

# ROSARIO DATOS DE CONTEXTO

 **Fundación  
Rosario**

 **FEDERACION GREMIAL  
DEL COMERCIO E INDUSTRIA DE ROSARIO**

2021

**rosario3**

**APMKT**  
ASOCIACION  
DE PROFESIONALES  
EN MARKETING

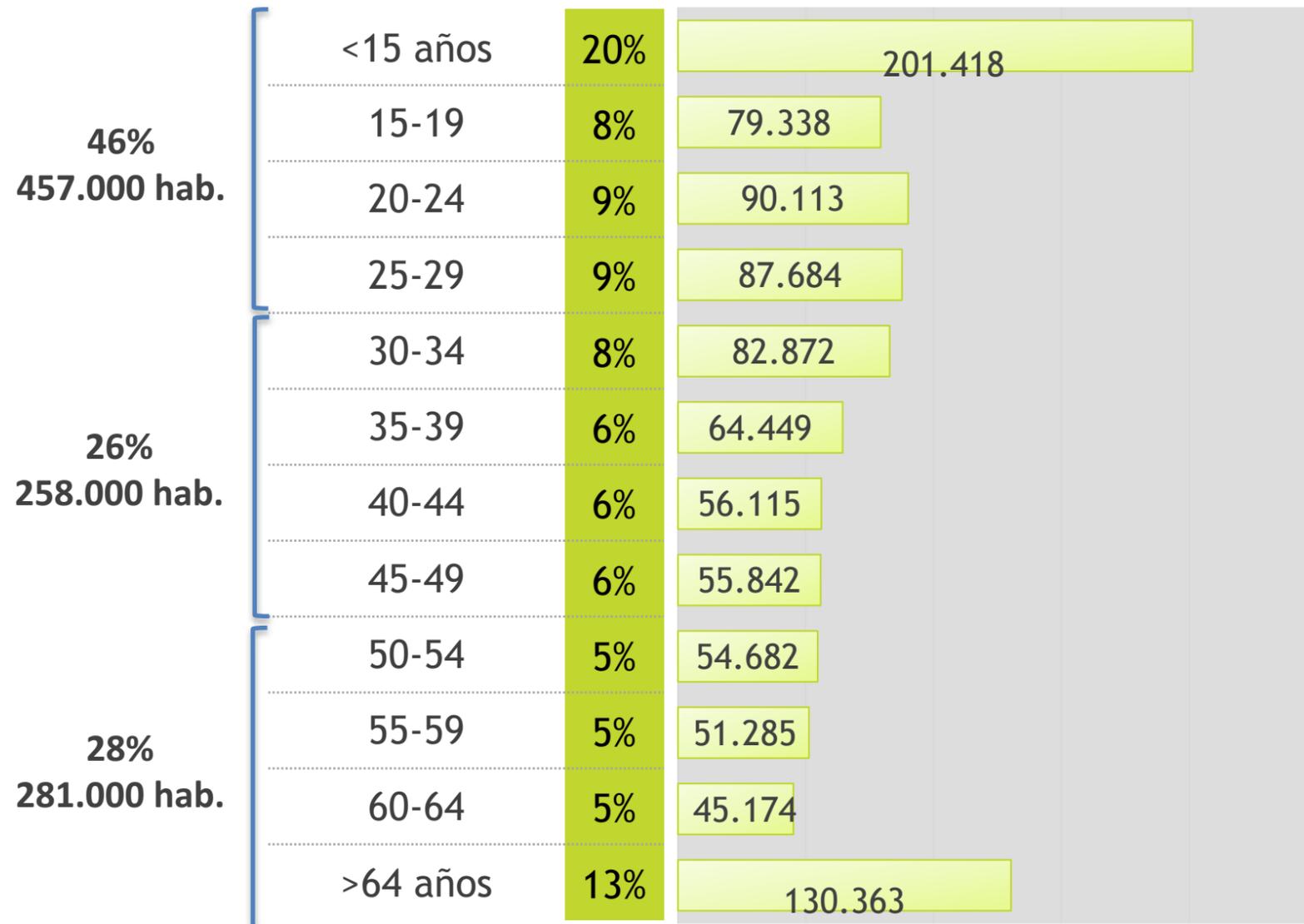
# PRINCIPALES OBSERVACIONES



- Fruto de la pandemia y de la crisis económica las capas medias adoptan estrategias de consumo defensivas.
- El humor social del sector medio denota pesimismo, preocupación e incertidumbre en relación a problemáticas tales como inseguridad, economía e inflación.
- En 2020 vs 2019 los sectores económicos más importantes mostraron una caída interanual acumulada del -10,4%.
- Desde el 2° trimestre 2020 Rosario mostró una tasa de desocupación por encima de los valores nacionales.
- Sin embargo, a partir del 4° trimestre se observan señales de recuperación.

