

Encuesta Comercios de La Plata

Enero/Marzo 2021



Laboratorio de DESARROLLO
SECTORIAL y TERRITORIAL
FCE UNLP

FCE
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



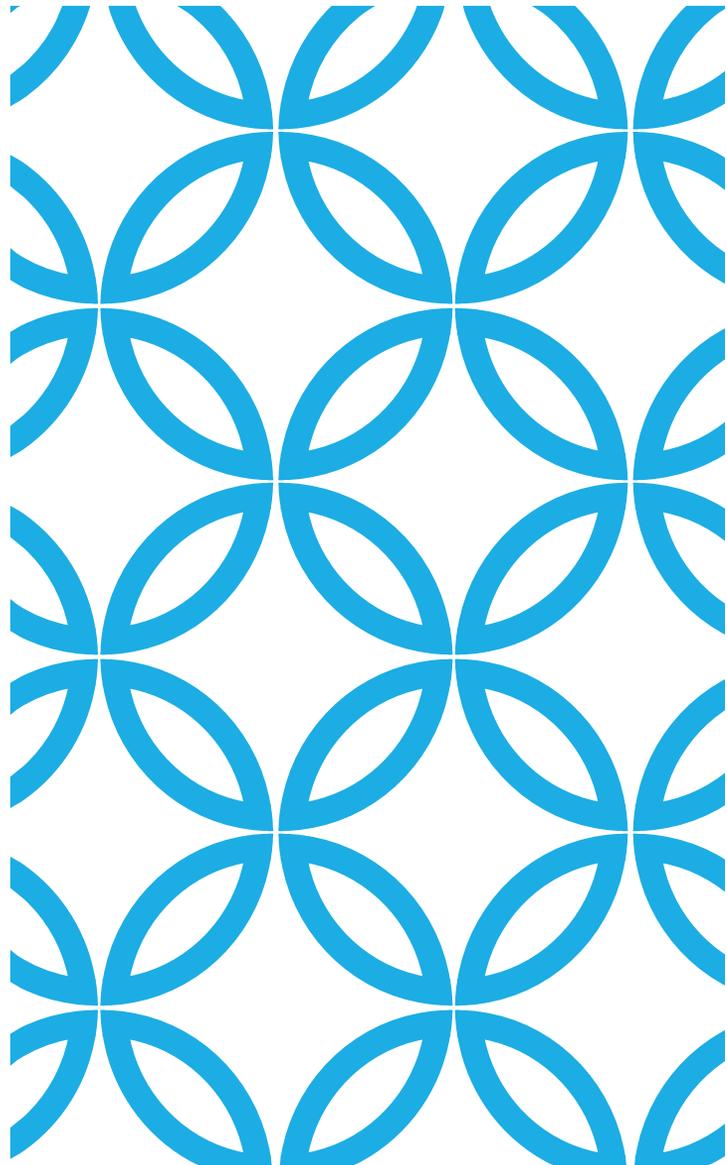
UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

La Plata, 4 de mayo de 2021



RESUMEN EJECUTIVO

- ❖ El 64% de los negocios encuestados **en los centros comerciales de** La Plata manifiestan una **caída** de las ventas durante el primer trimestre del año, respecto al mismo período de 2020.
- ❖ En promedio, **las ventas (en unidades) disminuyeron en el primer trimestre un 24%** respecto al año anterior. Todos los rubros presentan caídas. Prendas de Vestir es el rubro que explica en gran medida la disminución global.
- ❖ Las ventas caen más en las zonas comerciales que en las residenciales por una secuela de la pandemia: el **desplazamiento de los centros de consumo**. Los platenses realizan una parte mayor de su consumo en los alrededores de su domicilio.
- ❖ Debido al aislamiento obligatorio, los comerciantes debieron comenzar a usar **medios de venta alternativos**: 22% de las ventas del trimestre se realizaron a través de estos nuevos canales (web, telefónico, redes sociales). Se acelera la migración hacia el comercio digital en todos los rubros. Uno de los más rezagados, comercio de prendas de vestir, ya canaliza 20% de sus ventas por esta vía.
- ❖ Por cuestiones estacionales, el **empleo** creció durante el mes de diciembre y se mantuvo relativamente estable hasta marzo, cuando volvió a mostrar signos de desaceleración. Se verifican en este sentido dos realidades distintas, una en la zona puramente comercial (con movimientos estacionales bien marcados) y otra en la zona residencial donde se registra empleo en crecimiento.
- ❖ La **PRESIÓN IMPOSITIVA** tanto a nivel nacional como local es el **problema** más mencionado por los comerciantes como principal traba para sus negocios.
- ❖ Respecto de **las expectativas empresariales**, sigue predominando el pesimismo. No se esperan grandes cambios en la dotación de personal ni en el monto destinado a inversiones durante el segundo trimestre del año.



ENCUESTA COMERCIOS LA PLATA

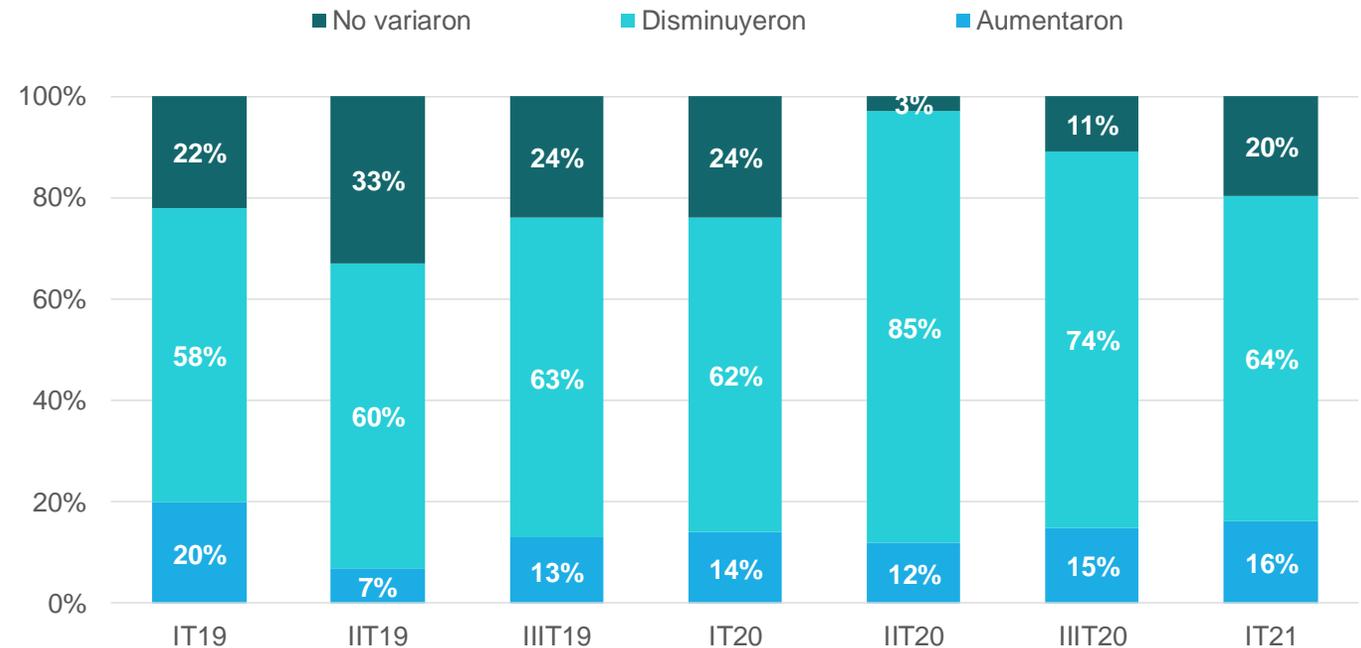
Enero / Marzo 2021 y IV trimestre de 2020

VENTAS

ENERO / ABRIL 2021. PORCENTAJE DE RESPUESTAS SOBRE TOTAL

- El 64% de los comerciantes de La Plata manifestaron que sus ventas han disminuido respecto del mismo período del año anterior. Es un porcentaje menor al momento de mayor impacto de la pandemia (II trimestre 2020), pero mas alto que un año atrás.
- Para el 16% de los consultados las ventas aumentaron.
- 20% dice que no hubo variación

Ventas respecto del mismo período del año anterior (como % del total de respuestas)

