

# Encuesta a Comercios de La Plata

Abril/Junio 2022



**FCE**  
FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

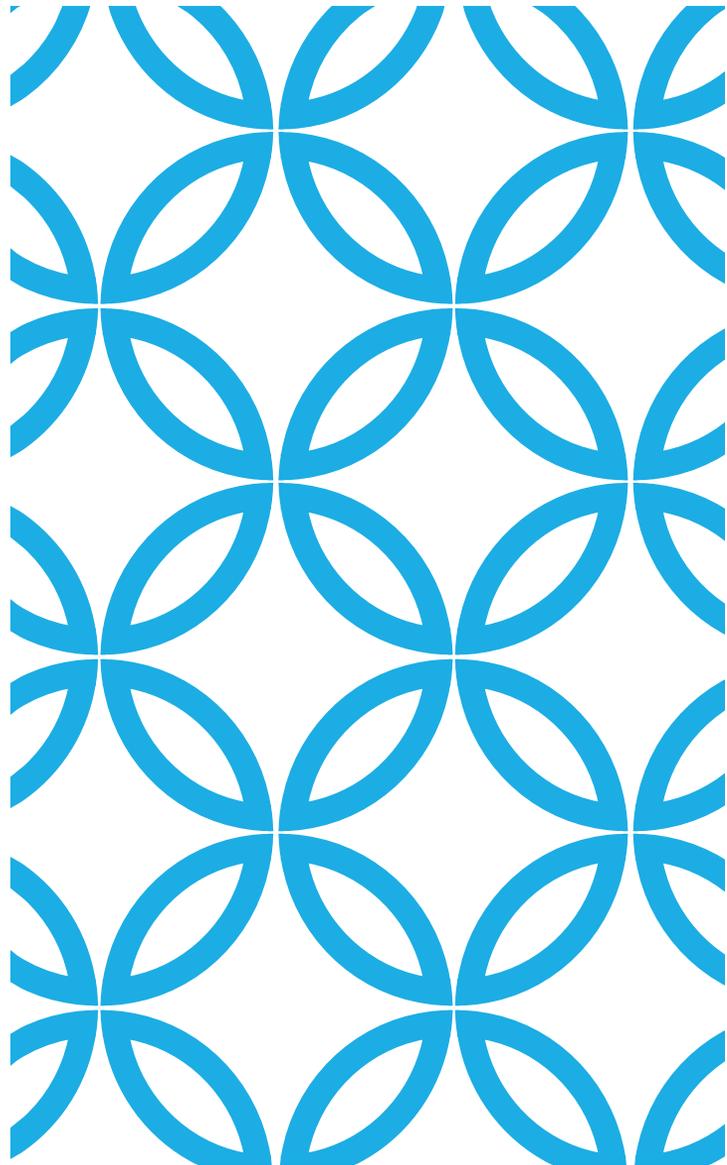


UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA



# RESUMEN EJECUTIVO

- ❖ En promedio, **las ventas (en unidades) aumentaron en el tercer trimestre un 1,1%** respecto al mismo período del año anterior. La fuerte recuperación de 2021 se dio en el marco de la vuelta a la presencialidad plena, hoy ya consolidada.
- ❖ Las actividades de esparcimiento (Hotelería y Restaurantes) 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 un 31% por debajo de los niveles de 2019.
- ❖ Las ventas aumentan en las zonas comerciales (+2%) pero caen en las residenciales (-3%), fundamentalmente por cuestiones de presencialidad total en las universidades y el sector público.
- ❖ El uso de **medios de venta alternativos** se consolida. : 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. Asimismo los **medios de pago alternativos** comienzan a ganar terreno, en función de las promociones y descuentos que se ofrecen por su uso.
- ❖ El **empleo** creció a un ritmo similar a los trimestres anteriores, en torno al 1% respecto del trimestre previo.
- ❖ La INSEGURIDAD y la INFLACIÓN son los **problemas** que más aquejan a los empresarios platenses.
- ❖ Respecto de **las expectativas empresariales**, las mismas continúan positivas para inversión, pero caen para ventas.
- ❖ La encuesta de TAXIS muestra un leve incremento en la cantidad de viajes diarios, manteniéndose por encima de los valores pre pandemia.



# ENCUESTA COMERCIOS LA PLATA

---

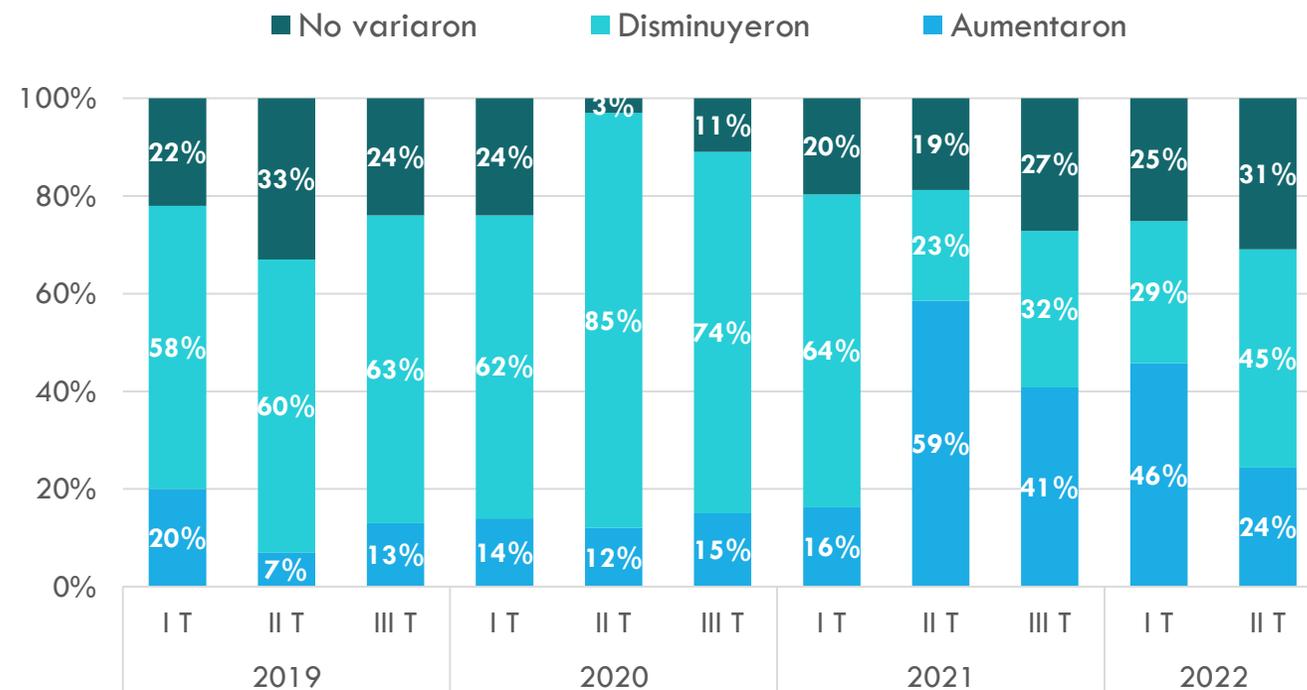
Abril / Junio 2022

# VENTAS

ABRIL / JUNIO 2022. PORCENTAJE DE  
RESPUESTAS SOBRE TOTAL

- El 24% de los comerciantes de La Plata manifestaron que sus ventas han aumentado respecto del mismo período del año anterior.
- Este valor es el más bajo registrado durante los últimos 12 meses.
- Para el 31% de los consultados las ventas se mantuvieron constantes.
- 45% dice que disminuyeron respecto del mismo período de 2021.

