

Tendencias recientes en los modos de consumo en la Pcia. de Santa Fe: desafíos en el marco de la pandemia covid-19

Carrera: Licenciatura en Economía

Tutor: Lic. Zabala, Pablo Andrés

Alumno: Mauro, Julián

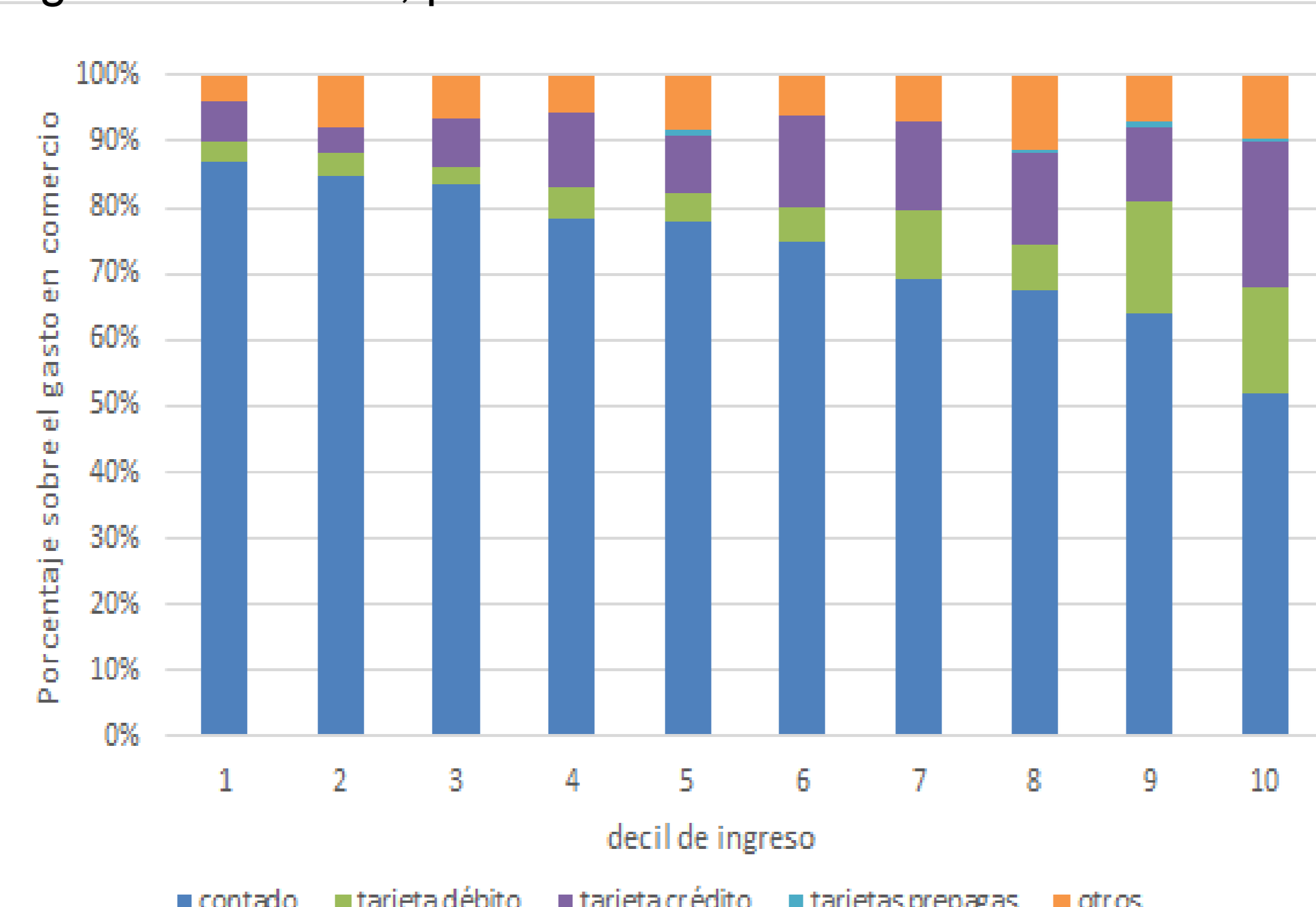
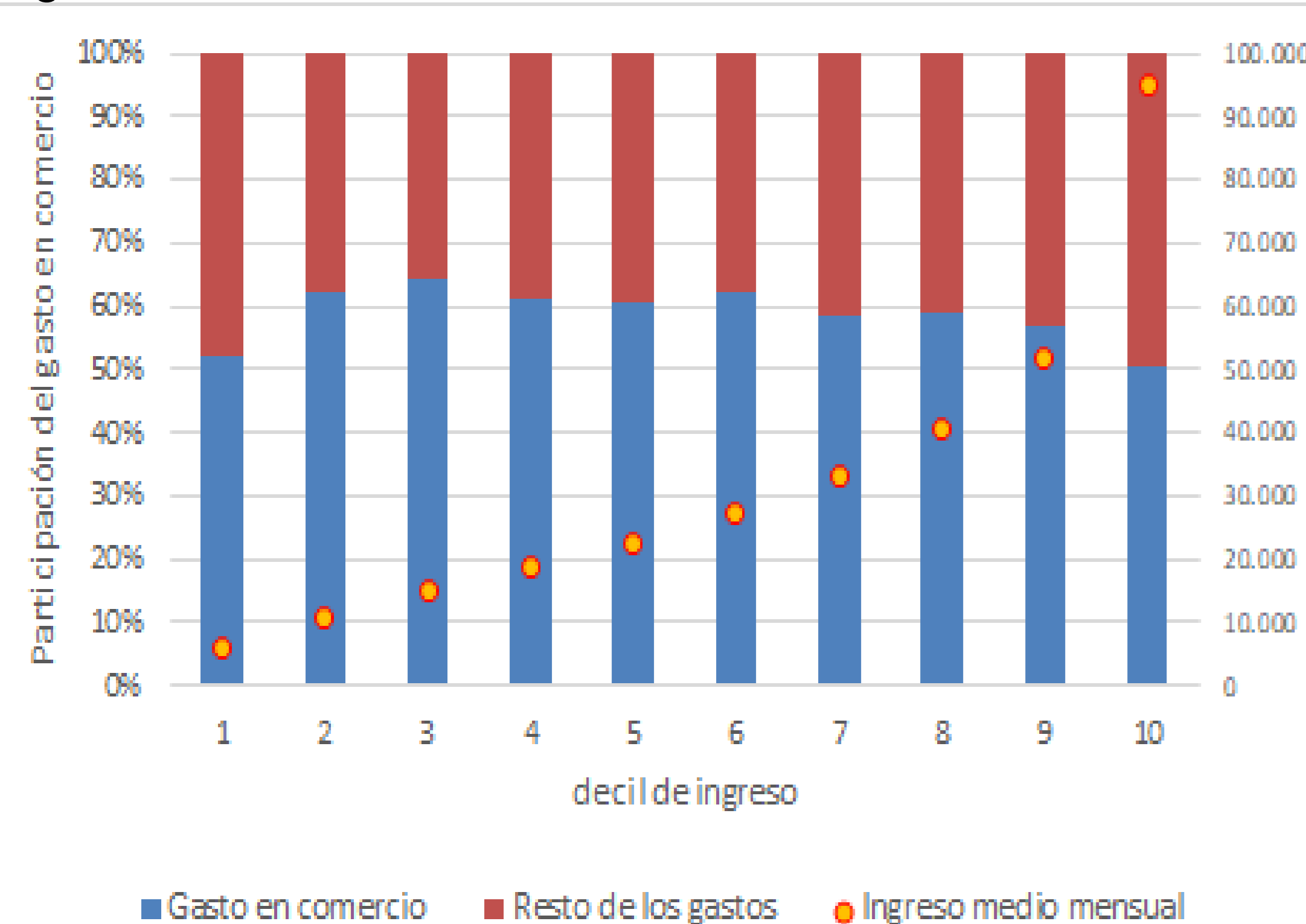
Objetivo General: Analizar las principales modalidades del consumo en el sector comercio en la provincia de Santa Fe y evaluar sus desafíos y oportunidades en el marco de la pandemia por covid-19

