



**“HÁBITOS DE CONSUMO EN EL PAÍS,
¿EN QUÉ GASTAN LOS ARGENTINOS?”**

Integrantes

Sofía Donadío
Thomas Lichtenstein

Profesora

Donatella Forestello

Tutor

Facundo Riveros

Curso Data Analytics 2022

CODER HOUSE

Fecha de presentación: 26/6/2022

Índice

1) Introducción	3
2) Descripción de la temática de los datos	3
3) Hipótesis.....	4
5) Herramientas utilizadas para el trabajo.....	4
6) Datasets.....	4
7) Listado de tablas.....	5
8) Listado de columnas por tablas.....	6
9) Diagrama Entidad Relación.....	7
10) Medidas calculadas en PowerBI	7
11) Modelo relacional en PowerBI	8
12) Visualización de los datos	9
• Portada.....	9
• Rubros	10
• Distribución Geográfica	11
• Método de pago	12
13) Conclusión	13

1) Introducción

El ser humano no es más que la suma de un cierto número de tendencias.
(Diderot, 1769, citado en Savater, 1975)

Como apunta el filósofo y sociólogo francés Gilles Lipovetsky (1987), en la actualidad nos encontramos con una sociedad en continuo movimiento, efímera, una sociedad que necesita renovarse de forma incesante, y ello hace que el sistema industrial de consumo masivo estandarizado que conocíamos empiece a decaer, así como todas aquellas críticas que apuntaban a la homogeneización de la sociedad de masas. La sociedad de consumo viene evolucionando estos últimos años, en una nueva fase configurada por la inestabilidad. Una sociedad en la que todo es caduco, en la que todo se reinventa, en la que no nos da tiempo a digerir.

La investigación de tendencias sociales y de consumo se presenta como una herramienta eficaz y adaptada a los nuevos tiempos, que permite comprender y poder llegar a anticiparse al comportamiento del consumidor contemporáneo. Ayudan a adelantarse a los constantes cambios del consumidor actual, permitiendo alcanzar sus necesidades antes de que estas caduquen.

El presente trabajo de divulgación compila las preguntas más frecuentes de la población argentina sobre sus preferencias/ prioridades al momento de realizar el gasto, con las cuales el Instituto Nacional de Estadística y Censos realiza mediciones socioeconómicas de manera continua.

La asistencia para la correcta interpretación y análisis de los resultados que el INDEC provee mediante el servicio estadístico oficial forma parte de las buenas prácticas que el Instituto promueve para la toma de decisiones informadas en los ámbitos público y privado.

2) Descripción de la temática de los datos

Para el presente trabajo se tomó como base la última encuesta Nacional de Gastos de los Hogares, realizada por el INDEC, durante el periodo comprendido entre Noviembre 2017 y Noviembre 2018.

Estos gastos se encuentran clasificados de acuerdo a si cubren o no necesidades básicas, y a un nivel más específico por sector, clase, subclase y productos, incluyendo también un detalle de la cantidad, monto, fecha en que se realizaron y forma de pago, además de la región, subregión y provincia en las que se realizaron los mismos.

Contamos también con el recuento de los hogares y habitantes que realizan estos consumos.

3) Hipótesis

La información obtenida, nos va a permitir analizar y comprender los hábitos de consumo de la población, para luego implementar políticas públicas que se ajusten a las necesidades de cada región y/o subregión.

Para esto, debemos primero visualizar a grandes rasgos cual es la participación de los productos/servicios Básicos y No Básicos en los hogares, y de qué rubros se componen. También, podemos realizar análisis más específicos que nos permitan identificar las formas de pago y los métodos de adquisición de esos productos, y si los mismos son compras continuas o estacionarias.

Con esto podremos respondernos y confirmar o no, preguntas como las siguientes:

¿En la Patagonia, hay mayor concentración de gasto por cápita en el rubro Educación?

¿En la región Pampeana, hay mayor concentración de gasto por cápita en la mayoría de los rubros?

¿Estos gastos, son continuos o estacionarios?

¿Cuál es la principal forma de pago de los mismos?

4) Alcance

El diseño del Dashboard presentado está orientado a los mandos medios y líderes de los Ministerios de Desarrollo Social y Financiero de la nación, que llevan adelante las políticas públicas para el impacto del nivel socioeconómico de los habitantes de la Argentina.

