

Encuesta a Comercios de La Plata

Enero/Marzo 2022 y IV trimestre de 2021



FCE
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS

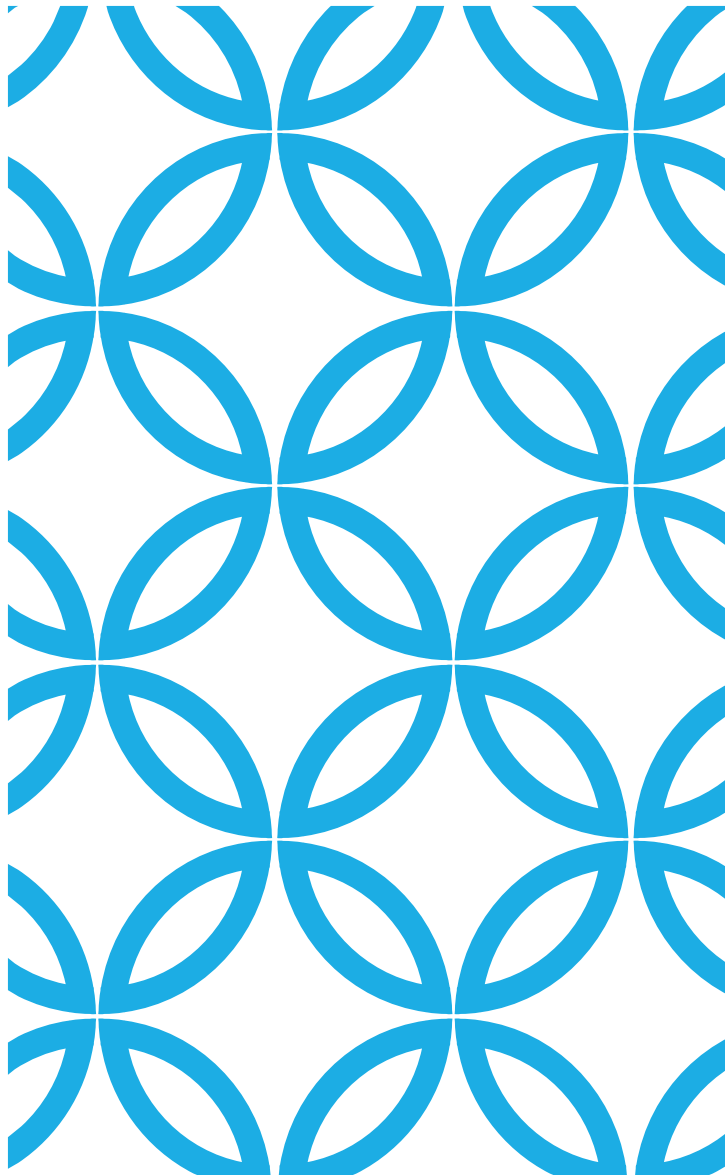


UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA



RESUMEN EJECUTIVO

- ❖ En promedio, **las ventas (en unidades) aumentaron en el tercer trimestre un 12,8%** respecto al año anterior. En todos los rubros las ventas se incrementaron. Este crecimiento responde a la consolidación en la recuperación iniciada un año antes.
- ❖ Las actividades de esparcimiento (Cines, Restaurantes y Hotelería) son las que más crecen. Prendas de Vestir y Restaurantes son los rubros que mayor incidencia tienen en el aumento de ventas global.
- ❖ Pese a la recuperación, el índice de ventas aún se encuentra por debajo de los niveles pre pandemia, 15% por detrás del primer trimestre de 2020.
- ❖ Las ventas aumentan más en las zonas comerciales (+20%) que en las residenciales (+2%) por el mayor dinamismo poblacional que puede encontrarse en el centro, más aún con presencialidad total en las universidades y el sector público.
- ❖ El uso de **medios de venta alternativos** mejora 2 p.p respecto de la última medición. : 23% 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. Hotelería canaliza el 80% de sus ventas por canales online.
- ❖ El **empleo** continuó creciendo durante el trimestre en todas las zonas comerciales, aunque con mayor dinamismo en la zona céntrica.
- ❖ La INSEGURIDAD y la INFLACIÓN son los **problemas** que más aquejan a los empresarios platenses.
- ❖ Respecto de **las expectativas empresariales**, las mismas continúan positivas tanto para ventas como para inversión.
- ❖ La encuesta de TAXIS muestra un incremento sustancial en la cantidad de viajes diarios, superando los valores pre pandemia.



ENCUESTA COMERCIOS LA PLATA

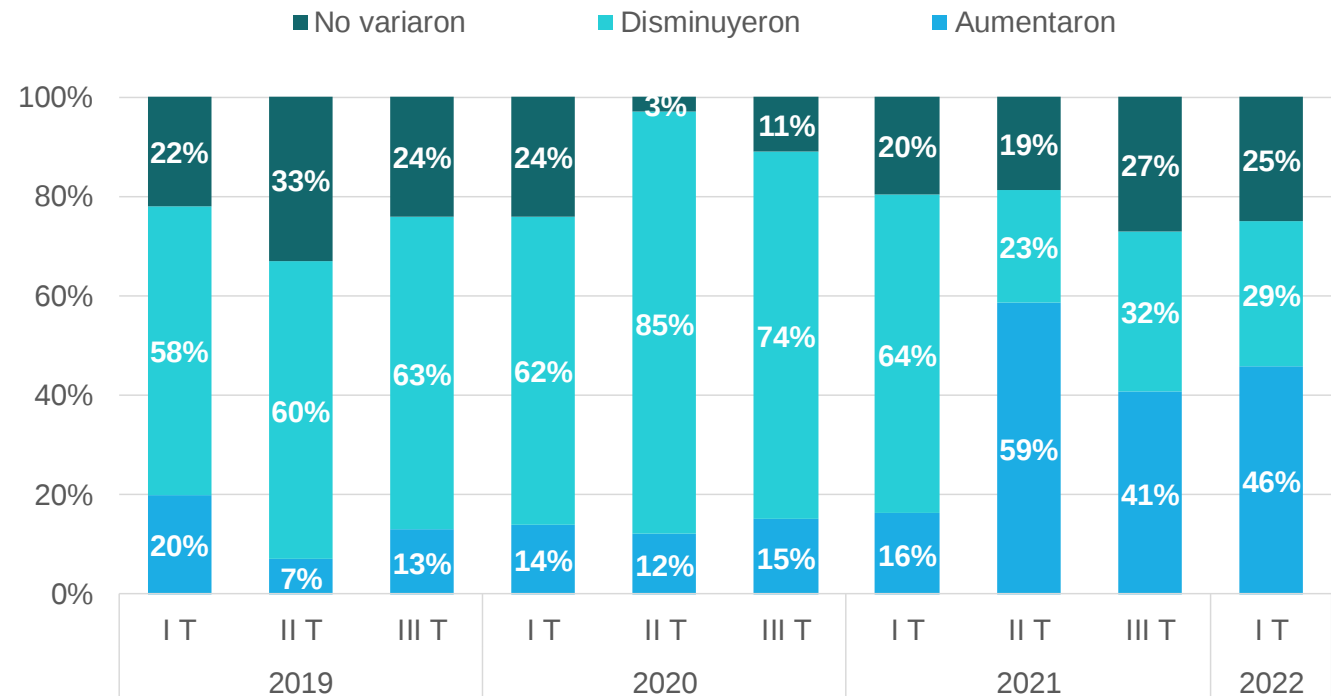
Enero / Marzo 2022

VENTAS

ENERO / MARZO 2022. PORCENTAJE DE
RESPUESTAS SOBRE TOTAL

- El 46% de los comerciantes de La Plata manifestaron que sus ventas han aumentado respecto del mismo período del año anterior.
- Este valor es mayor al del trimestre pasado, lo que comienza a consolidar la recuperación de la economía.
- Para el 25% de los consultados las ventas se mantuvieron constantes.
- 29% dice que disminuyeron.

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

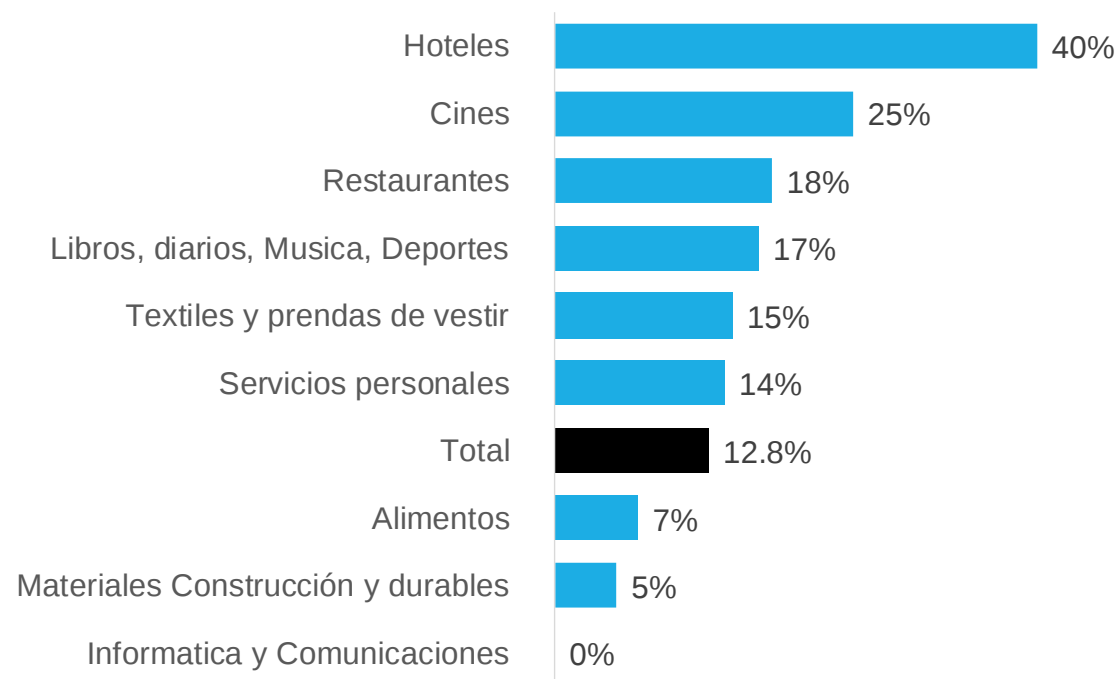


VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACION % INTERANUAL. ENERO / MARZO
2022

- En promedio, las ventas (en unidades) en los negocios platenses se incrementaron un 12,8% respecto del primer trimestre de 2021.
- Todos los rubros relevados se encuentran con variaciones positivas en las cantidades vendidas.
- Las actividades de esparcimiento **Cines y Hotelería** que fueron las más perjudicadas por la pandemia son las que más crecen en el trimestre.
- Restaurantes es otro rubro que se encuentra creciendo de manera sostenida.

