

ENCUESTA DE VENTA DE MATERIALES DE LA CONSTRUCCIÓN

Edición 2020

Introducción

Durante los meses de junio y julio tuvo lugar la cuarta 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

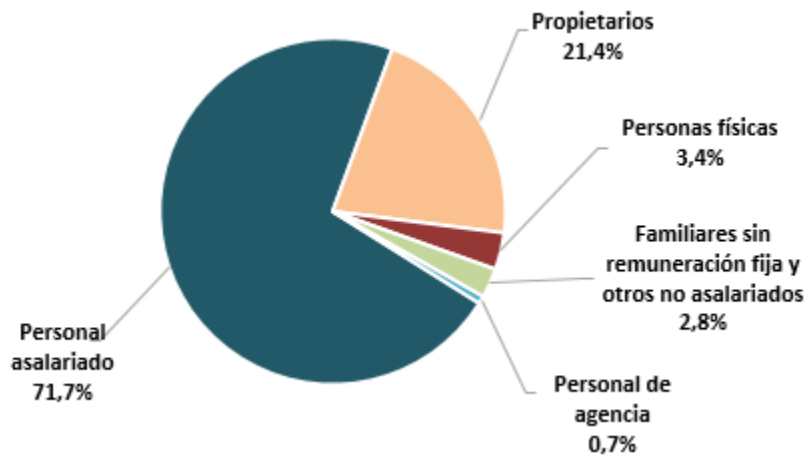
| | |
|--|---|
| 1. Ocupación..... | 2 |
| 2. Formas de pago | 3 |
| 3. Artículos vendidos y precios..... | 4 |
| 4. Ventas por destino | 6 |
| 5. Movimiento comercial y expectativas | 7 |
| 6. COVID-19 | 8 |

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 71,7% 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 (21,4% de las personas ocupadas) se supera el 90% del total. Las personas físicas que mantienen otras formas de vinculación representan el 3,4% del universo encuestado, y los familiares sin remuneración fija y otros no asalariados, solo el 2,8%.

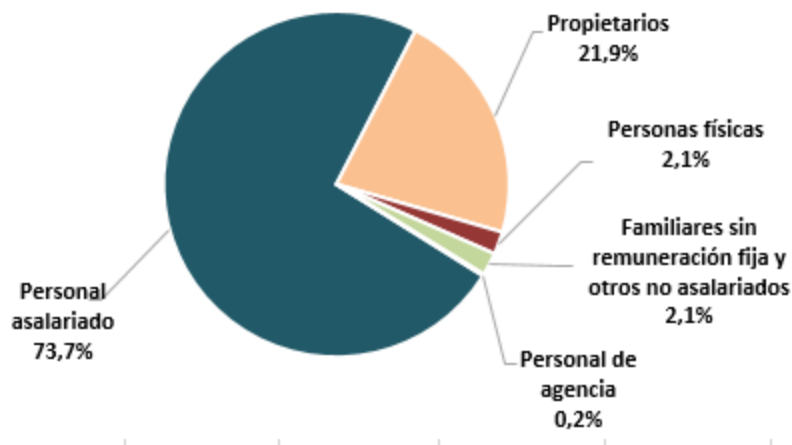
Gráfico 1.1 | Personas ocupadas según la modalidad de contratación



Esta distribución no presenta variaciones significativas respecto a la observada en la encuesta del año 2019. El ligero incremento de la gravitación de los propietarios sobre el total (en 2019 ascendía a 19,4%) se vio compensado por una reducción en el segmento de familiares sin remuneración fija y otros no asalariados (6,3% en la edición del año pasado).

