



ENCUESTA COMERCIO LA PLATA

I TRIMESTRE 2024

MAYO DE



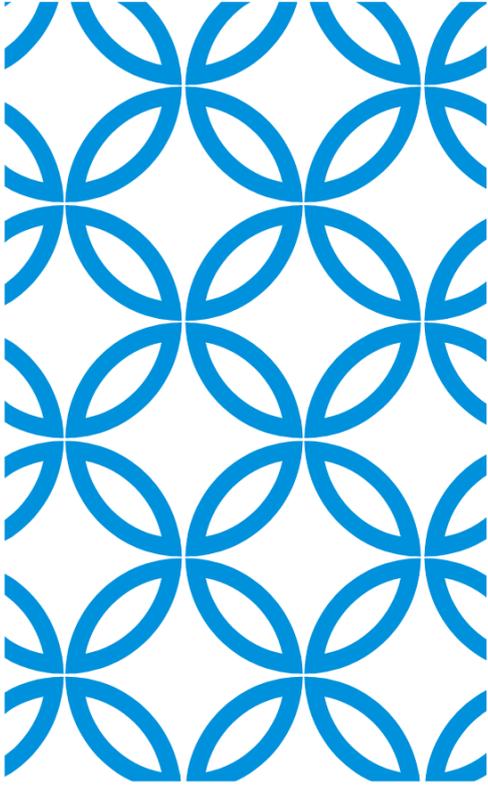
Laboratorio de DESARROLLO
SECTORIAL y TERRITORIAL



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

RESUMEN EJECUTIVO

- En promedio, **las ventas (en unidades) cayeron en el primer trimestre un -13,4%** respecto al mismo período de anterior.
- Las actividades de Informática y Servicios personales son las únicas que crecen. Textiles, Materiales para la construcción y Cines son las actividades que más caen.
- El uso de **medios de venta alternativos** se incrementa: 29% de las ventas del trimestre se realizaron a través de nuevos canales (web, telefónico, redes sociales). La migración hacia el comercio digital se profundiza en todos los rubros pese a la vuelta de los canales tradicionales (presenciales). Asimismo los **medios de pago alternativos** incrementan su participación, dadas las promociones y descuentos que se ofrecen por su uso.
- Respecto de los **encadenamientos productivos**, la mayor parte de los proveedores de los comercios platenses son comercios mayoristas. Se destaca la presencia de la Industria como proveedor en Informática y Materiales para la construcción, en tanto que en el rubro de Indumentaria, de la mercadería vendida, un 18% corresponde a fabricación propia.
- El **empleo** cayó respecto del trimestre previo y en términos interanuales, menos que proporcionalmente con la caída de la actividad (-6,5%).
- La INSEGURIDAD, la INFLACIÓN y la incipiente FALTA DE DEMANDA son los **problemas** que más aquejan a los empresarios platenses.