# Población

Población estimada a 2019 según grupos quinquenales de edad. **Rosario**

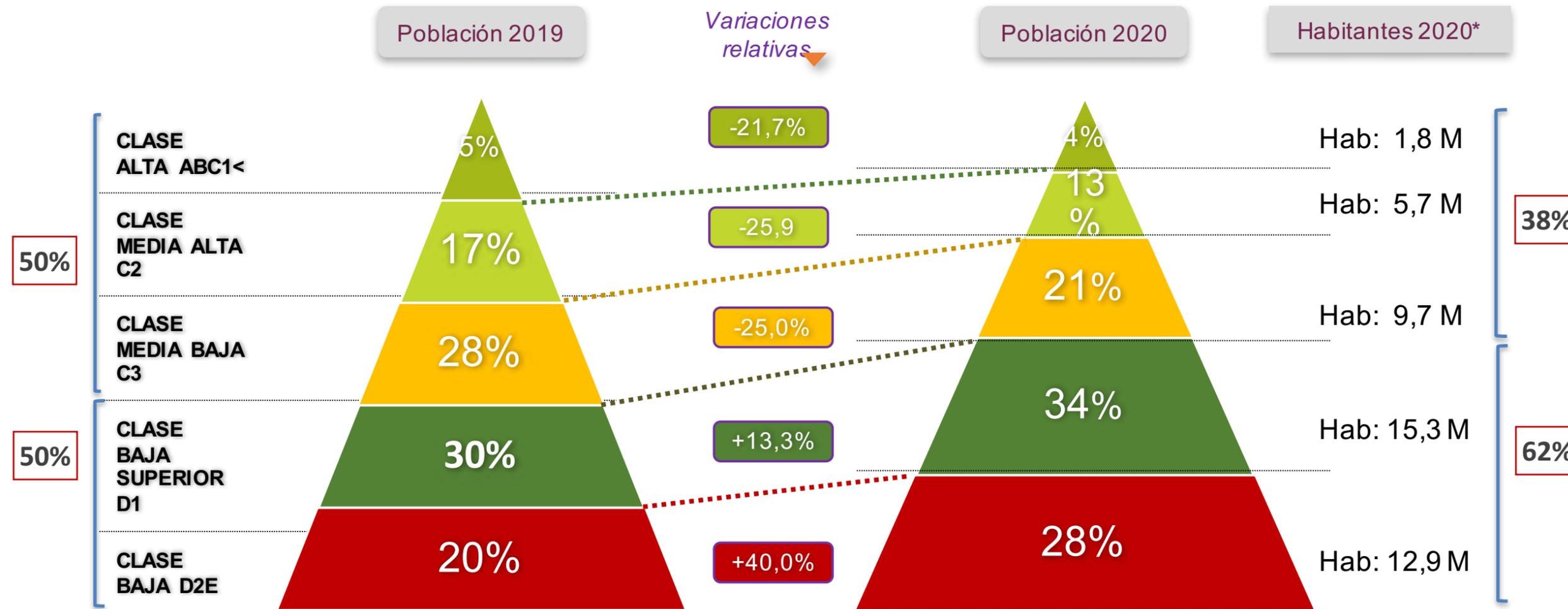


	2010	2019*
Rosario	948.312	999.335
Gran Rosario (EPH)**	1.323.000	2,96 personas por hogar en Rosario

# NIVEL SOCIECONÓMICO

NACIONAL

Perfiles de NSE. Variaciones 2020 vs. 2019



Fuente: Elaboración MEC a partir de datos EPH, tercer trimestre 2020. INDEC

(\*) Total proyectado:  
**45.376.763 hab.**

# OPINIÓN DE INFORMANTES CLAVE



“El centro ha quedado vetusto...”

- El centro de la ciudad está perdiendo atractivo. Se lo asimila a procesos que han ocurrido en otras ciudades del mundo dónde “la city” es actividad financiera y comercial y la ocupación residencial se fue del microcentro.
- Se reconoce al centro con necesidad de ser “repensado”, “revitalizado”.
- Se reconoce la importancia de la gestión público-privada para la reconversión del centro.
- Ningún proyecto aislado logrará la transformación necesaria.
- En ese marco es fundamental el rol de los agentes privados con proyectos que -de modo coordinado- impulsen la transformación.

# MICROCENTRO. HIPÓTESIS EXPLICATIVAS.



## **Hipótesis surgidas de entrevistas en profundidad con formadores de opinión:**

- Crecimiento demográfico moderado.
- Empobrecimiento y pauperización de la población de modo sostenido.
- Incremento de la informalidad.
- Autoexclusión social que haría que las personas se desplacen con menor frecuencia al centro.
- Caída del consumo.
- Inseguridad. Percepción pública de incremento sostenido del delito, arrebatos, punguistas, mecheras, Salideras, Bancarias, Carteristas, etc.
- Tendencia decreciente en la cantidad de pasajeros transportados hacia el microcentro.
- Tendencia de las empresas a la relocalización otras zonas.
- Incremento de la vacancia de locales comerciales disponibles (desocupados).

# MICROCENRO. HIPÓTESIS EXPLICATIVAS.

- **Corrimiento del eje comercial. Crisis del modelo de negocios de las galerías tradicionales frente a las nuevas tendencias del consumo y comercialización.**
- Deterioro en la oferta comercial, con menor atractivo, variedad y nivel.
- **Dificultad de acceso al microcentro y de estacionamiento.**
- **Menor circulación de público a partir de:**
  - La **descentralización Administrativa** hacia los Centros Municipales de Distrito.
  - **Proceso de digitalización** que hace que muchas gestiones sean on line.
  - **Menor presencialidad** para trámites bancarios, de prepagas y seguros.
  - Incremento del fenómeno del **e-commerce**.
  - **Crecimiento del home office.**
- **Surgimiento de centros comerciales de cercanía** en localidades vecinas y en ciertos barrios de la ciudad.
- Éxodo parcial de Habitantes del centro hacia localidades vecinas.
- Envejecimiento de la población que habita el centro.
- Los shopping centers que restarían público en ciertos días y franjas.
- Pérdida de la identidad comercial de las Peatonales.