Fundamentación: La recesión en 2018 y 2019 y los efectos adversos del aislamiento en 2020, pusieron en evidencia algunas debilidades estructurales en el sector comercio, analizadas en anteriores trabajos del IIE, como la elevada informalidad laboral y el alto nivel de cuentapropismo en el sector. Asimismo, la información de la ENGHo 2017/18 permitió identificar otros aspectos vinculados a las características de la demanda, tales como la baja bancarización en los hábitos de compra y una escasa penetración del comercio electrónico.

Algunos datos sobre el consumo de hogares santafesinos ENGH0 2017/18

Gráfico 1: Participación del gasto destinado al comercio en el total de gastos de los hogares. Santa Fe. Por decil.

Gráfico 2: Medios de pago como porcentaje del gasto total en el sector comercio para hogares .Santa Fe, por decil.



Fuente: elaboración propia en base a datos de la ENGH0 2017-2018.

Consideraciones metodológicas:

Para la confección de los indicadores se trabajó la *Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHO) 2017-2018 -INDEC-*. Utilizando las bases de microdatos “hogares” junto con la de “gastos” para trabajar al mismo tiempo con los deciles de ingreso de los hogares y sus correspondientes gastos y características.

El ASPO implicó un aceleramiento del uso de medios digitales para el consumo e importantes desafíos en inclusión financiera:

“para el segundo trimestre de 2020, se pueden observar importantes cambios en la utilización de los diversos medios de pago electrónicos con respecto al año anterior” (BCRA - Índice Prisma Medios de Pago).

Desafíos que se deben enfrentar a nivel local para permitir que la incidencia del comercio electrónico continúe su crecimiento: Generar confianza en la compra online, Desarrollo del transporte y logística, Fomentar llegada de internet a hogares sin acceso, Capacitación en conocimiento digital, Superar barrera cultural (desconfianza) de la compra online, Favorecer la innovación e inclusión financiera. (Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires, 2019)

Algunas políticas públicas provinciales y locales apuntaron a mejorar la inclusión financiera y la difusión del comercio electrónico:

Vidrieras en red: plataforma de compra/venta de la **Municipalidad de Rosario**. Modalidad Vidriera (sólo publicidad) y Modalidad Tienda (vía Bco. Municipal). Lanzamiento 04/2020. en 04/21 cuenta con **2358** comercios registrados (la mayoría de ellos utiliza el modo vidriera).

Billetera Santa Fe: programa de beneficios de la Prov. de Santa Fe. incentivar la compra mediante otorgamiento de reintegros. Personas sin cuenta bancaria la utilizan como medio alternativo al contado efectivo. En 04/21 **195 mil** usuarios y más de 4800 locales adheridos.

Reflexiones finales:

- Según la ENGHo 2017/18 el gasto de los hogares en el sector comercio ronda el 60%, y predomina el efectivo como medio de pago.
- El ASPO en el 2020 provocó cambios en los medios de pago utilizados asociado a un aumento del comercio electrónico y, aparejado a ello, desafíos en materia de inclusión financiera.
- Las políticas públicas implementadas por los gobiernos municipal y provincial intentaron promover las ventas del sector comercio, incentivando a los consumidores a la compra en tiendas on-line y en la utilización de medios de pago electrónicos, y continúan en pleno avance.