ENCUESTA COMERCIOS LA PLATA

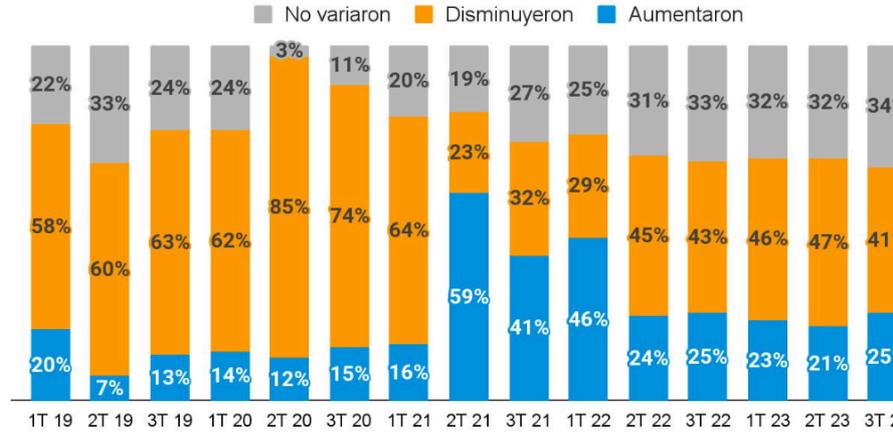
Enero / Marzo 2024

VENTAS

ENERO / MARZO 2024. PORCENTAJE DE RESPUESTAS SOBRE TOTAL

- El 17% 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 en 9 trimestres.
- Para el 57% de los consultados las ventas disminuyeron.
- 25% dice que se mantuvieron constantes respecto del mismo período de 2023.

VENTAS RESPECTO DEL MISMO PERÍODO DEL AÑO ANTERIOR (COMO % DEL TOTAL DE RESPUESTAS).



VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACIÓN % INTERANUAL. ENERO / MARZO 2024

- En promedio, las ventas (en unidades) en los negocios platenses se redujeron un 13,4% respecto del primer trimestre de 2023.
- Se acentúa la caída observada el trimestre previo.
- Las actividades **Informática y Servicios personales** son las únicas que crecen en el trimestre.
- La venta de indumentaria es la que más cae: -22,6% respecto del mismo período de 2023.
- Materiales para la construcción, Cines y Librerías también caen fuertemente.

VARIACIÓN % EN LAS VENTAS DURANTE EL I TRIM 2024.



VENTAS SEGÚN RUBRO

INCIDENCIA EN LA VARIACIÓN ENERO / MARZO 2024 (%)

- La caída es explicada fundamentalmente por Indumentaria, y en menor medida, Alimentos. Los servicios personales e insumos informáticos son un leve contrapeso.
- El rubro de venta de indumentaria aportó 9,7 de los 13,4 puntos porcentuales de caída, (es decir un 70%).
- La venta de alimentos explica 2 de los 13,4 p.p de descenso, en tanto que Materiales para la construcción, 0,9 p.p.

INCIDENCIA DE CADA RUBRO EN LA VARIACIÓN. I TRIM 2024.

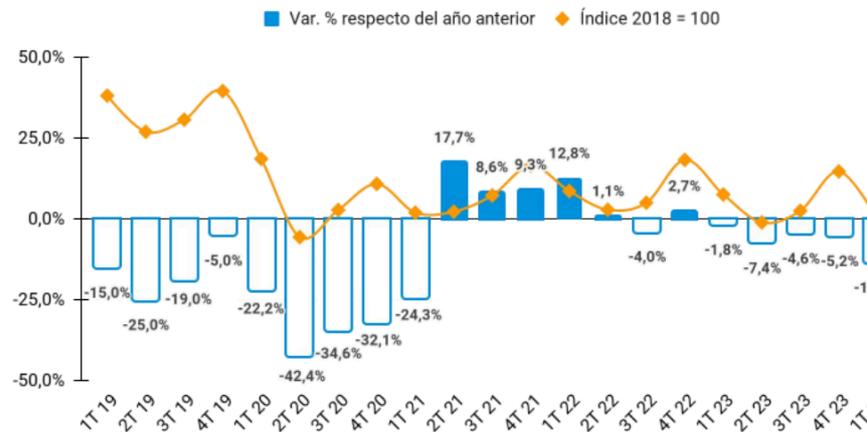


VENTAS TOTALES

VARIACIÓN % INTERANUAL. IT 2019 / IT 2024

- El dato para el primer trimestre de 2024 es nuevamente un negativo, profundizando lo observado en el trimestre anterior. Se acumulan 5 trimestres de caída.
- El poder adquisitivo de los asalariados platenses no logra acompañar la inflación, y la actividad sigue sin mostrar crecimiento.
- El índice de ventas es 49,8. El mismo aún se encuentra un 43% por debajo de los niveles de 2019.