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

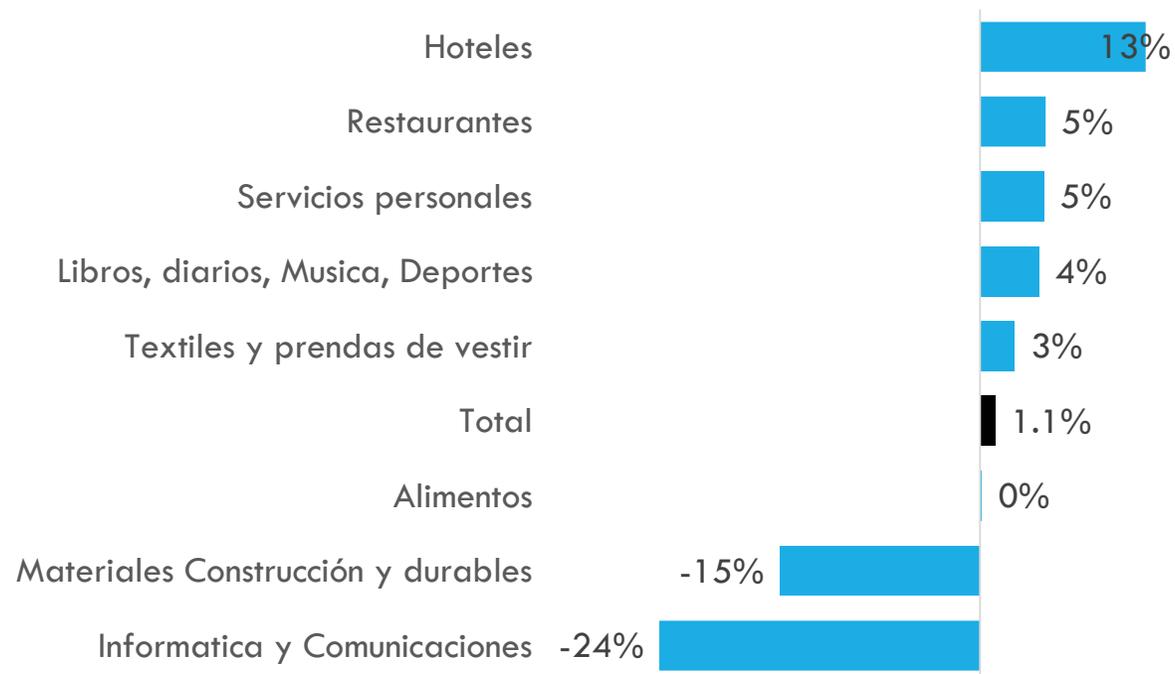


# VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACION % INTERANUAL. ABRIL / JUNIO  
2022

- En promedio, las ventas (en unidades) en los negocios platenses se incrementaron un 1,1% respecto del segundo trimestre de 2021.
- Se ven grandes heterogeneidades entre los rubros.
- Las actividades de esparcimiento **Hotelería y Restaurantes** que fueron de las más perjudicadas por la pandemia son las que más crecen en el trimestre.
- Por el contrario, dos de los rubros que más crecieron durante 2020 (Informática y Materiales para la construcción) son los que más caen en el período relevado.

Variación % en las ventas durante el II trim 2022

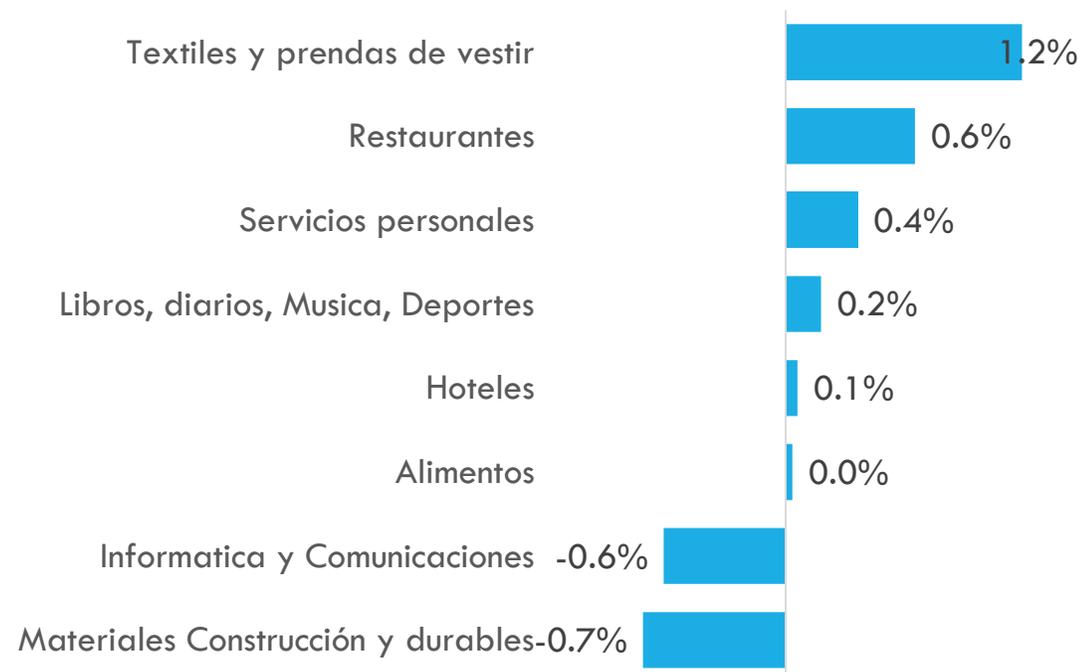


# VENTAS SEGÚN RUBRO

INCIDENCIA EN LA VARIACIÓN ABRIL / JUNIO  
2022 (%)

- El crecimiento es apuntalado principalmente por Textiles y prendas de vestir, sin embargo el contrapeso de las actividades de Informática y Materiales para la construcción es muy fuerte.
- 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 hoteles y los servicios hoteleros incrementaron sus ventas, su incidencia en la variación es poco significativa.

Incidencia de cada rubro en la variación. II trim 2022

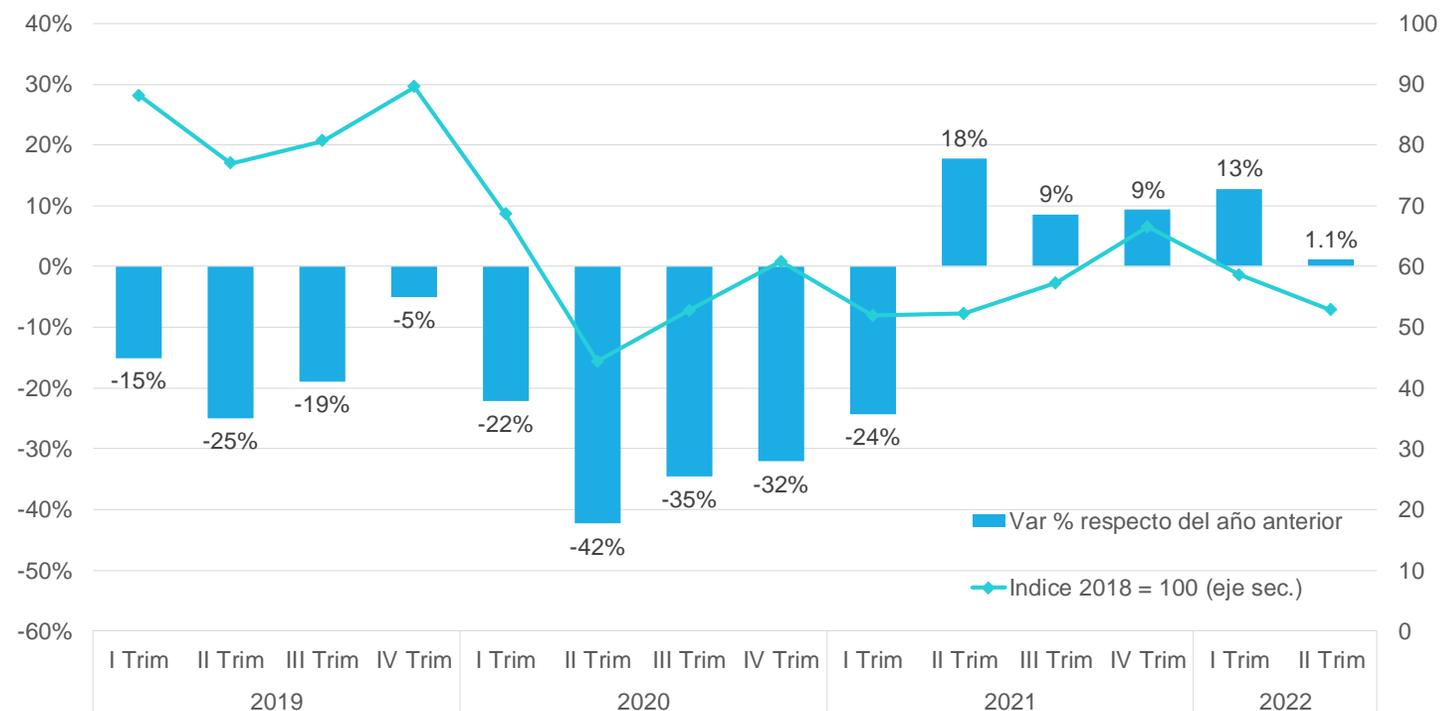


# VENTAS TOTALES

VARIACION % INTERANUAL. IT 2019 / IIT  
2022

- El dato para el segundo trimestre de 2022 indica una muy frágil consolidación de la recuperación.
- La fuerte recuperación de 2021 se dio en el marco de la vuelta a la presencialidad plena, hoy ya consolidada.
- El índice de ventas aún se encuentra un 31% por debajo de los niveles de 2019.