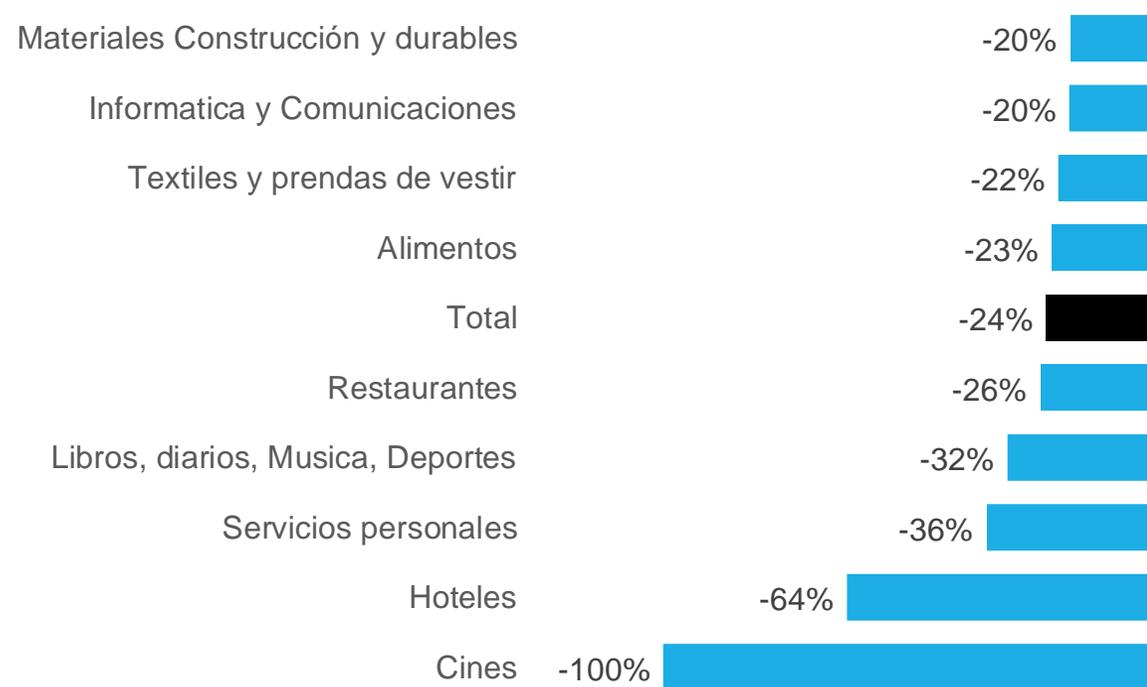


VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACION % INTERANUAL. ENERO / MARZO
2021

- En promedio, las ventas (en unidades) en los negocios platenses caen un 24% respecto del primer trimestre de 2020..
- Todos los rubros presentan variaciones negativas.
- Las actividades de esparcimiento **Cines y Hotelería** siguen siendo las más perjudicadas por la pandemia.

Variación % en las ventas durante el I trim 2021

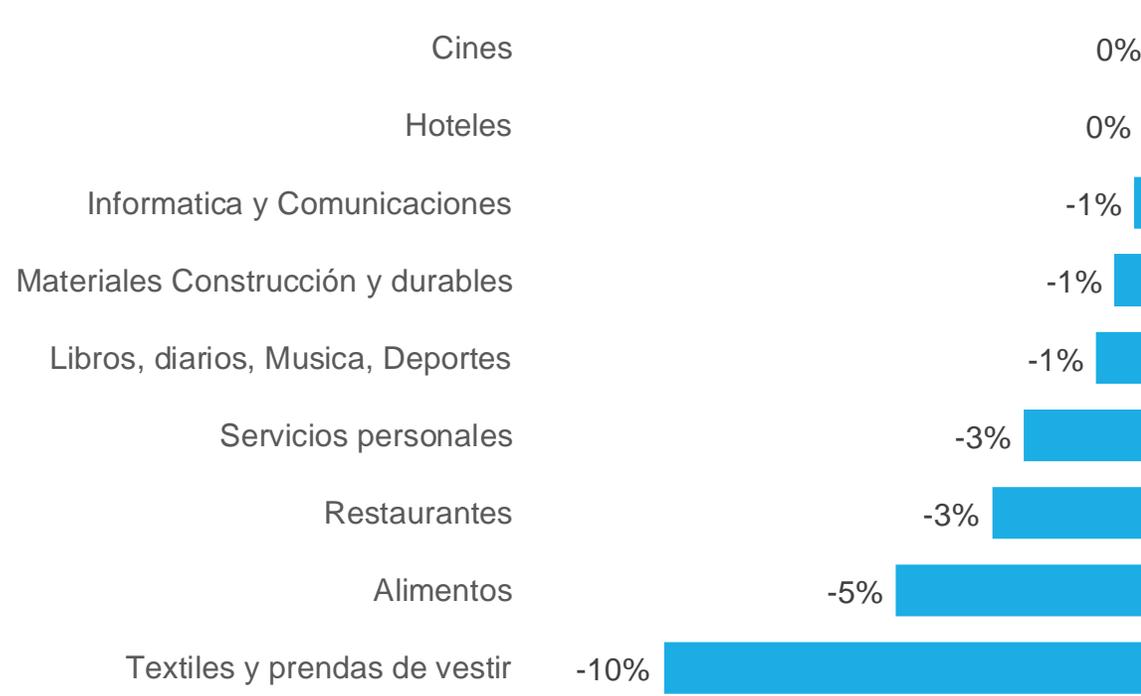


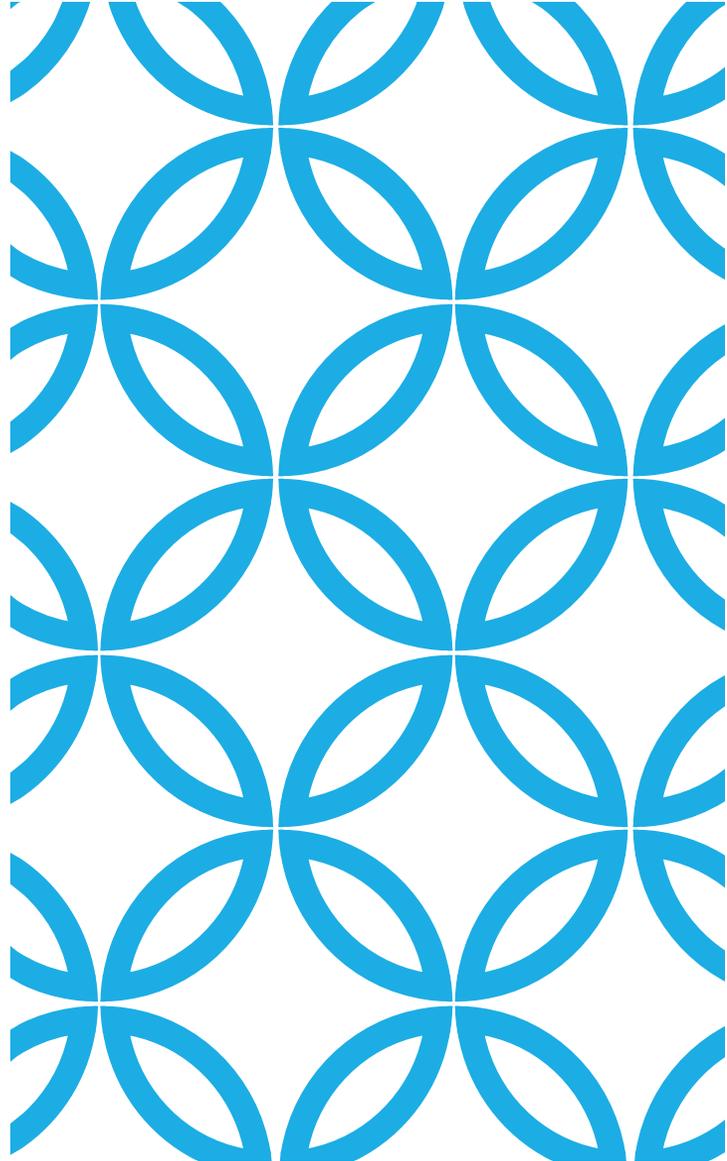
VENTAS SEGÚN RUBRO

INCIDENCIA EN LA VARIACIÓN ENERO /
MARZO 2021 (%)

- Casi de la mitad de la caída está explicada por el rubro textiles y prendas de vestir.
- Los restaurantes y locales de venta de alimentos y son los que en segunda medida explican la variación negativa en las ventas.
- Si bien los cines perdieron la totalidad de ventas, su incidencia en la variación es poco significativa.

