizar estrategias para protegerse de la inflación; sólo se observa un leve predominio en las mujeres respecto de caminar para encontrar un mejor precio.

El 62% de los encuestados dice utilizar regularmente la tarjeta de crédito

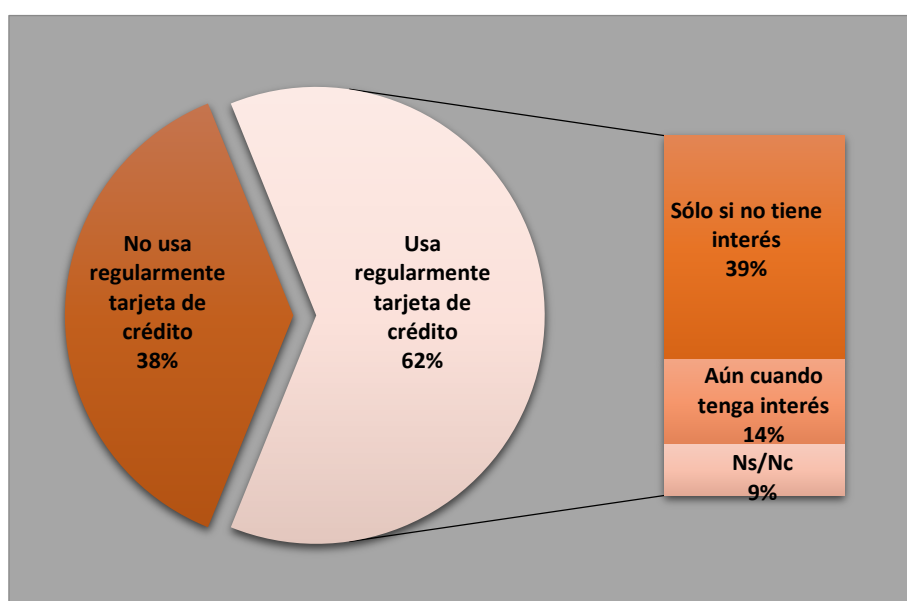


Si bien es común que el uso de la tarjeta de crédito sea en un pago o en cuotas, en este estudio se solicitó a los encuestados que contestaran acerca de su comportamiento más frecuente. En este sentido refieren que la usan principalmente cuando quieren abonar en cuotas, y en cualquier momento del mes. Este comportamiento es similar a lo observado en el estudio de hace dos años atrás.

Si se desagregan los datos según sexo, responden en forma afirmativa el 60% de los varones y el 64% de las mujeres en cuanto al uso de la tarjeta de crédito. Los varones la utilizan más cuando quieren pagar en cuotas.

Si utiliza tarjeta de crédito, la usa:	Masculino	Femenino
En cualquier momento del mes	31%	32%
Cuando se queda sin efectivo	14%	14%
Cuando quiere pagar en cuotas	46%	38%
Solo cuando hay descuentos	10%	10%
Otra	0%	6%