Variación porcentual interanual en ventas  
Índice de ventas 2018 = 100

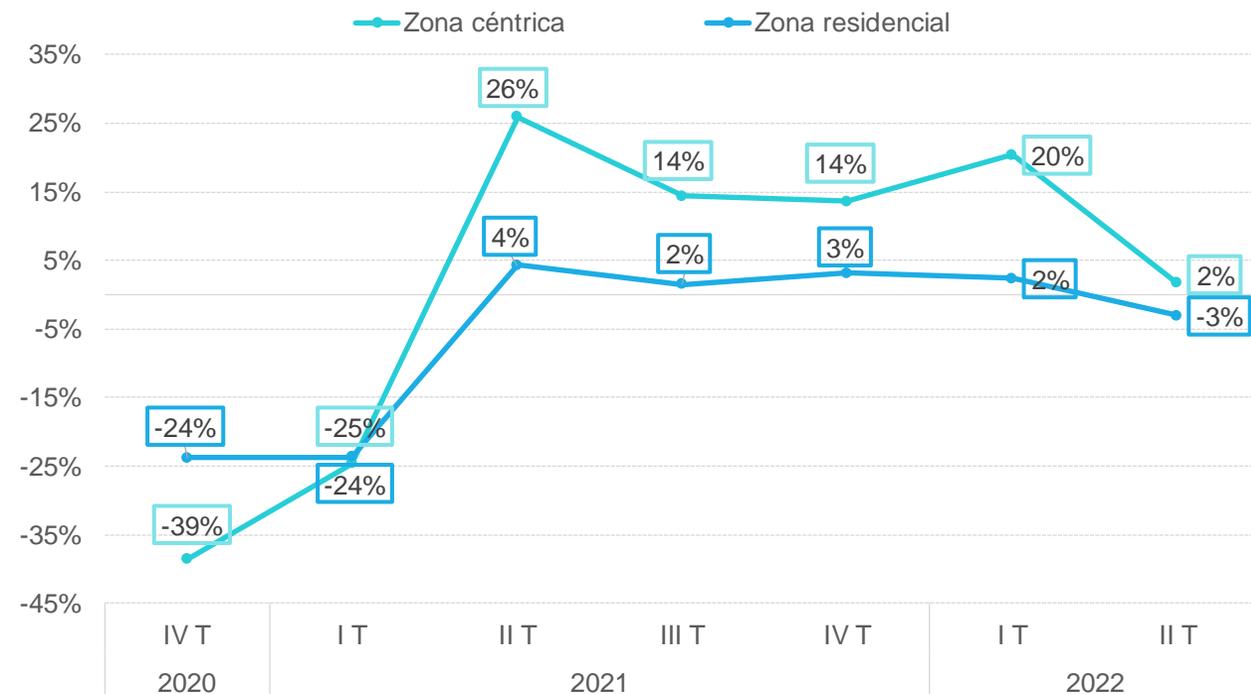


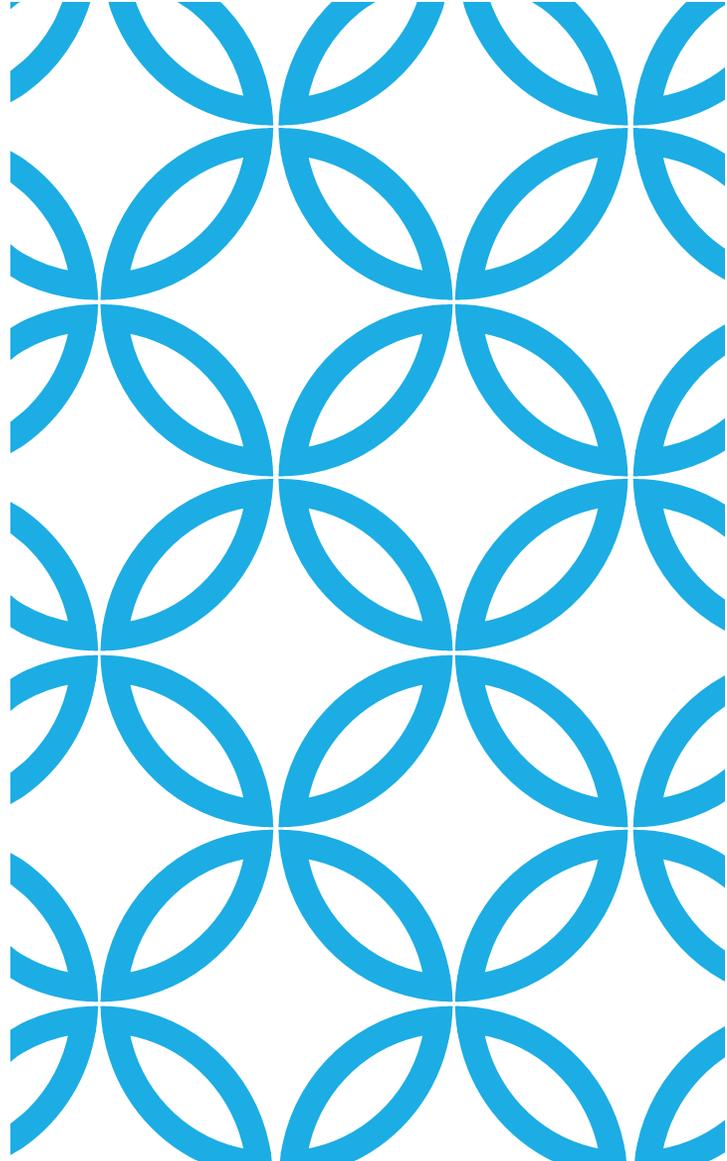
# VENTAS POR ZONA

VARIACION % INTERANUAL. IVT 2020 / IIT 2022

- El gráfico muestra la variación interanual en ventas, dividida por zona.
- El 1,1% de incremento en las ventas totales no fue repartido de manera homogénea. La zona céntrica hizo un aporte positivo a las ventas totales en tanto que en zonas residenciales las mismas se retrajeron.
- El dato del segundo trimestre de 2022 es el primero negativo en más de un año para la zona residencial.

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



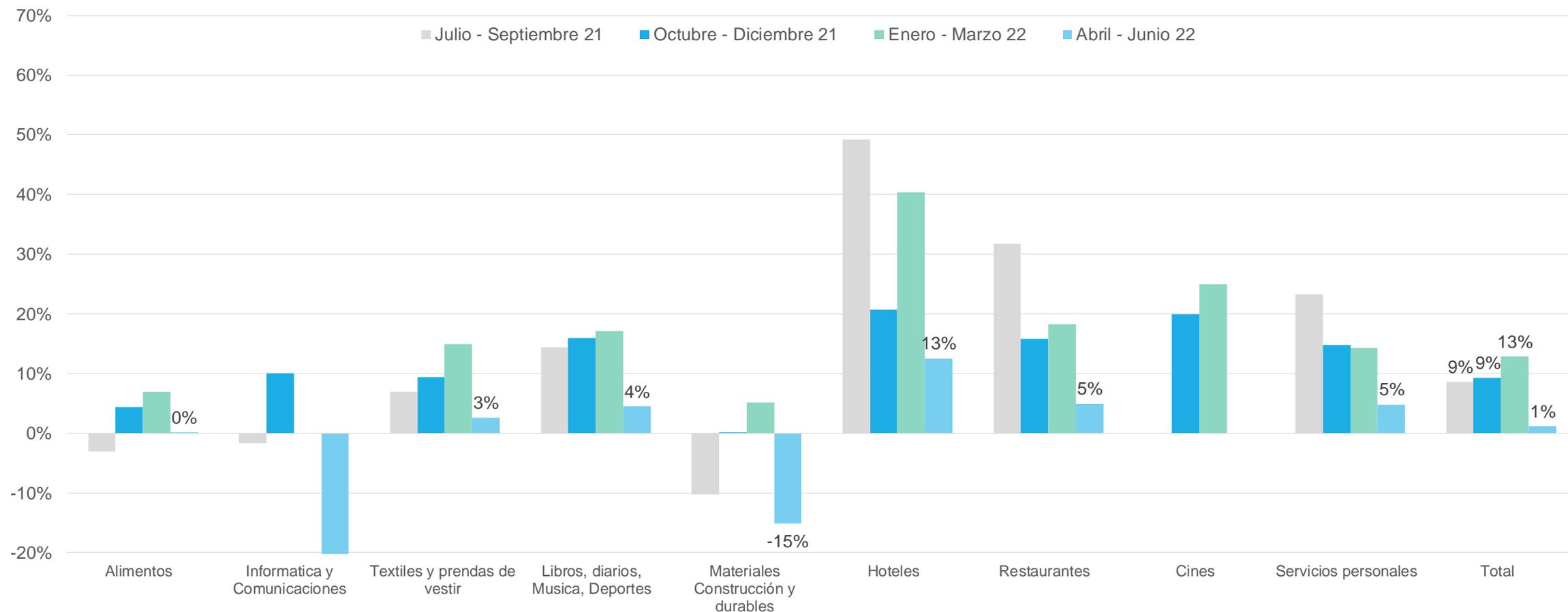


# EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DURANTE LOS ÚLTIMOS TRIMESTRES

---

# VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACION % INTERANUAL. JULIO 2021 / JUNIO 2022



# EMPLEO

## VARIACIÓN TRIMESTRAL IT 2019 / IIT 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, en torno al 1% trimestral.
- El índice de empleo arrojó un valor de 114 en el segundo trimestre de 2022, un 8% 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