Variación % en las ventas durante el I trim 2022

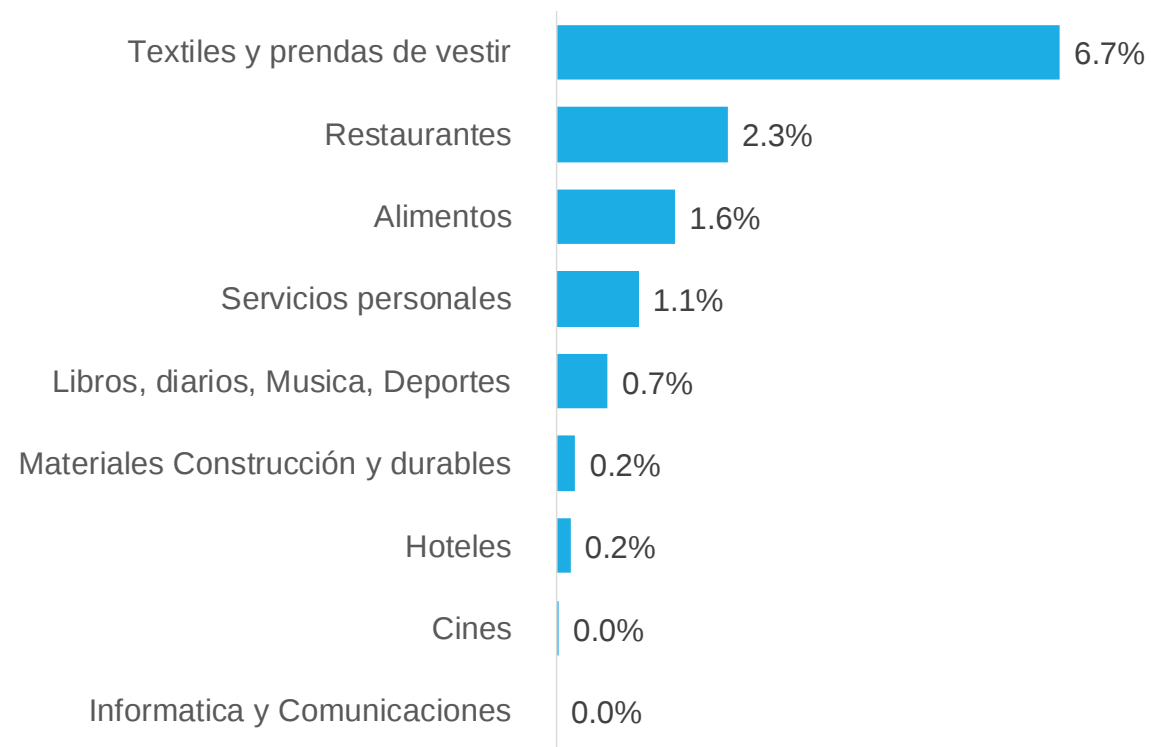


VENTAS SEGÚN RUBRO

INCIDENCIA EN LA VARIACIÓN ENERO /
MARZO 2022 (%)

- El crecimiento es apuntalado principalmente por Textiles y prendas de vestir, que explica la mitad de la variación.
- El rubro de Restaurantes es otro de los que hace un aporte significativo al crecimiento, ya desde el tercer trimestre de 2021.
- Si bien los cines y los servicios hoteleros incrementaron fuertemente sus ventas, su incidencia en la variación es poco significativa.

Incidencia de cada rubro en la variación. I trim 2022

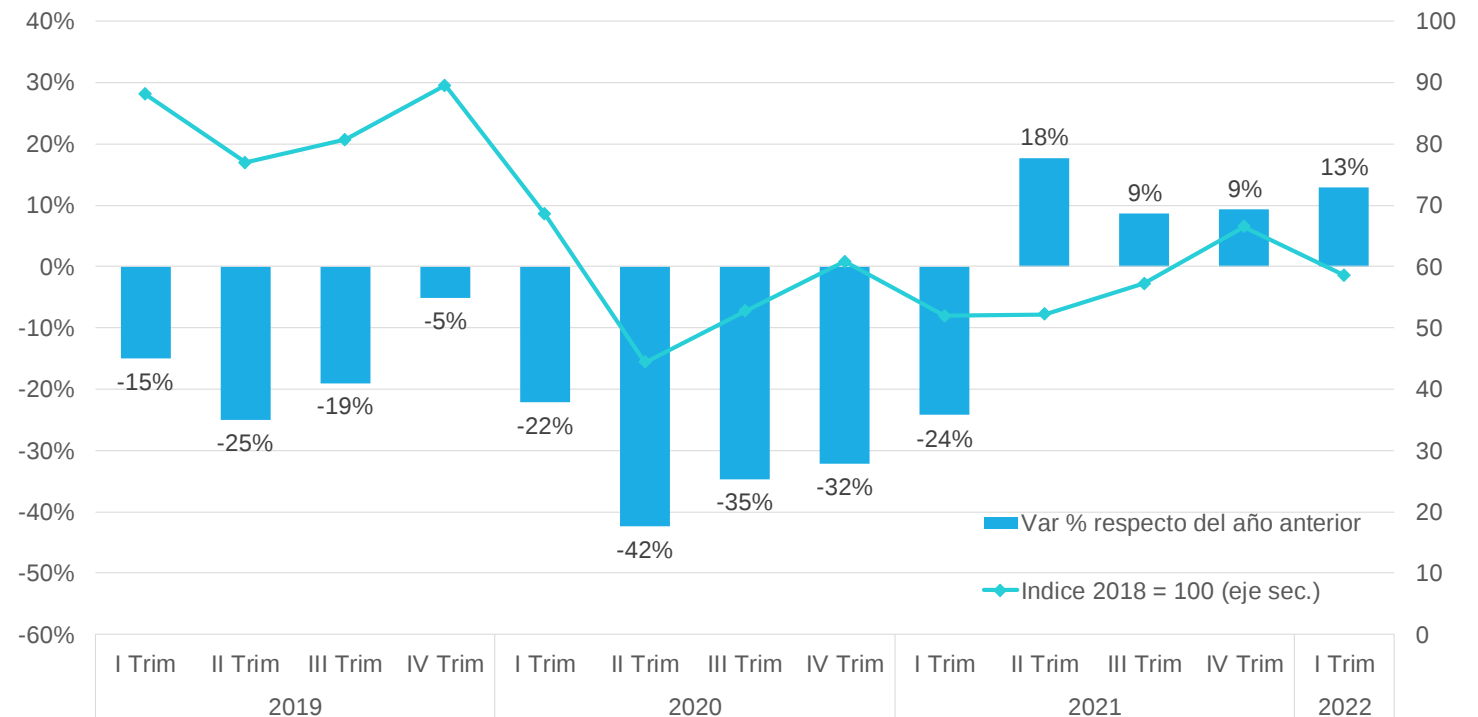


VENTAS TOTALES

VARIACION % INTERANUAL. IT 2019 / IT 2022

- El dato para el primer trimestre de 2022 completa un año entero de recuperación, la cual inició en el IIT 2021.
- Aunque con altibajos propios del ciclo comercial, la Ciudad sigue transitando un sendero de recuperación sostenido.
- El índice de ventas aún se encuentra un 15% por debajo de los niveles pre pandemia.