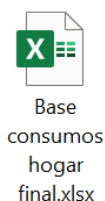
En él se van a encontrar con los rubros donde más se consume, en qué se gasta más y cuáles son los métodos de pago elegidos, todo esto distribuido en las 23 provincias que hay en el país, sumado al territorio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires al cual a los fines del análisis consideraremos como provincia también.

5) Herramientas utilizadas para el trabajo

- **Excel y SQL:** Desarrollo de la base de datos.
- **Miro:** Diseño del Diagrama Entidad-Relación.
- **Canva:** Creación del mockup.
- **PowerBI:** Implementación del tablero de control.
- **Flaticon:** Obtención de imágenes para el tablero.

6) Datasets

A continuación, se adjunta la base con las tablas y datos organizados y estructurados, utilizadas en el presente trabajo.



7) Listado de tablas

En este apartado, se mencionará cada una de las tablas junto a una breve descripción de las mismas y la definición de la clave principal y foránea:

- **Hogares:** Contiene los hogares sujetos a análisis y los periodos en años (2017 y 2018) y trimestres (1°, 2°, 3° y 4°) del gasto por hogar.
 - PK: ID Hogares
 - Trimestre
 - Año
- **Personas:** Nos permite obtener el dato de cuántas personas habitan cada hogar.
 - PK: ID personas
 - FK: ID Hogares
- **Gastos:** Contiene el artículo adquirido, el monto, cantidad, el hogar y persona que realizó la compra y la forma de pago.
 - PK: ID Gasto
 - FK: ID Hogares
 - FK: ID Persona
 - FK: ID Artículo
 - Cantidad
 - Monto
 - Forma de pago
- **Artículos:** Detalla la clase de artículo adquirido, el grupo y subgrupo de acuerdo al sector donde pertenece y el tipo de gasto según sea para cubrir necesidades básicas o no.
 - PK: ID Artículo
 - Clase
 - Subclase
 - Tipo de gasto
 - Grupo
- **Provincia:** Contiene la región, provincia y subregión de cada hogar.
 - FK: ID hogares
 - PK: Provincia
 - Región
 - Subregión

8) Listado de columnas por tablas

A continuación, se hará mención de las columnas que posee cada tabla junto con su tipo de campo y clave.

Tabla 1: Hogares

Tipo de clave	Campo	Tipo de campo
PK	ID_hogares	Int
-	trimestre	Int
-	anio	int

Tabla 2: Personas

Tipo de clave	Campo	Tipo de campo
PK	ID_personas	int
FK	ID_hogares	int

Tabla 3: Gastos

Tipo de clave	Campo	Tipo de campo
-	monto	float
-	forma_pago	int
-	cantidad	float
FK	ID_articulo	nvarchar(50)
FK	ID_hogar	int
FK	ID_persona	Int
PK	ID_Gastos	int

Tabla 4: Artículos

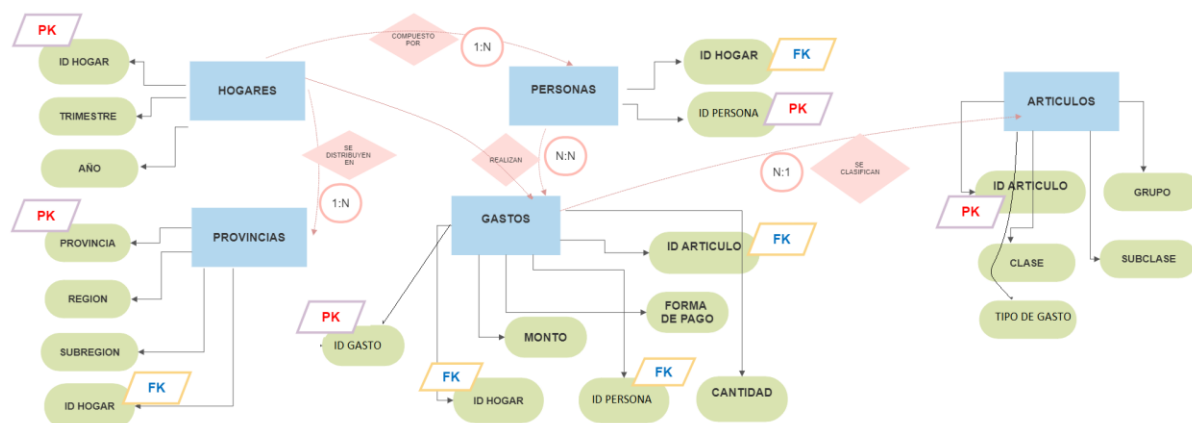
Tipo de clave	Campo	Tipo de campo
PK	ID_articulo	nvarchar(50)
-	Grupo	nvarchar(100)
-	clase	nvarchar(100)
-	Subclase	nvarchar(100)
-	Tipo_de_gasto	nvarchar(100)