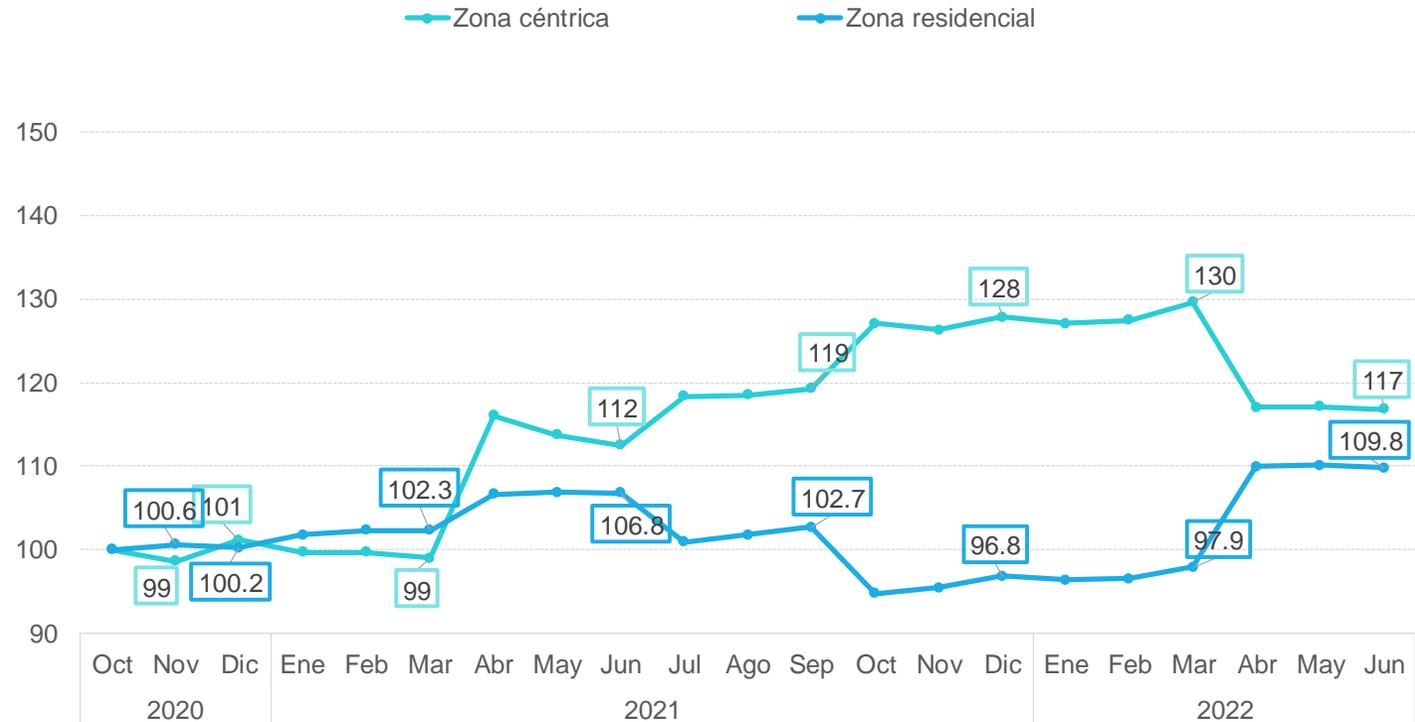


# EMPLEO POR ZONA

VARIACIÓN MENSUAL NOVIEMBRE 2020 / JUNIO 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.
- La caída registrada en el empleo de la zona céntrica fue parcialmente absorbido por las zonas residenciales.

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

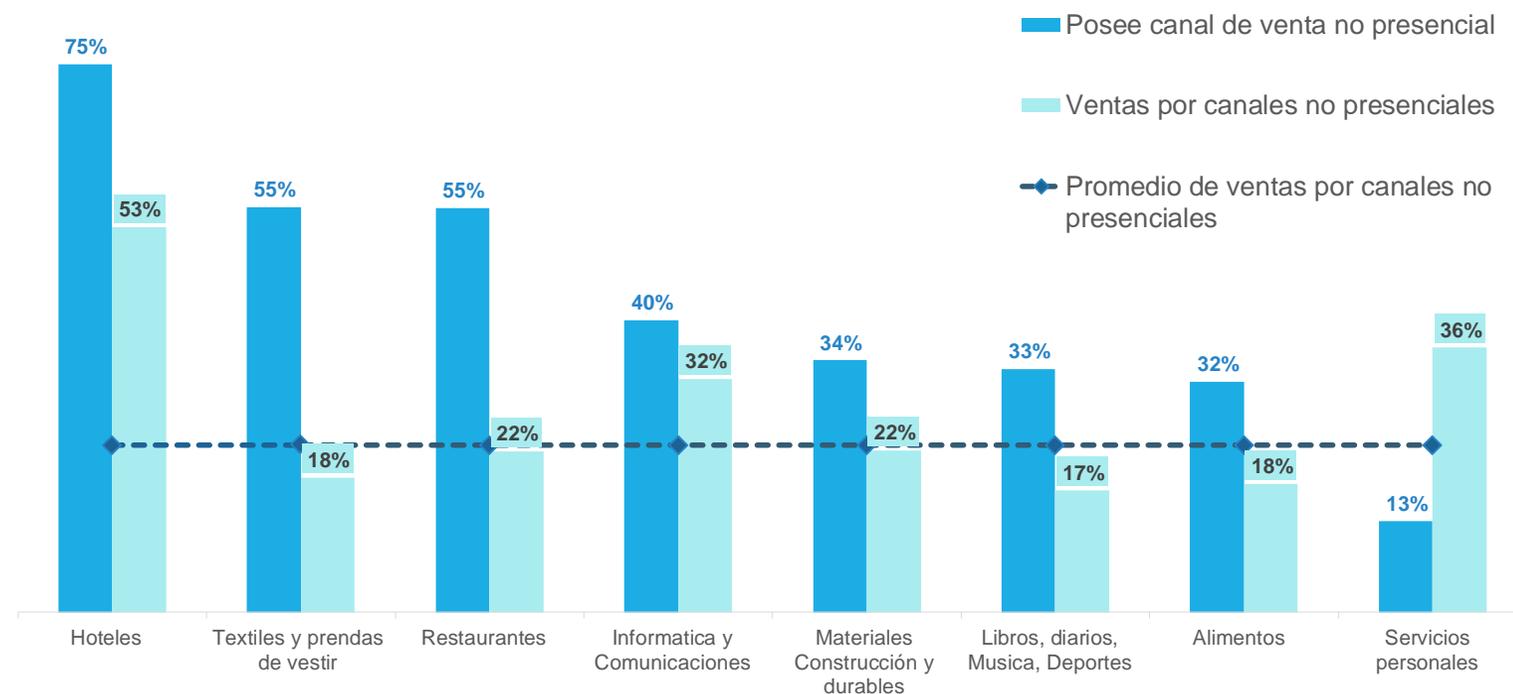


# NUEVOS CANALES DE VENTA

ABRIL / JUNIO 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, Indumentaria y Restaurantes.
- 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. Abril / Junio 2022. (% sobre total)