VARIACIÓN % INTERANUAL EN VENTAS. ÍNDICE DE VENTAS 2018 = 100.

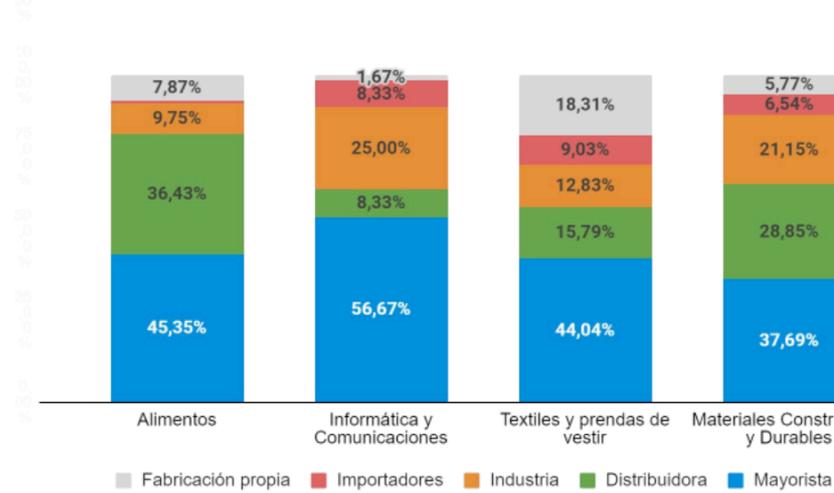


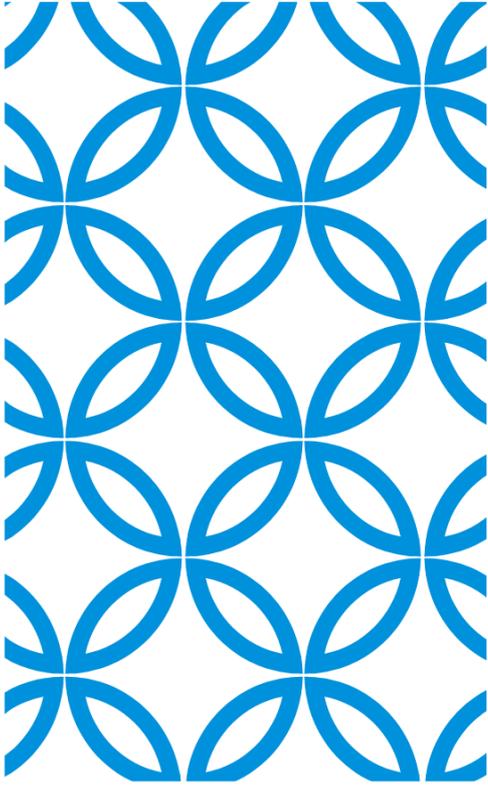
ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS

ENERO / MARZO 2024

- Se muestran los encadenamientos “hacia atrás” (proveedores) de los principales rubros comerciales del partido.
- Dentro de los comercios dedicados a la venta de alimentos más del 80% de la mercadería vendida es provista por mayoristas o distribuidoras.
- La Industria es una parte importante de los proveedores de los rubros de informática y Materiales para la construcción.
- En el rubro de Indumentaria, de la mercadería vendida, un 18% corresponde a fabricación propia.

ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS POR RUBRO. (EN % DEL TOTAL)