Sondeo Online a la población

# EL ESTADO ACTUAL DEL CENTRO ROSARINO



Junio, 2021

# OBJETIVOS



El cierre de Falabella Rosario puso en evidencia el deterioro del centro de la ciudad, a lo que se suma la pérdida de puestos de trabajo.

También expuso la menor vitalidad del centro, un fenómeno que no es exclusivo de Rosario.

¿Se podrá revertir esta tendencia?

## El estado actual del centro rosarino

*Se desarrolló un sondeo online para entender la visión que tienen los ciudadanos de Rosario y su zona de influencia sobre el estado del centro rosarino, conocer los aspectos menos valorados y entender las posibilidades de mejoras que podrían impulsar un cambio positivo.*

# FICHA TÉCNICA

1335

*Respuestas efectivas*

- **Metodología:** investigación cuantitativa exploratoria. Sondeo on line autoadministrado con registro de respuestas en aplicación MEC Survey.
- **Universo bajo estudio:** ciudadanos de Rosario y su zona de influencia, quienes concurren con cierta regularidad al centro de la ciudad.
- **Temas indagados:** el cuestionario contempló diversos aspectos vinculados a las características que actualmente evidencia el centro rosarino.
- **Trabajo de campo:** se procuró aleatorizar la invitación a responder utilizando múltiples canales.

Se hizo a través de listas de WhatsApp, campaña de e-mails a personas con domicilio en la ciudad, newsletters de las organizaciones y medios de comunicación colaboradores así como mediante anuncios segmentados en redes sociales (personas de Rosario, de 16 años en adelante).

Agradecemos especialmente la colaboración de: ROSARIO 3, FUNDACIÓN ROSARIO, FEDERACIÓN GREMIAL, APMKT (asoc. de profesionales en marketing), AEGHAR (asociación empresarios gastronómicos y hoteleros), entre otras.