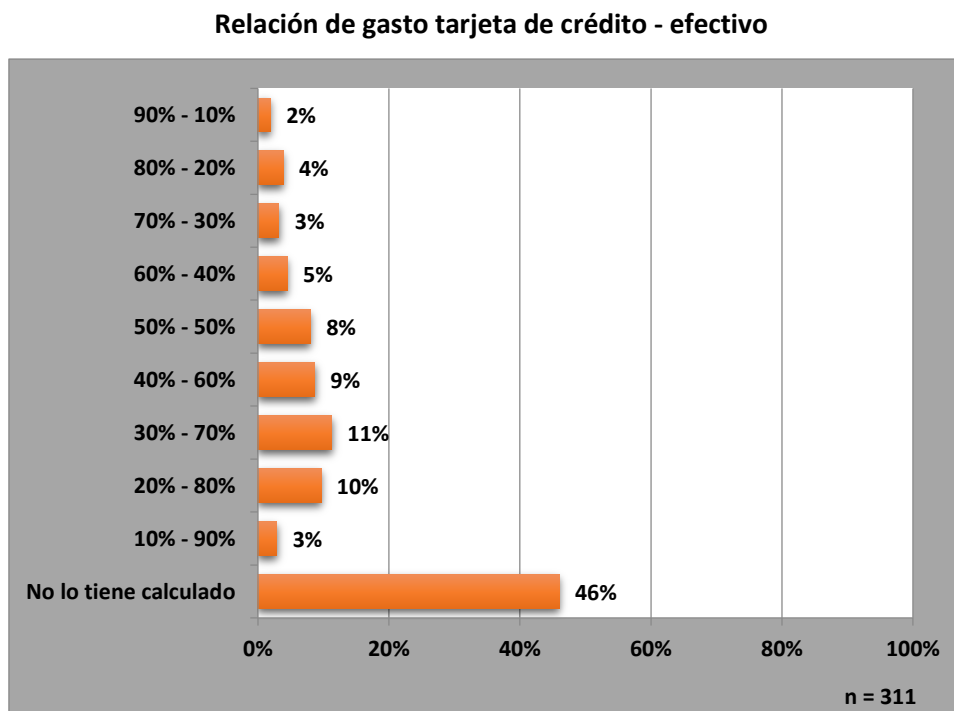
La mayoría de las personas que indica pagar en cuotas, lo hace solamente si no tiene interés.



Hay un porcentaje de personas, mucho menor, que utiliza la tarjeta de crédito para pagar en cuotas, aun cuando tenga interés. Esto puede ser consecuencia de los altos intereses que en este período se aplican a las compras en cuotas.

Si la usa para pagar en cuotas, lo hace:	Masculino	Femenino
Sólo si no tiene interés	65%	61%
Aun cuando tenga interés	25%	22%
Ns/Nc	10%	17%

No se observan diferencias según sexo en este aspecto.



Casi la mitad de quienes usan regularmente la tarjeta de crédito no tienen calculado cómo distribuyen su gasto. Entre quienes lo conocen, el 30% dice que su gasto mensual con la tarjeta ronda aproximadamente entre un 20% y 40%.

Cambio en sus hábitos de compra



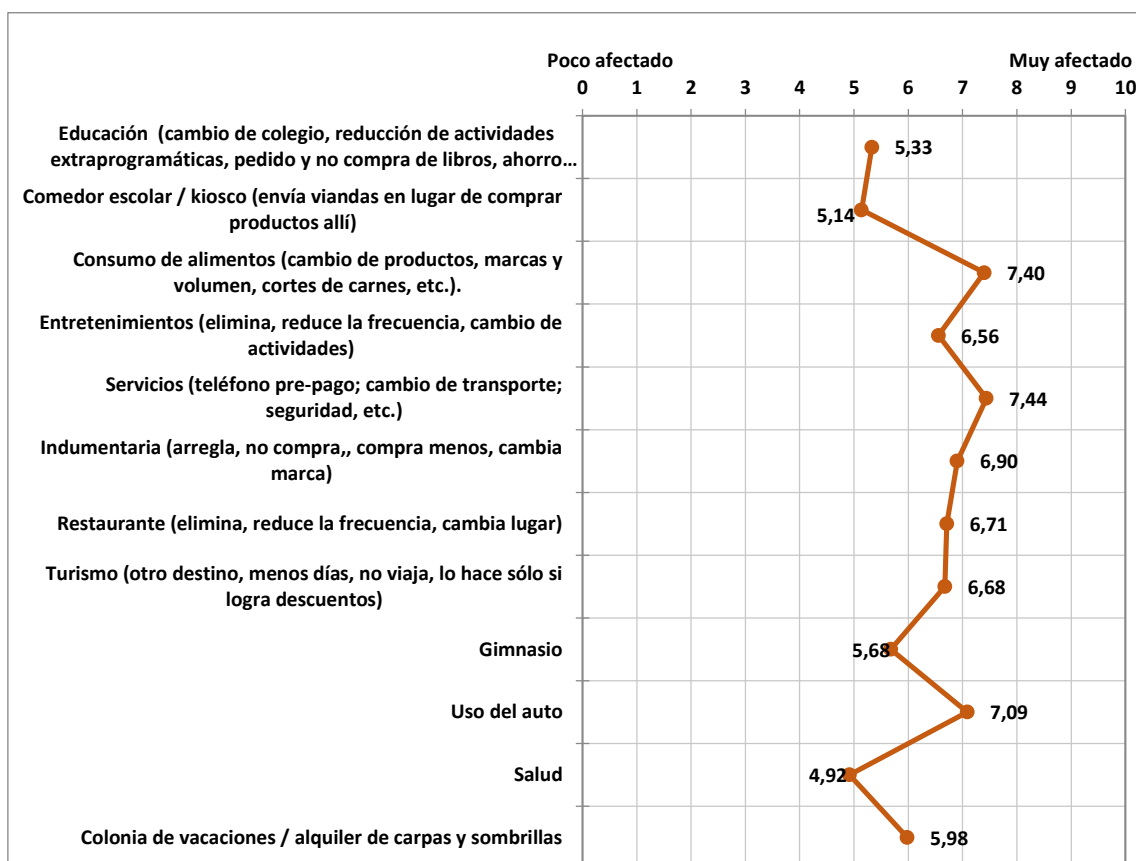
Un amplio porcentaje de la muestra refiere haber cambiado sus hábitos de compra en los últimos 6 meses. Tanto hombres como mujeres lo han hecho en la misma proporción.

