

ENCUESTA DE VENTA DE MATERIALES DE LA CONSTRUCCIÓN

Edición 2021

Introducción

Durante los meses de mayo y junio tuvo lugar la quinta edición de la Encuesta de Ventas de Materiales de la Construcción (EVMC) en el Municipio.

Esta encuesta, realizada con periodicidad anual, releva una muestra representativa de establecimientos dedicados a la venta de materiales para la construcción, a los cuales se les indaga sobre ocupación (personal y horas trabajadas), formas de pago, ventas de los ítems más representativos (precios y cantidades), destino de las ventas y expectativas sobre el movimiento comercial. Este año se incluyó un apartado adicional vinculado al impacto de la emergencia sanitaria sobre la actividad.

Este relevamiento complementa al Indicador Municipal de la Actividad de la Construcción (IMAC) en la caracterización del sector. Este indicador, elaborado y publicado trimestralmente por la Dirección de Estadística Local, se actualiza con los registros de la Dirección de Ingresos Públicos del Municipio, y permite un seguimiento preciso del volumen de ventas del sector. Los aspectos cualitativos que agrega la encuesta enriquecen la medición de la actividad.

Resultados – Índice

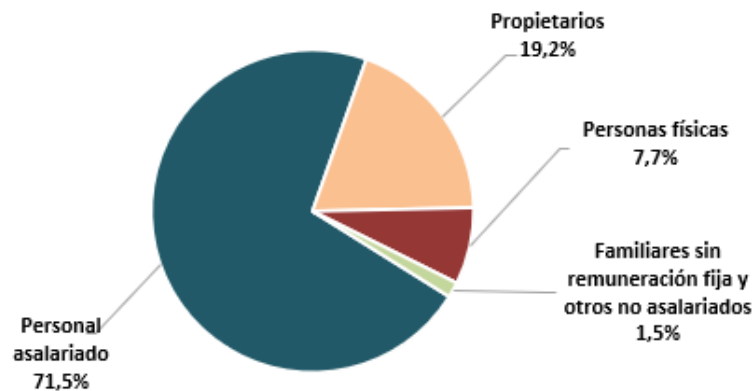
1. Ocupación	2
2. Formas de pago.....	3
3. Artículos vendidos y precios	4
4. Ventas por destino	5
5. Movimiento comercial y expectativas.....	6
6. COVID-19	7

1. Ocupación

En primer lugar, se consultó sobre la cantidad de personas ocupadas según la modalidad de contratación, y el número de horas trabajadas.

En promedio, el 71,5% de las personas ocupadas en los establecimientos dedicados a la venta de materiales de la construcción son empleados contratados en relación de dependencia con remuneración fija. Si se suman los propietarios (19,2% de las personas ocupadas) se supera el 90% del total. Las personas físicas que mantienen otras formas de vinculación representan el 7,7% del universo encuestado, y los familiares sin remuneración fija y otros no asalariados, solo el 1,5%.

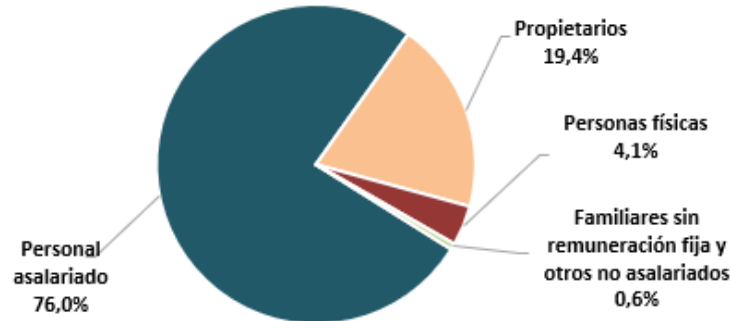
Gráfico 1.1 | Personas ocupadas según la modalidad de contratación



Esta distribución no presenta variaciones significativas respecto a la observada en la encuesta del año 2020. El ligero incremento de la gravitación de las personas físicas sobre el total (en 2020 ascendía a 3,4%) fue compensado por una reducción en el segmento de familiares sin remuneración fija y otros no asalariados (2,8% en la edición del año pasado), y por la desaparición del segmento “personal de agencia” (0,7% del total en 2020).