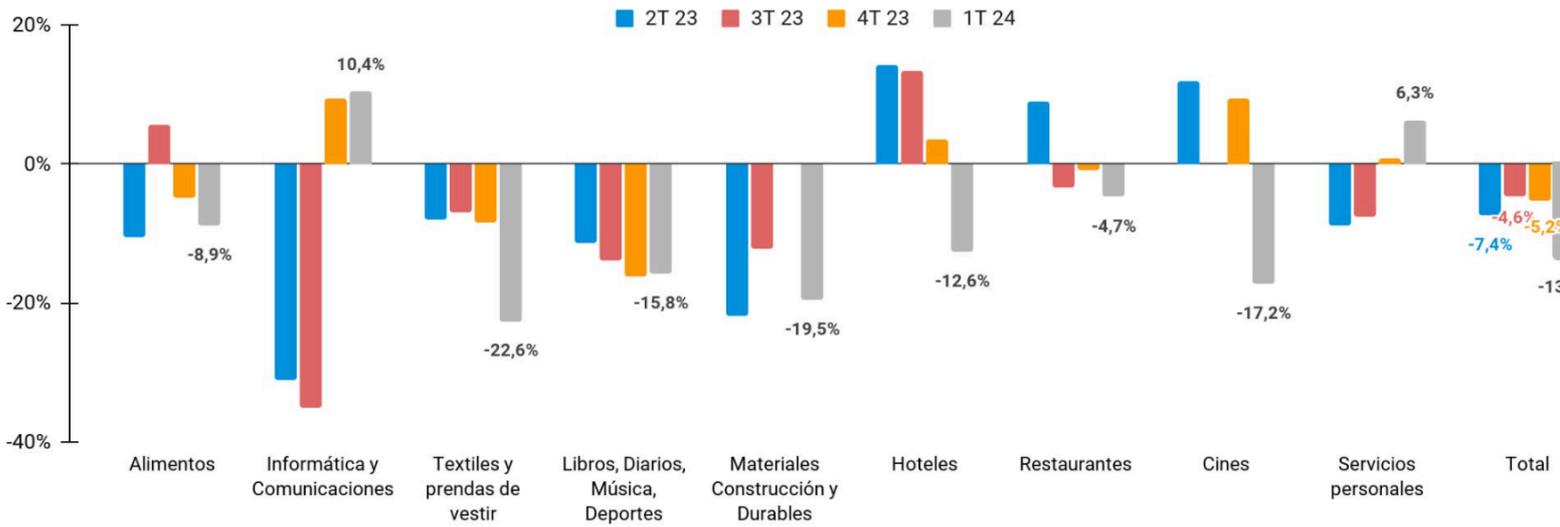




EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DURANTE LOS ÚLTIMOS TRIMESTRES

VENTAS SEGÚN RUBRO

VARIACIÓN % INTERANUAL. ABRIL 2023 / MARZO 2024

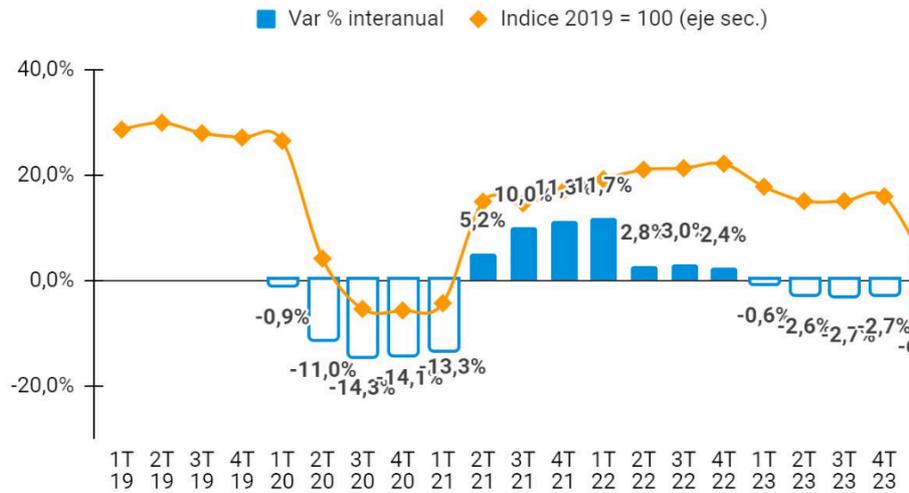


EMPLEO

VARIACIÓN TRIMESTRAL IT 2019 / IT 2024 (%)

- El índice de empleo en el sector comercial de la ciudad se redujo 6,5% respecto del mismo período de 2023.
- Es el quinto dato negativo consecutivo. La caída es incremental.
- El índice de empleo arrojó un valor de 89 en el primer trimestre de 2024, más de 10 p.p por debajo de lo observado en 2018 y 2019.