	Masculino	Femenino
Ha cambiado sus hábitos de compra	77%	78%
No ha cambiado sus hábitos de compra	16%	14%
Ns/Nc	7%	8%

Para conocer cuáles son los rubros en los que más han modificado sus comportamientos se utilizó una escala entre 0 y 10, en la cual el valor 0 representaba la opción “poco afectado” y 10 “muy afectado”.

Los rubros que alcanzaron valores promedio más altos y por lo tanto son aquellos que más se modificaron, resultaron ser el consumo de alimentos, servicios y uso del auto. Cabe mencionar que cada rubro propuesto fue valorado sólo por quienes correspondía; por ejemplo, el uso del auto fue calificado sólo por aquellos que tienen vehículo. Se destaca que excepto salud, educación, gimnasio y comedor escolar, todos los rubros se han visto afectados en un promedio mayor a 6 puntos.

Grado de afectación en cada rubro



Cuestiones que hacía y ha dejado de hacer por motivos económicos

Dejó o disminuyó las salidas de esparcimiento (a comer, a bailar, al cine, etc.)	28%
Viajar/vacacionar	18%
Dejó el gimnasio/las actividades físicas	12%
Compra menos ropa/calzado	8%
No dejó de hacer nada	7%
Dejó de comprar por placer	6%
Compra marcas más económicas/Sale a buscar precios (camina más para comprar barato)	6%
Usa menos el auto	4%
Consume menos/ sólo lo necesario	4%
Colegio o facultad cambió de privado a público	3%
Cambió de plan o dio de baja la obra social	3%

Punto de corte 3%

Los encuestados refieren haber dejado principalmente las actividades de esparcimiento tales como salidas a comer, bailar, ir al cine y salir de vacaciones.

