

# Percepción de la situación económica de los ciudadanos marplatenses

---

Mar del Plata, junio 2023



# PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DE LOS CIUDADANOS MARPLATENSES

---

Mar del Plata, junio 2023

## **Coordinación**

Gabriel Coronello Aldao

## **Investigación y análisis**

Lic. Mónica Pascual

Prof. Santiago Cueto

Lic. Leticia Brea

Lic. Luján Cazenabe

Sebastián Romani

Julieta Campero

## **Agradecimiento**

Ing. Leandro Vega



# INTRODUCCIÓN

---

Este estudio realizado por el Observatorio Universitario de la Ciudad de la Universidad FASTA en el mes de junio de 2023 se centra en el análisis de los efectos de la prolongada crisis económica que ha afectado a la Argentina en los últimos años agravada por los daños ocasionados por la pandemia de COVID-19 y un entorno internacional caracterizado por la desaceleración del crecimiento y la inflación.

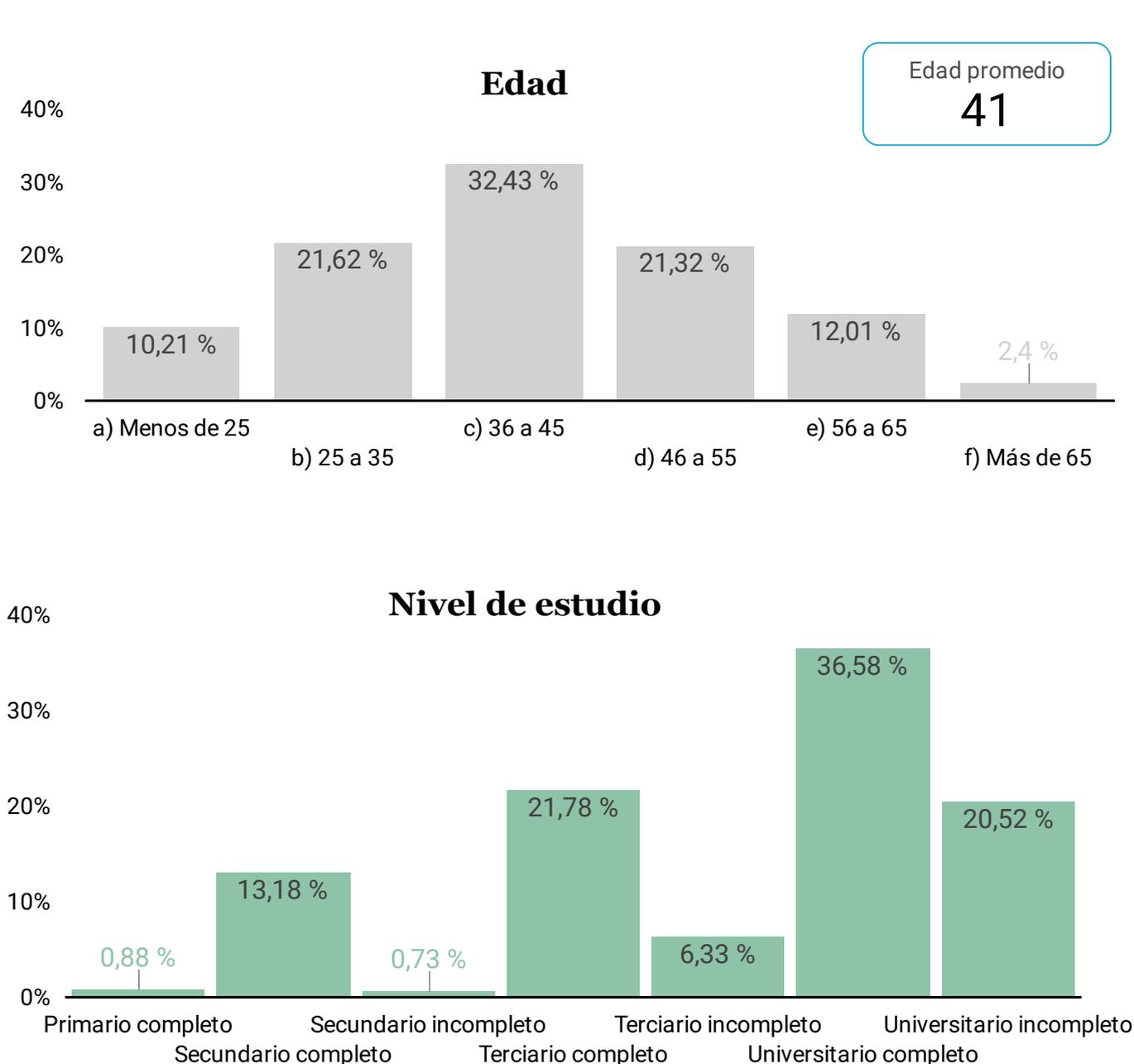
Mediante el relevamiento de las respuestas de los encuestados, se busca describir cómo los habitantes de la ciudad de Mar del Plata han tenido que adaptar sus comportamientos y estrategias para afrontar la coyuntura actual, comprendiendo así de qué manera esta compleja situación económica ha influido sobre sus hábitos de ahorro y consumo.

Además, este estudio indagará en la percepción que los habitantes de la ciudad de Mar del Plata tienen sobre su propia situación laboral. Esto proporcionará una visión de cómo la crisis ha afectado el ámbito laboral y cómo se percibe la estabilidad y seguridad económica.

También se compararan los resultados obtenidos en el presente relevamiento con las cifras recopiladas en años anteriores, para identificar posibles cambios en los comportamientos para afrontar la coyuntura año a año y qué estrategias adoptan en cada momento para administrar sus ingresos