Variación porcentual interanual en ventas
Índice de ventas 2018 = 100

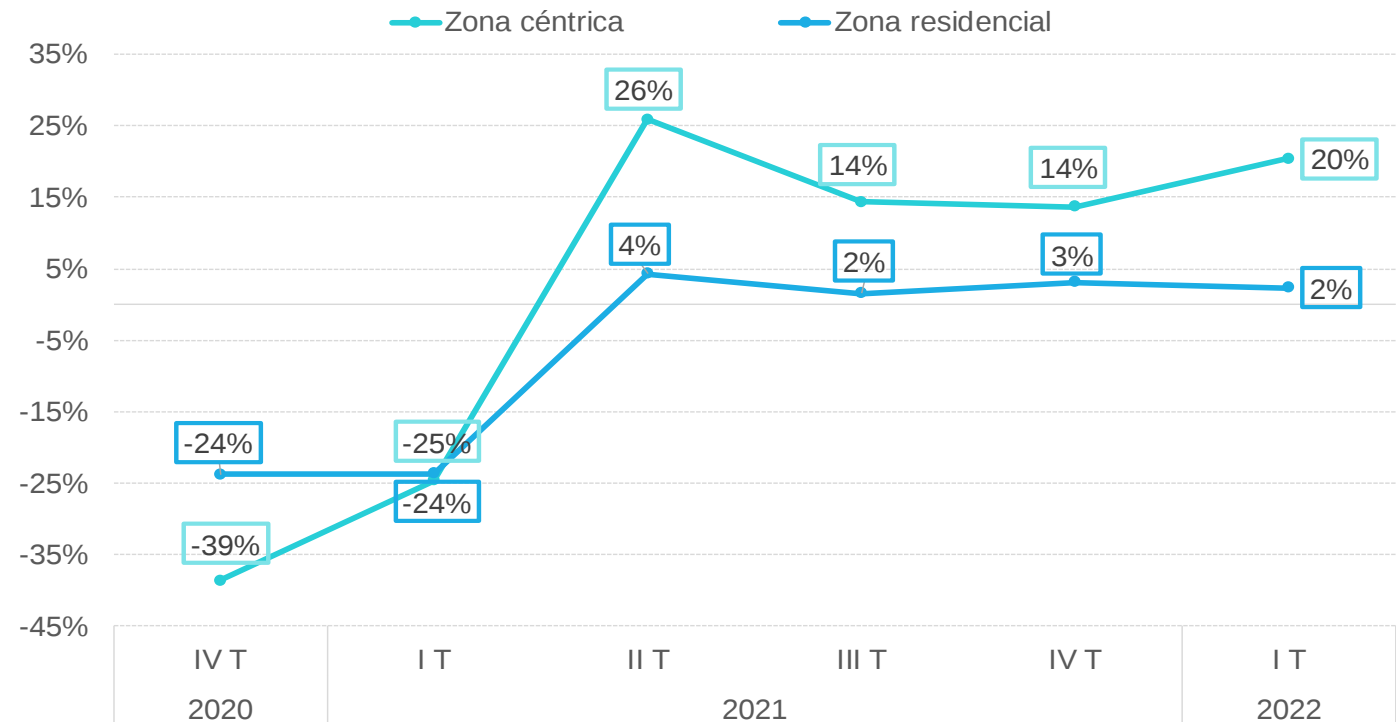


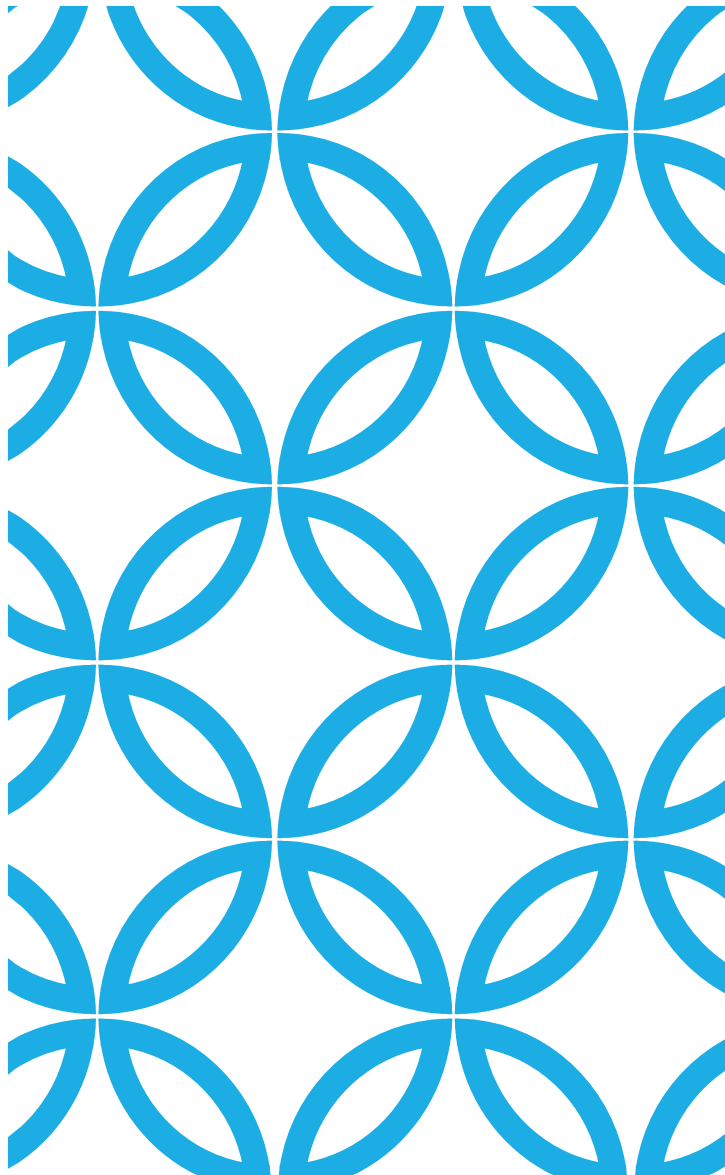
VENTAS POR ZONA

VARIACION % INTERANUAL. IT 2019 / IT 2022

- El gráfico muestra la variación interanual en ventas, dividida por zona.
- El 12,8% de incremento en las ventas totales no fue repartido de manera homogénea. La zona céntrica fue la que más aporte hizo a esta variación.
- Las ventas en las zonas residenciales de la Ciudad creció a un ritmo lento pero constante durante el último año.

Variación porcentual interanual en ventas por zona
Índice de ventas 2018 = 100

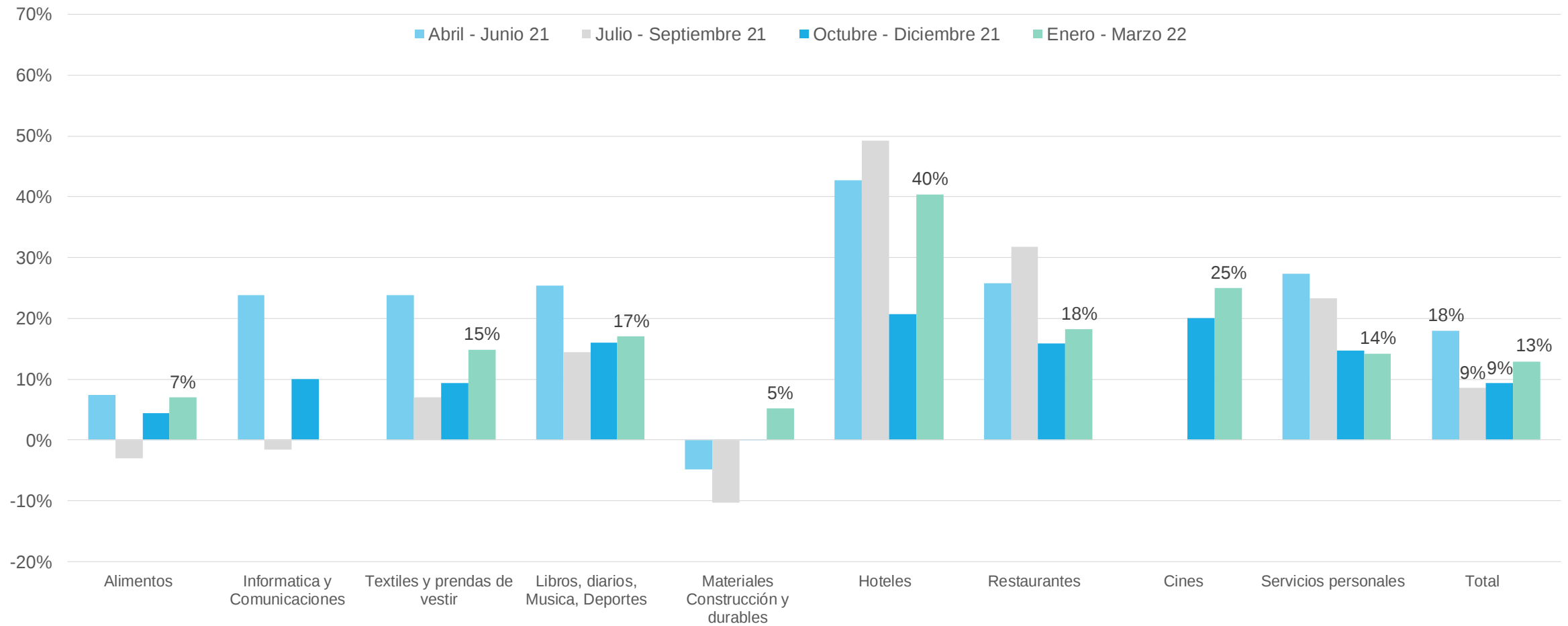




EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DURANTE LOS ÚLTIMOS 4 TRIMESTRES

VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACION % INTERANUAL. ABRIL 2021 / MARZO 2022

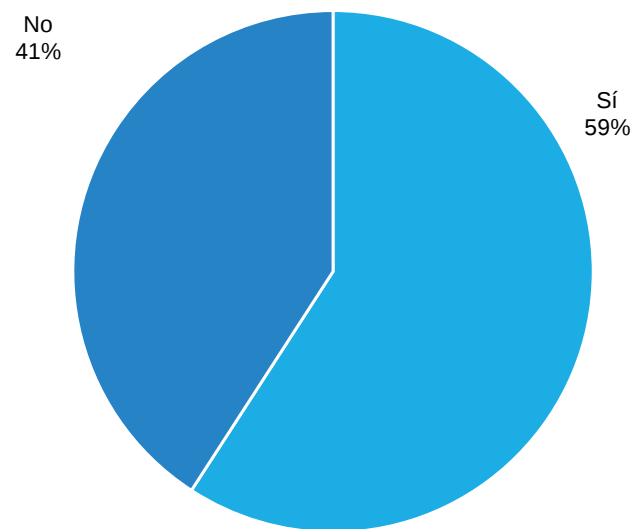


EFECTOS DEL AFORO SOBRE LAS VENTAS

ENERO / MARZO 2022. PORCENTAJE DE
RESPUESTAS SOBRE TOTAL

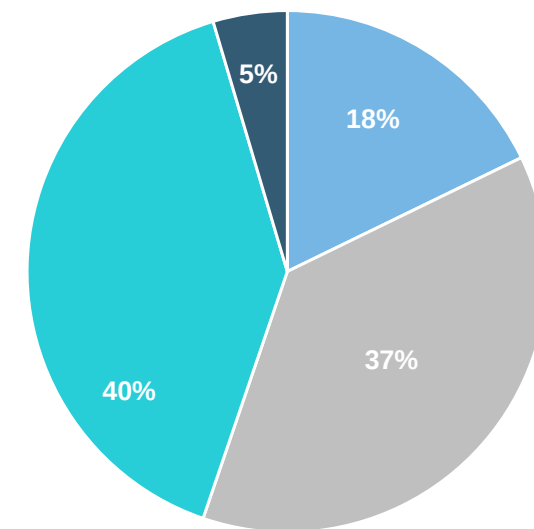
- 59% de los encuestados manifiesta continuó su actividad con restricciones en la cantidad de personas dentro de los locales.
- Dentro de este grupo, un 18% manifiesta que la pérdida de ventas por este motivo supera la mitad del total de ventas potenciales.
- Asimismo la mayoría (40%) sostiene que el aforo les hace perder menos del 20% de las potenciales ventas.