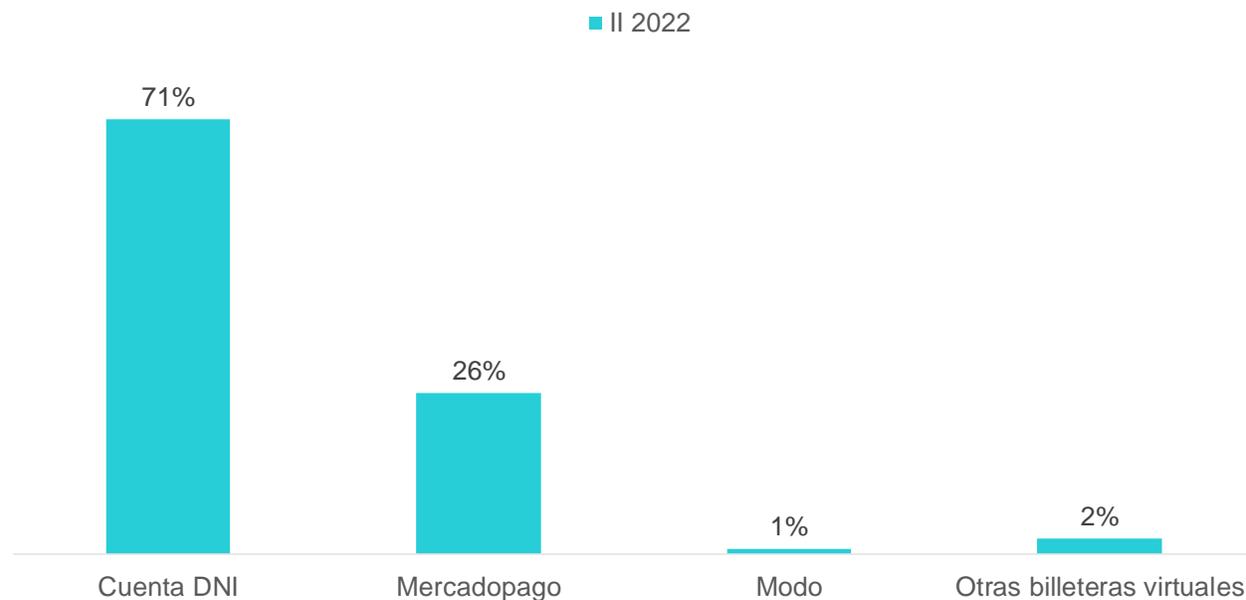


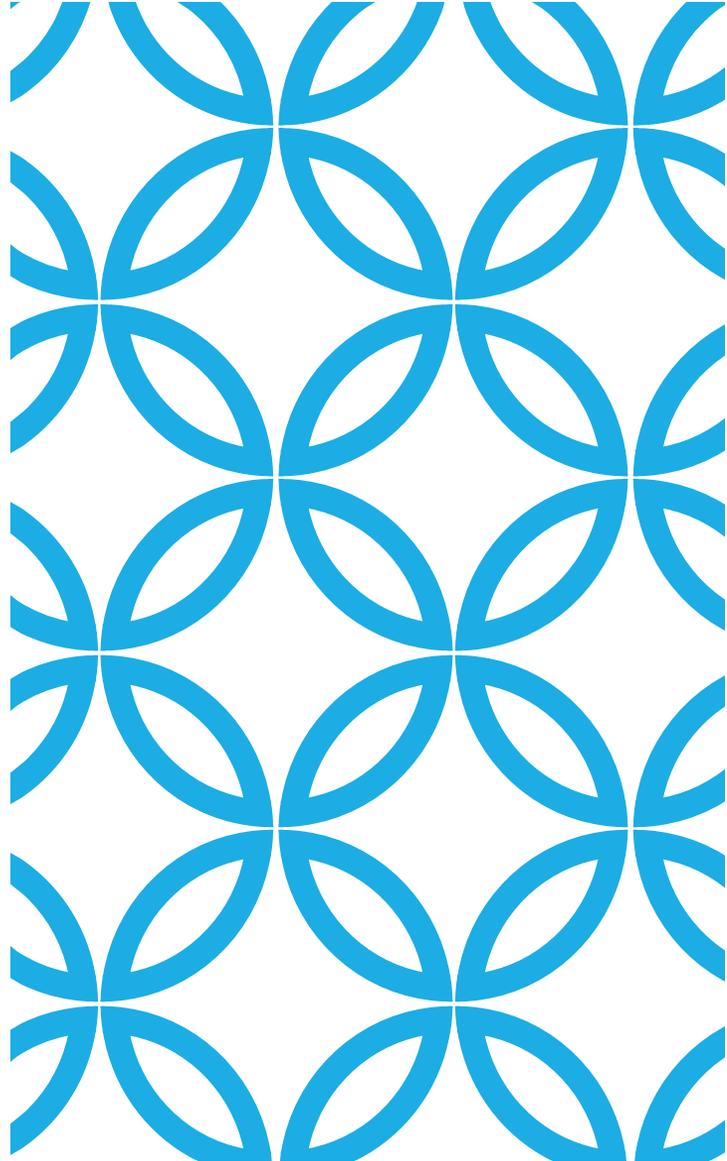
# MEDIOS DE PAGO ALTERNATIVOS

ABRIL / JUNIO 2022

- Esta onda incorporó una pregunta sobre medios de pago alternativos a los tradicionales (efectivo y tarjetas bancarias).
- Entre aquellos empresarios que contestaron poseer medios de pago alternativos, el 71% mencionó Cuenta DNI.
- El segundo medio de pago alternativo más importante es MercadoPago.
- Las billeteras virtuales y criptomonedas aún no son de uso difundido entre los comercios platenses.

Porcentaje de entrevistados que mencionan el medio de pago.





# PROBLEMAS Y DEMANDAS EMPRESARIALES

---

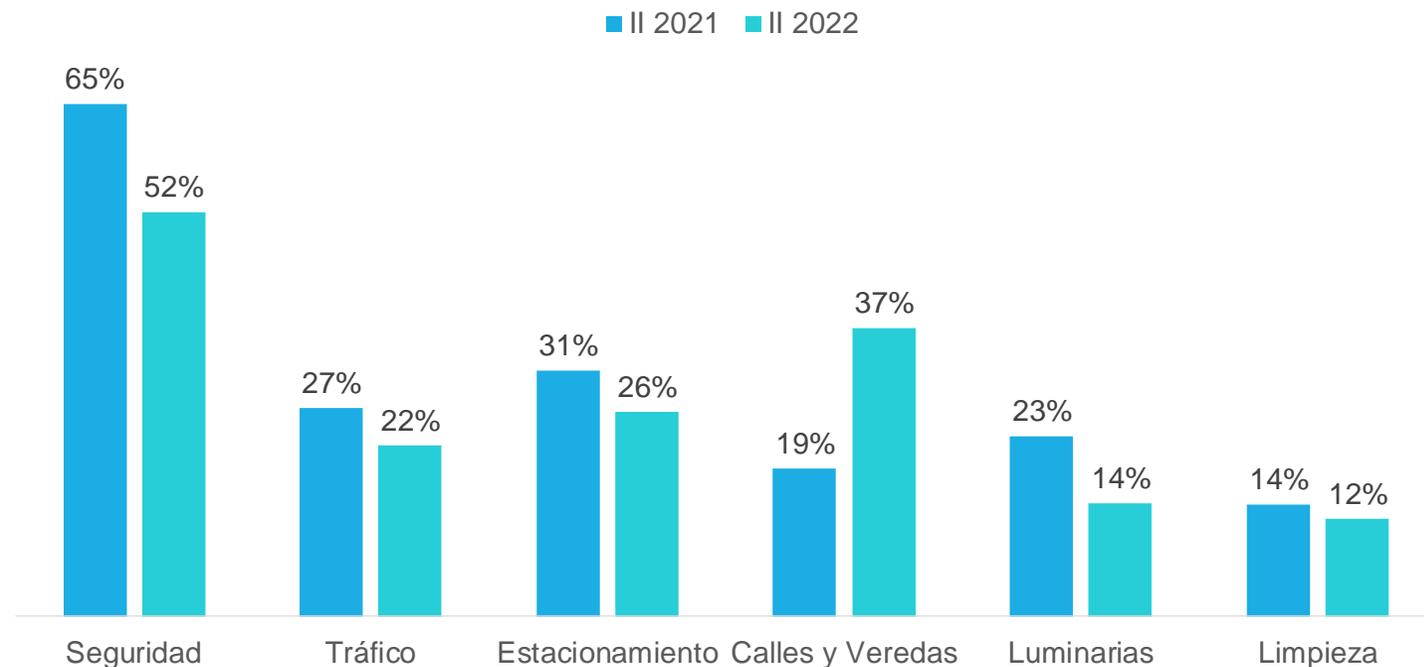
Abril / Junio 2022

# PROBLEMAS CON ESPACIOS PÚBLICOS

ABRIL / JUNIO 2022

- Los problemas relacionados con la **SEGURIDAD** son las que mas afectan a los empresarios platenses. 65% de los encuestados lo mencionan como un gran problema.
- El estado de calles y veredas 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)