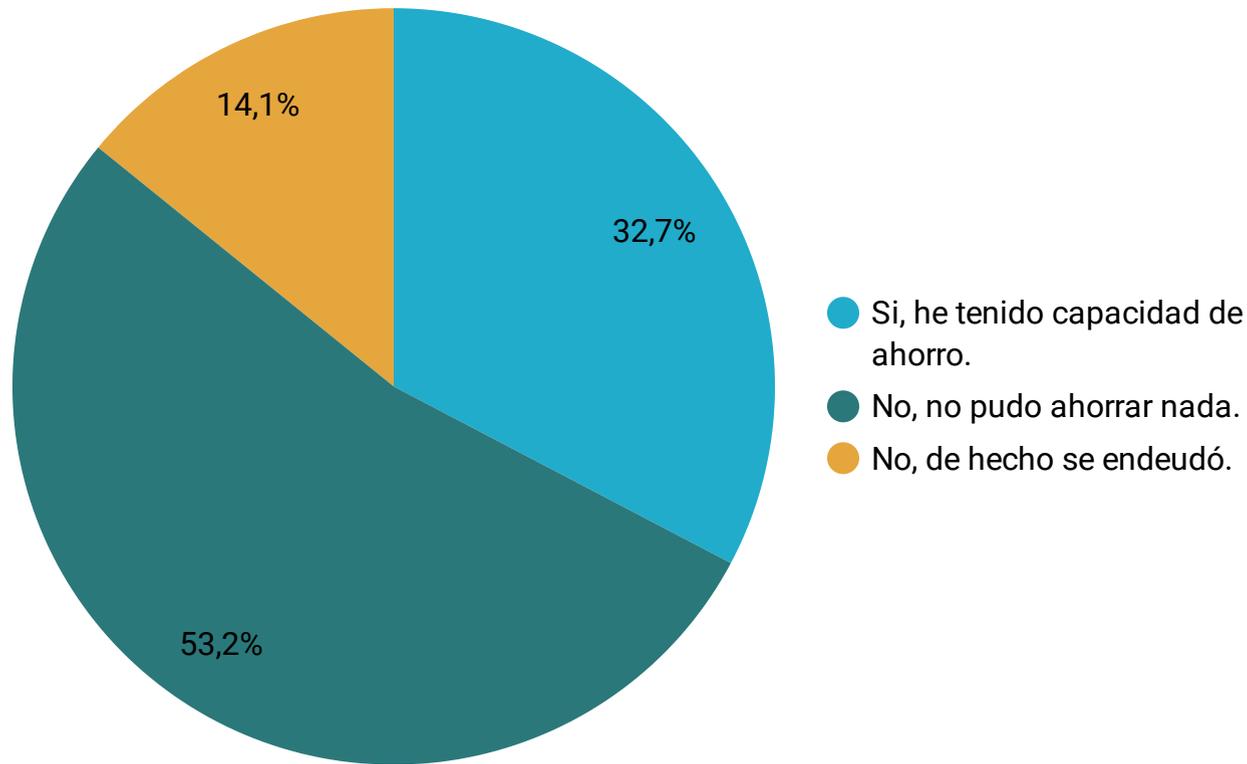
# PERFIL DE LA MUESTRA

Se trabajó en base a una muestra integrada por 335 personas con al menos 18 años cumplidos a las que se les suministró un cuestionario online semiestructurado, con algunas preguntas abiertas.



# CAPACIDAD DE AHORRO

En el último año: ¿Usted ha tenido capacidad de ahorro?



El 67,3% de los encuestados (casi 7 de cada 10 personas) aseguró no haber podido ahorrar durante el último año. Entre los que no pudieron ahorrar, el 14% afirmó haberse endeudado para poder financiar sus gastos.

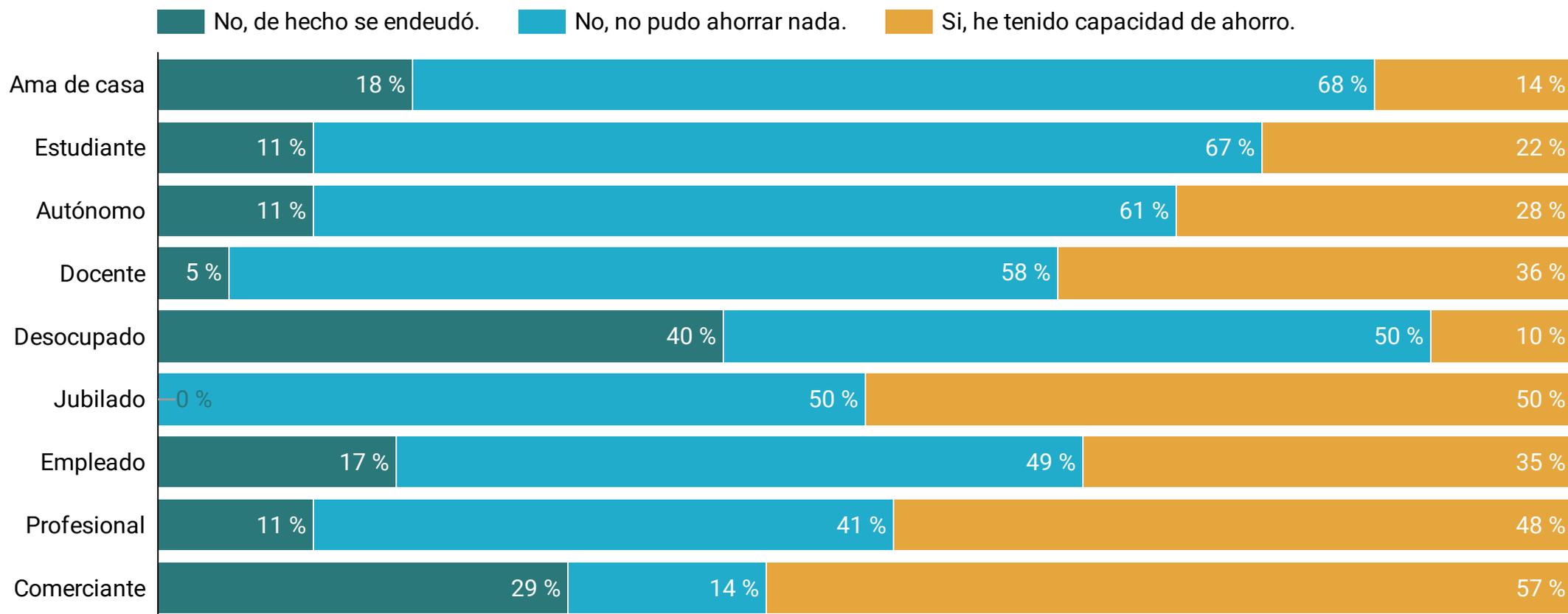
Al comparar las cifras con las del año 2022, se observa que el porcentaje de personas que afirmó haber tenido capacidad de ahorro bajó en 5,7 puntos porcentuales.

Por otro lado, se advierte que el porcentaje de encuestados que señaló no haber podido ahorrar subió en 5,6 puntos porcentuales con respecto a 2022, pasando del 47,6% al 53,2%.

	2019	2020	2022	2023	Variación 2022 vs 2023
No, no pudo ahorrar nada.	51,8 %	46,8 %	47,6 %	53,2 %	5,6
No, de hecho se endeudó.	17,6 %	27,3 %	14 %	14,1 %	0,1
Sí, he tenido capacidad de ahorro.	30,6 %	25,9 %	38,4 %	32,7 %	-5,7

# CAPACIDAD DE AHORRO. POR OCUPACIÓN

En el último año: ¿Usted ha tenido capacidad de ahorro?