Incidencia de cada rubro en la variación. I trim 2021

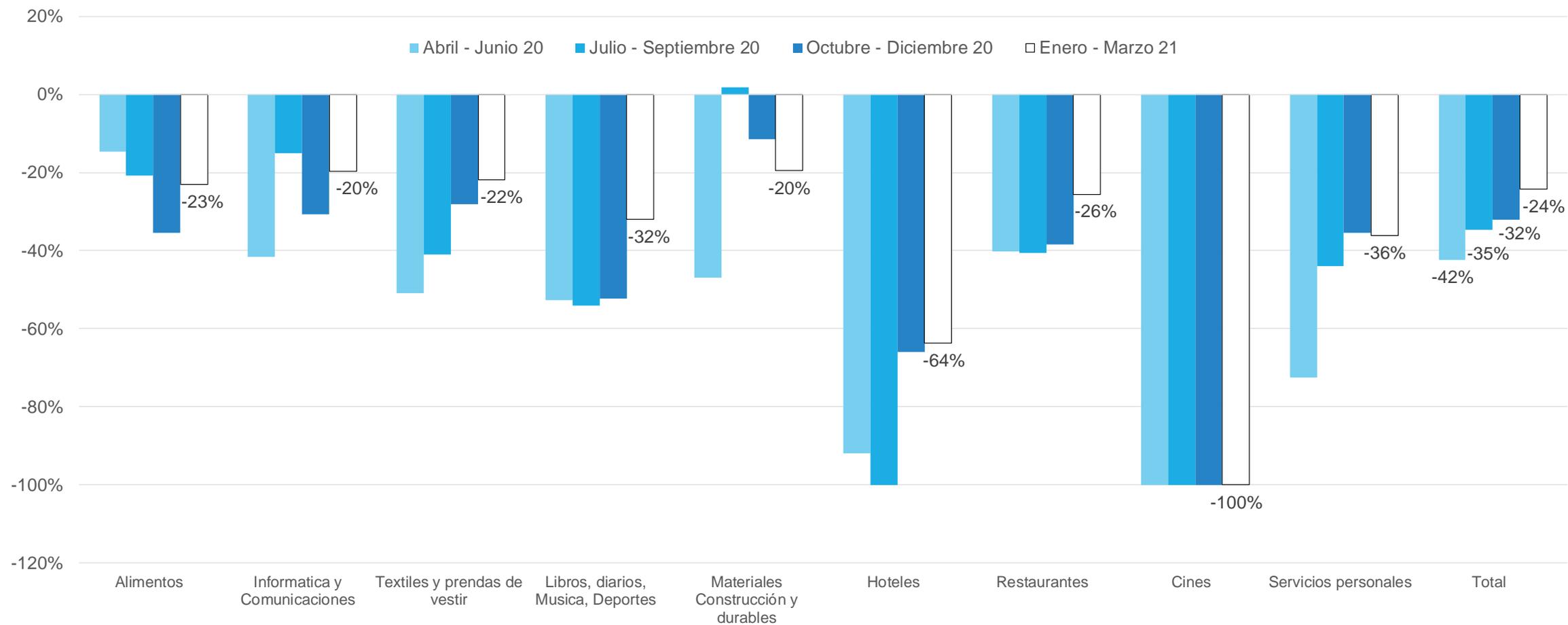




EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DURANTE LA PANDEMIA

VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACION % INTERANUAL. ABRIL 2020 /
MARZO 2021

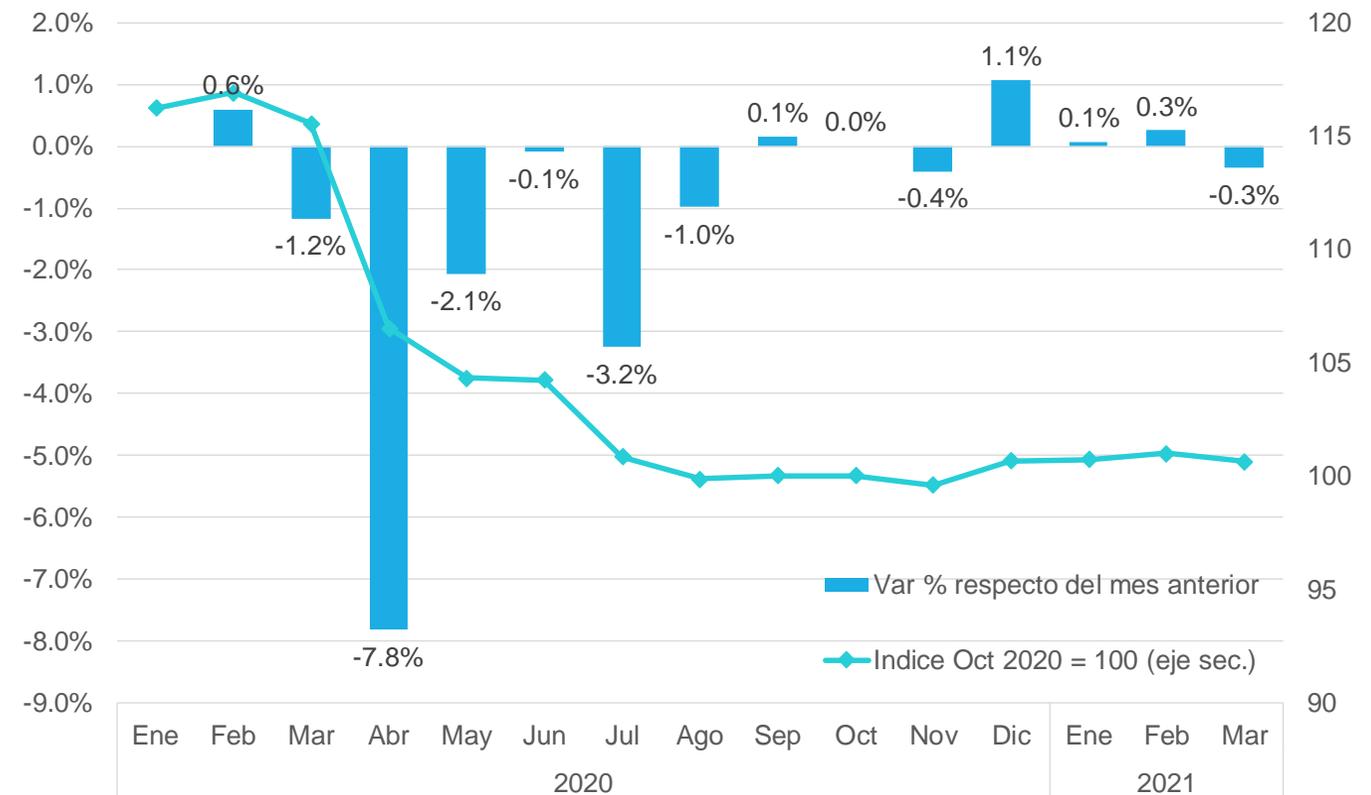


EMPLEO

VARIACIÓN MENSUAL ENERO 2020 / MARZO 2021 (%)

- El mes con más pérdida de puestos de trabajo fue abril de 2020
- Entre mayo y julio también se registraron disminuciones pero no tan pronunciadas.
- Entre septiembre y noviembre se registró un relativo estancamiento
- Durante diciembre el empleo creció 1,1% por motivos estacionales, y dicha dinámica se replicó, aunque con menor medida en enero y febrero de 2021.
- En marzo nuevamente se registró una caída en el empleo.