La distribución horaria mantiene proporciones muy similares. La mayor gravitación de los asalariados en el total de horas trabajadas permite inferir que la jornada laboral de este grupo es más extensa que la de los familiares sin remuneración fija y otros no asalariados, y la de las personas físicas con otra modalidad de vinculación.

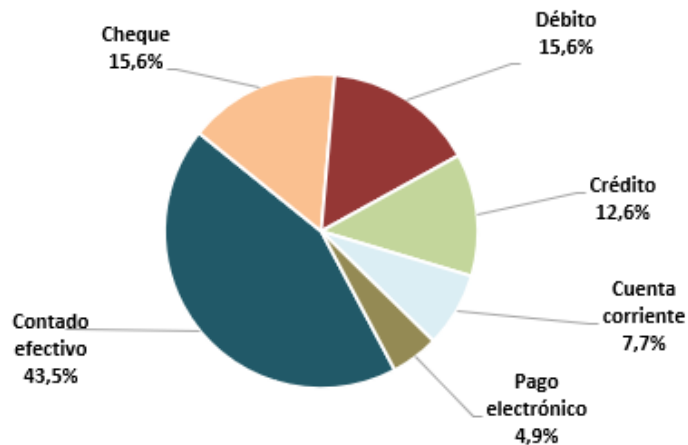
Gráfico 1.2 | Horas trabajadas según la modalidad de contratación



2. Formas de pago

En lo que respecta a las formas de pago, se observa que la modalidad elegida en mayor medida por los clientes es el pago al contado (43,5% de las ventas, siendo que este valor ascendía a 37,2% en 2020). El cheque y el pago con débito siguen en orden de importancia: 15,6% del total en ambos casos, aunque presentando variaciones heterogéneas respecto al 2020 -la proporción de pago con cheque se redujo (20,2% en 2020) y la de débito aumentó (11,6% en 2020). El pago electrónico aumentó marginalmente (3,8% el año pasado) y la cuenta corriente se redujo algo más de 5 puntos porcentuales en el último año.

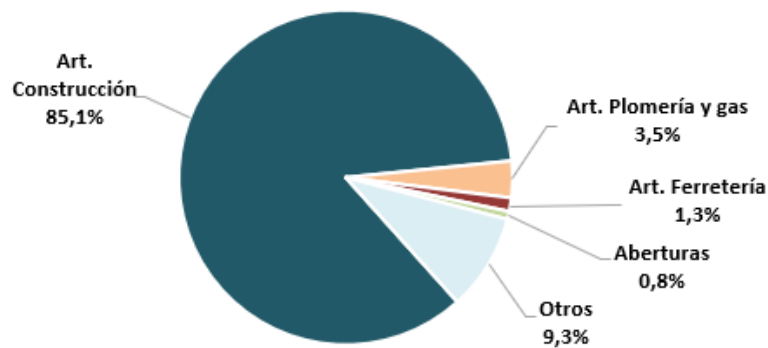
Gráfico 2.1 | Formas de pago



3. Artículos vendidos y precios

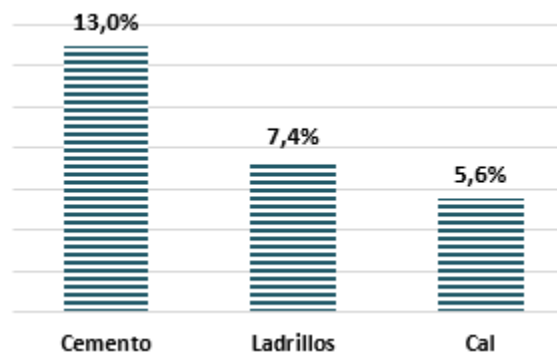
En 2021, más del 85% de las ventas corresponde a artículos de la construcción propiamente dichos, siendo que hacia 2020 ese porcentaje ascendía a 76,4% (y en 2019, superaba el 93%). Los ítems que siguen, en orden de importancia, no han variado significativamente su ponderación relativa (artículos de plomería y gas, artículos de ferretería, aberturas), pero aparece este año con una menor gravitación el componente “otros”, que incluye pisos, revestimientos y sanitarios.