**Relevamiento:**  
del 3 de junio al 16 de junio

# DATOS DE CLASIFICACIÓN

# DATOS DE CLASIFICACIÓN

## PERFIL DEMOGRÁFICO



**Femenino**  
45%

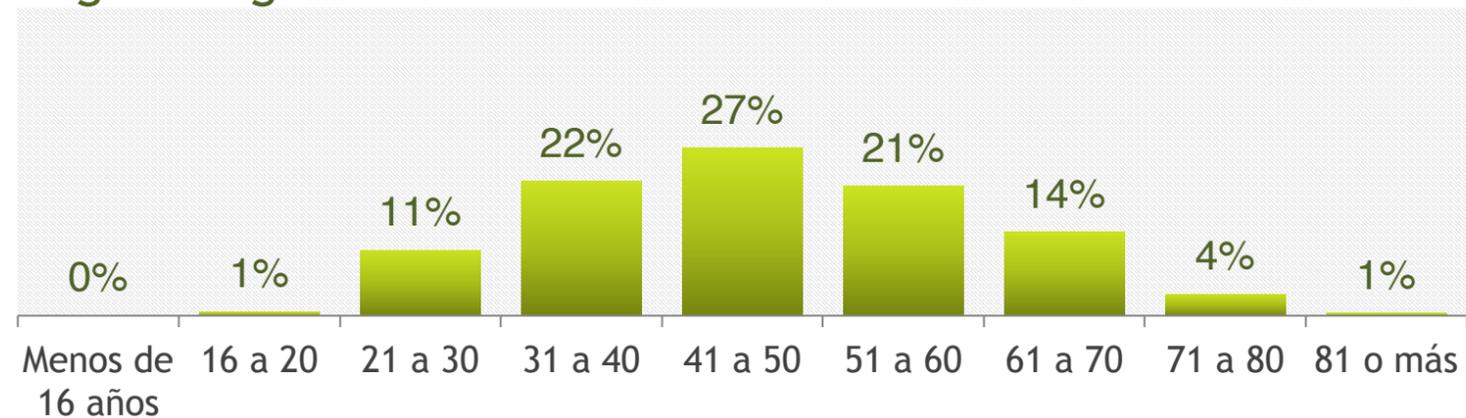


**Masculino**  
53%

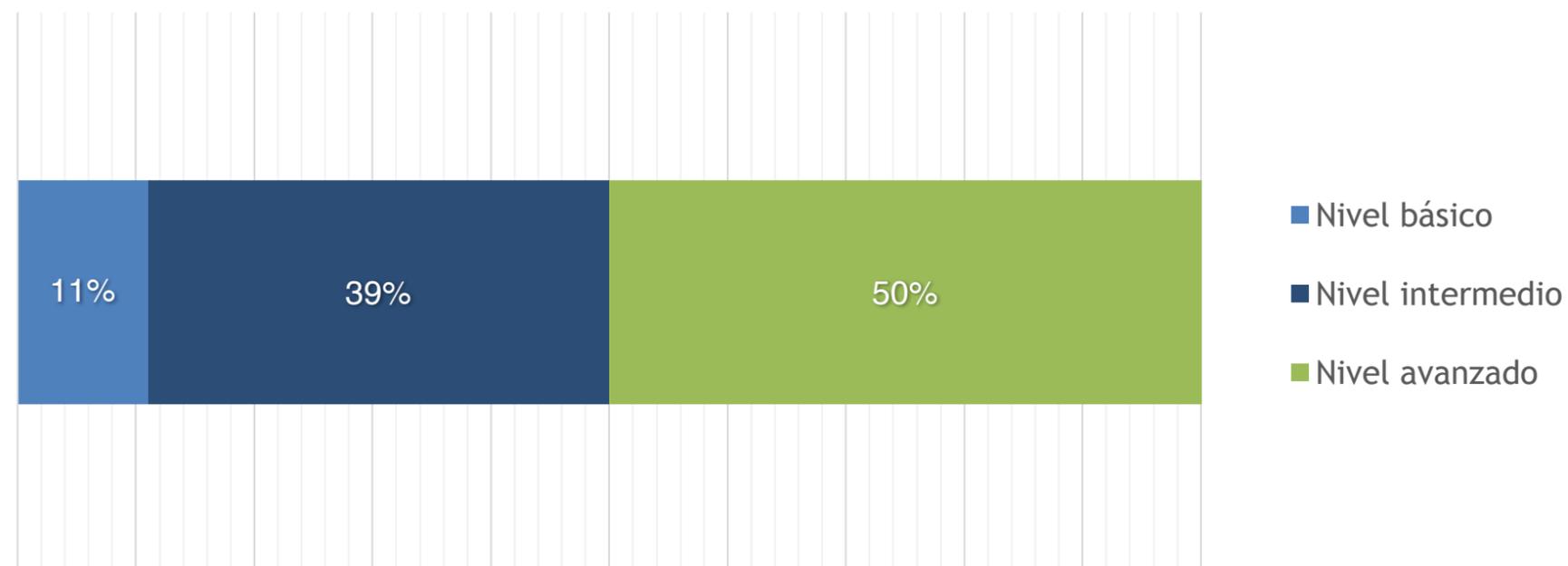


**Prefiere no decirlo**  
2%