Índice de empleo y variación % en la cantidad de empleados respecto del mes inmediato anterior

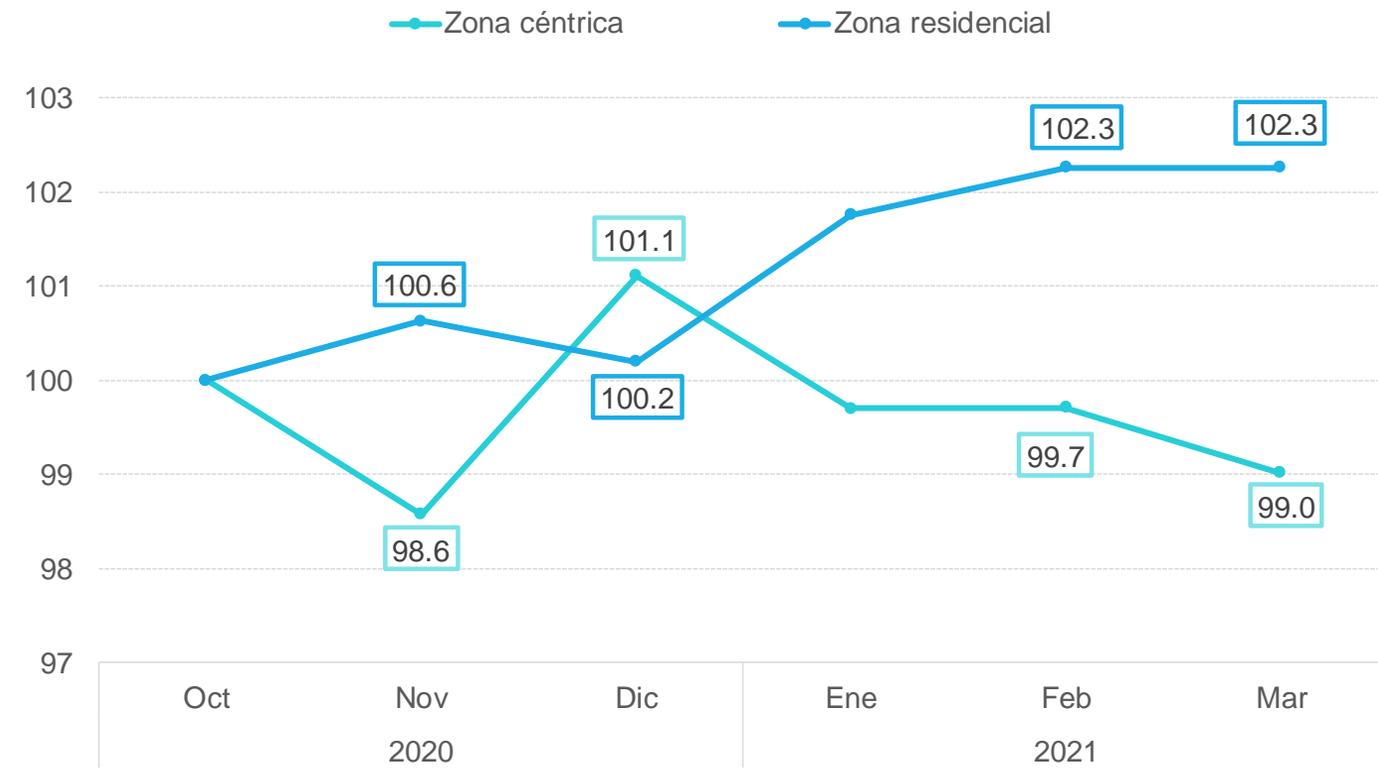


EMPLEO

VARIACIÓN MENSUAL NOVIEMBRE 2020 / MARZO 2021 (%)

- Si se realiza una comparación dividiendo a la Ciudad entre zona céntrica (Calle 12, Calle 8 y adyacencias y Calle 1) y Zona residencial (el resto de la Ciudad) se puede apreciar más claramente el fenómeno de la estacionalidad en el empleo.
- La caída en el empleo del mes de marzo se debe fundamentalmente al menor personal solicitado en la zona céntrica, dado que en las áreas residenciales no hubo cambios.
- La mayor presencia de la población en áreas residenciales durante la pandemia derivó en un incremento en el empleo en dichas zonas.

Variación en índice de cantidad de empleados.
Base Octubre 2020 = 100

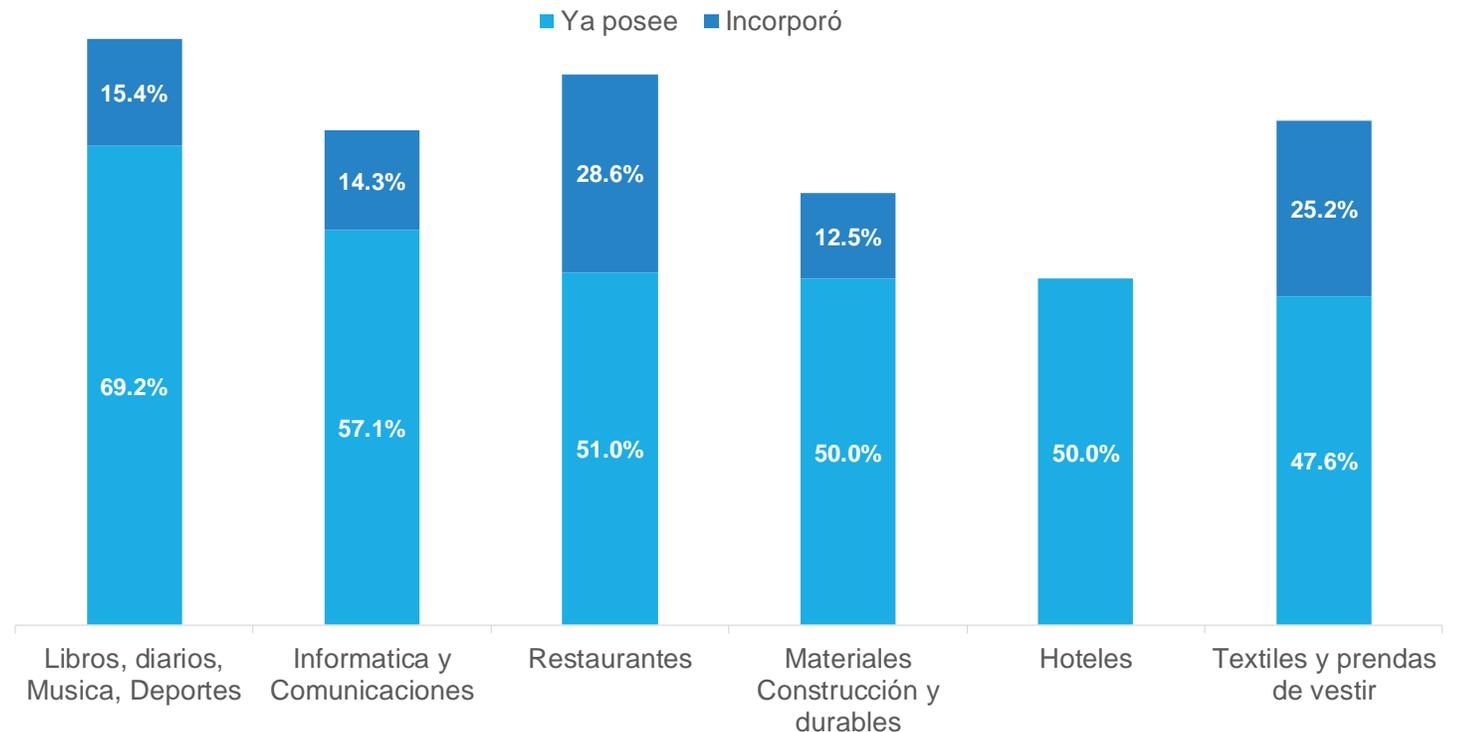


NUEVOS CANALES DE VENTA

ENERO / MARZO 2021

- Gran parte de los comercios incorporaron canales de venta alternativos como páginas web, redes sociales y atención telefónica en el transcurso de la pandemia.
- Los locales que mejor se han adaptado son los pertenecientes a rubros Librerías e Informática y comunicaciones.
- El 28% de los restaurantes y el 25% de los locales de venta de prendas de vestir se encontraba durante marzo incorporando nuevos canales de venta.