Tabla 5: Provincias

Tipo de clave	Campo	Tipo de campo
PK	Provincia	nvarchar(50)
-	Region	nvarchar(50)
-	Subregion	nvarchar(10)
FK	ID_hogar	int

9) Diagrama Entidad Relación

A continuación, se detalla el Diagrama Entidad Relación creado.

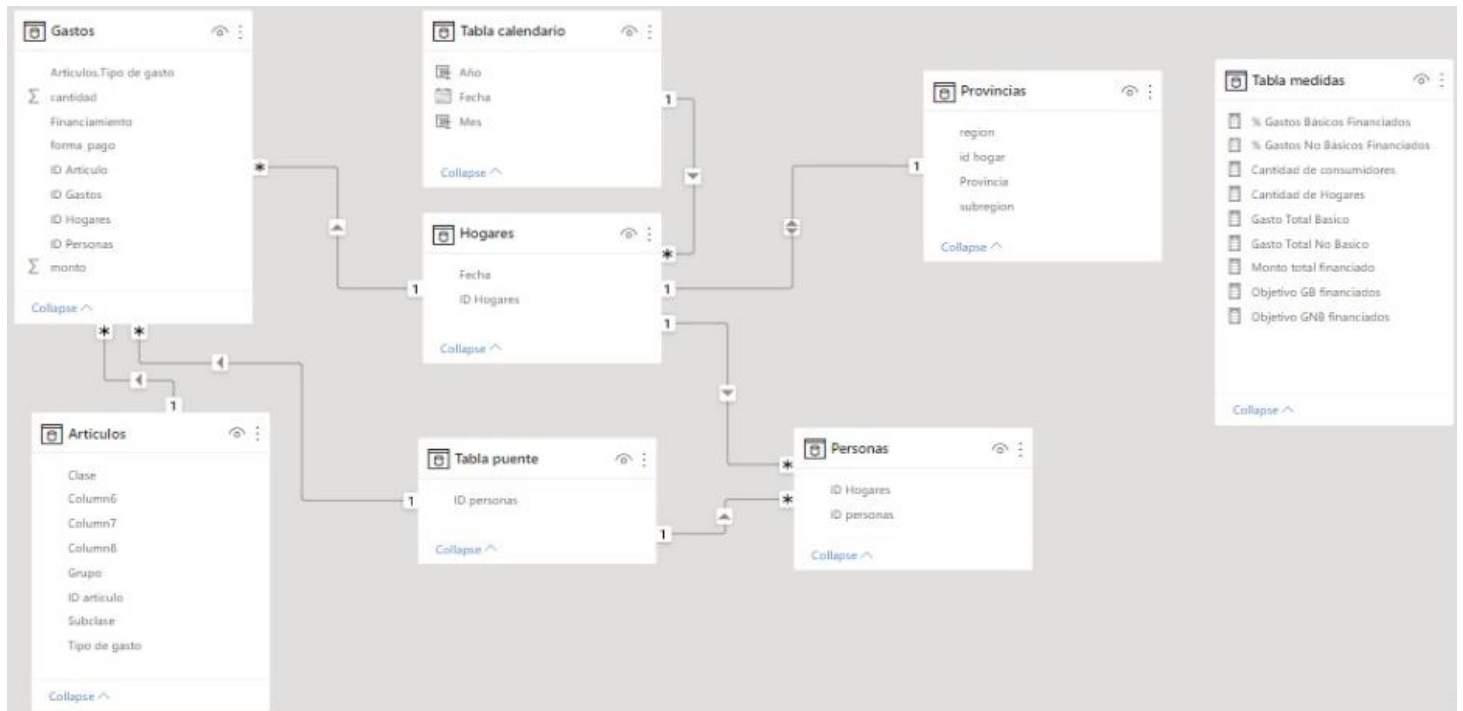


10) Medidas calculadas en PowerBI

- % Gastos Básicos Financiados y % Gastos No Básicos Financiados: Se crea con el fin de conocer el porcentaje de compras en el rubro de “gastos básicos” y “gastos no básicos” financiados con crédito.
- Cantidad de consumidores y Cantidad de Hogares: Se emplea con el fin de saber a un nivel mas detallado quienes realizan este consumo.
- Gasto Total Básico y Gasto Total No Básico: Se busca conocer con esta medida el total de gastos en el rubro denominados como “básicos” y “no básicos. Se busca discernir entre ambos para conocer en qué se gasta más e indagar entre cada uno de ellos.
- Gasto total: Es necesario tenerlo presente al momento de realizar las comparaciones y medir magnitudes.