Mantuvo restricciones al
ingreso durante el
trimestre



Pérdida de ventas por
mantener estas
restricciones

■ Más del 50% ■ Entre 20% y 50% ■ Menos de 20% ■ NS/NC

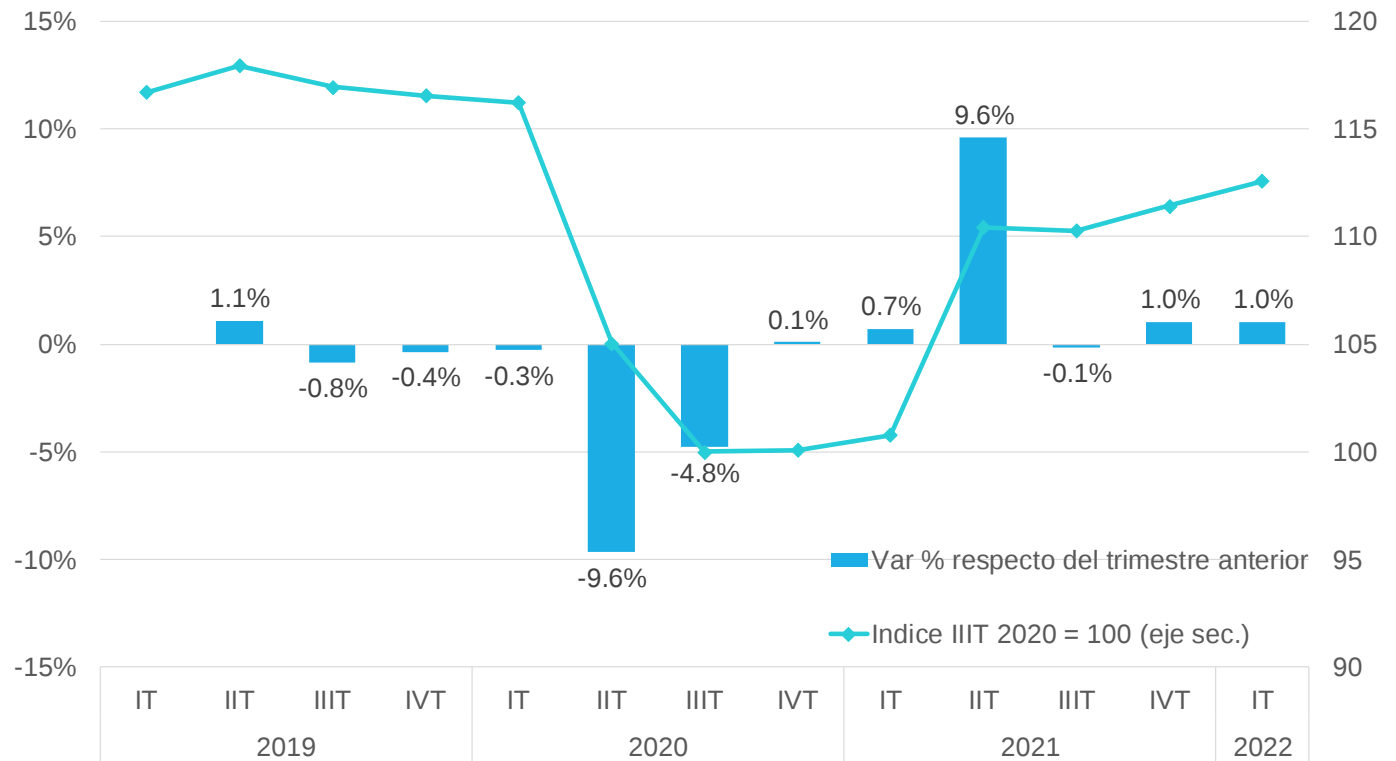


EMPLEO

VARIACIÓN TRIMESTRAL IT 2019 / IT 2022 (%)

- El índice de empleo en el sector comercial de la ciudad inició una fuerte recuperación en el IT 2021.
- En los sucesivos trimestres el empleo creció, pero de manera más paulatina.
- El índice de empleo arrojó un valor de 113 en el primer trimestre de 2022, un 12% por encima de los peores valores de la Pandemia, pero aún lejos de lo observado en 2019.

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

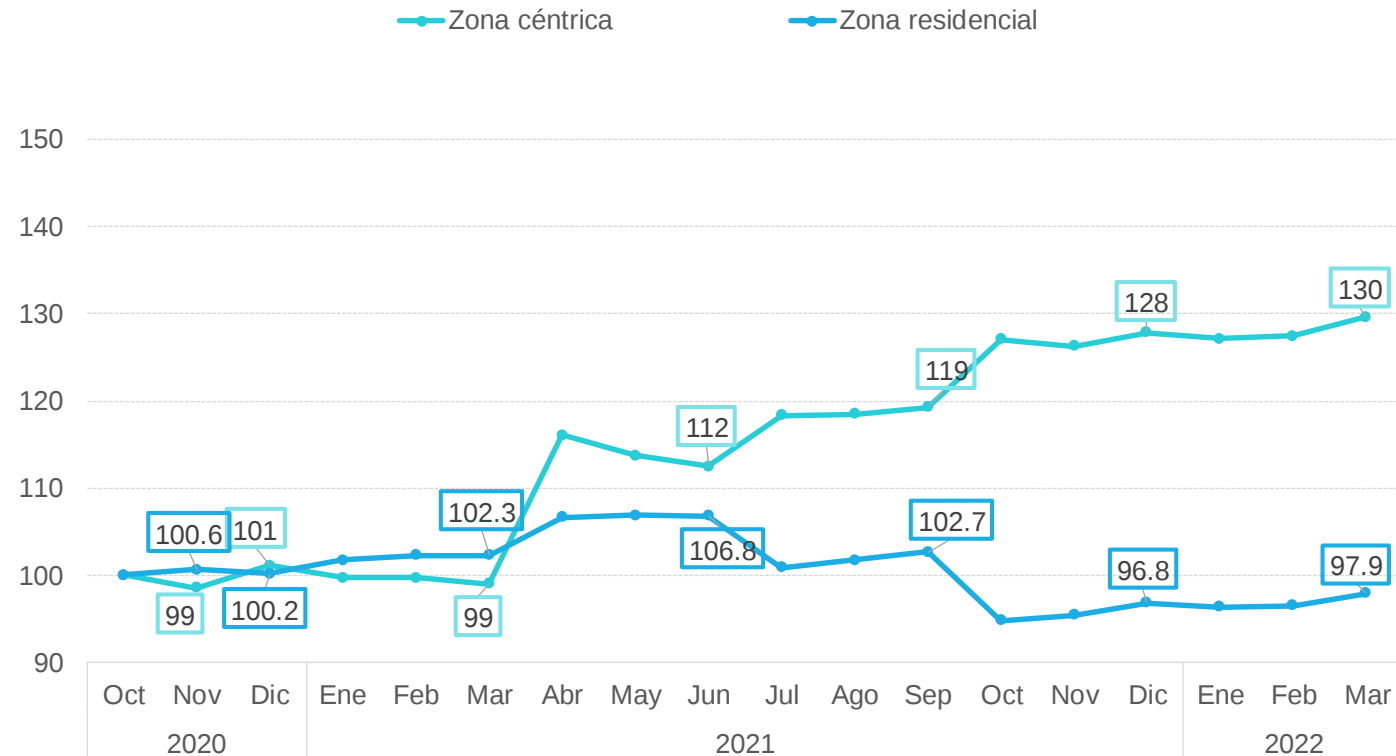


EMPLEO POR ZONA

VARIACIÓN MENSUAL NOVIEMBRE 2020 /
MARZO 2022 (%)

- 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 el fenómeno de la estacionalidad en el empleo.
- El incremento en el empleo del mes de julio se debe fundamentalmente al mayor personal solicitado en la zona céntrica, en detrimento de las zonas residenciales.
- La recuperación económica y la continuidad parcial del trabajo remoto consolida la demanda de empleo en ambas zonas.