ÍNDICE DE EMPLEO Y VARIACIÓN % EN LA CANTIDAD DE EMPLEADOS RESPECTO DEL MISMO TRIMESTRE DEL AÑO ANTERIOR.

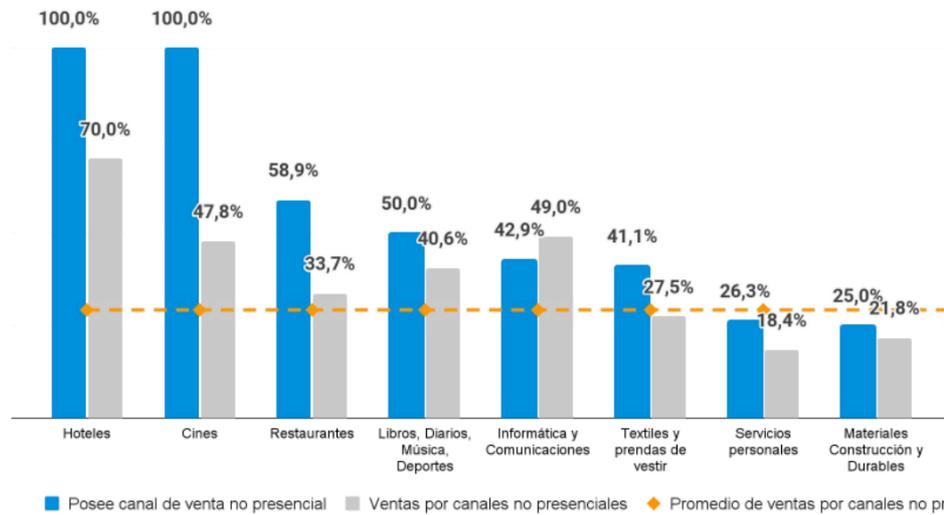


NUEVOS CANALES DE VENTA

ENERO / MARZO 2024

LOCALES QUE POSEEN CANALES DE VENTAS NO PRESENCIALES Y % DE VENTA POR ESOS CANALES POR RUBRO. (% SOBRE EL TOTAL).

- Gran parte de los comercios incorporaron canales de venta no presenciales que mejoraron y potenciaron durante 2024.
- Los locales que mejor se han adaptado son los relacionados al esparcimiento.
- La venta por canales no presenciales crece respecto de trimestres anteriores pese a que comercios priorizaron la vuelta a las modalidades tradicionales.