- Monto total financiado: Nos sirve para conocer la magnitud total de los consumos que fueron financiados con crédito. Como el primer punto, es necesario saber cómo fluctúa el mercado financiero en la toma de decisión de los argentinos y su capacidad de poder adquisitivo ya que por ejemplo, si es muy alto el porcentaje de financiamiento de productos Alimenticios, es una señal de alerta.
- Objetivo Gasto Básico Financiado y Objetivo de Gasto No Básico Financiado: Se plantea un objetivo máximo de financiamiento por tipo de gasto, ya que si esto es superado es una señal de alerta para el apoyo del estado.

11) Modelo relacional en PowerBI

A continuación, se presenta el diagrama Entidad-Relación establecido en PowerBI:



12) Visualización de los datos

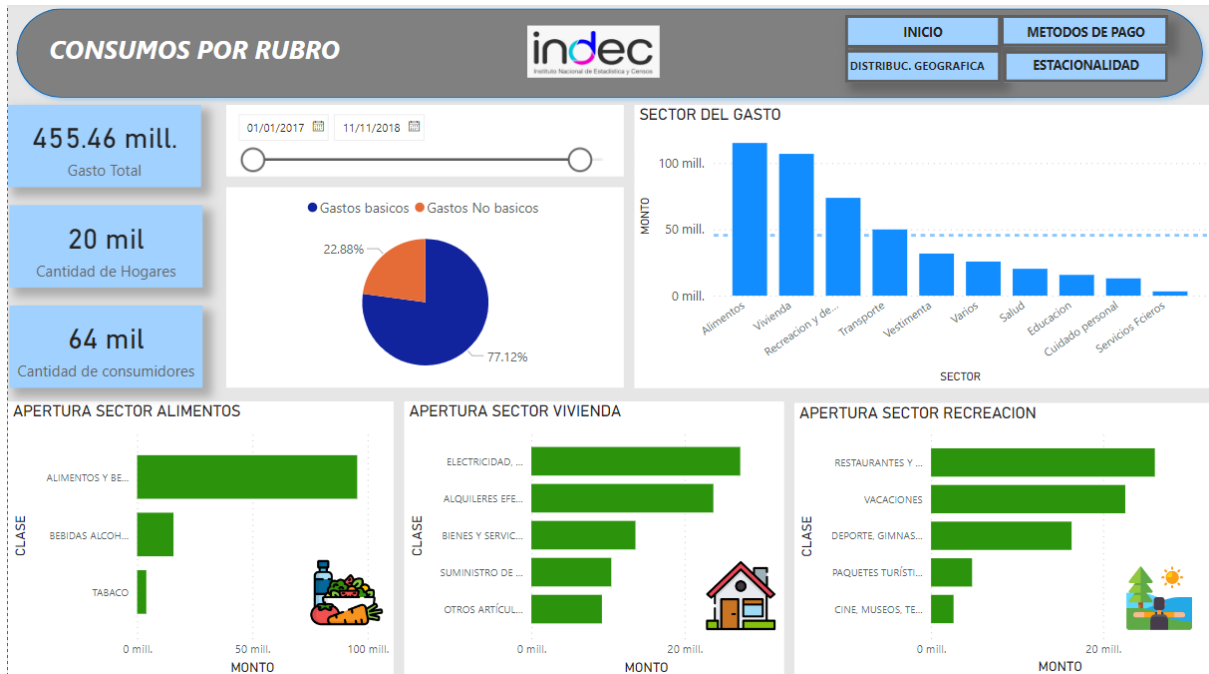
- *Portada*

Se remarca la temática general del trabajo, periodo de análisis y fecha de actualización. Además, se crean cuatro accesos directos a las solapas *rubros*, *distribución geográfica*, *método de pago* y *estacionalidad*.