Gráfico 3.1 | Distribución de las ventas por tipo de producto



Al ser consultados por los ítems más vendidos, el cemento, los ladrillos y la cal vuelven a conformar el podio. El 13% de los comercios incluye al cemento entre sus primeros tres artículos de venta, el 7,4% lo hace con los ladrillos y el 5,6% con la cal.

Gráfico 3.2 | Principales artículos vendidos



Resulta de interés el precio de estos artículos más vendidos. Al 30 de abril de 2021, el precio promedio de cada ladrillo vendido en Tandil ascendió a \$ 96, la tonelada de cemento se vendió a \$ 12.904 en promedio y la de cal a \$ 12.184.

Estos valores, al compararlos con los registros del mismo periodo de 2020, encierran diferentes variaciones de precios. El precio del cemento se vio incrementado 28,1% en el año, en tanto al 30 de abril de 2020 la tonelada se comercializaba por \$ 10.077 en promedio. El precio de la cal, por otro lado, aumentó 46,5% interanualmente, si se lo compara con el precio al que se accedía a este producto en abril de 2020 (\$ 8.317 en promedio). El precio de los ladrillos es el que registra el mayor incremento relativo: al venderse a \$ 31 en promedio en abril de 2020, este artículo vio incrementado su precio 209,1% en el año.

4. Ventas por destino

Al ser consultados sobre las ventas dentro y fuera de la ciudad, los corralones declararon que el 19% de las ventas se realizan a clientes cuyas obras se llevan a cabo fuera de la ciudad de Tandil, mientras que el 81% restante corresponde a construcción local. Esto resulta en un drástico cambio en relación a lo observado en 2020, donde las ventas fuera de la localidad ascendían a 8%.

Se buscó conocer también la distribución de las ventas de los corralones según sean dirigidas a obras privadas o públicas. El sector privado absorbe el 98% de las ventas totales (en 2020, esta proporción era de 93%), en tanto el sector público representa sólo el 2% restante.

Gráfico 4.1 | Ventas dentro y fuera de la ciudad

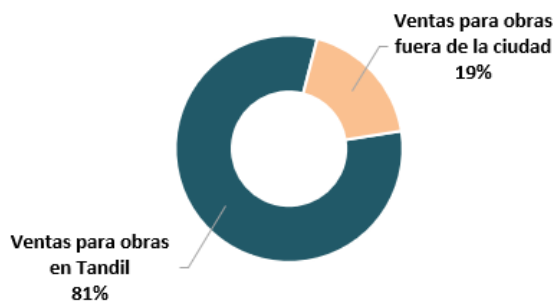
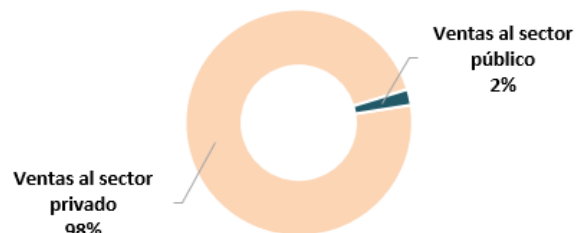