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

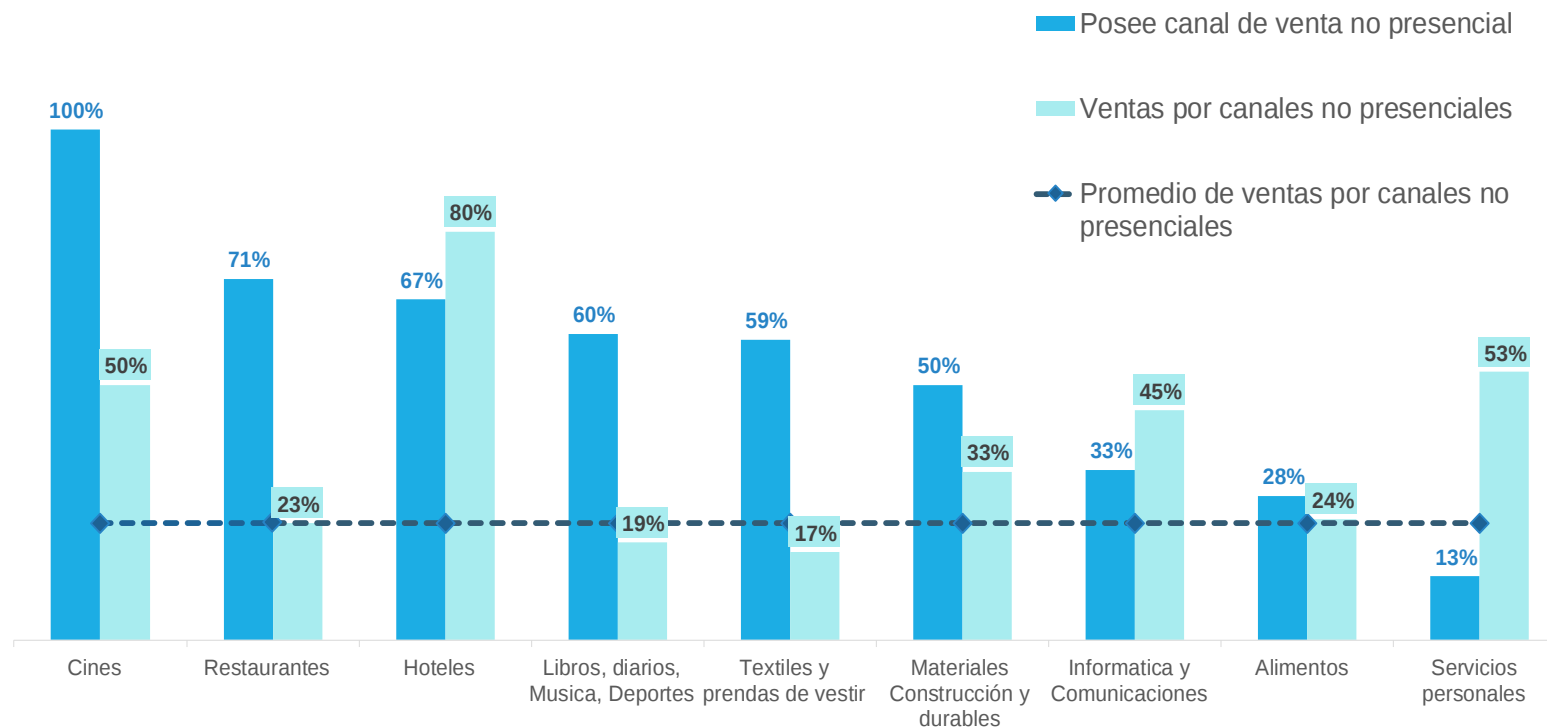


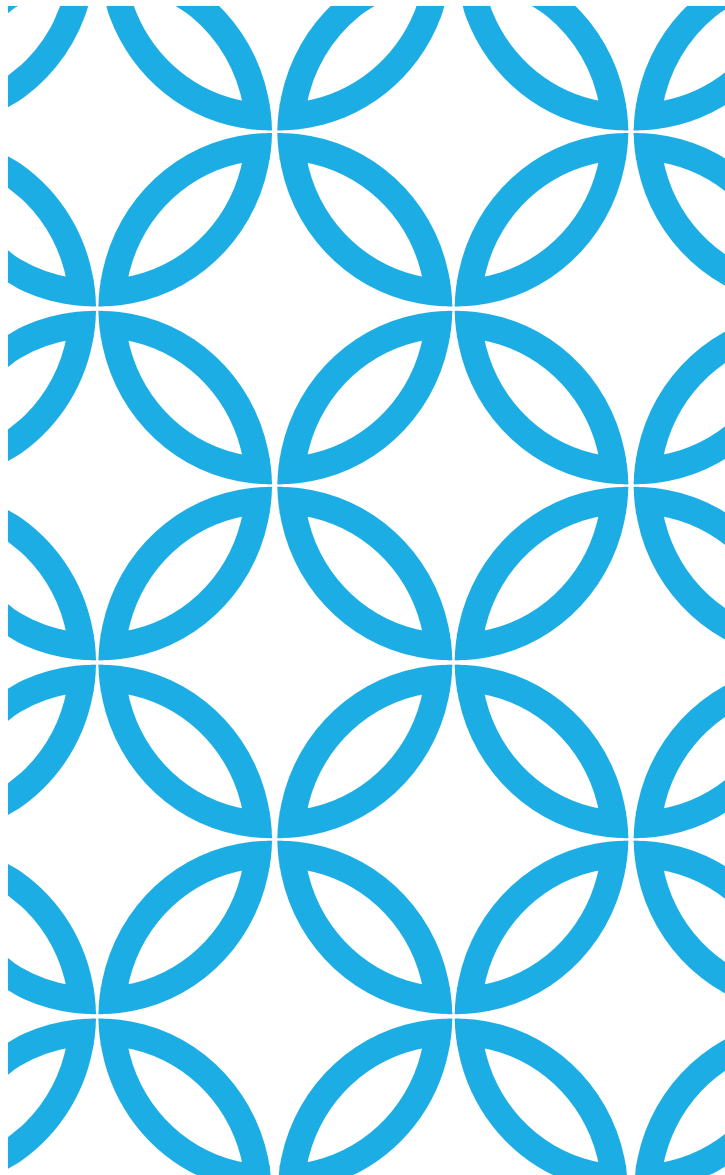
NUEVOS CANALES DE VENTA

ENERO/ MARZO 2022

- 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 Hotelería Restaurantes y Cines.
- Los rubros que más venta canalizan por medios no presenciales son Hotelería, Servicios personales e Informática.

Locales que poseen canales de venta no presenciales y % de venta por esos canales. Por rubro. Enero / Marzo 2022. (% sobre total)





PROBLEMAS Y DEMANDAS EMPRESARIALES

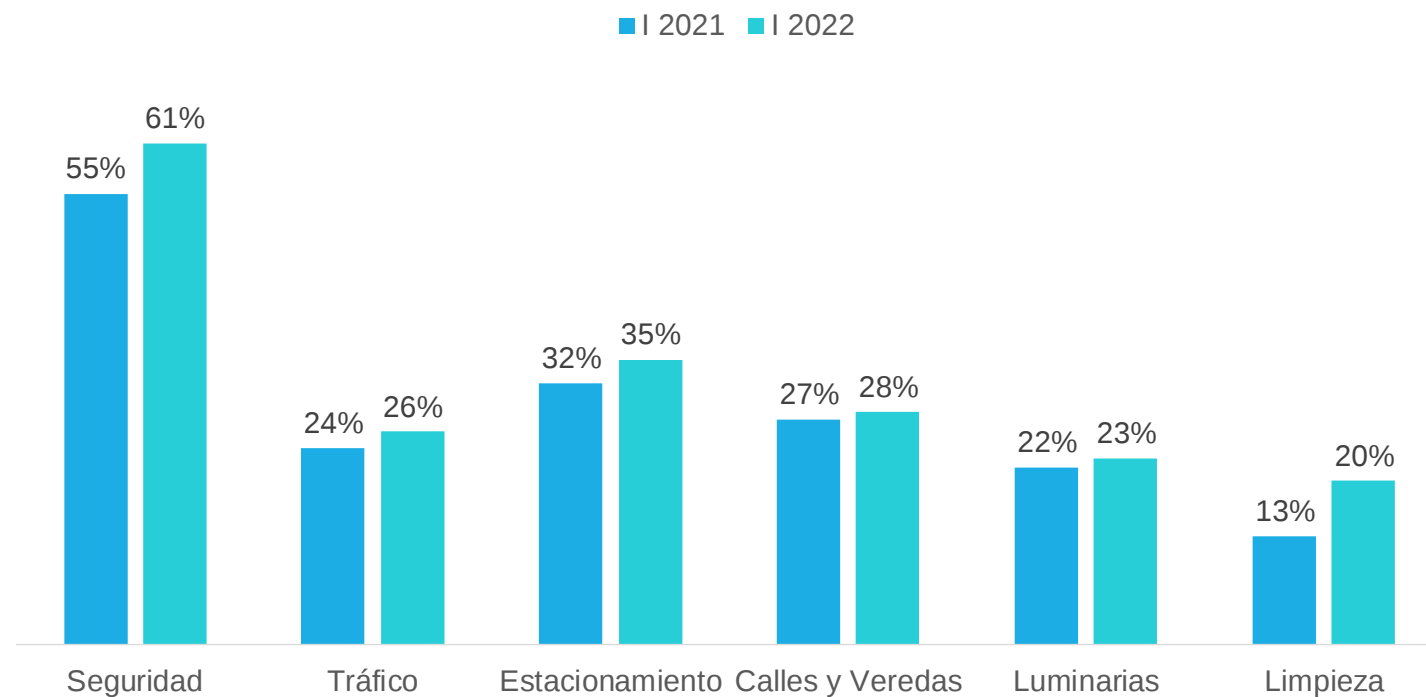
Enero / Marzo 2022

PROBLEMAS CON ESPACIOS PÚBLICOS

ENERO / MARZO 2022

- Los problemas relacionados con la **SEGURIDAD** son las que mas afectan a los empresarios platenses. 61% de los encuestados lo mencionan como un gran problema.
- El tráfico y la falta de espacios para estacionar, son también problemas recurrentes, y no han tenido solución.
- El marcado incremento de la inseguridad por presencia de menores en el centro comercial no ha tenido soluciones concretas.