Otras respuestas mencionadas: No gasta más en estética, lo hace ella misma (Depilación, peluquería, etc.), redujo todos los gastos en general, alquiler cabaña/Carpa, dejó o disminuyó el transporte público, dio de baja el cable, dejó de hacer cursos/estudiar, cuida los servicios (luz, agua y gas), vendió el auto, prepara viandas (para no gastar en comida), dejó o bajó el consumo de carne, consume menos bebidas alcohólicas, está más atento a los descuentos, cambió el consumo de carnes (Cambió carne vacuna por pollo o pescado), dejó de hacer asados los fines de semana, toma menos taxi, compra por día/no compra en cantidad, dio de baja el teléfono fijo, compra marcas nacionales/no compra importado, compra ropa en ferias americanas, dejó de comprar comida hecha (delivery), compra en mayoristas, no compra instrumentos musicales, trabaja más que antes/tiene más de un trabajo, dio de baja la alarma de su casa, no va a mandar a sus hijos a la colonia, dejó de pagar impuestos municipales, dejó de pagar patente del auto, dio de baja la tarjeta de crédito, compra menos mercadería, dio de baja pack de futbol (televisión), alquiler de cancha de futbol, no va más a Spa o a hacerse masajes, servicio Netflix, tener impuestos al día, bajó el plan del seguro del auto, usar la tarjeta de crédito para no quedarse sin efectivo, no le da más plata a sus hijos, tuvo que volver a mudarse con la madre, no cambió el auto, no cambió el celular, dejó de comprar cosas para la casa, no compra más libros, trata de no usar la tarjeta de crédito

Al analizar diferencias según sexo, las mujeres señalan haber dejado el gimnasio y de comprar por placer más que los hombres.

Actualmente hay descuentos en distintos rubros. Usted:	
Respetar los días con descuento en supermercados	59%
Compra sólo cuando necesita	37%
Respetar días de descuentos en ropa	30%
Respetar días de descuentos para entretenimiento	21%
Respetar días de descuento para naftas	20%
Respetar días de ofertas en Internet	20%
Respetar días de descuentos para restaurantes	13%
No utiliza descuentos	12%

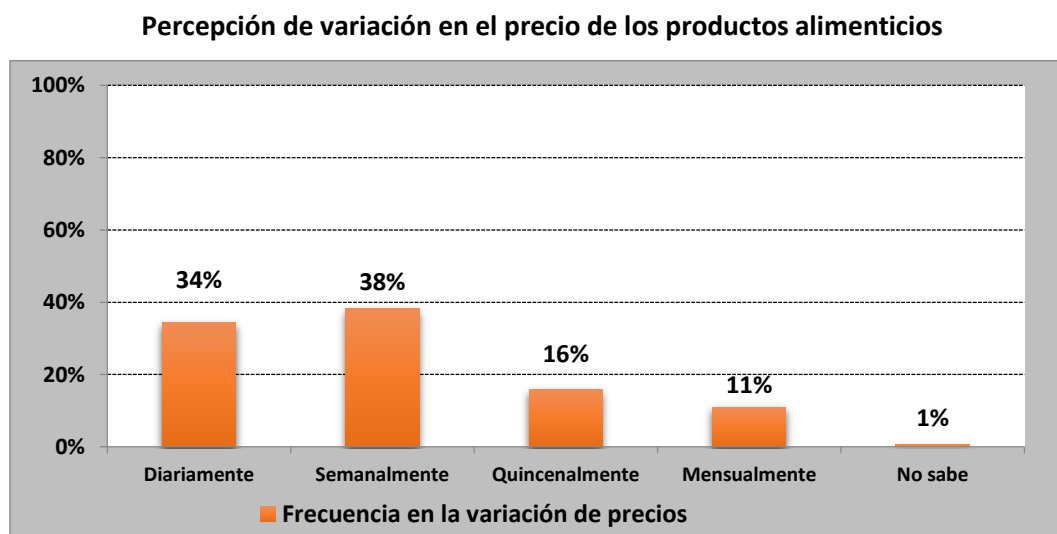
La mayoría manifiesta respetar los días de descuento en supermercados. Se destaca que casi 4 de cada 10 encuestados indican que compran solamente cuando lo necesitan, independientemente de la presencia o no de descuentos en los diferentes rubros. Los varones respetan más los días de descuento por Internet, en tanto que las mujeres lo hacen los días de descuento en entretenimiento y en ropa.