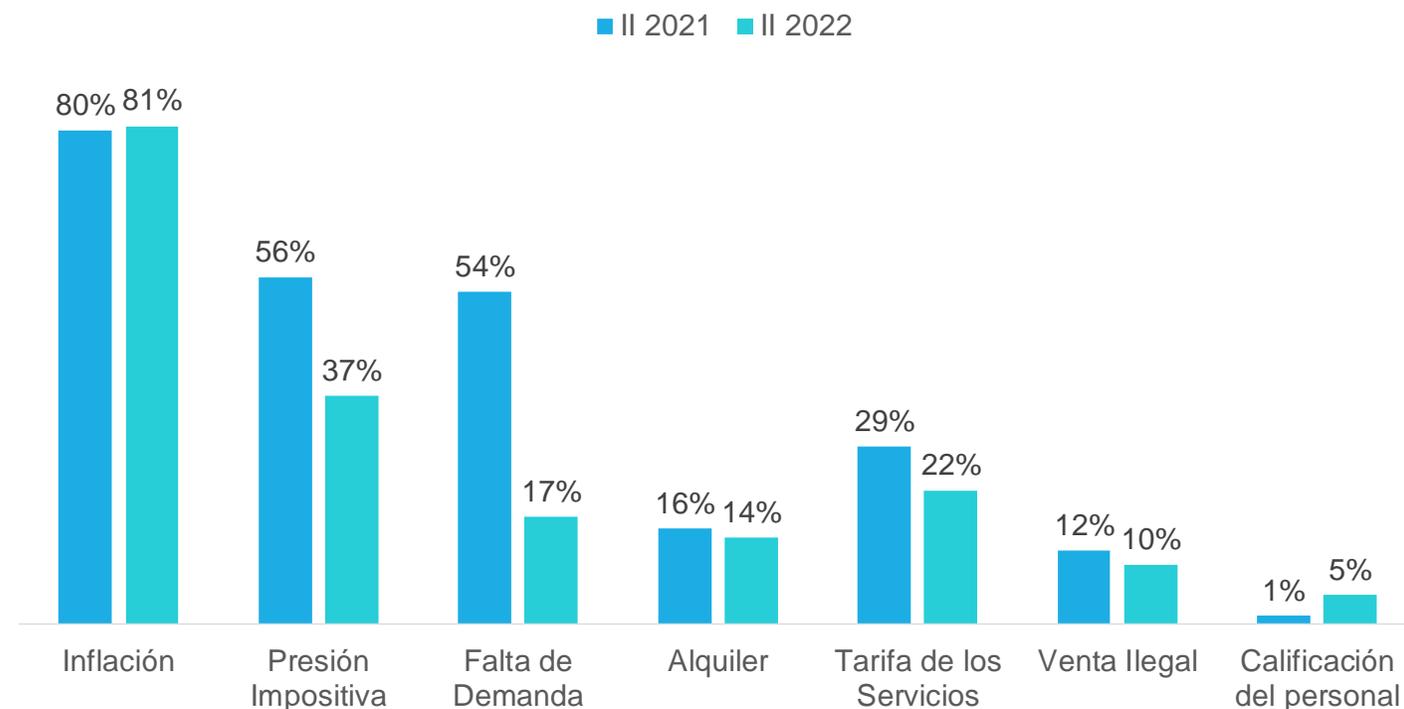


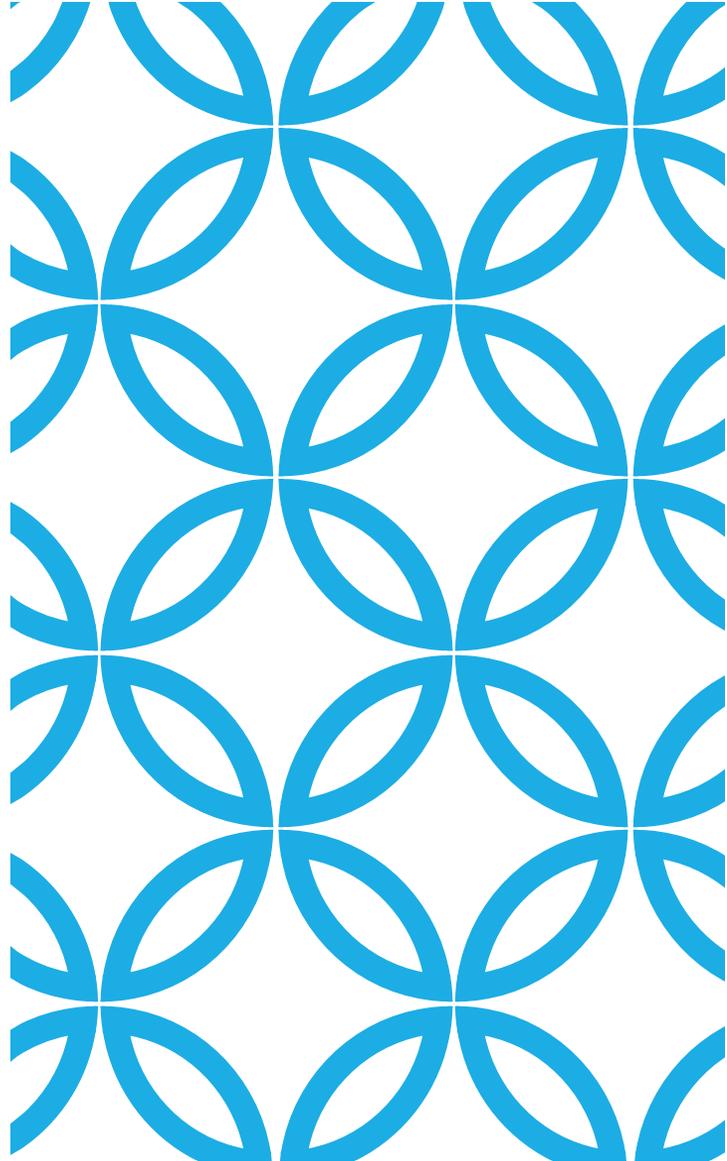
# PROBLEMAS MACROECONÓMICOS

ABRIL / JUNIO 2022

- Para la mayoría (81%) de los empresarios platenses la INFLACIÓN es el principal problema de la actualidad.
- En segundo y tercer lugar se ubican la PRESIÓN IMPOSITIVA y las TARIFAS DE LOS SERVICIOS (37% Y 22% de los encuestados las mencionan)
- En igual período del año anterior los principales problemas eran los mismos, a excepción que en 2021 se mencionaba como un principal problema la falta de demanda.

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





# EXPECTATIVAS EMPRESARIALES

---

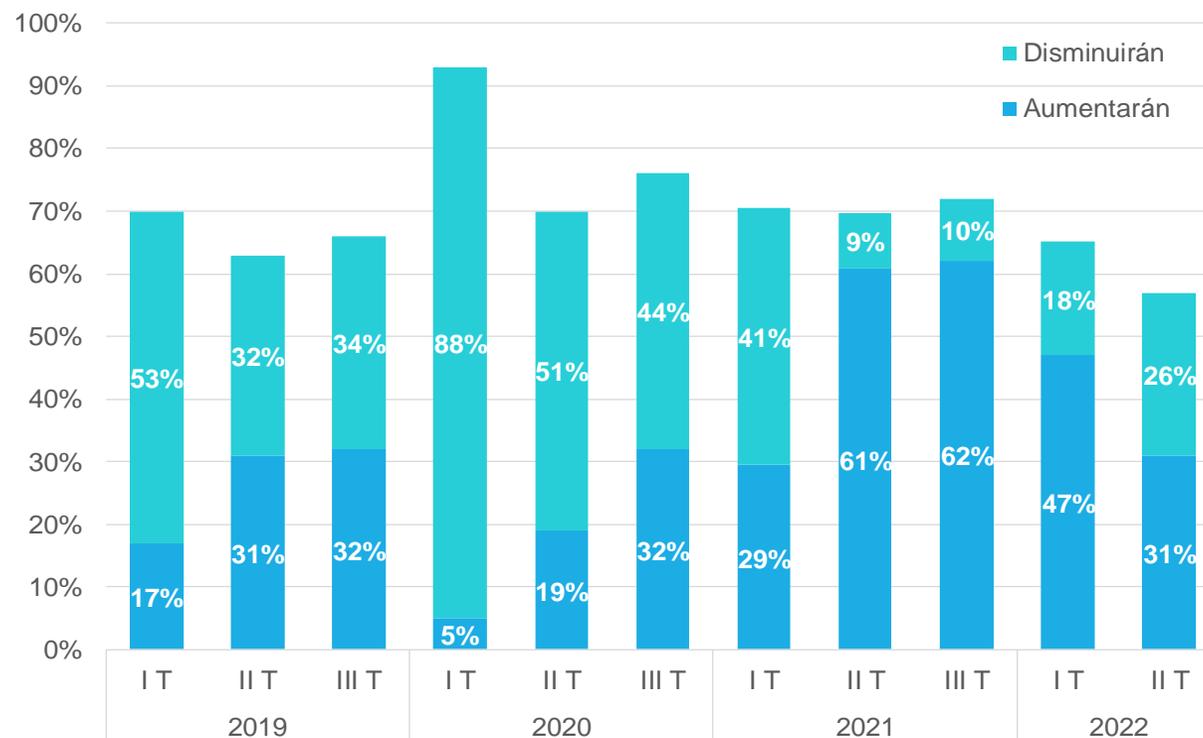
Julio / Septiembre 2022

# EXPECTATIVA SOBRE VENTAS NOMINALES

JULIO / SEPTIEMBRE 2022. VARIACIÓN %  
INTERANUAL

- Para el tercer trimestre de 2022 el 31% de los empresarios platenses esperan que sus ventas se incrementen; 26% que disminuyan y 43% que no varíen.
- Estos resultados son bastante menos optimistas que el tercer trimestre de 2021, donde el 62% esperaba un aumento de ventas.
- Las expectativas de mejora en los últimos dos trimestres cayó fuertemente.