Locales que poseen o han incorporado nuevos canales de venta. Por rubro. Enero - Marzo 2021. (% sobre total)

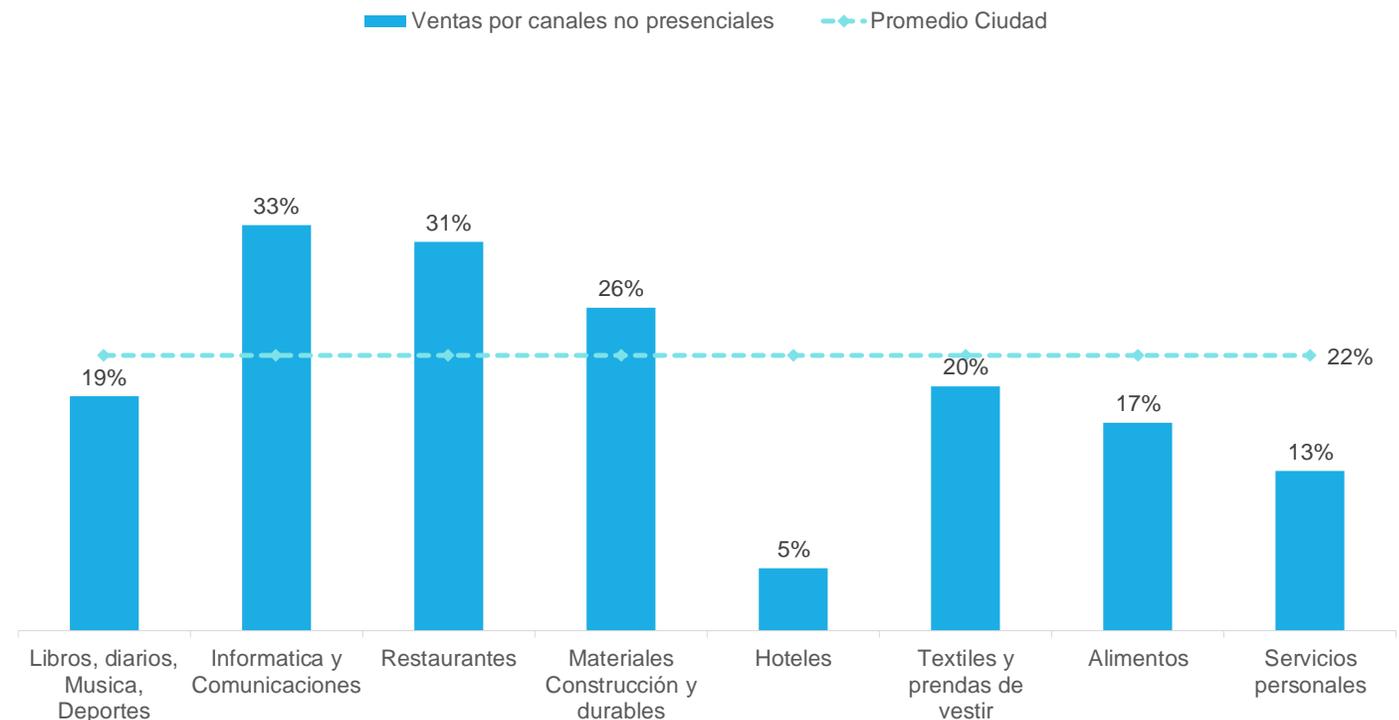


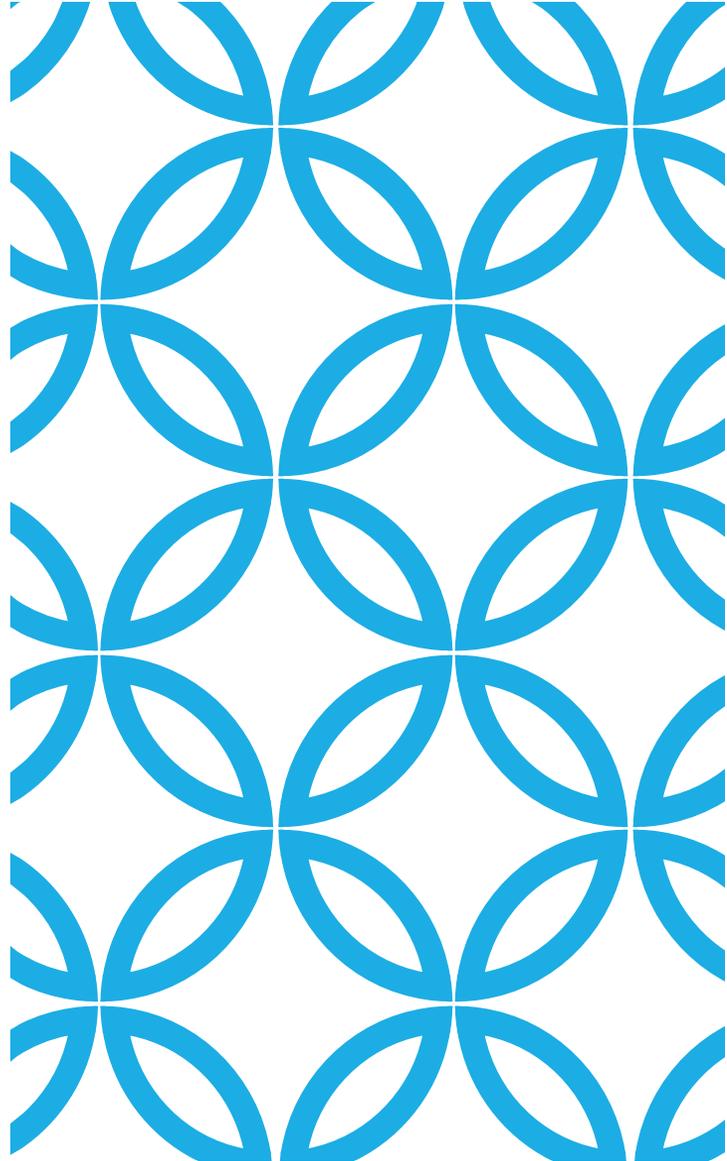
NUEVOS CANALES DE VENTA

ENERO / MARZO 2021

- En promedio, los comercios de la Ciudad realizan 22% de sus ventas por canales no presenciales.
- Los rubros que venden más que la media por estos canales son Informática, Restaurantes y Materiales para la construcción.
- Textiles y prendas de vestir, uno de los rubros que más dificultades ha tenido durante la pandemia para comerciar, ya realiza 20% de sus ventas por canales no presenciales.

Ventas por canales alternativos. Por rubro. Enero - Marzo 2021. (% sobre total de ventas)





PROBLEMAS Y DEMANDAS EMPRESARIALES

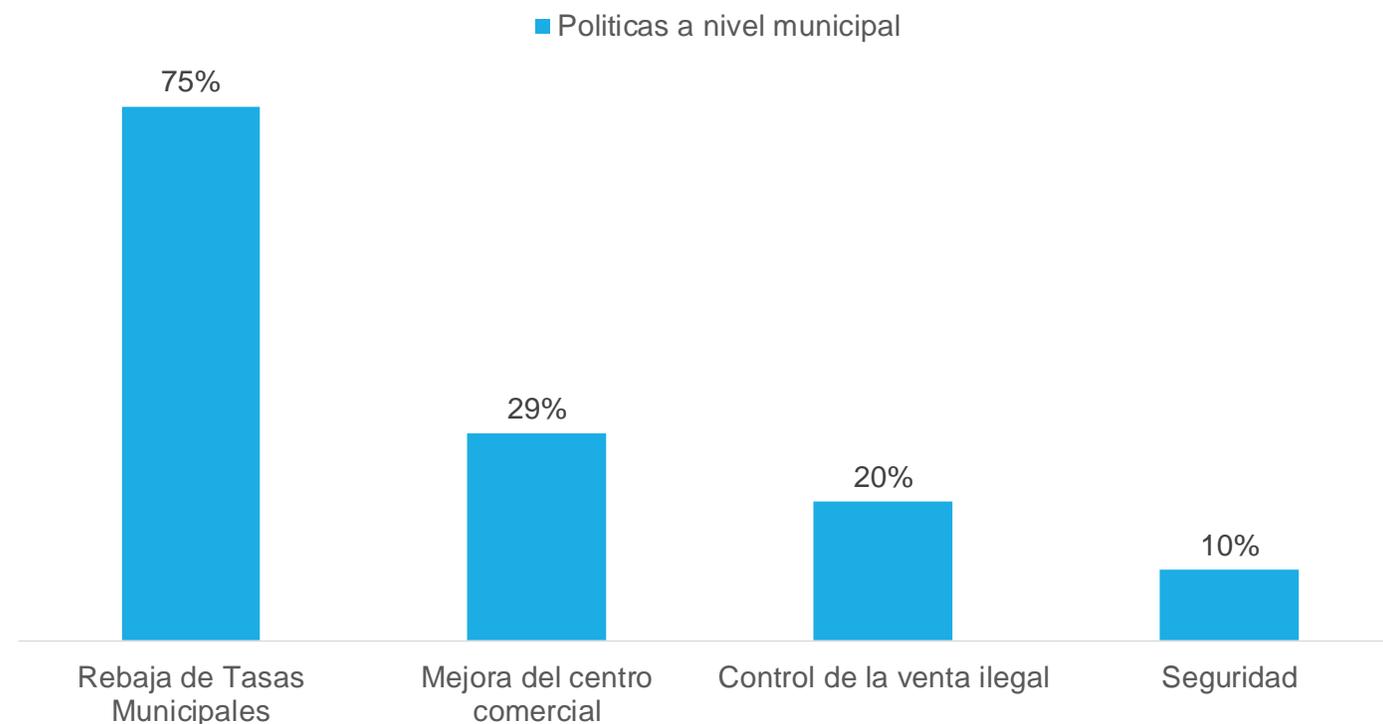
Enero / Marzo 2021

DEMANDAS A NIVEL MUNICIPAL

ENERO / MARZO 2021

- Cuando se consultó sobre las políticas a nivel municipal que preferiría que se tomen, tres cuartas partes respondió que es necesaria una rebaja en las tasas municipales, la segunda respuesta más recurrente es la mejora en el centro comercial, respecto de calles, veredas y luminarias.
- En orden de importancia, le siguen el control de la venta ambulante y una mayor seguridad.