Actualmente hay descuentos en distintos rubros. Usted:	Masculino	Femenino
Respetar los días con descuento en supermercados	57%	61%
Respetar días de descuento para naftas	21%	20%
Respetar descuentos para entretenimiento	17%	25%
Respetar descuentos en ropa	25%	34%
Respetar descuentos para restaurantes	13%	12%
Respetar días de oferta en Internet	24%	17%
No utiliza descuentos	9%	13%
Compra sólo cuando necesita	38%	36%

Se consultó particularmente sobre el comportamiento frente a la compra de alimentos y de ropa.

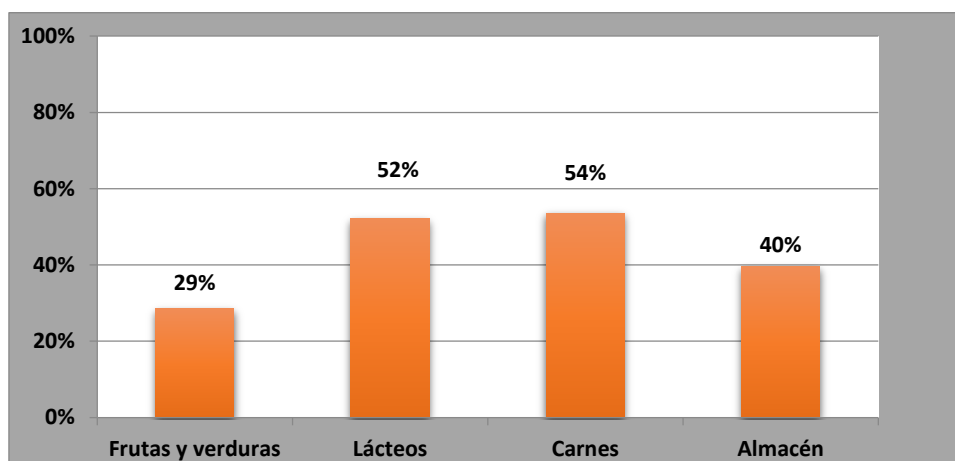
Acerca de la compra de alimentos

Los encuestados perciben que los precios de los alimentos varían en períodos muy breves, señalando una frecuencia diaria o semanal.

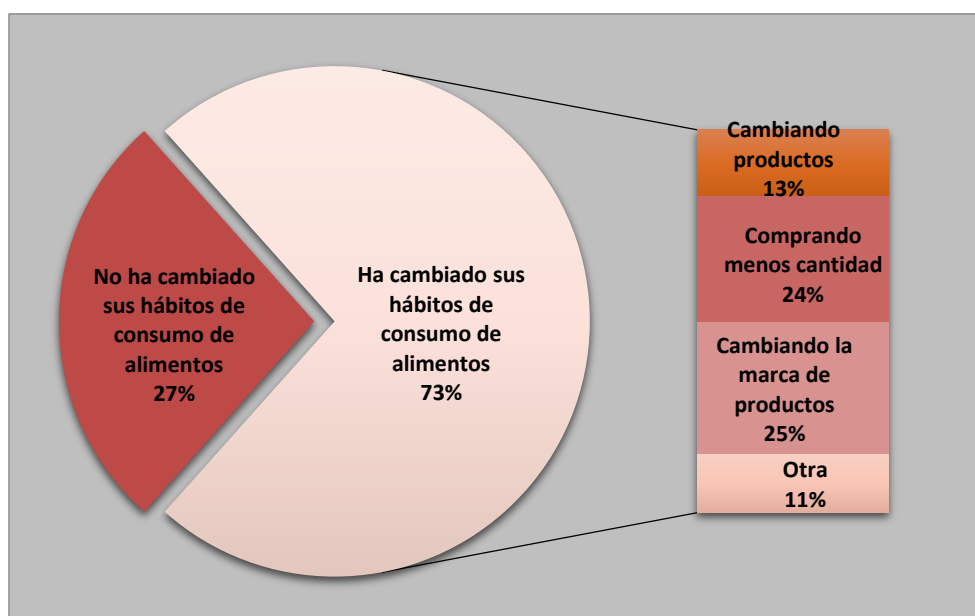


Los productos señalados con mayor variación en sus precios son las carnes, seguidos por lácteos y productos de almacén. Entre estos últimos, los más mencionados fueron los quesos, aceites, harinas, yerba y gaseosas.