- *Rubros*

Como primera medida, tenemos tres indicadores que nos permiten visualizar la magnitud del gasto total y de los consumidores. Siguiendo por un primer análisis que nos muestra qué porcentaje corresponde a consumos de primera necesidad denominados como “Gastos básicos” y el resto pertenece al grupo de “Gastos no básicos”. Luego verificamos que hay tres sectores que concentran el consumo, por lo que indagamos más en los productos de cada uno de ellos para entender de una forma mas clara cuales son las preferencias/necesidades que se están priorizando. Se puede filtrar por fecha.

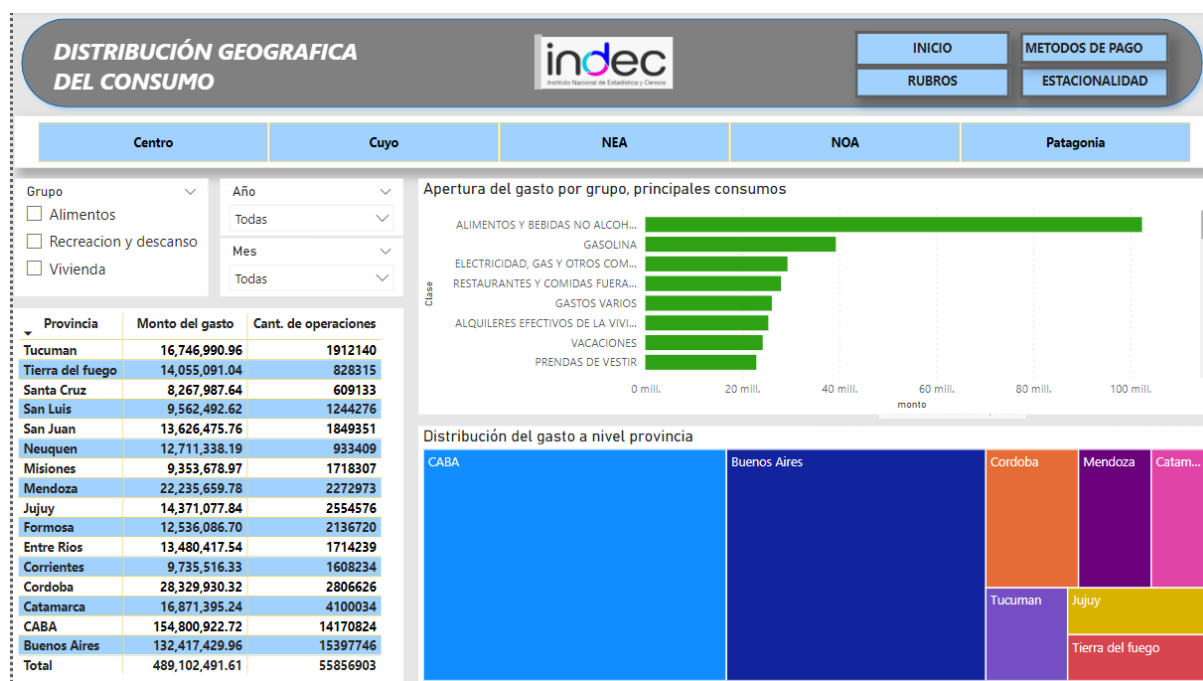


- *Distribución Geográfica*

Continuando con el análisis de las preferencias de la población en los tres sectores principales, es de gran relevancia saber la distribución de estos consumos por provincia/región, principalmente para conocer si existe una brecha socioeconómica entre ellas y, de ser así, de cuánto es la distancia de la que estamos haciendo referencia.

Tenemos como principal herramienta el gráfico de barras, que nos muestra una apertura del grupo seleccionado en el filtro, por región. También se puede filtrar por año y mes.