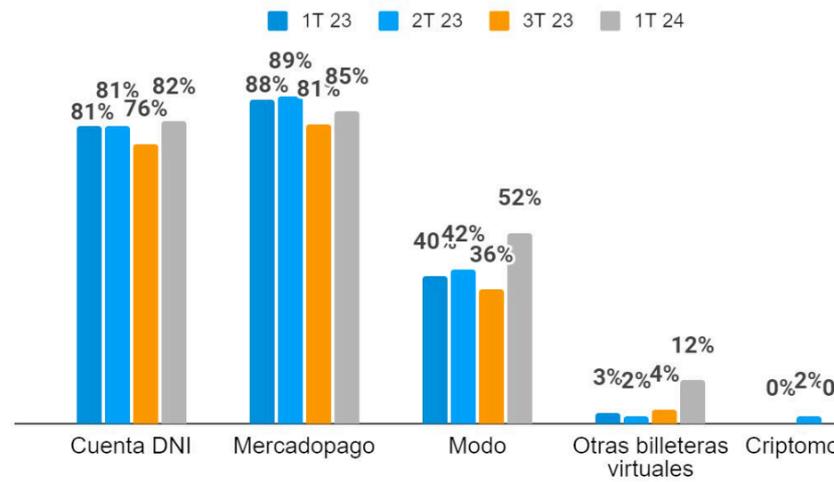


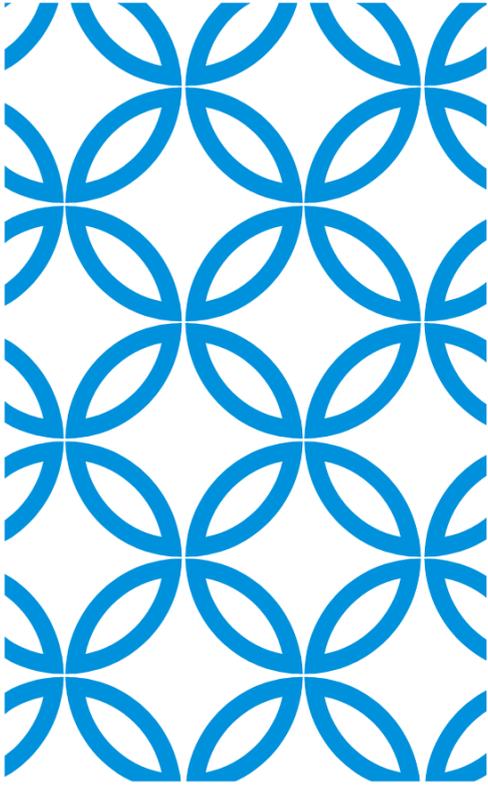
MEDIOS DE PAGO ALTERNATIVOS

ENERO / MARZO 2024

- La adopción de medios de pago alternativos se incrementó respecto de trimestres anteriores.
- Entre aquellos empresarios que contestaron poseer medios de pago alternativos, el 85% mencionó **Mercadopago**.
- El segundo medio de pago alternativo más importante es **Cuenta DNI**.
- **Modo** viene mostrando mayor adopción.
- Las otras billeteras virtuales y criptomonedas aún no son de uso difundido entre los comercios platenses.

PORCENTAJE DE ENTREVISTAS QUE MENCIONAN EL MEDIO DE PAGO.





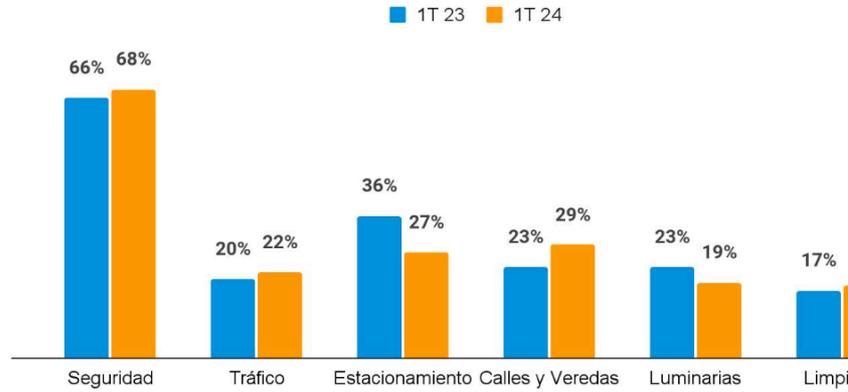
PROBLEMAS Y DEMANDAS EMPRESARIALES

PROBLEMAS CON ESPACIOS PÚBLICOS

ENERO / MARZO 2024

- Los problemas relacionados con la **SEGURIDAD** son las que más afectan a los empresarios platenses. **68%** 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.

PORCENTAJE DE ENTREVISTAS QUE MENCIONAN EL PROBLEMA (VS IGUAL PERIODO AÑO ANTERIOR).