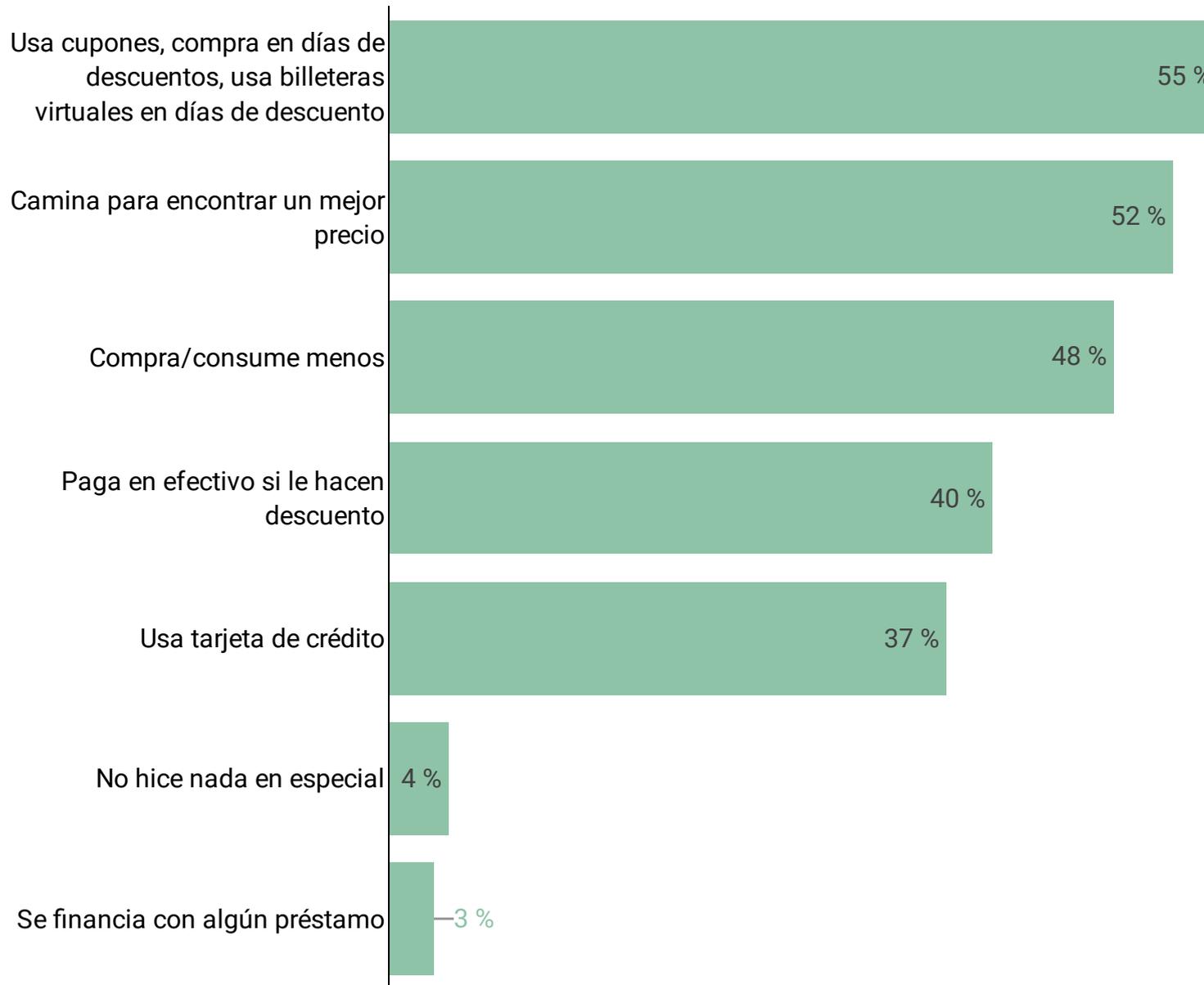


Al segmentar las respuestas por ocupación se observa que la mayor cantidad de individuos que no pudieron ahorrar se encuentra entre los desocupados (90%), las amas de casa (86%) y los estudiantes (78%). Los desocupados también fueron el grupo ocupacional que más indicó haberse endeudado (40%).

Por otro lado, los que indicaron tener mayor capacidad de ahorro fueron los comerciantes, representando un 57% del grupo ocupacional.

# AUMENTO DE PRECIOS. ESTRATEGIAS

En el contexto económico actual. ¿Cómo se protege usted frente al aumento de precios?



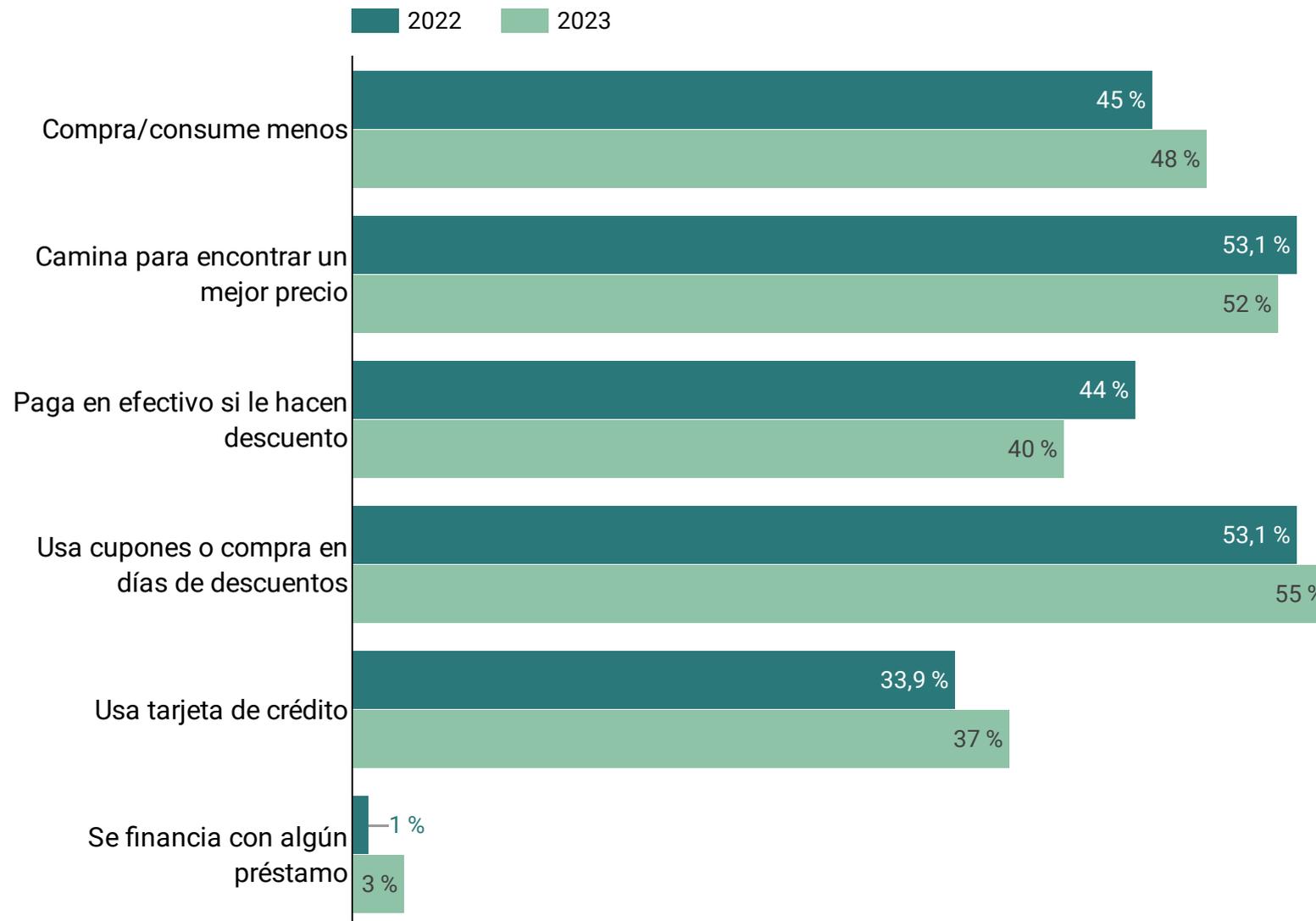
Al igual que en 2022, entre los comportamientos asumidos frente al aumento de precios, uno de los más mencionados por los encuestados consistió en el uso de cupones, compra en días de descuentos o uso de billeteras virtuales en días de descuento (55%).

En siguiente orden aparece también la estrategia de caminar para encontrar un mejor precio (52%)

La opción de comprar o consumir menos aparece en tercer lugar entre las estrategias elegidas con un 48%.

# AUMENTO DE PRECIOS. ESTRATEGIAS

Comparativa 2023 vs 2022



En comparación con 2022 se observan algunas coincidencias en los hábitos de los consumidores.

