

ENCUESTA DE VENTA DE MATERIALES DE LA CONSTRUCCIÓN

Edición 2024

Introducción

Durante los meses de mayo y junio tuvo lugar la octava 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 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

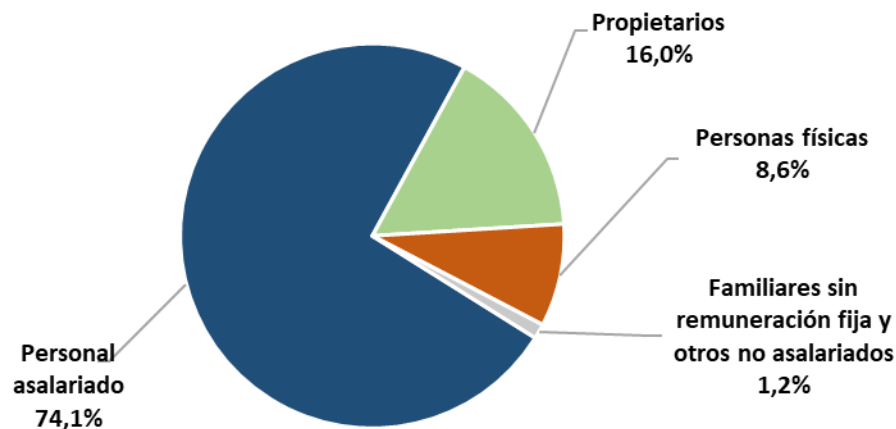
1. Ocupación.....	2
2. Formas de pago	3
3. Artículos vendidos y precios.....	4
4. Ventas por destino	5
5. Movimiento comercial y expectativas	6

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 74,1% 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, 16,0% de las personas ocupadas, se supera el 90% del total. Las personas físicas que mantienen otras formas de vinculación, representan el 8,6% del universo encuestado, mientras que los familiares sin remuneración fija y otros no asalariados, agrupan el 1,2% del total.

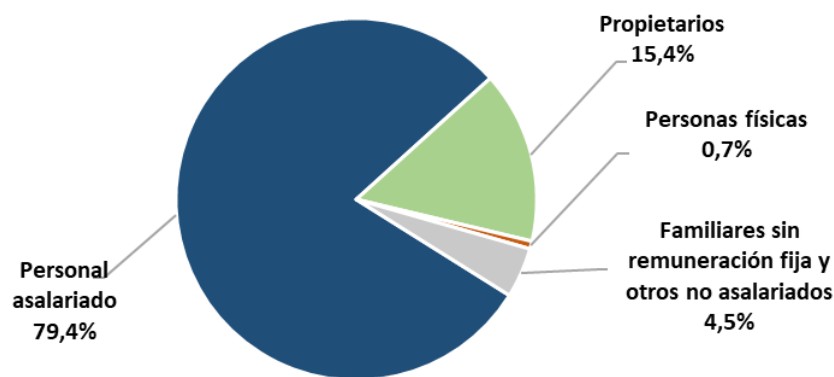
Gráfico 1.1 | Personas ocupadas según la modalidad de contratación



Esta distribución no presenta variaciones significativas respecto a la observada en la encuesta del año 2023. Los dos segmentos que vieron incrementada su participación, son los de propietarios y personas físicas (14,5% y 4,5% en la edición 2023, respectivamente), compensando la reducción en la participación de personal asalariado y familiares sin remuneración fija y otros no asalariados (76,4% y 4,5% el año pasado, respectivamente).

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.

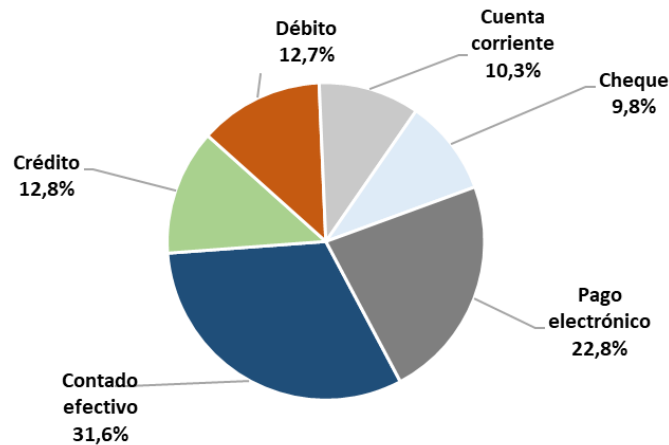
Gráfico 1.2 | Horas trabajadas según la modalidad de contratación