### Según rango etario



### Según máximo nivel de estudios alcanzados

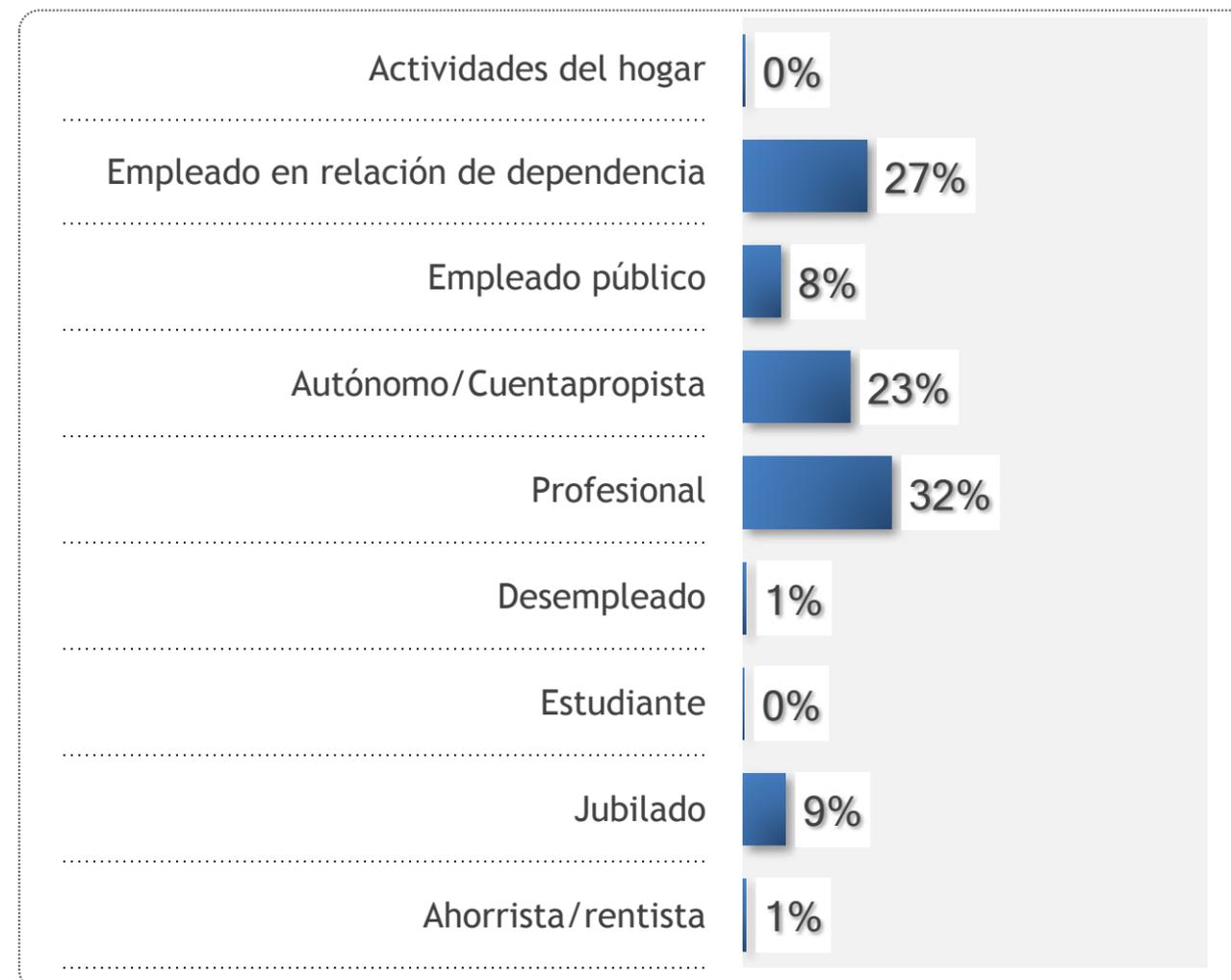


# DATOS DE CLASIFICACIÓN

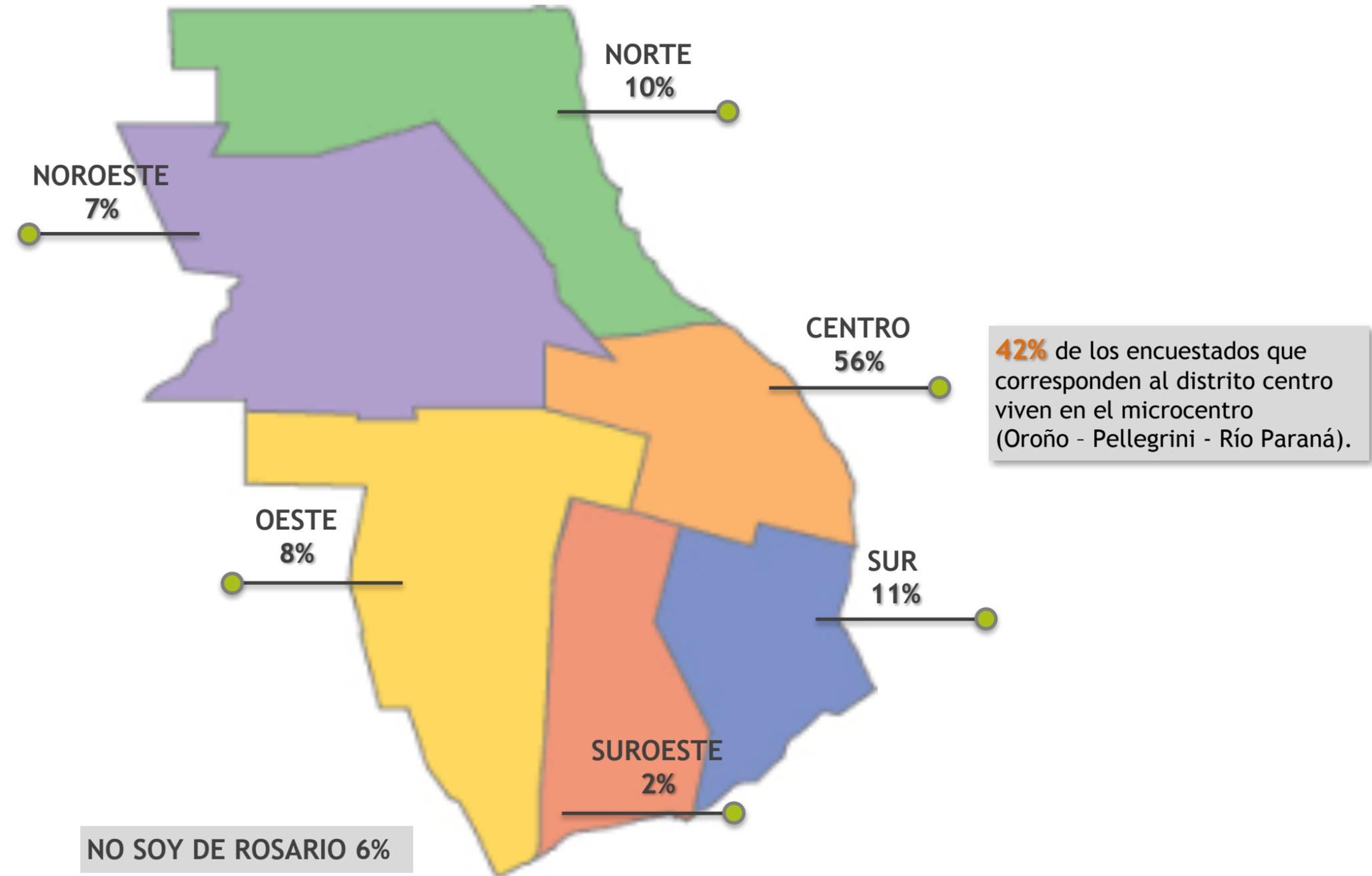
¿Sos el principal sostén del hogar, es decir la persona que más ingresos aporta?

**66%** **SÍ**

¿Cuál es la ocupación del principal sostén del hogar?