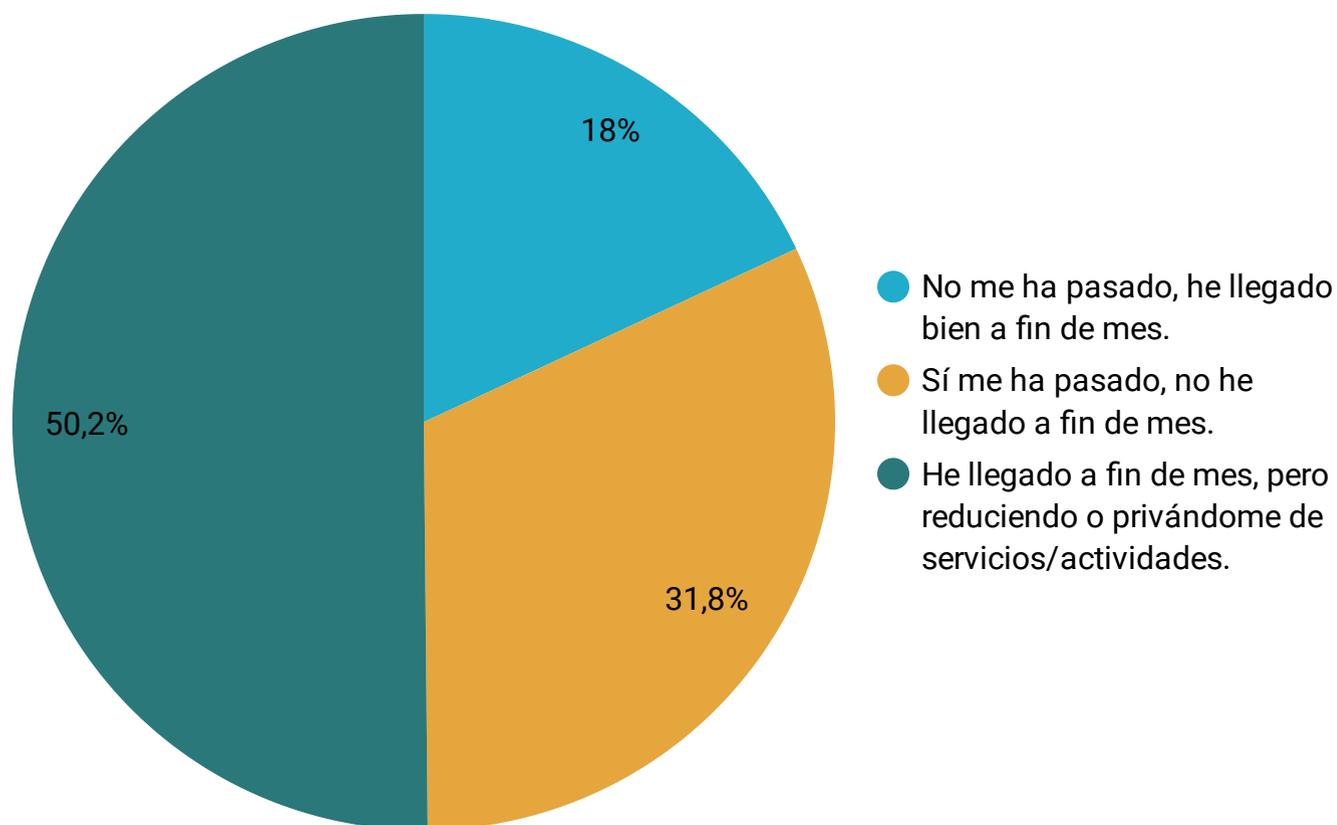
Con respecto al año anterior, coinciden las tres estrategias más mencionadas que fueron el uso de cupones o comprar días de descuento, caminar para encontrar mejores precios y comprar o consumir menos.

Si bien los cambios son leves de un año a otro, se nota un descenso entre quienes eligieron como estrategia caminar para encontrar un mejor precio y también en quienes pagaron en efectivo para recibir un descuento.

La elección del resto de las estrategias creció levemente.

# COBERTURA DE GASTOS. ESTRATEGIAS

A veces la gente encuentra que sus ingresos no alcanzan para cubrir sus gastos. ¿En el último año esto le ha pasado alguna vez?



El 82% de los encuestados declaró haber tenido dificultades para cubrir sus gastos mensuales durante el último año. La cifra es 6,4 puntos mayor a la registrada en 2022. Los que señalaron no haber llegado a fin de mes representan el 31,8% de la muestra, es decir, un 8,3% más que en 2022.

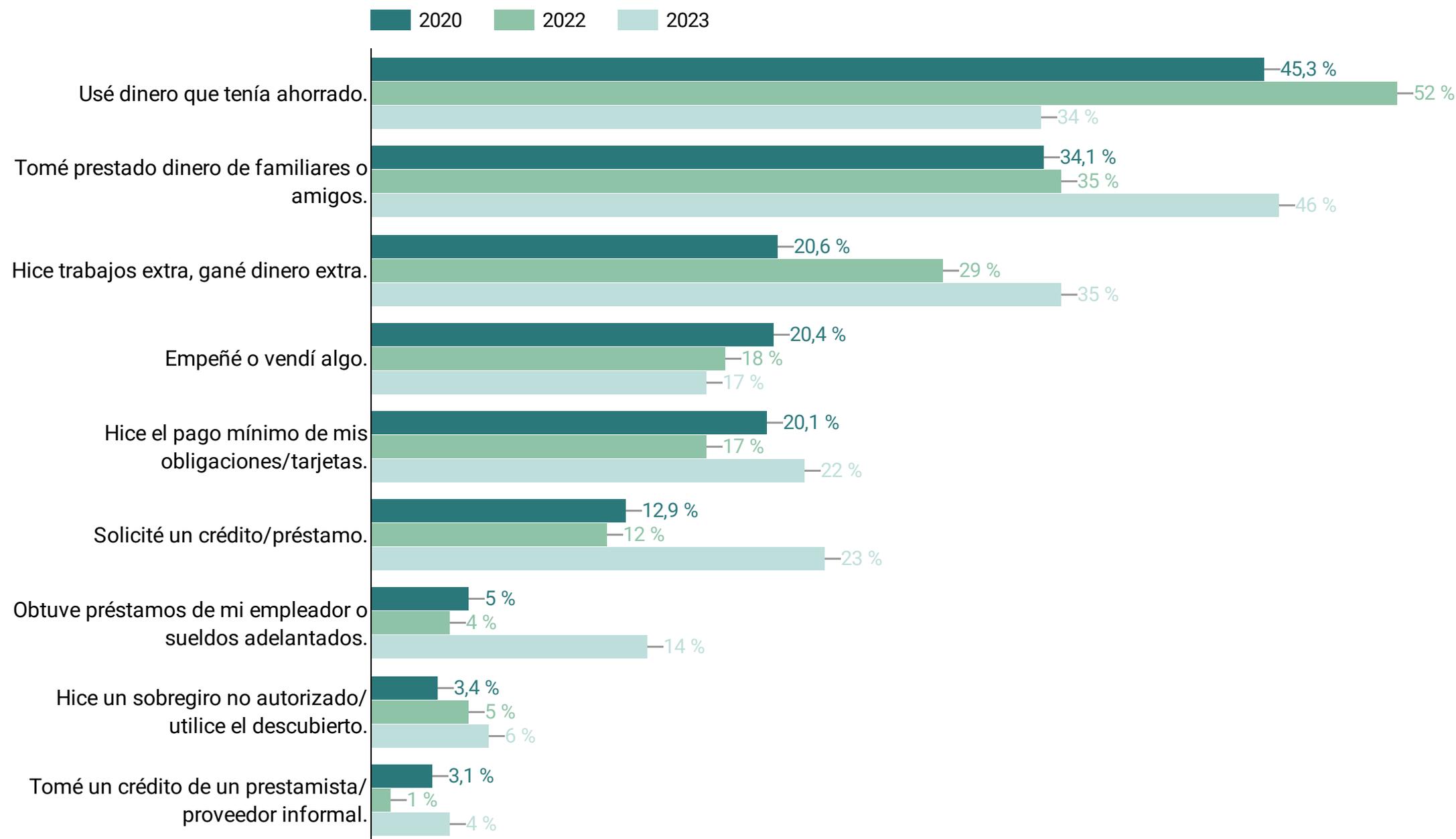
Por otro lado, un 50,2% dijo haber llegado a fin de mes pero privándose de comprar bienes y/o servicios. En 2022 esa opción fue mencionada con una frecuencia del 52,1%.