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



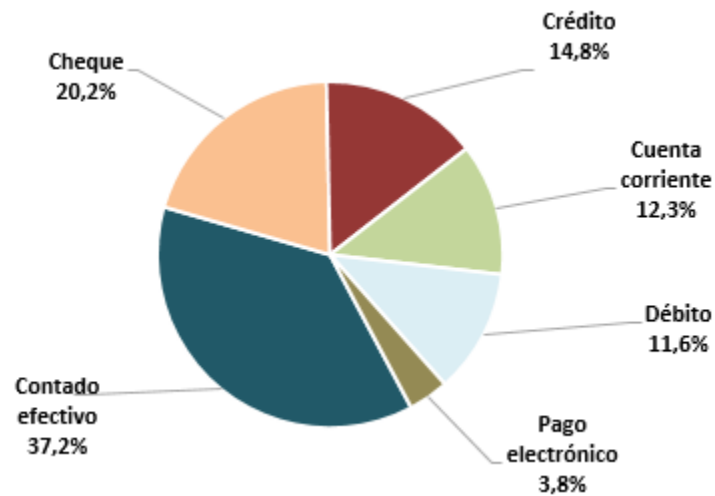
Finalmente, si se analiza la evolución del personal ocupado en el último trimestre de 2019 y los primeros cinco meses de 2020, se observa un posible efecto de la emergencia sanitaria, en tanto abril y mayo presentan los menores registros de la serie.

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 (37,2% de las ventas), seguida por el cheque (20,2%). Las ventas a crédito, en cuenta corriente y con débito mantienen proporciones ligeramente similares (14,8%, 12,3% y 11,6%, respectivamente). El pago electrónico es el medio menos utilizado, en tanto representa el 3,8% de las ventas totales.

Las proporciones de pago en efectivo y con cheque se redujeron entre 2019 y 2020 (-1,5 y -4,8 puntos porcentuales, respectivamente), variaciones compensadas por los demás medios de pago (siendo notable el incremento relativo del pago electrónico, que aumentó casi al doble en el año).

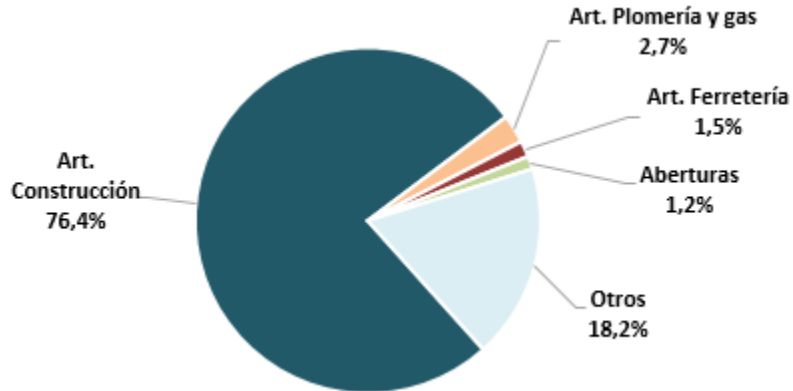
Gráfico 2.1 | Formas de pago



3. Artículos vendidos y precios

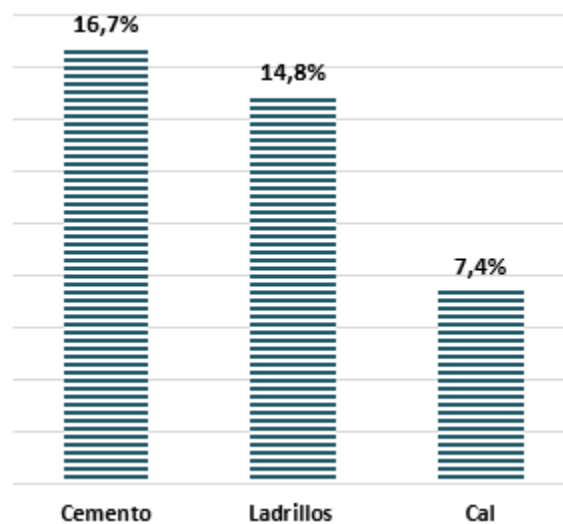
El mayor cambio observado en la edición 2020 de la EVMC se encuentra en la composición de las ventas. Hacia 2019, los artículos para la construcción representaban el 93,1% de las ventas, mientras que en 2020 a este componente corresponde el 76,4% del total. Los ítems que siguen, en orden de importancia, no han variado significativamente su ponderación relativa (artículos de plomería y gas, artículos de ferretería, aberturas), pero aparece este año con una mayor 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 16,7% de los comercios incluye al cemento entre sus primeros tres artículos de venta, el 14,8% lo hace con los ladrillos y el 7,4% con la cal. Los pisos siguen en el ranking con 5,6% del total, y luego los sanitarios y griferías con el 3,7% cada uno.