Porcentaje de entrevistados que mencionan el problema (vs igual período del año anterior)

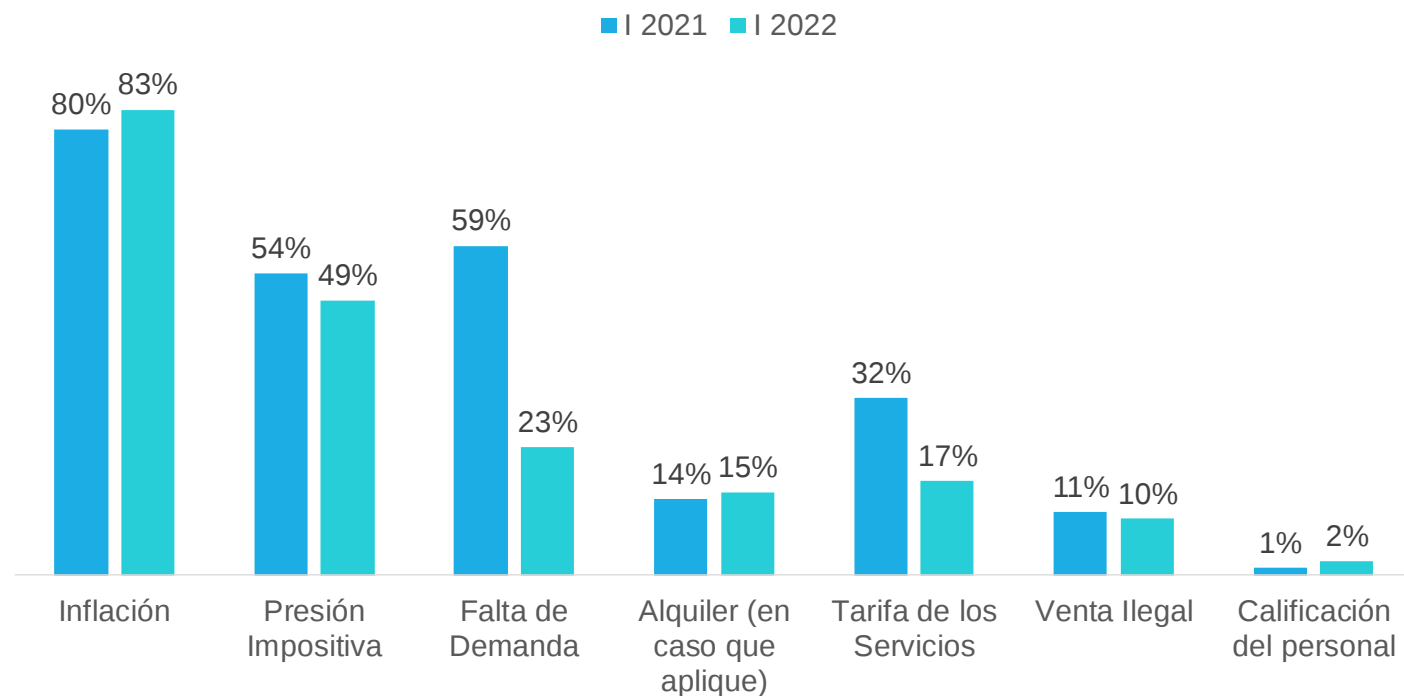


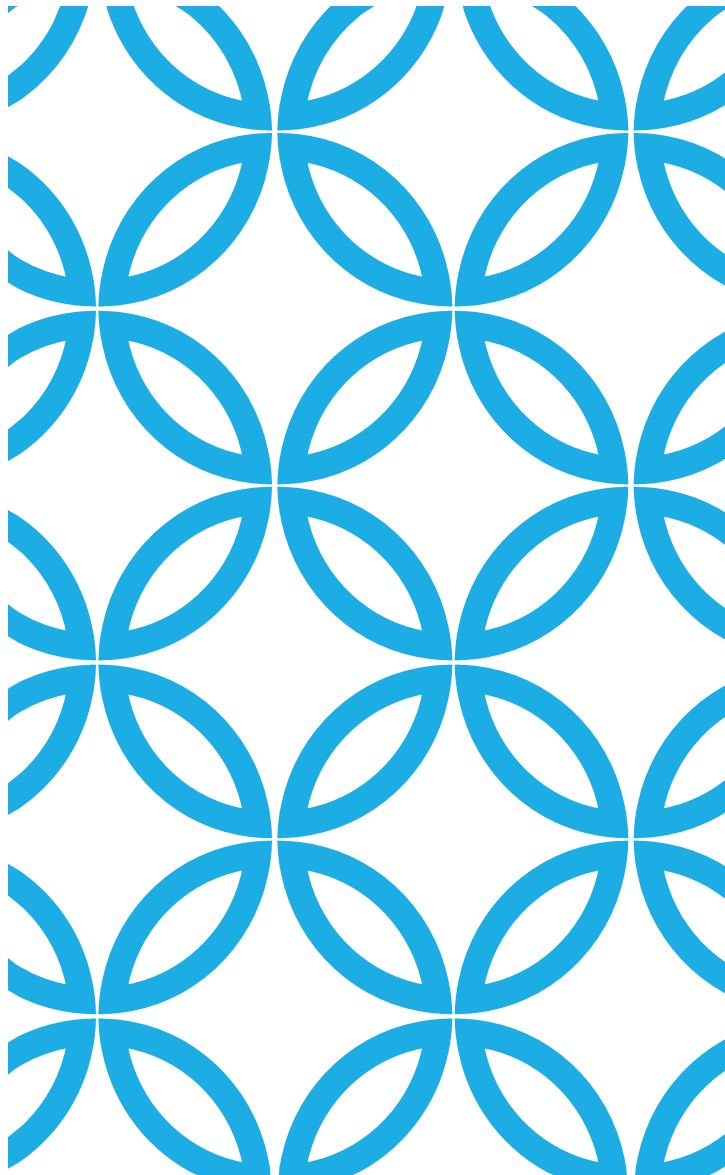
PROBLEMAS MACROECONÓMICOS

ENERO / MARZO 2022

- Para la mayoría (83%) de los empresarios platenses la INFLACIÓN es el principal problema de la actualidad.
- En segundo y tercer lugar se ubican la PRESIÓN IMPOSITIVA y la FALTA DE DEMANDA (49% Y 23% de los encuestados las mencionan)
- En igual período del año anterior los principales problemas eran los mismos, sumándose también la alta tarifa de los servicios como otro problema de magnitud.

Porcentaje de entrevistados que mencionan el problema (vs igual período del año anterior)





EXPECTATIVAS EMPRESARIALES

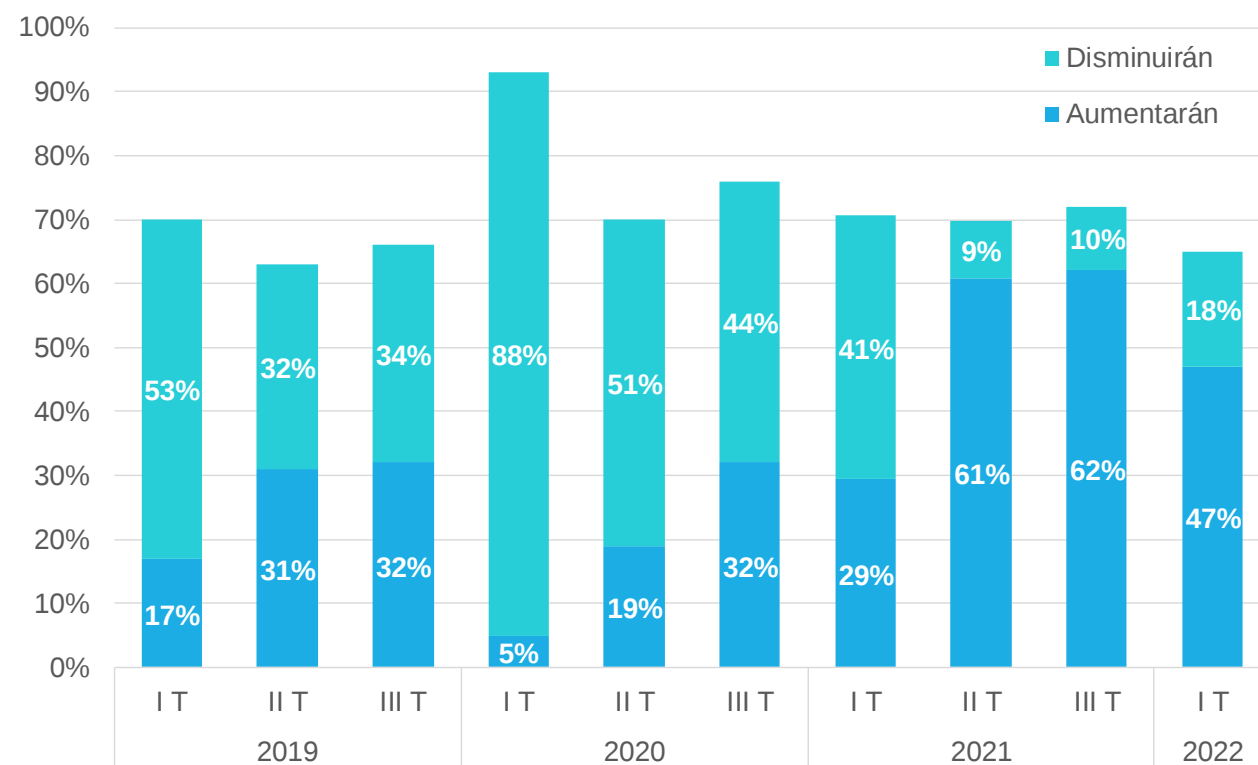
Abril / Junio 2022

EXPECTATIVA SOBRE VENTAS NOMINALES

ABRIL / JUNIO 2022. VARIACIÓN %
INTERANUAL

- Para el segundo trimestre de 2022 el 47% de los empresarios platenses esperan que sus ventas se incrementen; 18% que disminuyan y 35% que no varíen.
- Estos resultados son menos optimistas que el tercer trimestre de 2021, donde el 62% esperaba un aumento de ventas.