Finalmente, el 18% afirmó llegar bien a fin de mes, bajando en 6,4 puntos porcentuales el resultado del año 2022.

	2019 ▾	2020	2022	2023
He llegado a fin de mes, pero reduciendo o privándome de servicios/actividades.	50 %	43,5 %	52 %	50 %
Sí me ha pasado, no he llegado a fin de mes.	27 %	38,5 %	23 %	32 %
No me ha pasado, he llegado bien a fin de mes.	23 %	18 %	24 %	18 %

# COBERTURA DE GASTOS. ESTRATEGIAS

¿Qué hizo la última vez que sus ingresos fueron insuficientes para cubrir sus gastos?



# COBERTURA DE GASTOS. ESTRATEGIAS

---

Entre los encuestados que aseguraron no haber llegado a fin de mes, el comportamiento más habitual (mencionado con una frecuencia del 46%) consistió en solicitar dinero prestado de familiares o amigos, seguido por el de ganar dinero o realizar trabajos extra (35%).

En orden de importancia, otras estrategias consistieron en usar dinero que tenía ahorrado (34%), solicitar un crédito o préstamo (23%) o hacer el pago mínimo de las obligaciones (22%).

Asimismo, fueron mencionadas con menor frecuencia la decisión de empeñar o vender algo (17%), haber requerido un préstamo o adelanto de sueldo del empleador (14%), haber realizado gastos al descubierto (6%) y haber tomado un crédito informal (4%).

A diferencia de lo que se observa durante este año, en 2022 la estrategia más mencionada por quienes no pudieron llegar a fin de mes había consistido en utilizar dinero ahorrado.

# CAMBIOS EN EL CONSUMO POR LA SITUACIÓN ECONÓMICA

¿Qué hacía y ha dejado de hacer por motivos económicos?

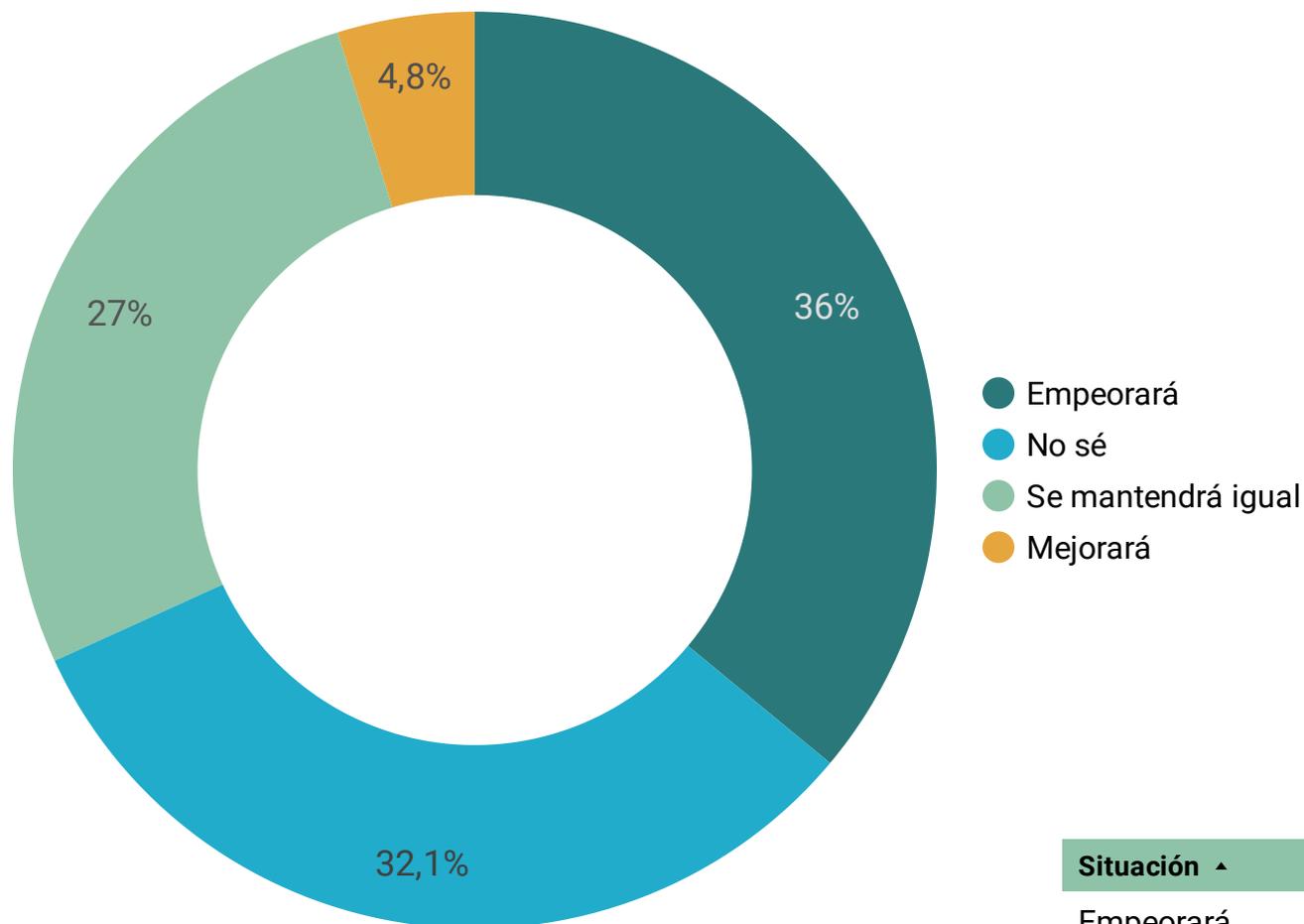
Salidas recreativas. Salidas a cenar	28 %
Comprar ropa, calzado, accesorios	22 %
Viajar	17 %
Actividades deportivas, gimnasio y culturales	5 %

## Otras respuestas

- \* "Compro menos comida/bebida no esencial"
- \* "Comprar algunos artículos de marca y cambie por otros"
- \* "Deje de pagar impuestos provinciales rentas de la casa y del auto"
- \* "Después de 45 años de tener tarjetas de crédito; tuve que darlas de baja"
- \* "Pedíamos delivery los fines de semana y mandaba a mis hijos a tareas extraescolares"
- \* "Ceno menos con amigos en casas"
- \* "Cambiar el auto"

# PERSPECTIVAS SOBRE LA SITUACIÓN ECONÓMICA

¿Cómo cree usted que estará su situación económica en los próximos meses?