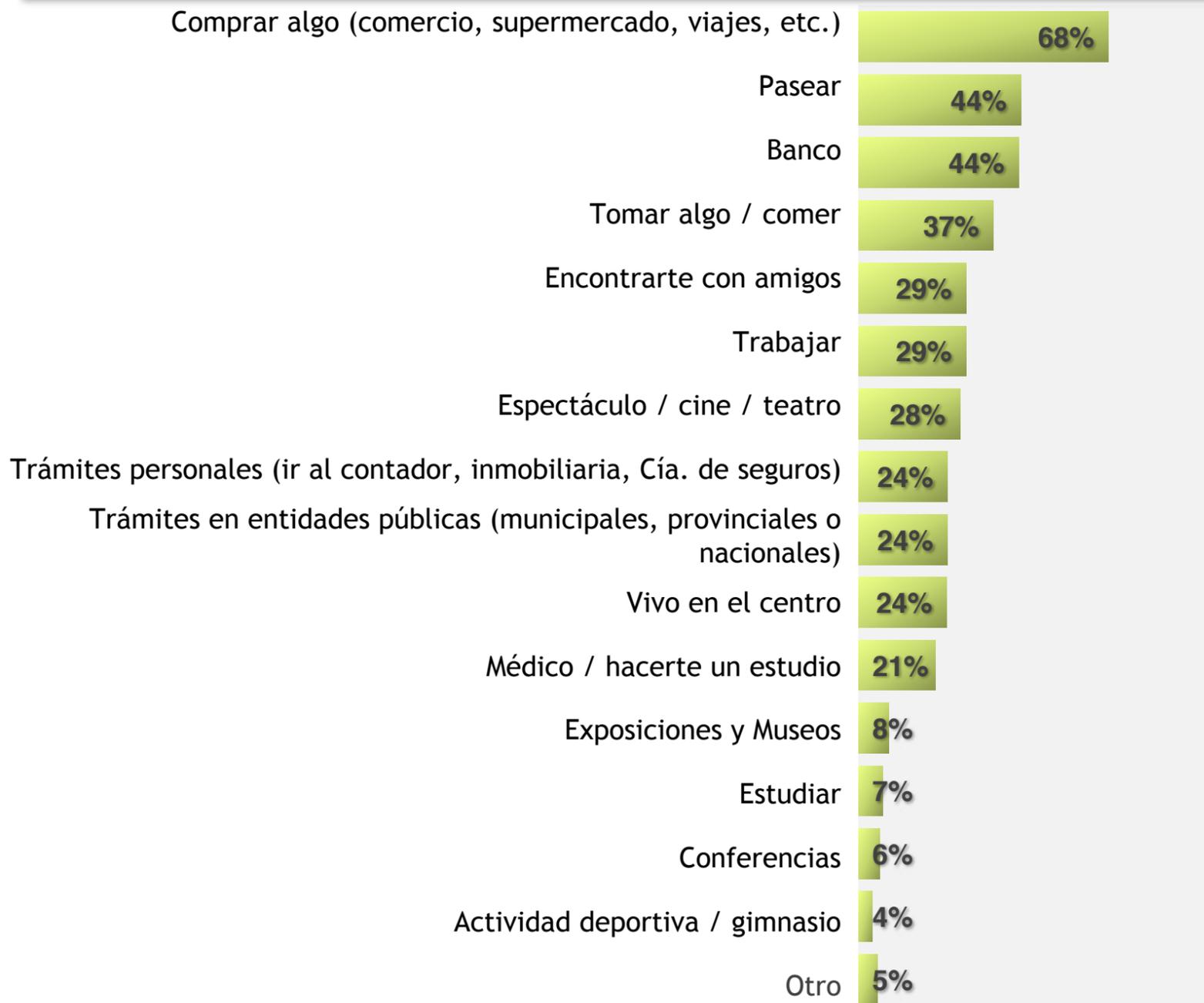
# Distribución según distrito en que viven los encuestados



# REALIDAD DEL CENTRO ROSARINO

# Realidad del centro rosarino

¿A qué ibas al centro antes de la pandemia? ¿En general ibas a...?  
Respuesta múltiple



Base: 1335 respondientes

¿A la hora de buscar algo para comprar, preferís ir al centro comercial barrial más próximo a tu casa, a un shopping o al centro?