Expectativa de incremento o disminución de ventas para el próximo trimestre. Serie IT19 – IIT22

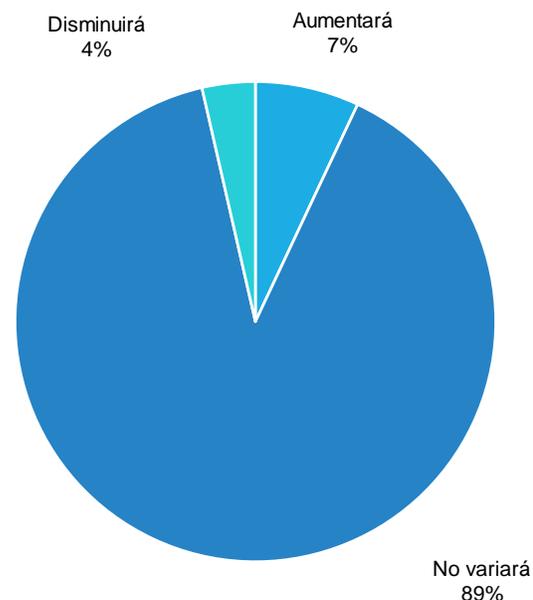


# EXPECTATIVAS SOBRE PERSONAL Y HORAS LABORALES

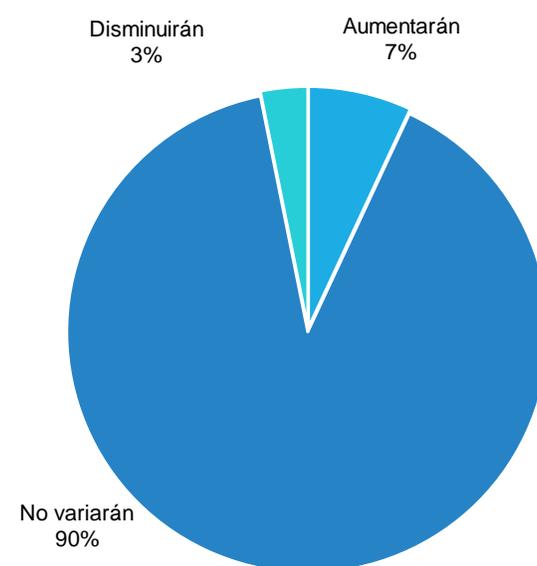
JULIO / SEPTIEMBRE 2022. PORCENTAJE DE RESPUESTAS  
SOBRE TOTAL

- Se observa una expectativa de estabilidad en la contratación de personal.
- El 89% de los negocios de La Plata no variará la dotación de personal durante el tercer trimestre de 2022.
- Respecto de las horas trabajadas, 90% cree que no variarán y 7% cree que las mismas aumentarán.
- En general prima la cautela en términos laborales.

Dotación de personal



Horas trabajadas

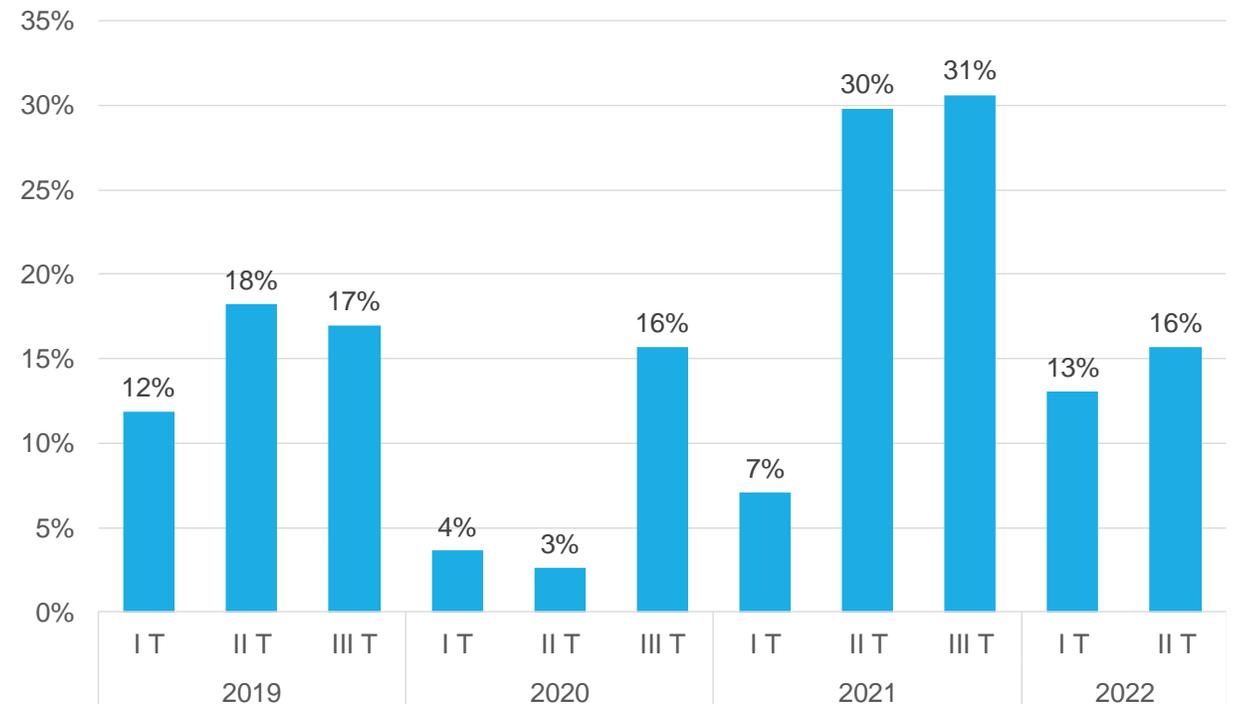


# EXPECTATIVA DE INVERSIÓN

JULIO / SEPTIEMBRE 2022. PORCENTAJE DE  
RESPUESTAS SOBRE TOTAL

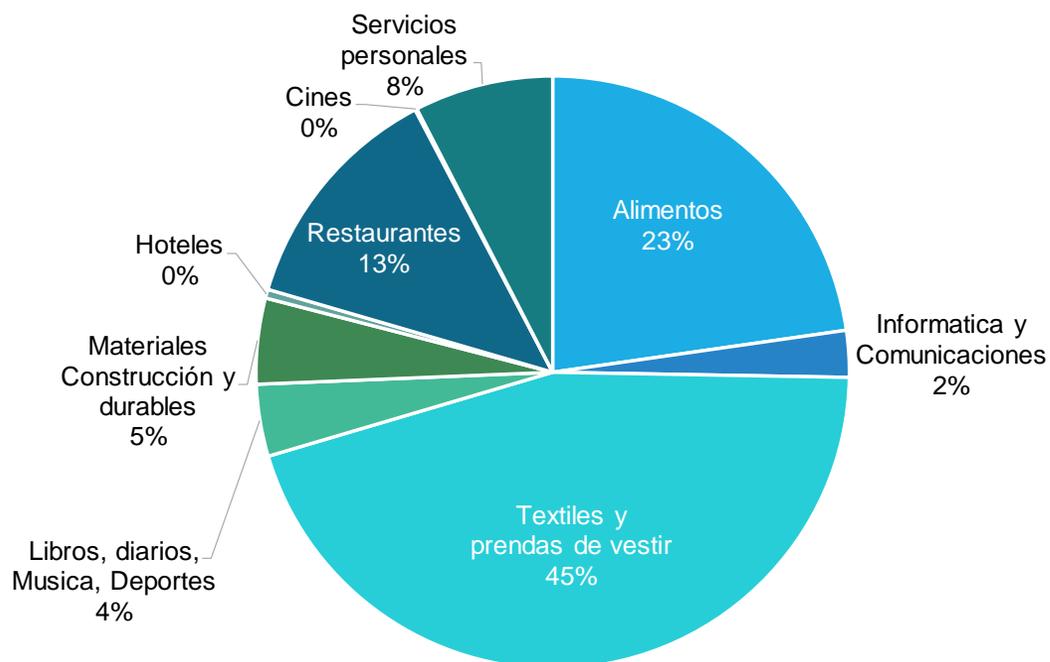
- Las expectativas positivas sobre la salida de la pandemia dan paso a una nueva realidad donde prima la cautela.
- Las inversiones más fuertes se realizaron hacia fines de 2021.
- Un 16% de los encuestados planea incrementar las inversiones en el próximo trimestre.
- El 74% de los comerciantes encuestados manifiesta que no realizará nuevas inversiones.
- Un 10% disminuirá el monto destinado a inversiones.

Expectativa de incremento en inversiones para el próximo trimestre. Serie IT19 – IIT22