Gráfico 3.2 | Principales artículos vendidos



Resulta de interés el precio de estos artículos más vendidos. Al 30 de abril de 2020, el precio promedio de cada ladrillo vendido en Tandil ascendió a \$ 31, la tonelada de cemento se vendió a \$ 10.077 en promedio y la de cal a \$ 8.317.

Estos valores, al compararlos con los registros del mismo periodo de 2019, encierran diferentes variaciones de precios. El precio del cemento se vio incrementado 51,8% en el año, en tanto al 30 de abril de 2019 la tonelada se comercializaba por \$ 6.640 en promedio. El precio de los ladrillos, por su parte, aumentó interanualmente 40,9%, frente a los \$ 22 a los que se podía adquirir una unidad el año pasado. Finalmente, el menor incremento relativo lo experimentó el precio de la cal, que entre abril de 2019 y 2020 subió 31,7% (la tonelada de cal se vendía por \$ 6.314 en promedio en abril del año pasado).

4. Ventas por destino

Al ser consultados sobre las ventas dentro y fuera de la ciudad, los corralones declararon que el 8% de las ventas se realizan a clientes cuyas obras se llevan a cabo fuera de la ciudad de Tandil, mientras que el 92% restante corresponde a construcción local. Las proporciones en relación al 2019 cambian ligeramente, a favor de la construcción local (en 2019 este componente ascendía a 88%).

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 93% de las ventas totales, en tanto el sector público representa sólo el 7% restante. Las proporciones, en relación al 2019, se mantienen.

Gráfico 4.1 | Ventas dentro y fuera de la ciudad

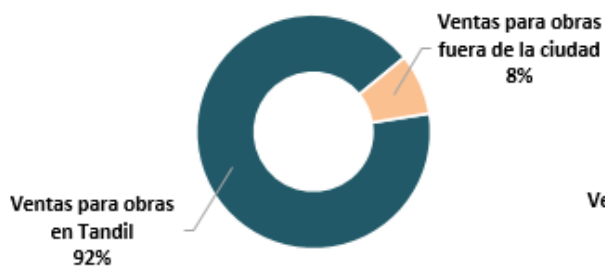
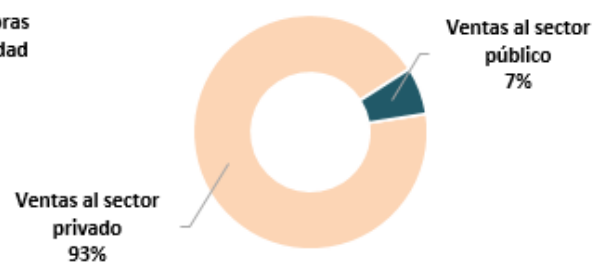


Gráfico 4.2 | Ventas al sector público

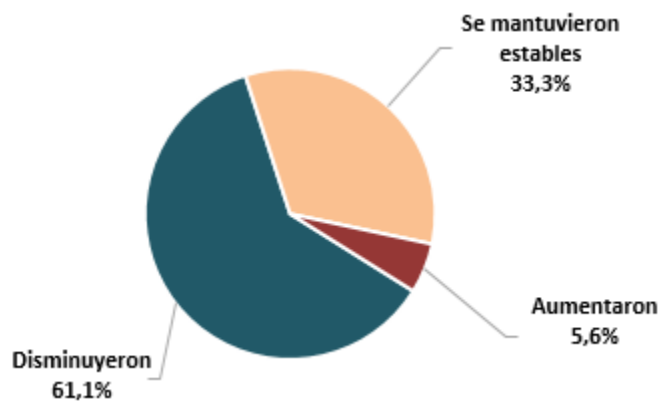


5. Movimiento comercial y expectativas

Se consultó sobre la evolución del movimiento comercial durante el primer semestre de 2020 y las expectativas de ventas del segundo semestre.