Expectativa de incremento o disminución de ventas
para el próximo trimestre. Serie IT19 – IT22

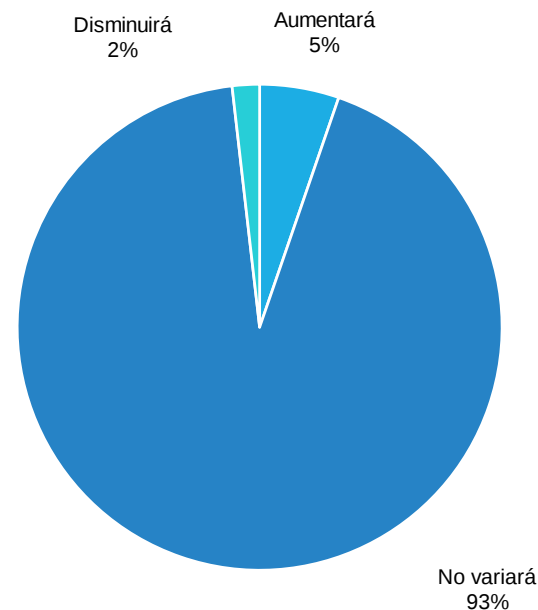


EXPECTATIVAS SOBRE PERSONAL Y HORAS LABORALES

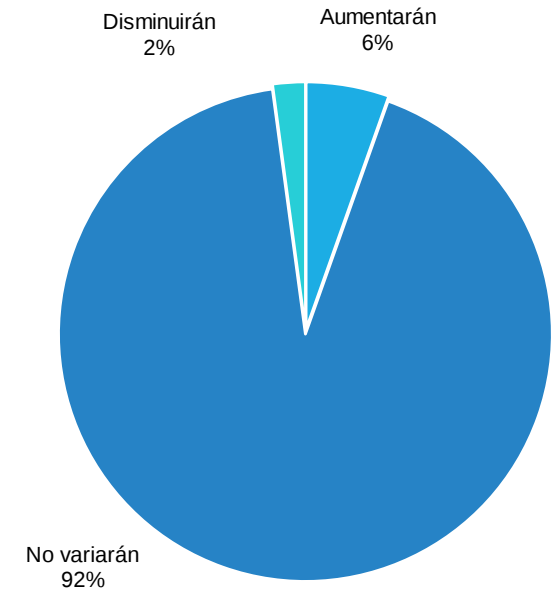
ABRIL / JUNIO 2022. PORCENTAJE DE RESPUESTAS
SOBRE TOTAL

- Se observa una expectativa de estabilidad en la contratación de personal.
- El 93% de los negocios de La Plata no variará la dotación de personal durante el segundo trimestre de 2022.
- Respecto de las horas trabajadas, 92% cree que no variarán y 6% cree que las mismas aumentarán.
- En general prima la cautela en términos laborales.

Dotación de personal



Horas trabajadas

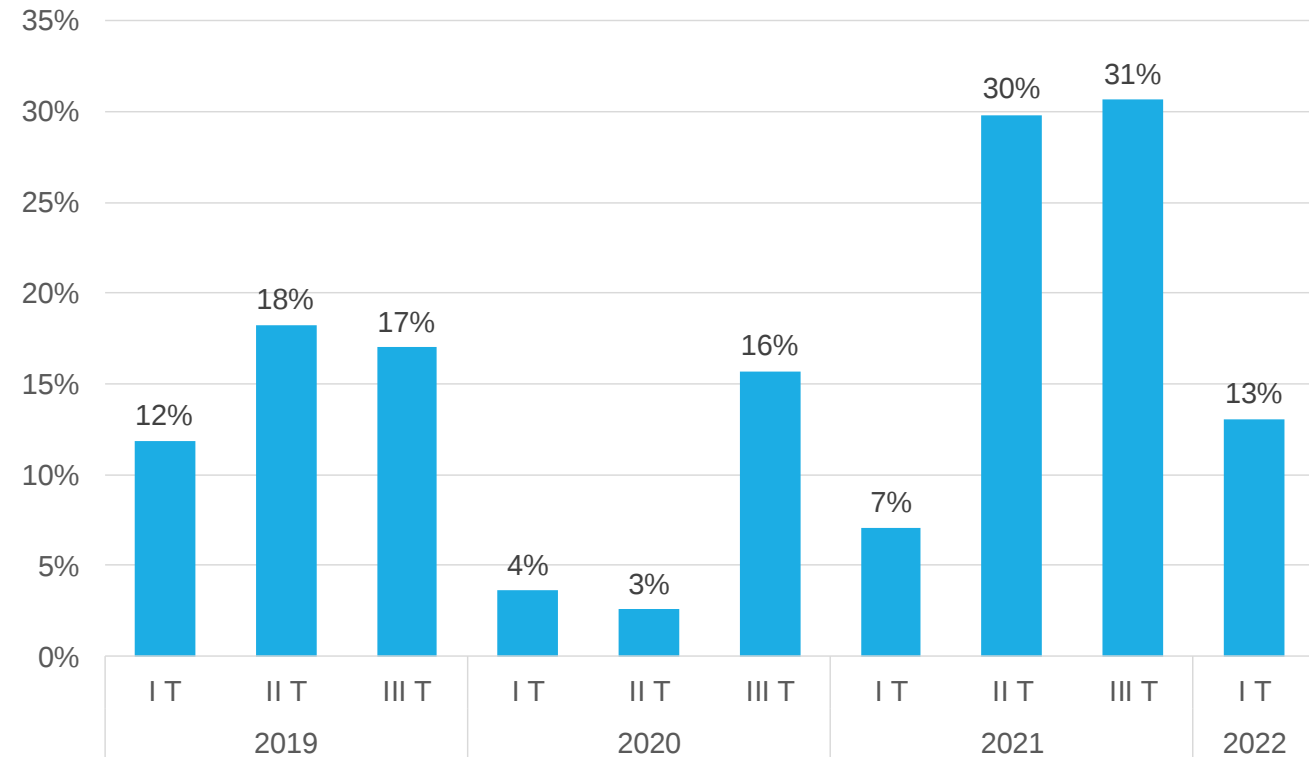


EXPECTATIVA DE INVERSIÓN

ABRIL / JUNIO 2022. PORCENTAJE DE
RESPUESTAS SOBRE TOTAL

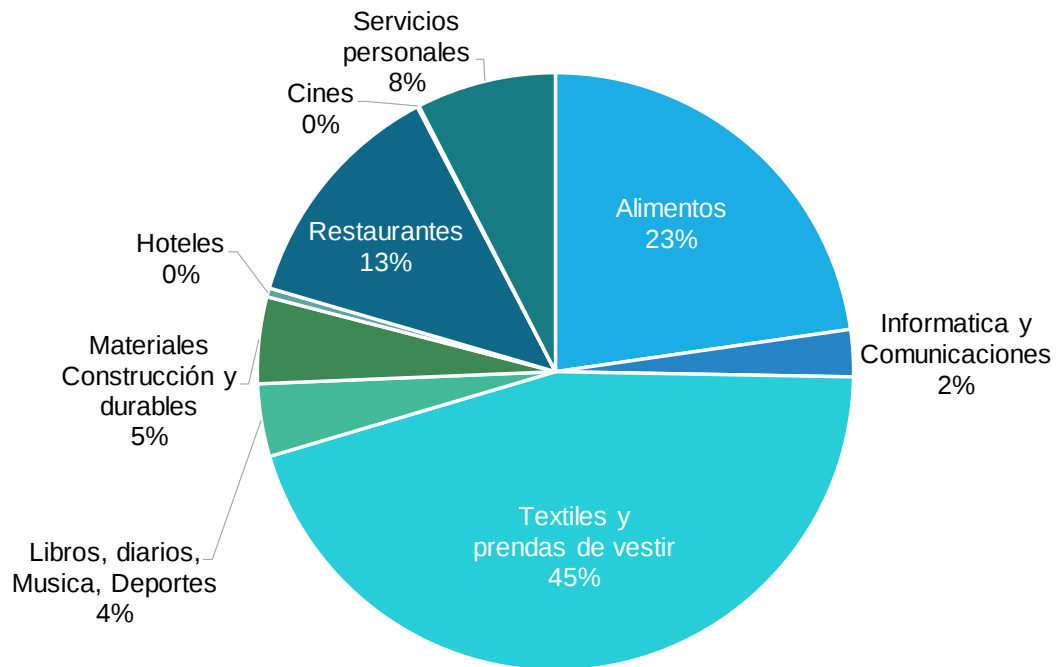
- Las expectativas positivas sobre la salida de la pandemia dan paso a una nueva realidad donde prima la cautela.
- Las inversiones más fuertes se realizaron el trimestre anterior de cara a fin de año.
- Un 13% de los encuestados planea incrementar las inversiones en el próximo trimestre.
- El 78% de los comerciantes encuestados manifiesta que no realizará nuevas inversiones.
- Un 8% disminuirá el monto destinado a inversiones.