Porcentaje de entrevistados que mencionan el problema

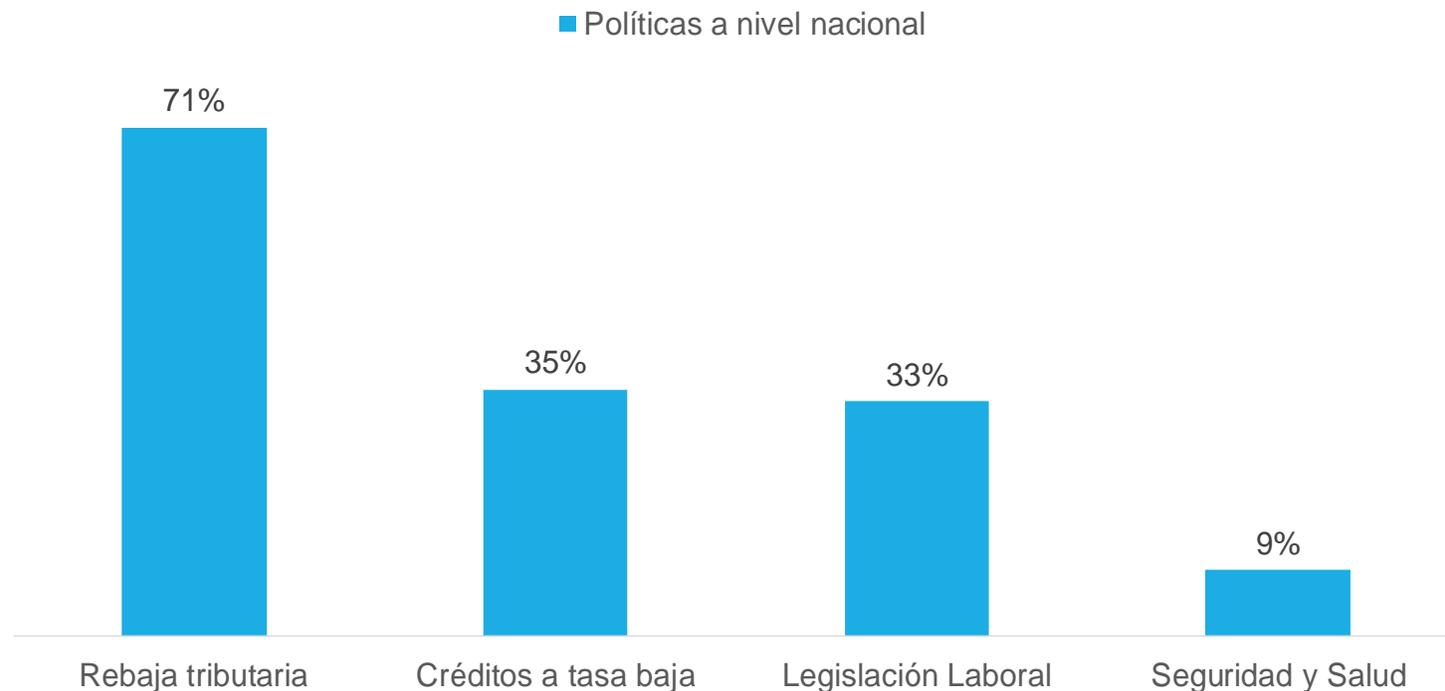


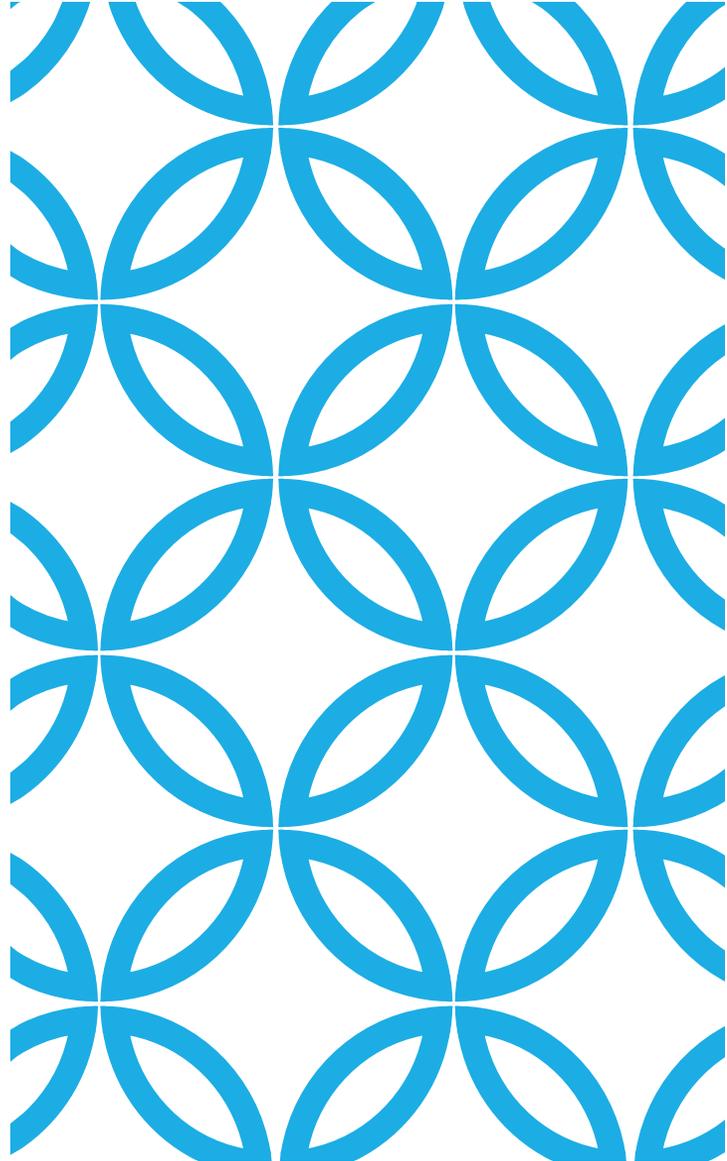
DEMANDAS A NIVEL NACIONAL

ENERO / MARZO 2021

- Sobre las políticas del gobierno nacional que privilegiaría, nuevamente casi las tres cuartas partes responde que se necesita una rebaja tributaria.
- En segundo lugar, los comerciantes reclaman acceso al crédito para reponer su capital de trabajo.
- En tercer y cuarto lugar se reclama una flexibilización en la legislación laboral y mejoras en la seguridad y el sistema de salud.