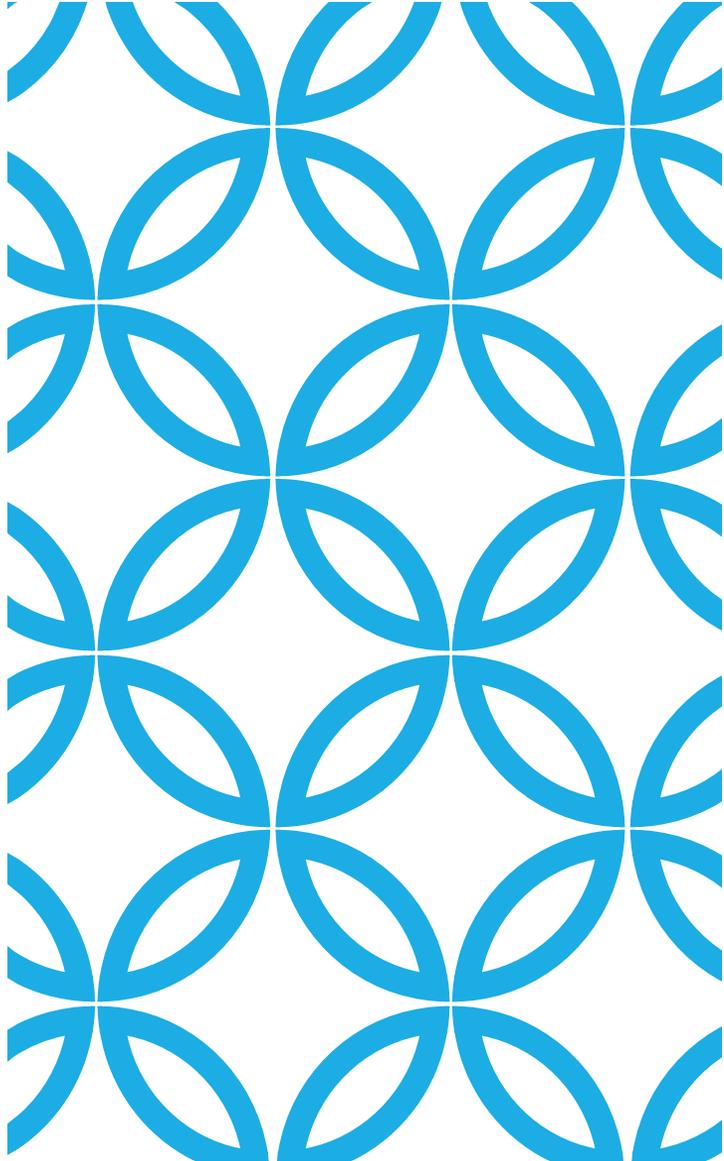


# LA ENCUESTA

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

---

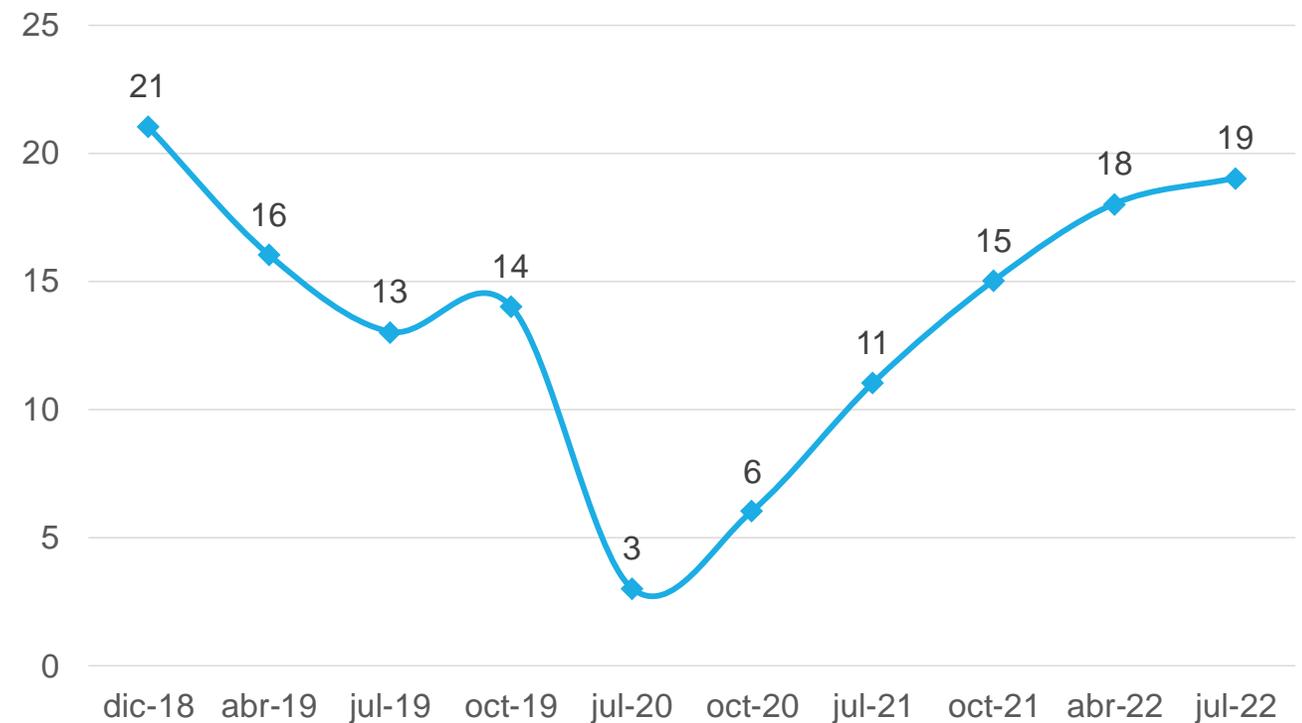
Abril / Junio 2022

# VIAJES PROMEDIO

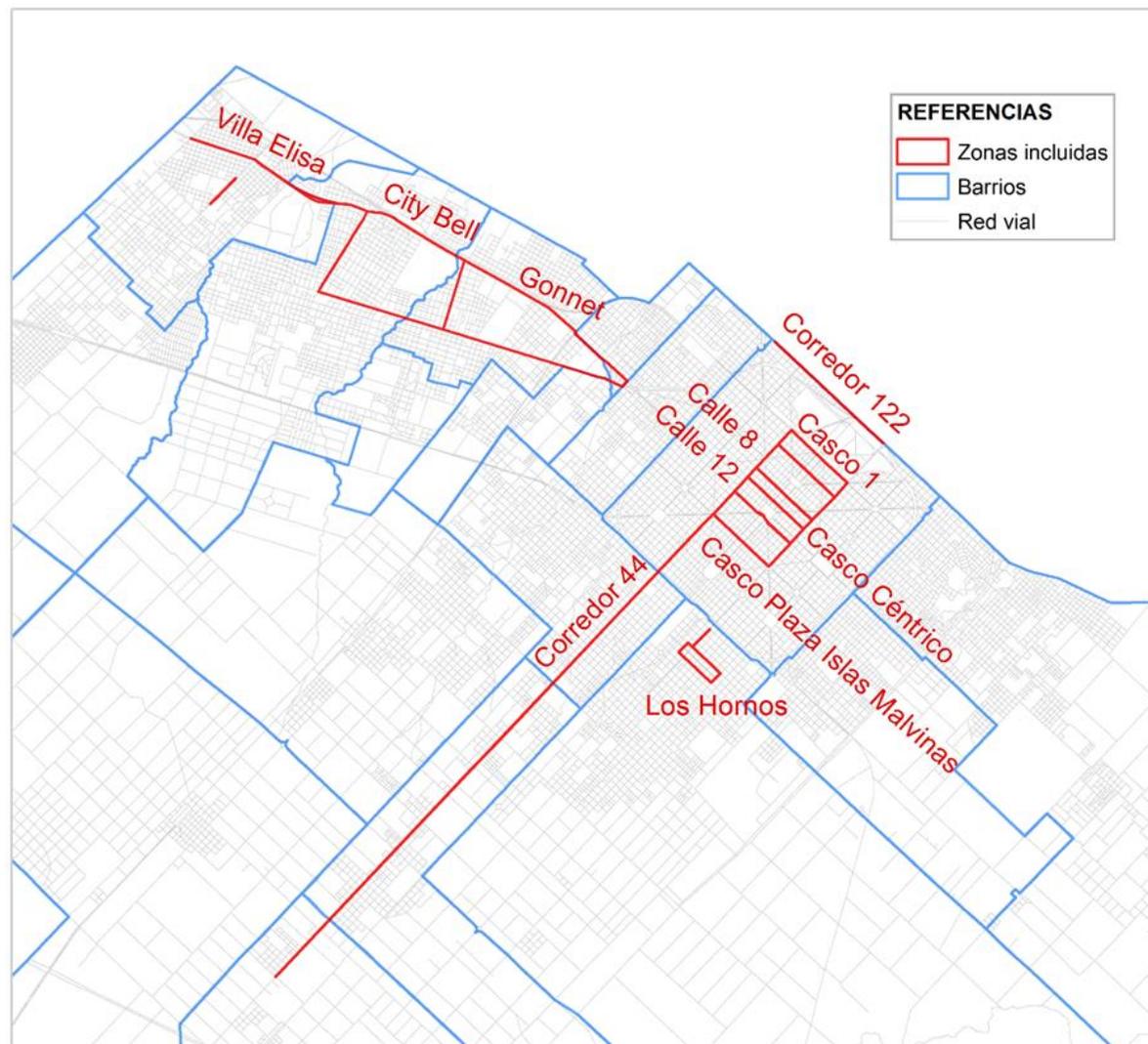
DICIEMBRE 2018 / JULIO 2022.

- 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.
- En julio de 2022 la cantidad de viajes diarios por taxi supera los valores pre pandemia, casi a niveles de la mejor medición (diciembre de 2018).

Promedio de cantidad de viajes diarios. Serie Diciembre 2018 – Julio 2022



# ENCUESTA. ZONAS INCLUIDAS EN EL LISTADO



# PRÓXIMOS INFORMES DURANTE 2022

1 Agosto

Indicador de expectativas empresariales. II trimestre 2022

30 Septiembre

Indicador Actividad Económica La Plata. II trimestre 2022

31 Octubre

Encuesta a comercios platenses III trimestre 2022



HACIA LA EXCELENCIA EDUCATIVA CON COMPROMISO SOCIAL