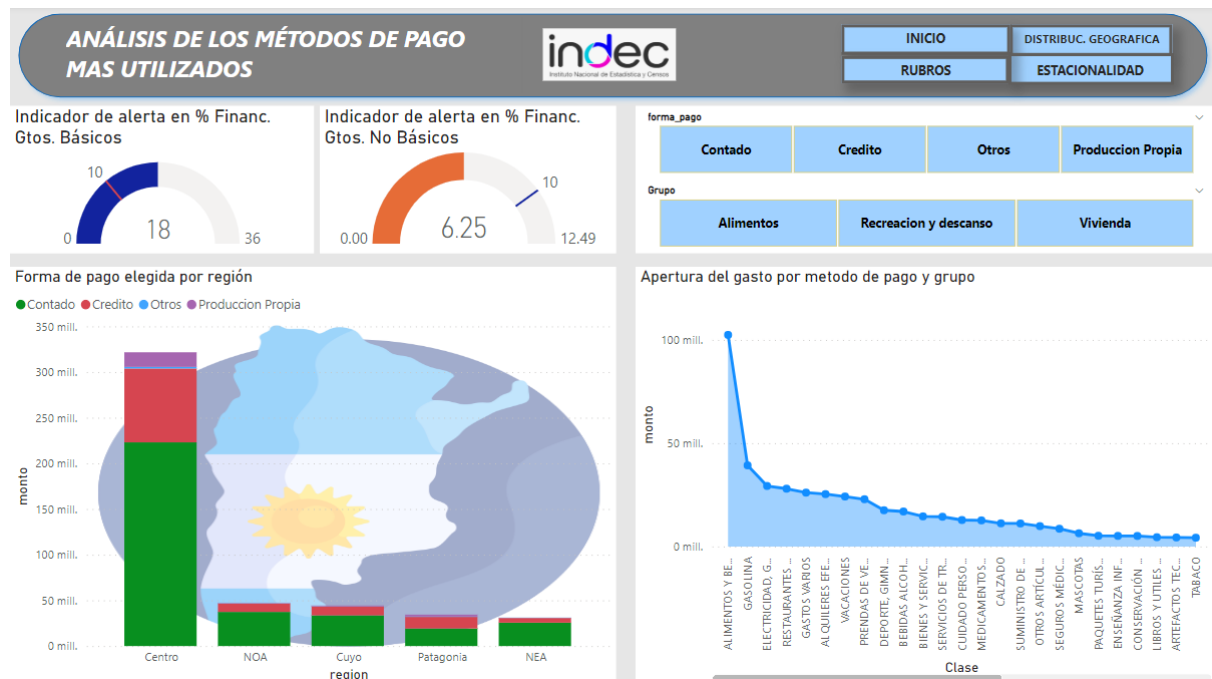
Continuamos para tener un mayor detalle con una tabla en donde nos muestra el Monto y la cantidad de operaciones por provincia, y un Treemap para tener una rápida visualización de las magnitudes, de las 8 provincias con mayor consumo.



- *Método de pago*

Es relevante para la distribución de políticas financieras y de apoyo social conocer en qué medida puede afrontar la población cada gasto. Como se mencionó anteriormente, si se está financiando un gran porcentaje de gastos básicos, es una clara señal de alerta, por lo que establecimos objetivos expresados en porcentajes para los consumos, ya sea básico o no básico, que se concreten con crédito. Para visualizar el alcance de dicho objetivo planteamos dos KPI's. e incluimos también un gráfico de barras apiladas que nos muestre, por región, cuál es el método de pago más elegido.

Agregamos también, un gráfico lineal que nos permite realizar una apertura con más detalle de la forma de pago de los principales sectores analizados. Cabe aclarar que estos filtros (forma de pago y grupo) no repercuten en los Kpis y el gráfico de barra mencionado anteriormente.



- *Estacionalidad*

Para finalizar nuestro análisis, nos pareció de suma relevancia identificar si las conclusiones obtenidas hasta el momento con respecto al sector del gasto, distribución y método de pago, son constantes a lo largo de todo el periodo o si hay picos estacionales. Para esto, tomamos como periodo el año calendario y utilizamos un gráfico de líneas que nos permite identificar en que meses se intensifica el consumo, pudiendo seleccionar el año de análisis, región, el tipo de gasto, grupo y para un detalle más específico la clase y subclase del producto.