2. Formas de pago

En lo que respecta a las formas de pago, se observa un aumento en el método más elegido de 2023, el contado efectivo, que paso de representar el 28,3% a consolidar el 31,6% de las operaciones en 2024. Además, se registró una disminución en dos de los tres principales medios del año previo, el pago por cuenta corriente se redujo 9,3 puntos porcentuales, mientras que el pago con tarjeta de crédito casi 3 puntos. Al mismo tiempo, es destacable el crecimiento en la proporción de la opción de pago electrónico, que se consolido como el segundo método más elegido, al englobar el 22,8% del total de las operaciones, siendo que en 2023 representaba el 12,4% y en 2022 el 8,2%.

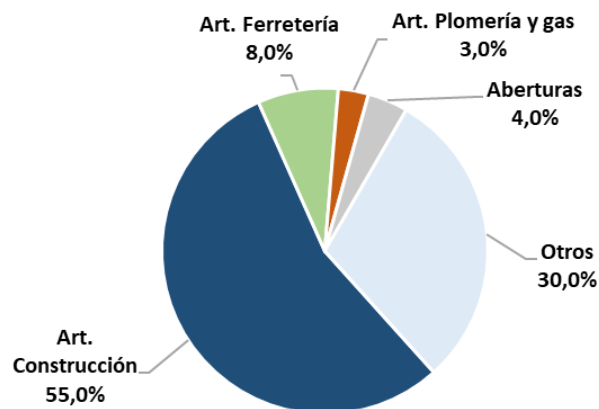
Gráfico 2.1 | Formas de pago



3. Artículos vendidos y precios

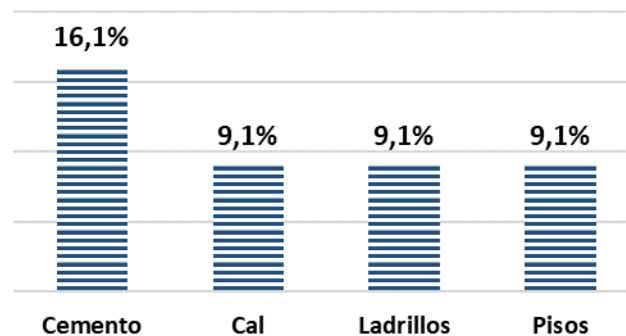
En 2024, el 55% de las ventas corresponden a artículos de la construcción propiamente dichos, siendo que hacia 2023 ese porcentaje ascendía a 51,6% (y en 2022, superaba el 69,6%). Se destaca el crecimiento de las ventas de artículos de ferretería, que pasaron de representar un 6,9% del total en 2023 a un 8% en el corriente año. Se destaca la caída de las ventas en los artículos de plomería y gas, que pasaron de representar el 6,1% al 3,0% en 2024. Los ítems que siguen, en orden de importancia, no han variado significativamente su ponderación relativa (aberturas y “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, la cal y los ladrillos vuelven a conformar el podio, incorporándose los pisos. El 16,1% de los comercios incluye al cemento entre sus primeros tres artículos de venta, mientras que el 9,1% lo hace con la cal, los ladrillos y pisos. Se destaca la caída en la venta de cal, que representaba el 15,2% en 2023.

Gráfico 3.2 | Principales artículos vendidos



Resulta de interés el precio de estos artículos más vendidos. Al 31 de mayo de 2024, el precio promedio de cada ladrillo vendido en Tandil ascendió a \$ 608, la tonelada de cemento se vendió a \$ 187.850 en promedio y la de cal a \$ 176.650.