Productos en los que observa más variación



Cambio de hábitos de consumo de alimentos



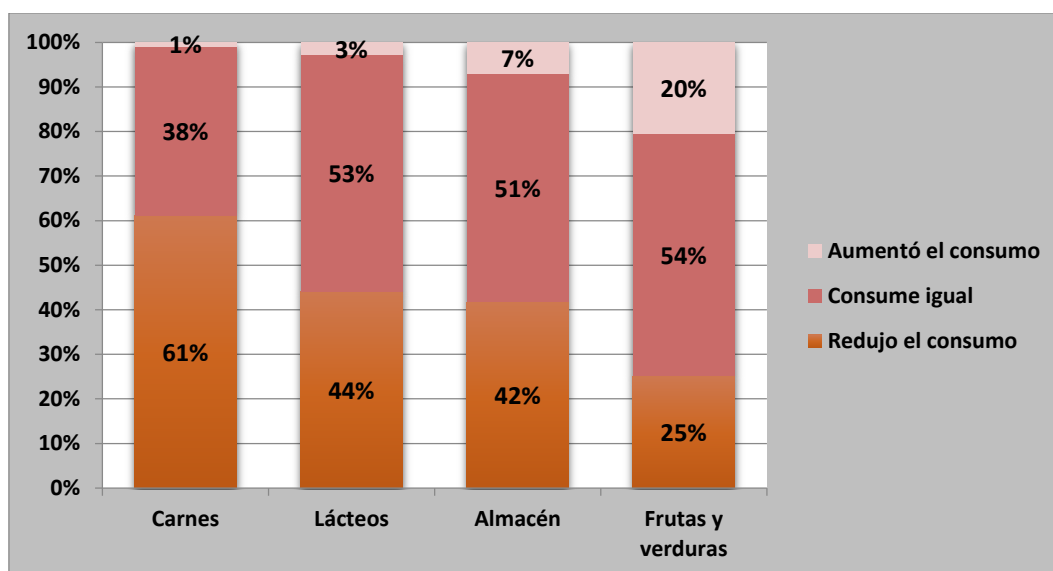
7 de cada 10 encuestados refiere haber modificado sus hábitos de consumo de alimentos, principalmente cambiando la marca de productos y comprando menos cantidad. En este punto queremos destacar que la cuarta parte de la muestra expresa comprar menor cantidad de alimentos.

El 71% de los varones y el 75% de las mujeres contestan que sí han cambiado sus hábitos de consumo, y las mujeres señalan en mayor proporción el cambio en la marca de productos.

La modificación en los hábitos de consumo de alimentos lo hace:	Masculino	Femenino
Cambiando productos	13%	12%
Comprando menos cantidad	26%	22%
Cambiando la marca de productos	23%	28%
Otra	9%	13%

Acorde a lo señalado respecto de la variación de su precio, se observa una mayor reducción en el consumo de carnes. Si bien la mitad de la muestra mantiene igual su consumo de lácteos y productos de almacén, no podemos dejar de señalar que 4 de cada 10 personas manifiestan haber reducido su consumo. El consumo de frutas y verduras es el que más se incrementó.