Según distrito donde viven	
Distrito Cento	41%
Otro distrito/localidad	27%

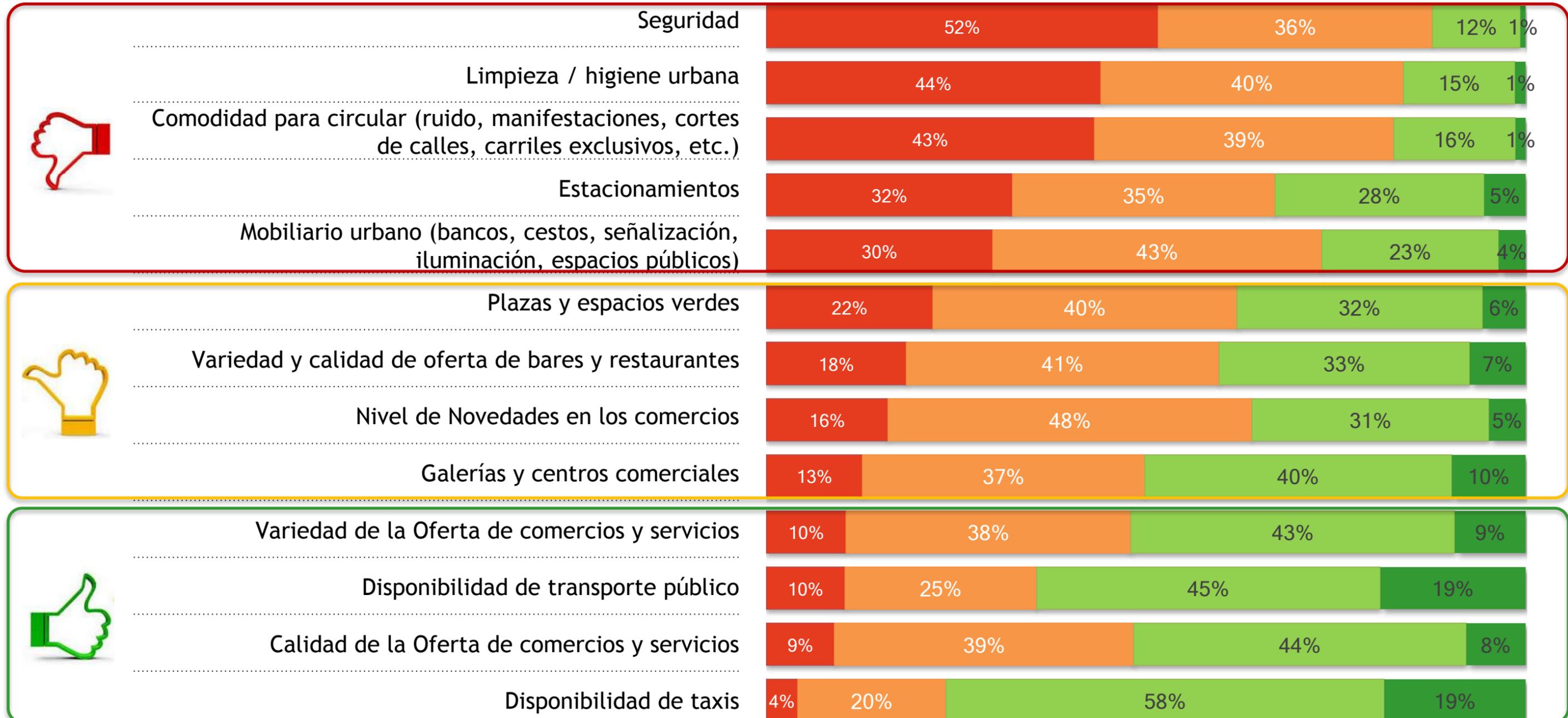
  

Según edad	
Hasta 40 años	29%
De 41 a 60 años	37%
Más de 60 años	40%



# Realidad del centro rosarino

¿Como calificás al centro rosarino en relación ...?