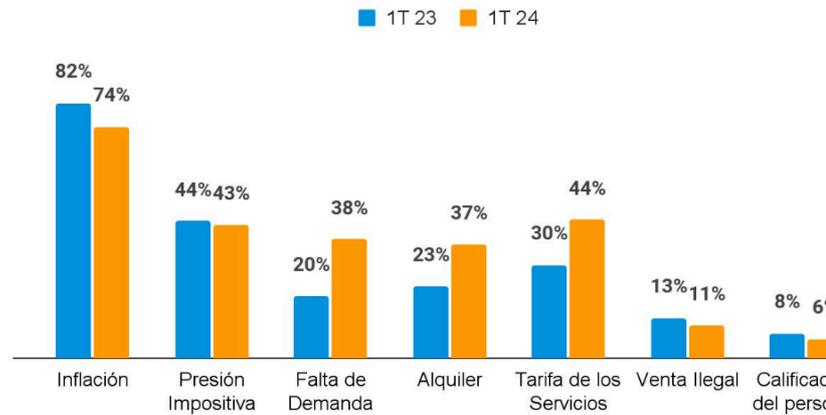


PROBLEMAS MACROECONÓMICOS

ENERO / MARZO 2024

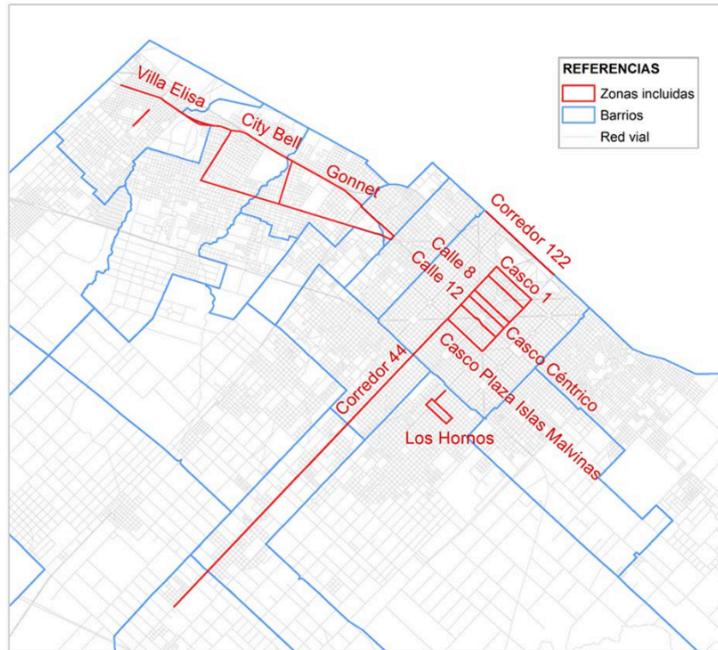
- Para la mayoría (74%) de los empresarios platenses la INFLACIÓN es el principal problema de la actualidad.
- En segundo y tercer lugar se ubican la PRESIÓN IMPOSITIVA y la TARIFA DE LOS SERVICIOS (43% Y 44% de los encuestados las mencionan)
- La FALTA DE DEMANDA comienza a ser un problema mencionado por los comerciantes, aproximadamente el doble que en el mismo período de 2023.

PORCENTAJE DE ENTREVISTAS QUE MENCIONAN EL PROBLEMA (VS IGUAL PERIODO AÑO ANTERIOR).



ENCUESTA

ZONAS INCLUIDAS EN EL LISTADO



**ESTE PROYECTO CORRESPONDE AL CONVENIO CON LA
CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE LA PLATA**



Laboratorio de DESARROLLO
SECTORIAL y TERRITORIAL



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

 labDataFCE

 fceunlp

 laboratoriodes@econo.unlp.edu.ar

 www.econo.unlp.edu.ar/laboratorio

 +54 (221) 423-6769/

 Calle 6 #777 | La Plata