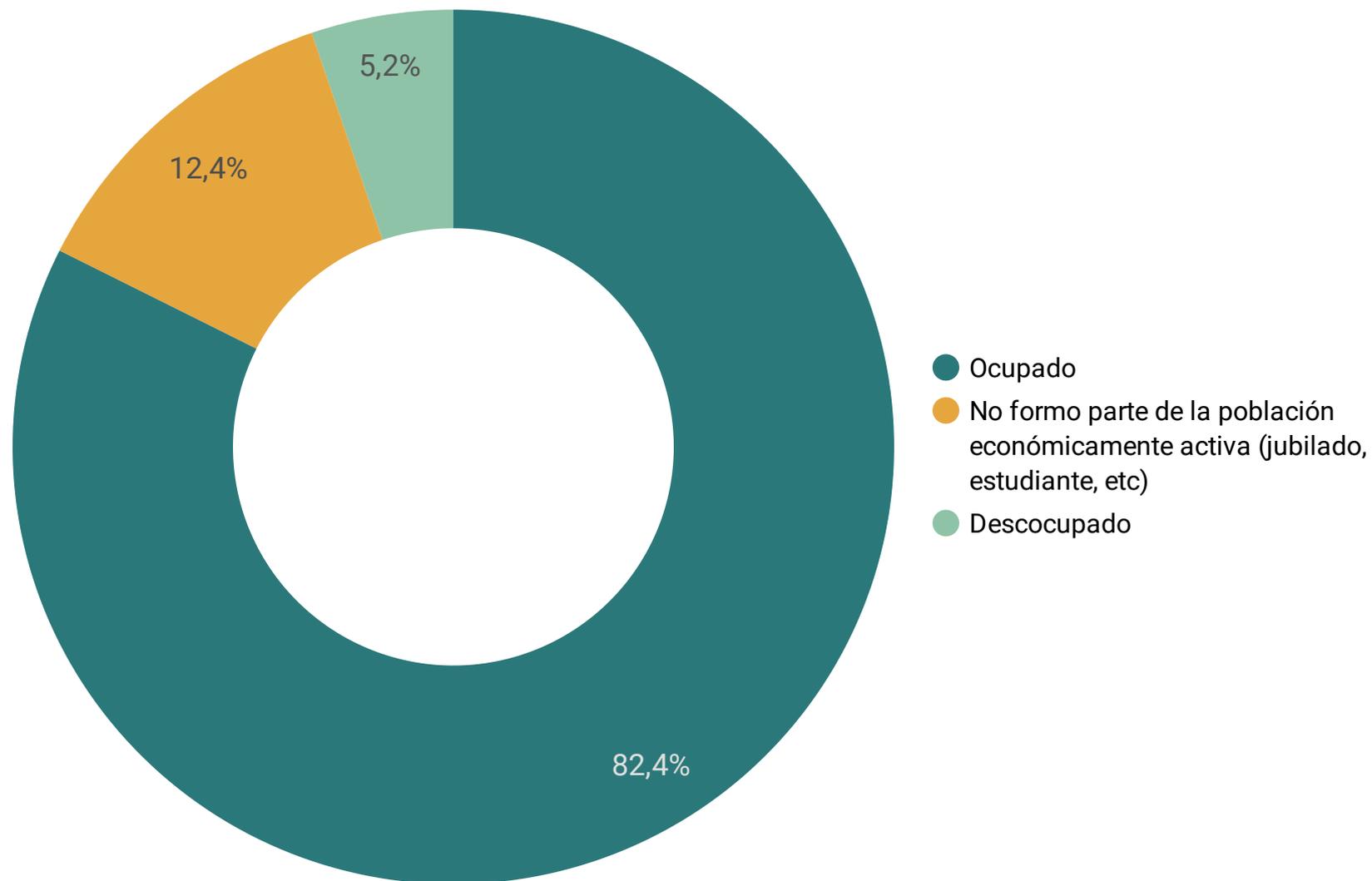
Al ser consultados sobre las perspectivas económicas para los próximos meses, sólo el 4,8% de los encuestados cree que la situación mejorará, muy distinto al 13,4% registrado en 2022.

Por otro lado, el 36% considera que la situación empeorará, el 32,1% no sabe y el 27% restante cree que la situación se mantendrá igual.

Situación ^	2020	2022	2023
Empeorará	30,6 %	34,2 %	36 %
Mejorará	10,6 %	13,4 %	4,8 %
No sé	30,8 %	22,1 %	32,1 %
Se mantendrá igual	28 %	30,3 %	27 %