Comportamientos de consumo según rubros alimentarios



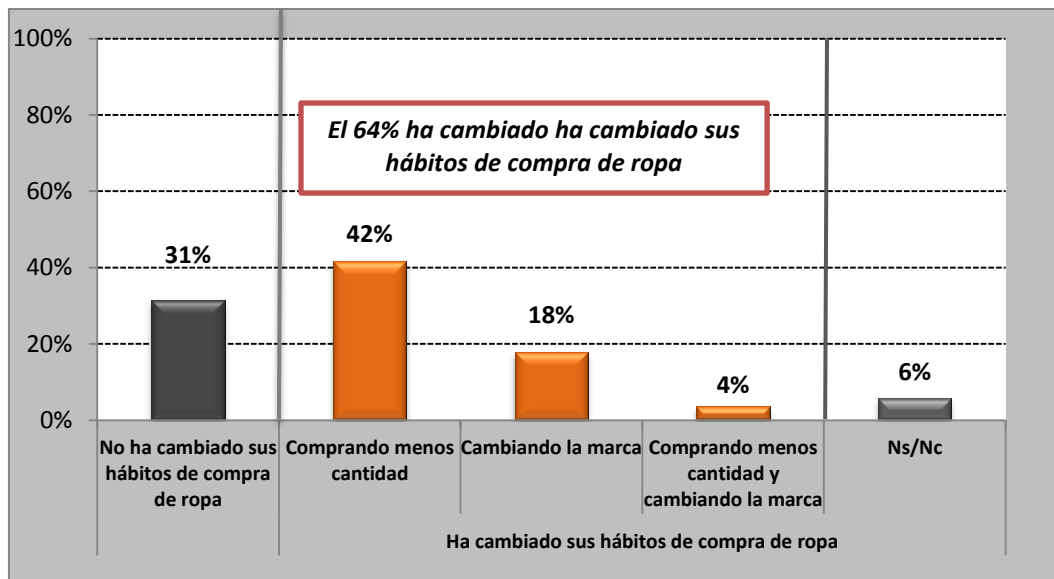
El 54% compra alimentos con tarjeta de crédito, refieren hacerlo tanto si hay descuento o en cuotas

Compra de alimentos con tarjeta de crédito



Acerca de la compra de ropa, zapatos, accesorios

Cambio de hábitos de compra de ropa

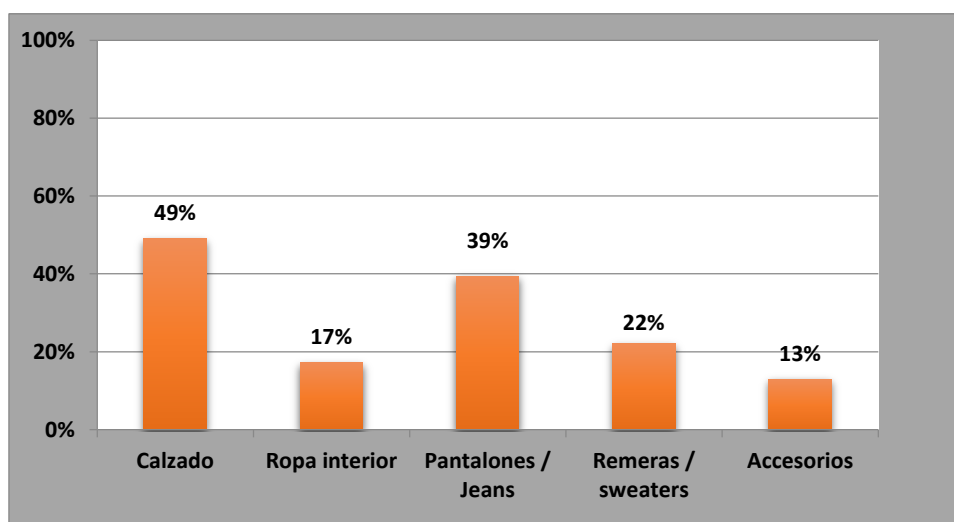


El 64% ha modificado sus hábitos de compra de ropa, señalando principalmente que redujeron la cantidad que adquirirían. La principal modificación se observa en la compra de calzados y de pantalones.