El 61,1% de los corralones encuestados declaró que sus ventas se redujeron durante el primer semestre de 2020, mientras que el 33,3% manifestó que se mantuvieron estables. Solo el 5,6% de los establecimientos, por otra parte, aseguró que las ventas aumentaron en ese periodo.

Gráfico 5.1 | Ventas durante el primer semestre de 2020

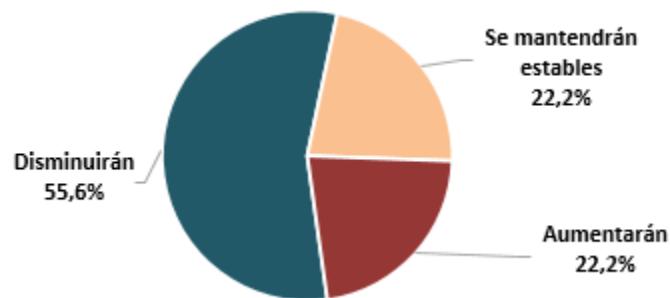


Este panorama no permite identificar un efecto derivado de las restricciones a la actividad dadas por el aislamiento social, preventivo y obligatorio, porque resulta incluso más alentador que el del año pasado. En 2019, el 73,7% de los comercios declararon haber sufrido caídas en sus ventas, y el 21,1% reveló estabilidad en la actividad. La proporción de empresas que vieron sus ventas incrementadas fue prácticamente igual (5,3%).

En relación a las expectativas de la evolución de las ventas en los últimos seis meses del año, el 55,6% de los establecimientos encuestados se mostró pesimista al respecto, mientras que el 44% restante se dividió homogéneamente entre quienes consideraron que las ventas se mantendrán estables o aumentarán.

Esta distribución de las respuestas es diferente a la registrada en la última edición de la EVMC, y quizás en este caso si sea posible detectar efectos derivados de la cuarentena y las alteraciones en el ritmo normal de la actividad. Sin embargo, estos efectos no son unidireccionales: este año es mayor la proporción de firmas que considera que las ventas disminuirán durante el segundo semestre, pero también es mayor la proporción de aquellas que consideran que aumentarán. La incertidumbre acerca de los flujos de ingresos futuros por parte de los particulares coexiste con un posible efecto rebote en las ventas, dado por las extremas restricciones a la actividad durante abril y mayo, y la entrada del Municipio a la fase 5 de la cuarentena en el mes de junio.

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, este año se incluyó un apartado destinado a evaluar los impactos de la llegada del COVID-19 a 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 aislamiento social, preventivo y obligatorio sobre las ventas durante los meses de marzo, abril y mayo. El 94,1% de los comercios respondió afirmativamente, mientras que el 5,9% restante 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 56,3% de los entrevistados considera que los efectos fueron significativos, el 31,3% los calificó como “moderados”, y el 12,5% los consideró leves.

Gráfico 6.1 | Impacto del aislamiento sobre el nivel de ventas

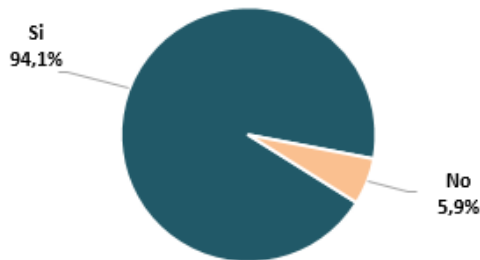
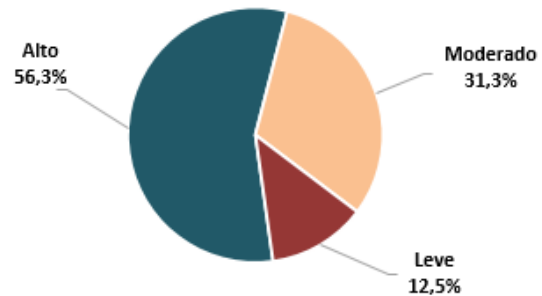


Gráfico 6.2 | Magnitud del impacto



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. Afortunadamente, la mayoría de los comercios manifestó no haber necesitado tomar medidas adicionales, teniendo los casos de despido o suspensión de personal una frecuencia poco significativa.