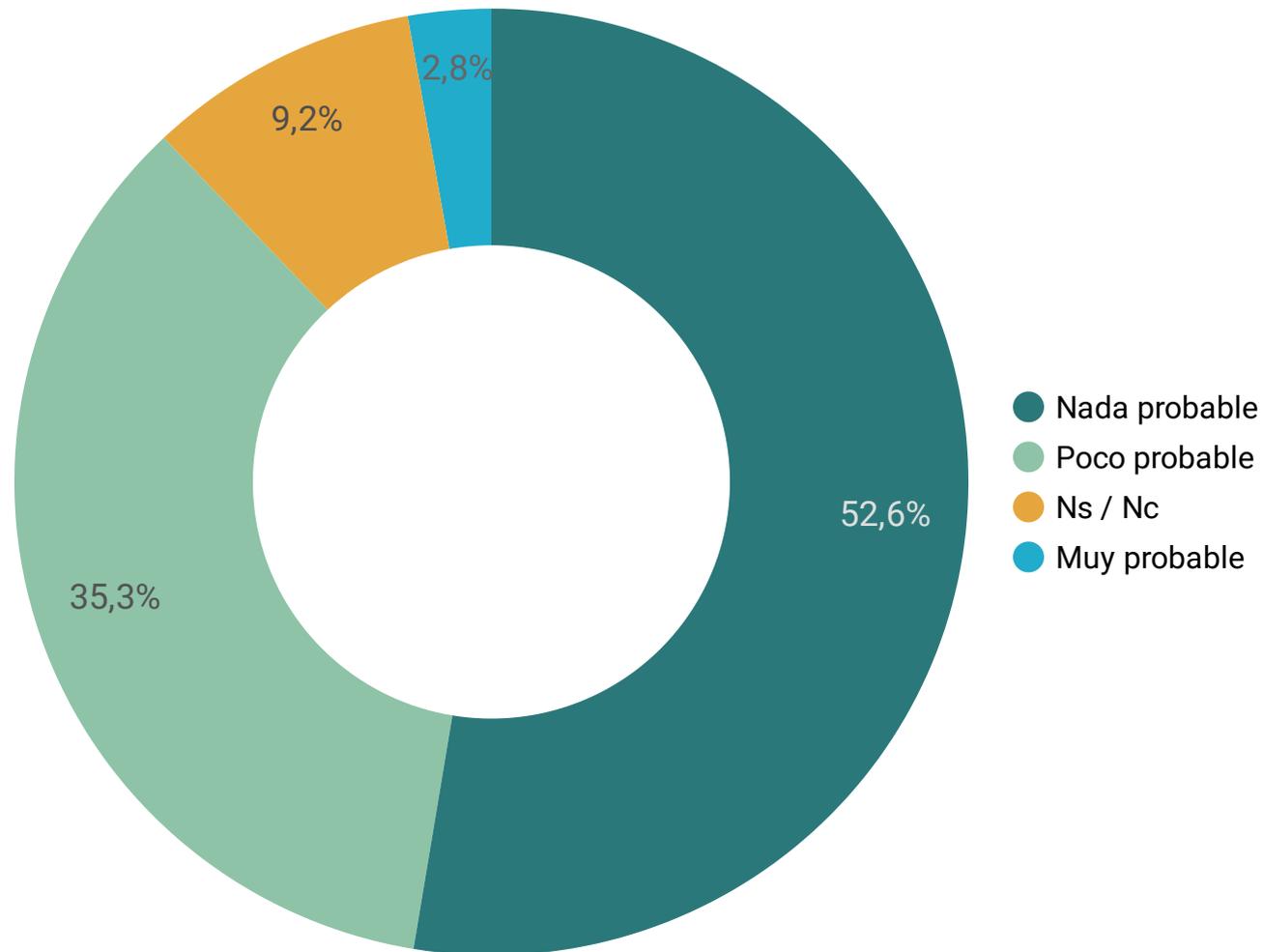
# SITUACIÓN LABORAL. ACTUALIDAD

¿Cómo describiría su situación laboral actual?



# SITUACIÓN LABORAL. PERSPECTIVAS OCUPADOS

¿Cree probable perder su empleo en los próximos seis meses?

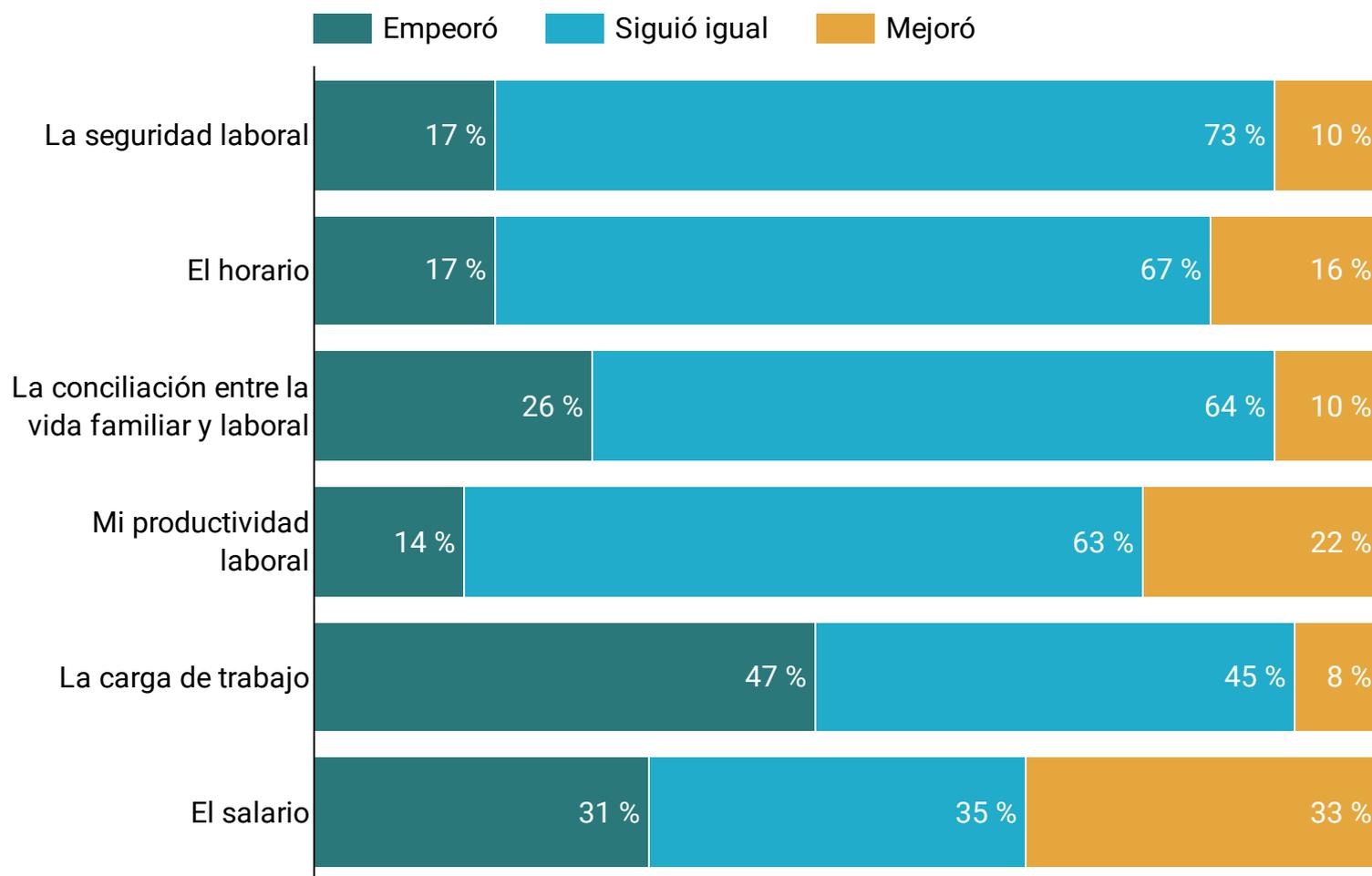


Entre los encuestados que se autodefinieron como ocupados, el 52,6% consideró como nada probable perder su empleo en los próximos meses.

Por otro lado, casi cuatro de cada diez encuestados señalaron como poco probable (35,3%) o muy probable (2,8%) perder su trabajo, expresando así distintos grados de incertidumbre sobre su futuro laboral.

# SITUACIÓN LABORAL. CAMBIOS OCUPADOS

Indique si durante este año los siguientes aspectos de su trabajo han mejorado, empeorado o siguieron igual.



Entre los aspectos que presentaron una mayor mejoría se encuentra el salario con un 33% y la productividad laboral con un 22%, bajando 10 y 13 puntos respectivamente, con respecto al 2022.

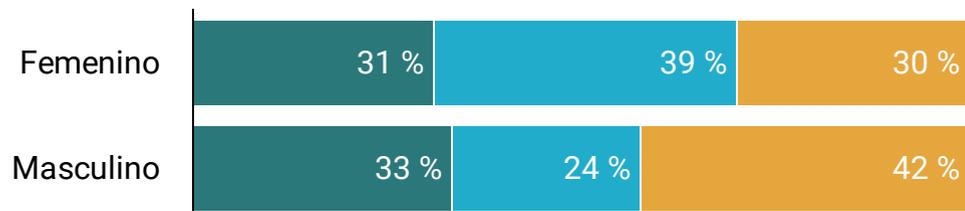
Por otro lado, la carga de trabajo es lo que más empeoró, presentando un 47% de frecuencia.