13) Conclusión

El desarrollo de nuestro trabajo de investigación y el cumplimiento de nuestros objetivos, nos han permitido establecer una serie de conclusiones sobre la investigación de las tendencias sociales y de consumo tanto a nivel nacional como internacional, las cuales exponemos a continuación:

- El desarrollo de la base de datos determinó que el 77,12% del gasto de consumo de hogares se destina a cubrir necesidades básicas, principalmente de alimentos, vivienda y transporte, y que el 22,88% restante se distribuye principalmente en recreación y descanso (Restaurantes lidera el grupo y en segundo lugar el gasto en Viajes), cuidado personal y gastos varios, los cuales no son considerados necesidades básicas.
- La Patagonia y el Gran Buenos Aires fueron las regiones con menor proporción de gastos en alimentos y bebidas no alcohólicas, con 22,8% y 21%, respectivamente. En cambio, en el Noroeste el gasto en alimentos y bebidas no alcohólicas fue de

29,0% y en el Noreste este consumo crece hasta 30,3% y fueron las regiones con mayor peso en este rubro.

- En alimentos y bebidas no alcohólicas, los hogares de la región Cuyo destinaron el 23,1% de sus gastos y en la región Pampeana se aplicó el 22,8%.
- Si bien es de esperar que el mayor consumo se genere en rubros básicos, la brecha con los no básicos es bastante extensa, por lo que se deduce que la población gasta la mayoría de sus ingresos en consumos básicos para subsistir. Si el nivel de ingreso fuese mayor, la población podría incurrir en más gastos en otros tipos de rubro como por ejemplo "Refacción de vivienda". Además, la brecha se vuelve más extensa si salimos de las provincias más pobladas de Argentina (Buenos Aires, Córdoba, CABA y Santa Fe).
- Si vemos la cantidad de personas involucradas en los consumos, y los hogares que intervienen, sigue siendo alto el porcentaje de mantenimiento de una persona que se haría cargo de las compras de su domicilio. Si bien esto se fue acortando de un año al otro, pensando en que el nivel de ingresos de un hogar puede estar representado por dos personas, todavía podemos pensar que hay un pequeño porcentaje de la población que no tiene ingresos, ya sea porque son personas que viven con familiares o que están en pareja y no trabajan.
- Existe un crecimiento exponencial en la utilización de métodos de pago que incluyen crédito, pero sigue habiendo una enorme porción de argentinos que se vuelcan al pago en efectivo o de contado, por lo que el mercado financiero tiene una buena oportunidad para extender sus redes conexión con todos los puntos del país, la utilización de tarjetas bancarizadas, billeteras virtuales, procesos de transferencias inmediatas o debín, entre otros. Esto ayudaría a que la economía se pueda formalizar y por ende, extender. Además de que es importante contar con un mayor registro tributario para la distribución de la riqueza.
- Podemos ver que, a niveles generales, existe una tendencia a aumentar el consumo en el mes de marzo, con mayor impacto en el sector de gastos básicos coincidiendo a su vez con el inicio del ciclo lectivo. Es por esto, que hay que mantener y reforzar el apoyo a familias con hijos en este periodo.
- Si analizamos el sector educación, vemos que hay un pico también en el mes de julio, lo que remarca la necesidad de incrementar el apoyo en este periodo, con políticas que apunten a cubrir gastos exclusivamente relacionados con este sector.
- El mes con menor nivel de consumo es septiembre, incrementándose posteriormente y llegando a otro pico de menor nivel, en la época de fin de año y las fiestas.
- Si analizamos los gastos no básicos, tienen a ser más constantes a lo largo de todo el año, con un incremento notable en época de vacaciones, lo cual coincide al analizar el sector recreación.
- Si visualizamos con un mayor nivel de detalle, podemos ver que en la Patagonia en el mes de Julio hay un pico notable en gastos en deporte, coincidente con la temporada alta de Sky y en verano disminuye.
- Sectores como cuidado personal, vestimenta, transporte, se mantienen constantes a lo largo de todo el año.

Futuras líneas: Toda investigación de tendencias sociales y de consumo debe de desarrollarse bajo dos métodos: Investigación Continuada en el Tiempo y Monitorización de Señales en distintos sectores de actividad. Para complementar el proyecto, realizaríamos un

análisis de los ingresos de la población y de este modo entender de una mejor manera el nivel socioeconómico de la misma y su relación con el consumo.