Porcentaje de entrevistados que mencionan el problema





EXPECTATIVAS EMPRESARIALES

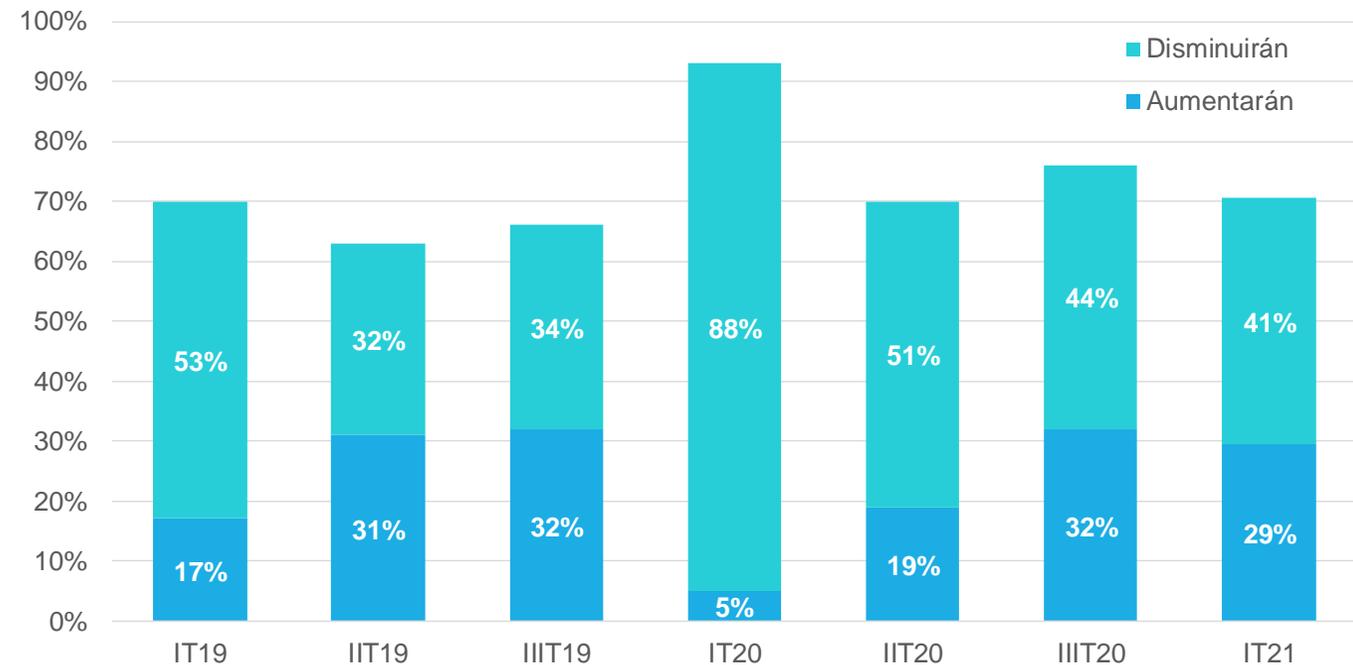
Abril / Junio 2021

EXPECTATIVA SOBRE VENTAS NOMINALES

ABRIL / JUNIO 2021. VARIACIÓN %
INTERANUAL

- Para el segundo trimestre de 2021 el 41% de los empresarios platenses esperan que sus ventas disminuyan; 29% que aumenten y 30% que no varíen.
- Son claramente mas optimistas que un año atrás (donde en plena vigencia de las medidas ASPO el 88% esperaba disminución de las ventas), aunque no mejores que los niveles de 2019, donde seguramente por otra razones, también predominaba el pesimismo.

Expectativa de incremento o disminución de ventas para el próximo trimestre. Serie IT19 – IT21

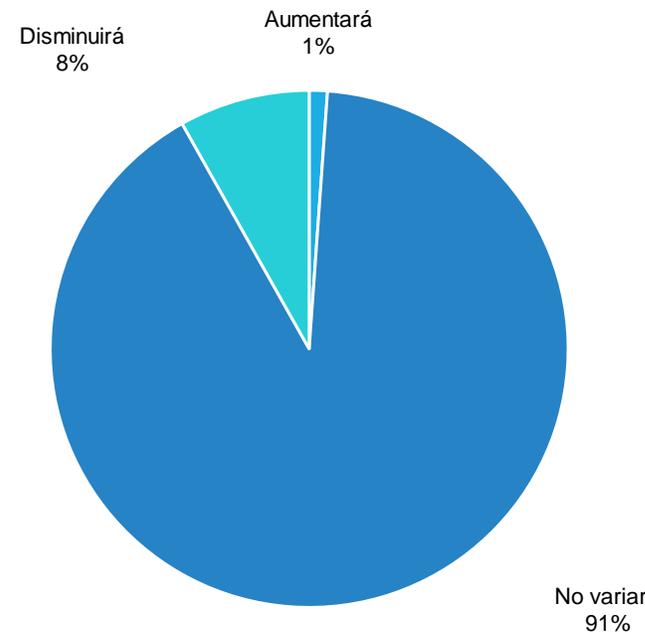


EXPECTATIVAS SOBRE PERSONAL Y HORAS LABORALES

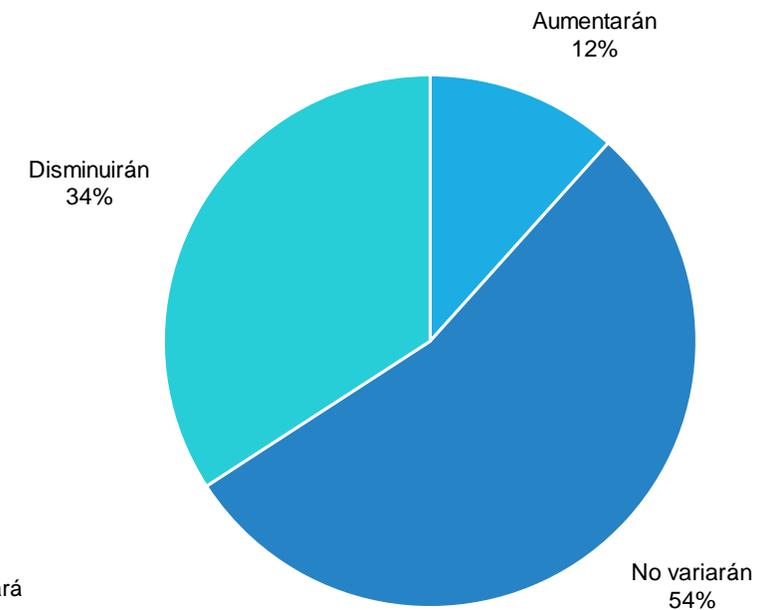
ABRIL / JUNIO 2021. PORCENTAJE DE RESPUESTAS
SOBRE TOTAL

- Se observa una relativa estabilidad en la contratación de personal.
- El 91% de los negocios de La Plata no variará la dotación de personal durante el segundo trimestre de 2021.
- Respecto de las horas trabajadas, 54% cree que no variarán y sólo un 12% cree que las mismas aumentarán.