# SITUACIÓN LABORAL. CAMBIOS OCUPADOS

Cambios en distintos aspectos laborales por sexo

Empeoró Siguió igual Mejoró

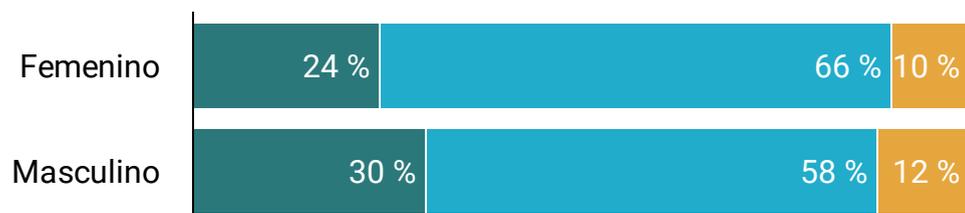
## Salario



## Horario



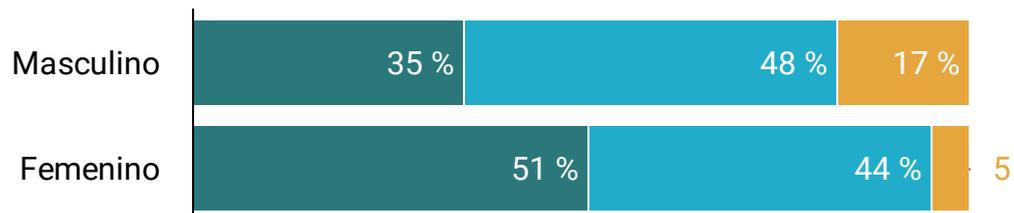
## Conciliación entre la vida familiar y laboral



## Seguridad laboral



## Carga de trabajo

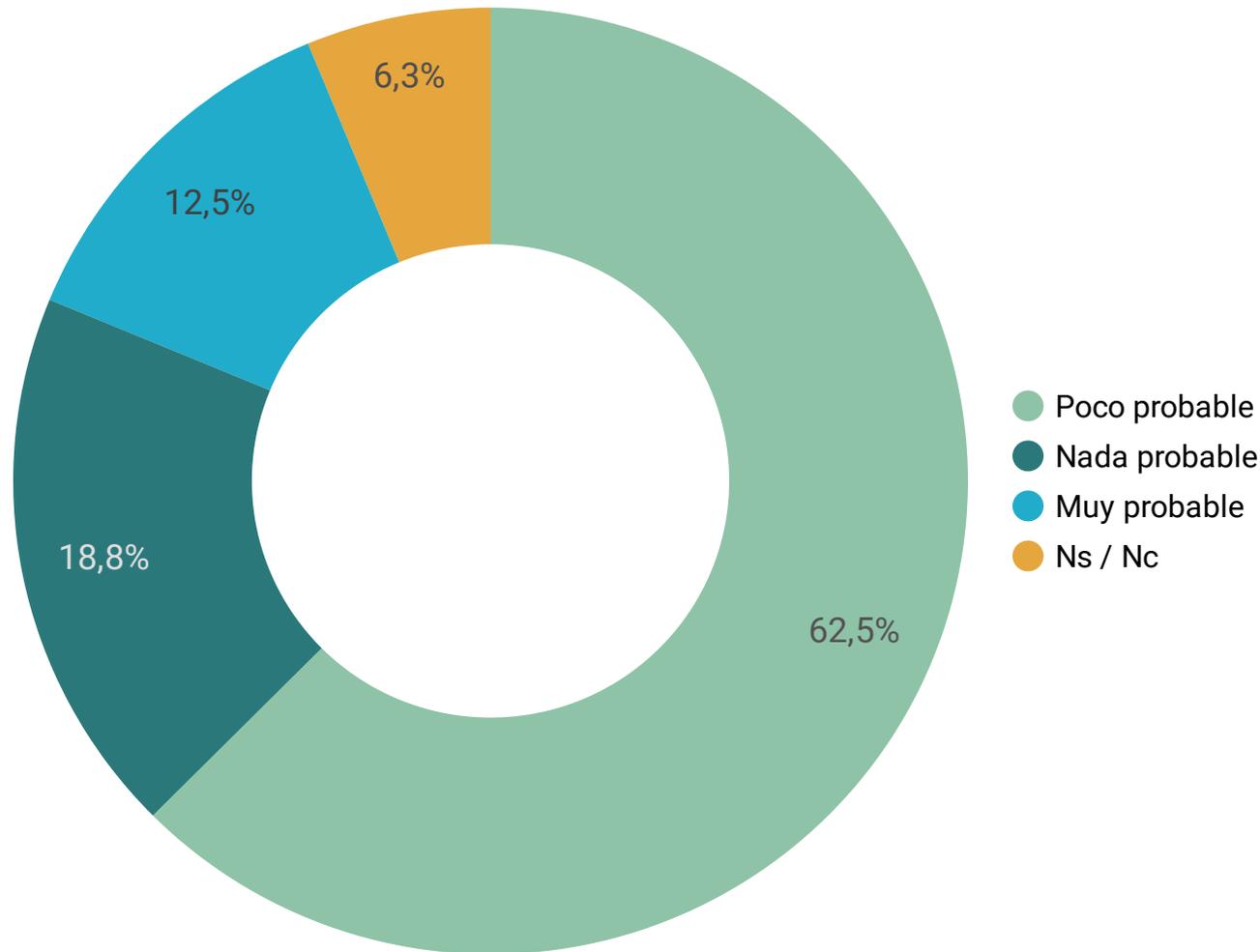


## Productividad laboral



# SITUACIÓN LABORAL. BÚSQUEDA DE EMPLEO DESOCUPADOS

¿Cree probable encontrar un empleo en los próximos seis meses?



Entre los encuestados que se autodefinieron como desocupados, sólo el 12,5% consideró como muy probable encontrar empleo en los próximos meses.

Por otro lado, ocho de cada diez encuestados señalaron como poco probable (62,5%) o nada probable (18,8%) obtener un empleo, superando el 60% de 2022.

# CONCLUSIONES

---

En conclusión, los resultados de la encuesta muestran un panorama preocupante en términos de capacidad de ahorro y dificultades económicas de los encuestados. El porcentaje de personas que afirmaron no haber podido ahorrar aumentó en comparación con el año anterior, mientras que aquellos que indicaron haber tenido capacidad de ahorro disminuyeron. Además, se observa que los desocupados, amas de casa y estudiantes fueron los grupos con mayor dificultad para ahorrar.

En cuanto a las estrategias adoptadas frente al aumento de precios, se destacan el uso de cupones, compras en días de descuento y caminar en busca de mejores precios. Estas estrategias se mantienen similares a las del año anterior, aunque se observa un ligero descenso en la opción de caminar para encontrar mejores precios.

La encuesta revela que la mayoría de los encuestados tuvo dificultades para cubrir sus gastos mensuales, con un aumento significativo en comparación con el año anterior. Muchos tuvieron que recurrir a préstamos de familiares o amigos y realizar trabajos adicionales para llegar a fin de mes. Además, las perspectivas económicas para los próximos meses son pesimistas, con una disminución en el porcentaje de encuestados que cree que la situación mejorará.

En cuanto al empleo, los encuestados mostraron diferentes niveles de incertidumbre sobre su futuro laboral. Aunque la percepción de perder el empleo disminuyó ligeramente en comparación con el año anterior, sigue habiendo preocupación en este aspecto.

En resumen, los resultados de la encuesta reflejan un escenario de dificultades económicas, falta de capacidad de ahorro y perspectivas negativas para los encuestados.



# Observatorio Universitario de la Ciudad

 [www.ufasta.edu.ar/observatorio](http://www.ufasta.edu.ar/observatorio)

 [observatorio@ufasta.edu.ar](mailto:observatorio@ufasta.edu.ar)

 [observatorioUFASTA](https://www.facebook.com/observatorioUFASTA)

 [@observatoriofas](https://twitter.com/observatoriofas)