Gráfico 4.2 | Ventas al sector público

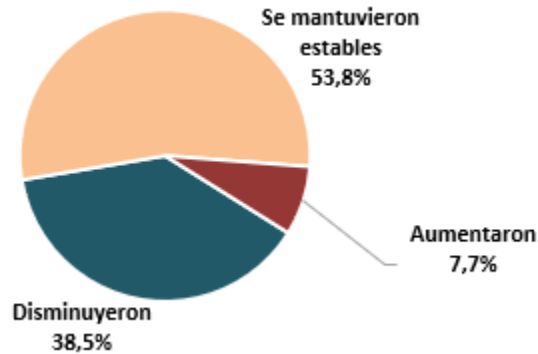


5. Movimiento comercial y expectativas

Se consultó sobre la evolución del movimiento comercial durante el primer semestre de 2021 y las expectativas de ventas del segundo semestre.

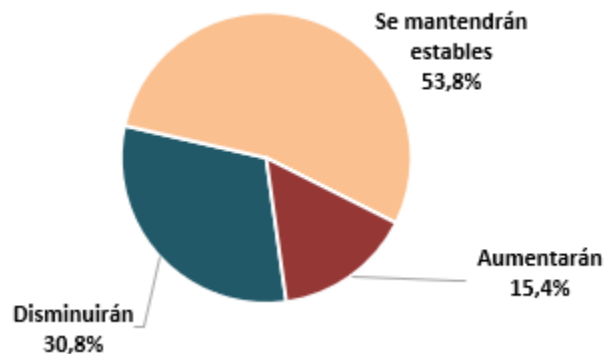
El 38,5% de los corralones encuestados declaró que sus ventas se redujeron durante el primer semestre de 2021, mientras que el 53,8% manifestó que se mantuvieron estables. Solo el 7,7% de los establecimientos, por otra parte, aseguró que las ventas aumentaron en ese periodo.

Gráfico 5.1 | Ventas durante el primer semestre de 2020



En relación a las expectativas de la evolución de las ventas en los últimos seis meses del año, el 30,8% de los establecimientos encuestados se mostró pesimista al respecto, mientras que el 15,4% considera que las ventas aumentarán. Esto deja a más de la mitad de los corralones previendo estabilidad en el movimiento comercial.

Gráfico 5.2 | Expectativas sobre la evolución de las ventas en el segundo semestre de 2020



6. COVID-19

A modo de cierre del cuestionario, se volvió a incluir un apartado destinado a evaluar los impactos del COVID-19 en nuestro país y las medidas de política pública que derivaron de la emergencia sanitaria.

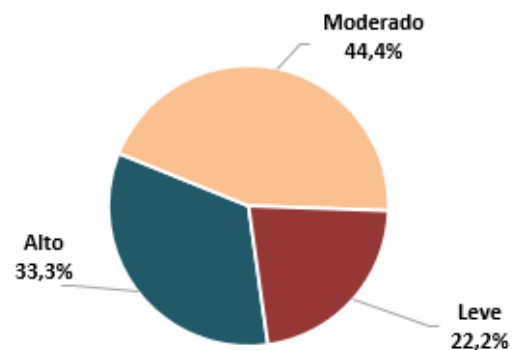
En primer lugar, se indagó sobre el posible impacto negativo del distanciamiento social, preventivo y obligatorio sobre las ventas durante el año 2020. El 69,2% respondió afirmativamente, mientras que el 30,8% manifestó no haber sufrido consecuencias derivadas de tales restricciones.

En segundo lugar, a quienes respondieron afirmativamente a la consulta previa, se les consultó sobre la magnitud de dicho impacto. El 33,3% de los entrevistados considera que los efectos fueron significativos, el 44,4% los calificó como “moderados”, y el 22,2% los consideró leves.

Gráfico 6.1 | Impacto sobre las ventas



Gráfico 6.2 | Magnitud del impacto



Finalmente, se buscó conocer si, en el marco de la emergencia sanitaria, fue necesario implementar alguna medida de carácter extraordinario, en lo que respecta al personal empleado. Este año, todos los comercios manifestaron no haber necesitado tomar medidas adicionales.