Dotación de personal



Horas trabajadas

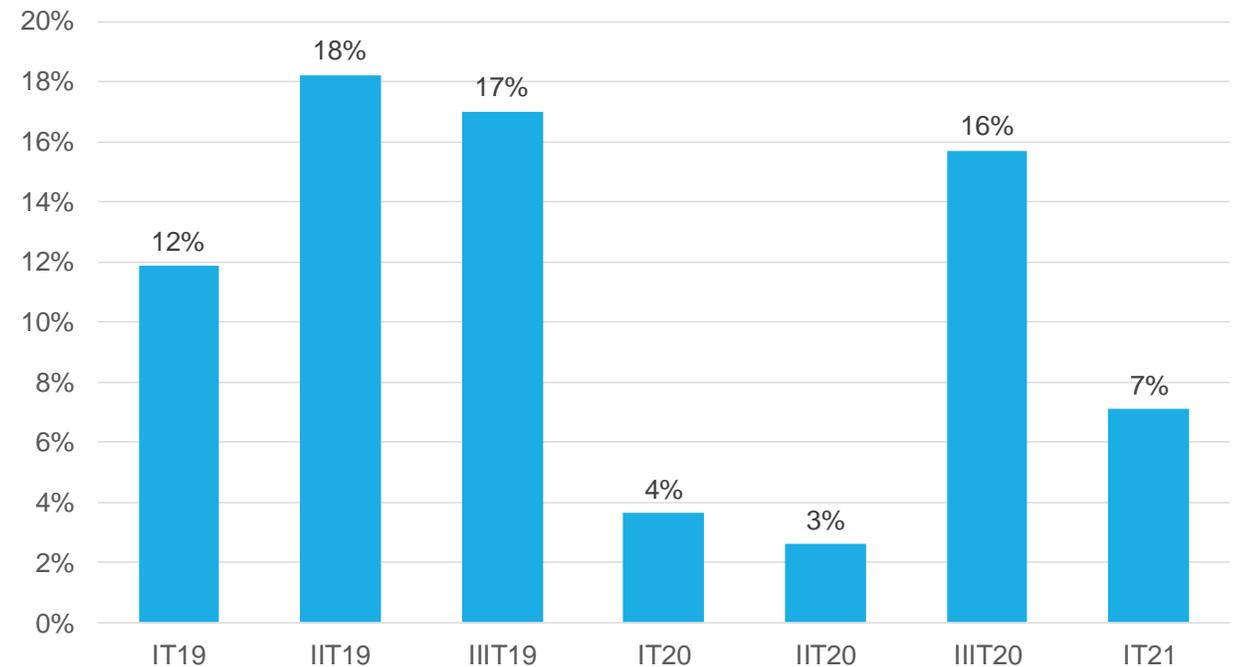


EXPECTATIVA DE INVERSIÓN

ABRIL / JUNIO 2021. PORCENTAJE DE
RESPUESTAS SOBRE TOTAL

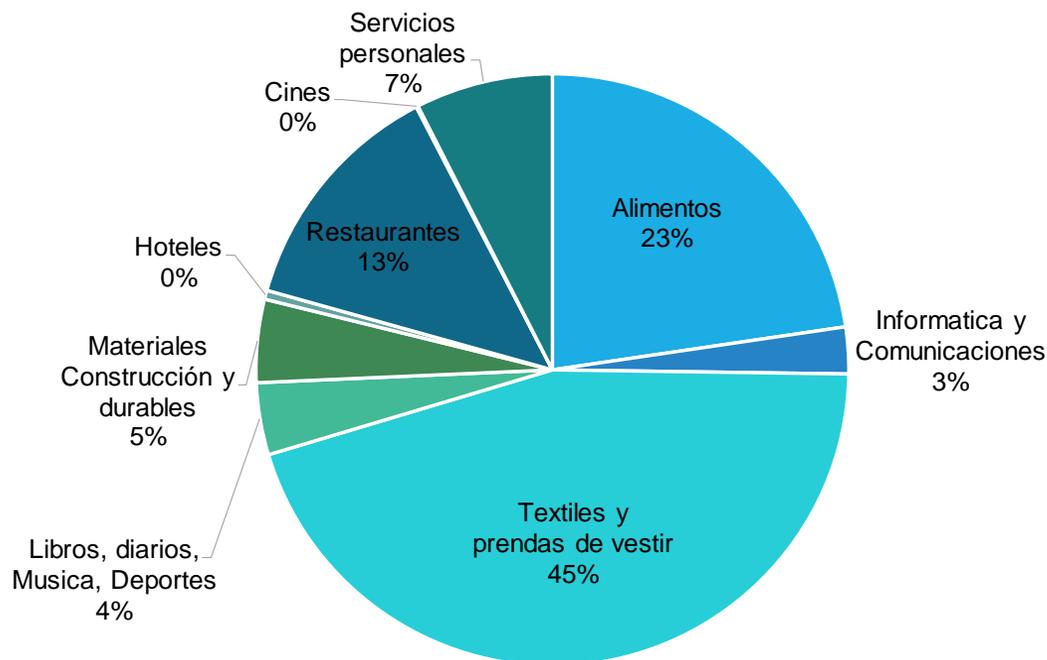
- Vuelve nuevamente la cautela para invertir. La incertidumbre comienza a ralentizar los planes de inversión.
- Sólo un 7% de los encuestados planea incrementar las inversiones en el próximo trimestre.
- En el segundo trimestre del año, el 64% de los negocios encuestados manifiesta que no realizará nuevas inversiones.
- Un 29% disminuirá el monto destinado a inversiones.

Expectativa de incremento en inversiones para el próximo trimestre. Serie IT19 – IT21



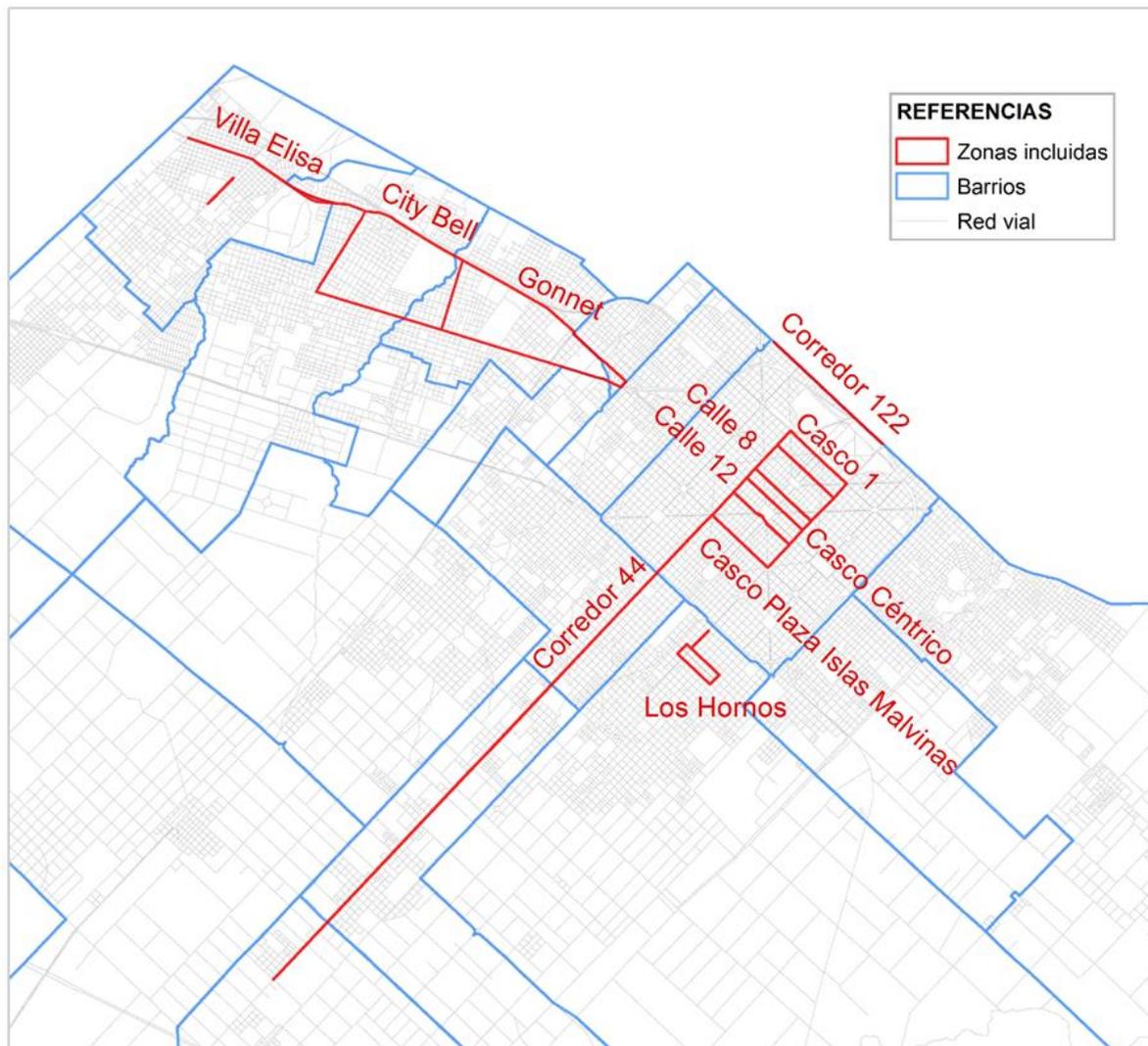
LA ENCUESTA

Composición de la muestra según rubros



- La Encuesta a Comercios del Partido de La Plata es un proyecto de la Facultad de Ciencias Económicas (UNLP), que se desarrolla trimestralmente.
- Abarca una muestra representativa de un Listado actualizado de locales en las principales zonas comerciales del Partido.
- Respecto a las ramas de actividad incluidas, la encuesta abarca rubros comerciales (venta de alimentos; productos informáticos; venta de materiales de construcción; libros, diarios y otros bienes culturales; prendas de vestir) y de servicios (Cines, hoteles, restaurantes, taxis y servicios personales).
- Esta encuesta se realizó durante las tres primeras semanas de abril en forma presencial y remota, en cumplimiento de todos los protocolos sanitarios vigentes, resguardando la salud de los encuestadores y entrevistados.
- Esta encuesta aporta sus datos para construir el INDICADOR TRIMESTRAL DE ACTIVIDAD ECONOMICA DE LA PLATA (IAELAP)

ENCUESTA. ZONAS INCLUIDAS EN EL LISTADO



PRÓXIMOS INFORMES DURANTE 2020

30 Julio

Indicador Actividad
Económica La Plata. I
trimestre 2021



HACIA LA EXCELENCIA EDUCATIVA CON COMPROMISO SOCIAL