Estos valores, al compararlos con los registros del mismo periodo de 2023, encierran diferentes variaciones de precios. El precio de la cal se vio incrementado 334,2% en el año, en tanto al 31 de mayo de 2023 la tonelada se comercializaba por \$ 40.684 en promedio. El precio del cemento, por otro lado, aumentó 326,9% interanualmente, si se lo compara con el precio al que se accedía a este producto en mayo de 2023 (\$ 44.004 en promedio). El precio de los ladrillos es el que registra el menor incremento relativo: al venderse a \$195 en promedio en mayo de 2023, este artículo vio incrementado su precio 211,6% en el año.

4. Ventas por destino

Al ser consultados sobre las ventas dentro y fuera de la ciudad, los corralones declararon que el 24% de las ventas se realizan a clientes cuyas obras se llevan a cabo fuera de la ciudad de Tandil, mientras

que el 76% restante corresponde a construcción local. En 2023 las ventas para obras en la ciudad representaban el 77%, mientras que el 23% restante correspondía a las obras fuera de la misma.

Gráfico 4.1 | Ventas dentro y fuera de la ciudad

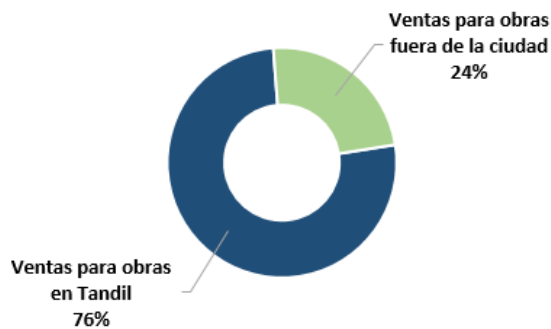
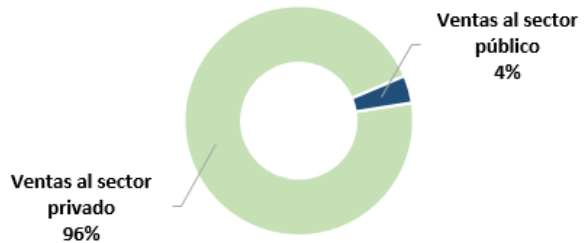


Gráfico 4.2 | Ventas al sector público



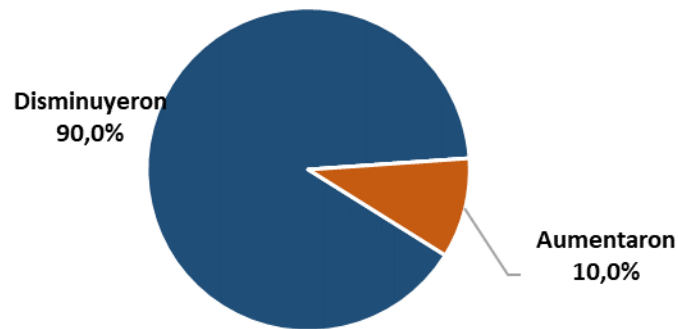
Se buscó conocer también la distribución de las ventas de los corralones según sean dirigidas a obras privadas o públicas. El sector privado absorbe el 96% de las ventas totales, en tanto el sector público representa sólo el 4% restante (en 2023 las ventas al sector privado eran del 95% y al sector público del 5%).

5. Movimiento comercial y expectativas

Se consultó sobre la evolución del movimiento comercial durante el primer semestre de 2024 y las expectativas de ventas del segundo semestre.

El 90% de los corralones encuestados declaró que sus ventas se redujeron durante el primer semestre de 2024 (en 2023 dicha proporción era del 54,5%), mientras que el 10% manifestó que aumentaron. Ningún corralón afirma haber mantenido estables sus ventas, siendo que esa proporción en 2023 ascendía a 45,5%.

Gráfico 5.1 | Ventas durante el primer semestre de 2024



En relación a las expectativas de la evolución de las ventas en los últimos seis meses del año, el 20% de los establecimientos encuestados se mostró pesimista al respecto, mientras que el 60% considera que las ventas se mantendrán estables. En diferencia a lo sucedido en el primer semestre, un 20% corralones concuerdan en que las ventas aumentarán.

Gráfico 5.2 | Expectativas sobre la evolución de las ventas en el segundo semestre de 2024