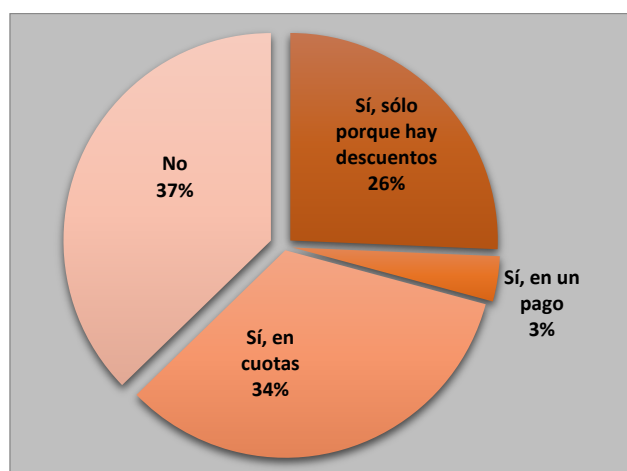
En este aspecto, las mujeres manifiestan en mayor proporción que los hombres que han modificado sus hábitos. El 74% de las mujeres y el 62% de los varones contestan afirmativamente esta pregunta.

La modificación en los hábitos de consumo de ropa lo hace:	Masculino	Femenino
Comprando menos cantidad	37%	45%
Cambiando la marca	19%	17%
Comprando menos cantidad y cambiando la marca	2%	5%
Ns/Nc	5%	6%

Rubro en el cual más ha modificado sus hábitos de compra



Compra de ropa con tarjeta de crédito



El 63% compra ropa con tarjeta de crédito, en cuotas, y un porcentaje lo hace únicamente porque hay descuentos.

Conclusiones

- Las acciones implementadas por los encuestados para protegerse dentro del contexto inflacionario actual son variadas, principalmente comprando los días de descuento, utilizando la tarjeta de crédito, y abonando en efectivo en caso de tener descuento.
- Un porcentaje significativo también indica que compra o consume menos y busca precios.
- Se observa un incremento en la proporción de encuestados que manifiestan comprar y/o consumir menos: 25% de los encuestados en 2016 mientras que en 2018 este porcentaje se eleva al 44%.
- El 62% de los encuestados utiliza regularmente la tarjeta de crédito.
- Respecto de la ocasión de su uso, la usan cuando quieren abonar en cuotas, y también en cualquier momento del mes.
- La mayoría de las personas que indica pagar en cuotas, lo hace solamente si no tiene interés.
- Casi la mitad de quienes usan regularmente la tarjeta de crédito no tienen calculado cómo distribuyen su gasto.
- Tres cuartas partes de la muestra refiere haber cambiado sus hábitos de compra en los últimos 6 meses. Los rubros más afectados son consumo de alimentos, servicios y uso del auto.
- Los encuestados refieren haber dejado principalmente las actividades de esparcimiento tales como salidas a comer, bailar, ir al cine y salir de vacaciones.
- La mayoría manifiesta respetar los días de descuento en supermercados.
- Los varones respetan más los días de descuento por Internet, en tanto que las mujeres lo hacen los días de entretenimiento y de descuentos en ropa.
- Los encuestados perciben que los precios de los alimentos varían en períodos muy breves, señalando una frecuencia diaria o semanal.
- Los productos señalados con mayor variación en sus precios son las carnes, seguidos por lácteos y productos de almacén. Entre estos últimos, los más mencionados fueron los quesos, aceites, harinas, yerba y gaseosas.
- 7 de cada 10 encuestados refiere haber modificado sus hábitos de consumo de alimentos, principalmente cambiando la marca de productos y comprando menos cantidad.
- El 56% compra alimentos con tarjeta de crédito y refieren hacerlo porque hay descuento, o pueden pagar en cuotas.

- El 64% ha modificado sus hábitos de compra de ropa, señalando principalmente que redujeron la cantidad que compran, principalmente en calzados y pantalones.
- El 63% compra ropa con tarjeta de crédito, en cuotas y un porcentaje lo hace únicamente porque hay descuentos.