Expectativa de incremento en inversiones para el próximo trimestre. Serie IT19 – IT22

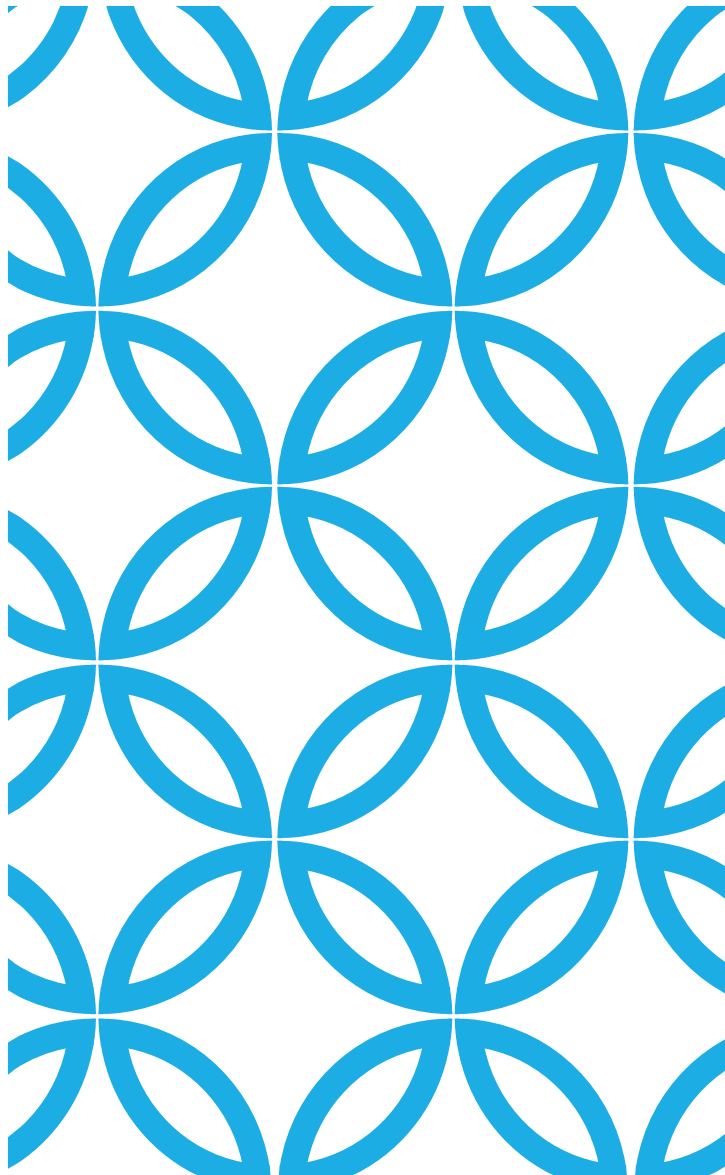


LA ENCUESTA

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 A TAXISTAS

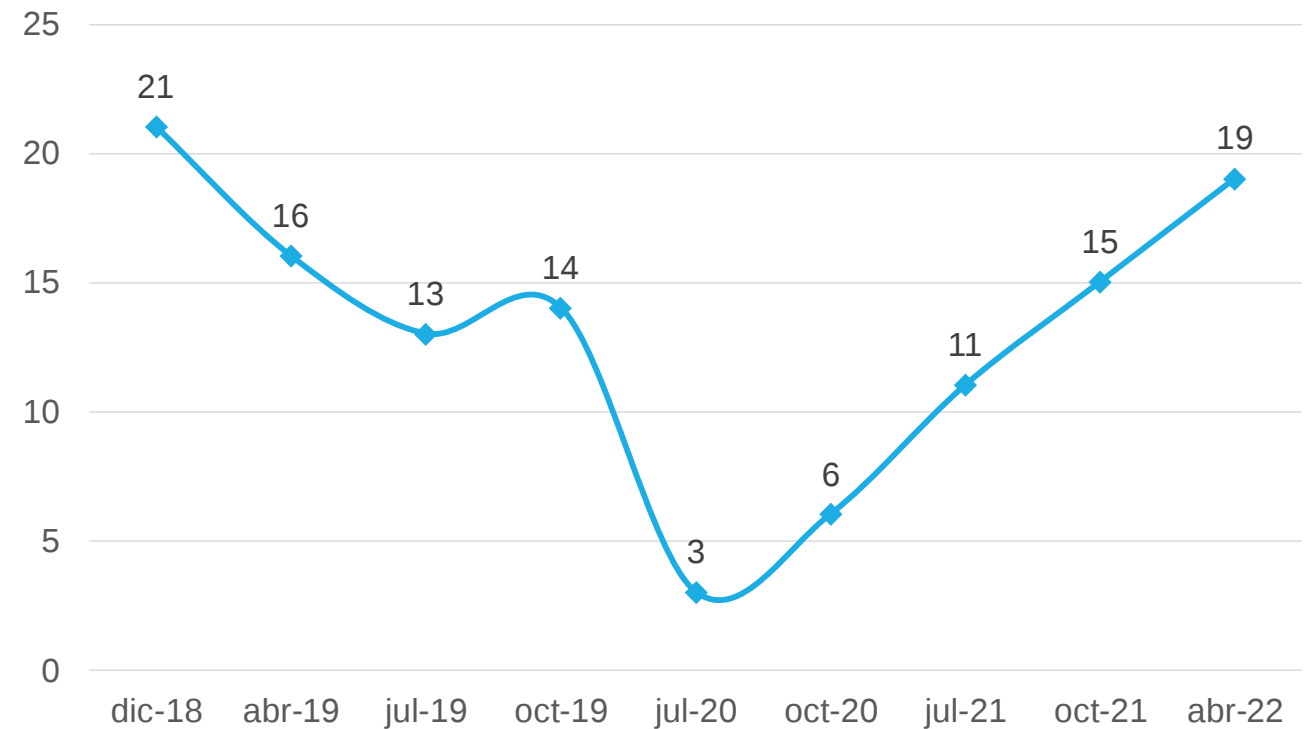
Enero / Marzo 2022

VIAJES PROMEDIO

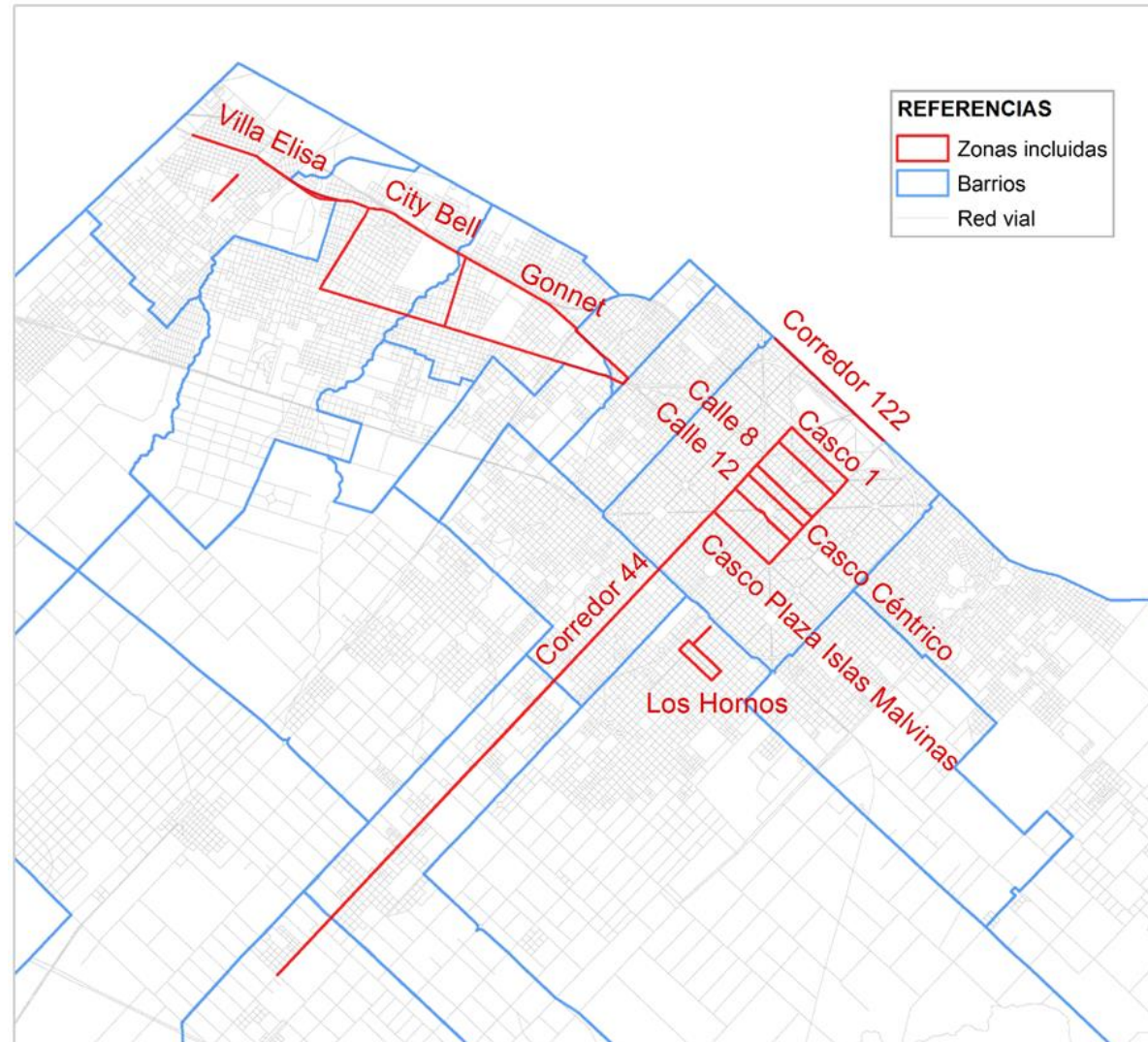
DIC 2018 / ABR 2022.

- Desde 2018 se verifica una caída en el promedio de viajes diarios en los taxis, parte de ello es debido a la crisis, y parte por la aparición de las aplicaciones sustitutas de este servicio.
- Mediados del año 2020 fue la peor época de la que se tenga registro para el servicio de taxis; cada automóvil realizó un promedio de 3 viajes diarios.
- La cantidad de viajes diarios fue recuperándose a medida que se levantaron las restricciones a la circulación.
- En abril de 2022 la cantidad de viajes diarios por taxi supera los valores pre pandemia.

Promedio de cantidad de viajes diarios. Serie Dic 2018 – Abril 2022



ENCUESTA. ZONAS INCLUIDAS EN EL LISTADO



PRÓXIMOS INFORMES DURANTE 2022

30 Junio

Indicador Actividad
Económica La Plata. I
trimestre 2022

31 Julio

Encuesta a comercios
platenses II trimestre
2022

30 Septiembre

Indicador Actividad
Económica La Plata. II
trimestre 2022



HACIA LA EXCELENCIA EDUCATIVA CON COMPROMISO SOCIAL