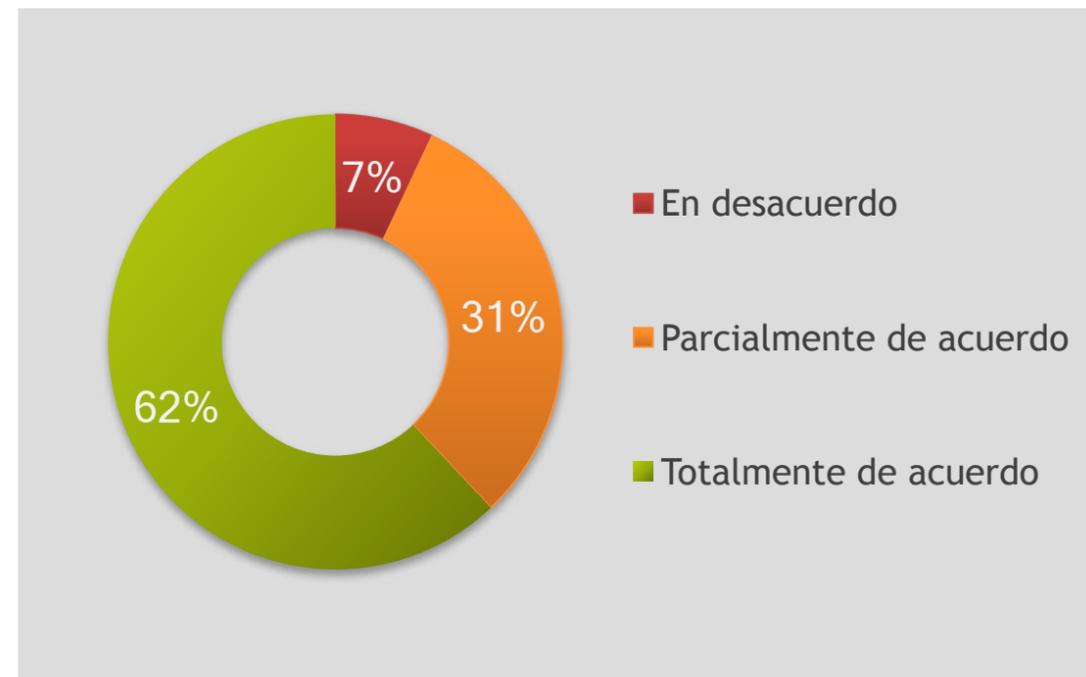


Base: 1335 respondientes

■ Malo ■ Regular ■ Bueno ■ Muy Bueno

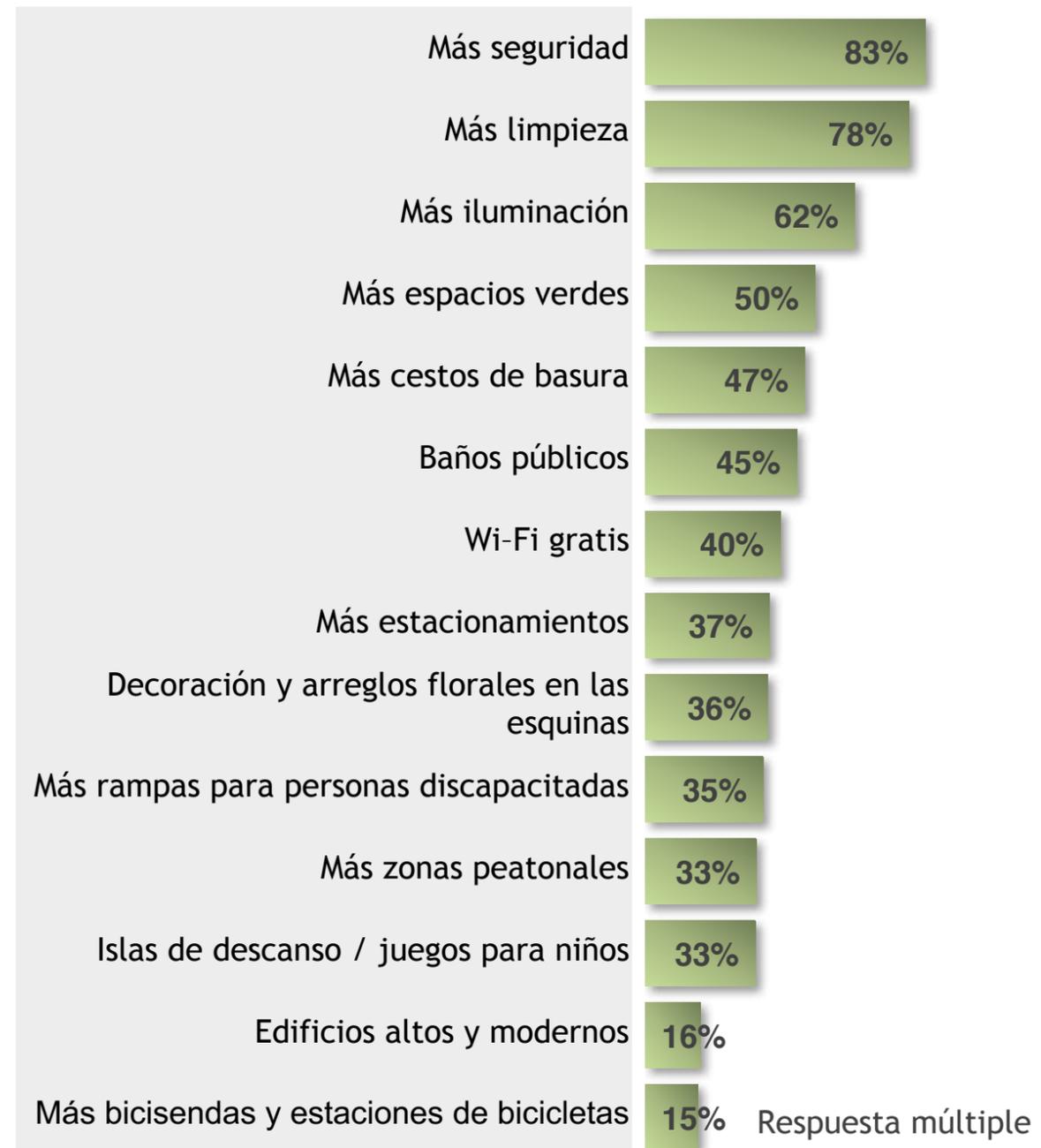
# Realidad del centro rosarino

Algunas personas piensan que esta crisis del centro de Rosario es una oportunidad única para hacer una reconversión profunda que le devuelva esplendor y generar riqueza. ¿Estás de acuerdo con esta afirmación?



Base: 1335 respondientes

¿Qué debería tener el centro para que te resulte más atractivo para ir de paseo, de compras o a vivir?



Base: 1335 respondientes

# REALIDAD DEL CENTRO ROSARINO



¿Qué es lo que más te gusta del CENTRO ROSARINO?

Respuesta espontánea

*“Muchas opciones comerciales”*

**Diversidad comercial - Cercanía**

*“Los bares y comercios tradicionales”*

*“El movimiento, la generación de empleo y la diversidad de locales”*

*“La variedad que ofrece de comercios, restaurantes, actividades, etc., en una misma zona”*

*“La gran cantidad y variedad de rubros”*

*“Su ubicación y el fácil acceso”*

*“Tener todo tan cerca”*

**Paseo comercial - Peatonal**

*“La peatonal”*

*“La cantidad de actividades que podés hacer, los bares librerías”*

*“El movimiento, la generación de empleo y la diversidad de locales”*

*“Galerías/Pasaje Pan”*

*“Las galerías y paseos”*

*“Recorrer locales, caminar”*

*“Me gusta la idea que haya un espacio de compras a cielo abierto”*

*“Ver gente. Movimiento” “Sus bares”*

*“Caminarlo, pero con todos sus locales abiertos”*

**Arquitectura- Edificios históricos**

*“Su arquitectura y fachadas”*

*“Monumento a la bandera ”*

*“Los edificios de principio de siglo XX”*

*“Edificios históricos, la oferta cultural”*

*“La unión entre el pasado y la actualidad, sus construcciones antiguas de excelente arquitectura adaptadas al movimiento de gente”*



# OPORTUNIDADES DE MEJORA



¿Qué es lo que menos te gusta del CENTRO ROSARINO?

Respuesta espontánea

## **Abandono - Suciedad**

*“El deterioro y las intervenciones desafortunadas”*

*“La parte de la peatonal Córdoba llegando al río. Locales viejos y abandonados. Poco estéticos”*

*“Los locales comerciales y departamentos de los 70 abandonados”*

*“El desastre edilicio: viejo deteriorado, abandonado. Veredas rotas... un desastre”*

*“Las zonas abandonadas nunca se pensó en un proyecto de reactivación”*

*“Triste, apagado, calles con cableado colgando, abandonado etc.”*

*“El abandono, la falta de inversión en los locales, la baja calidad de los servicios que se brindan”*

*“Las galerías abandonadas”*

*“Los negocios cerrados y la suciedad”*

*“La suciedad, abandono y ausencia de bancos en la peatonal”*

*“Las palomas, la suciedad y lo descuidado que está”*

## **Inseguridad - Tránsito**

*“Poca seguridad”*

*“Las peatonales de noche”*

*“Hoy día la inseguridades y el tema tránsito muy desordenado y falta de control”*

*“Los puestos callejeros en el piso y la inseguridad”*

*“La inseguridad sobre todo cuando cierran los negocios”*

*“la limpieza, a partir de las 18hs no hay nadie y mucha inseguridad”*

*“Falta estacionamiento - inseguridad -”*

*“La oscuridad nocturna y la inseguridad”*

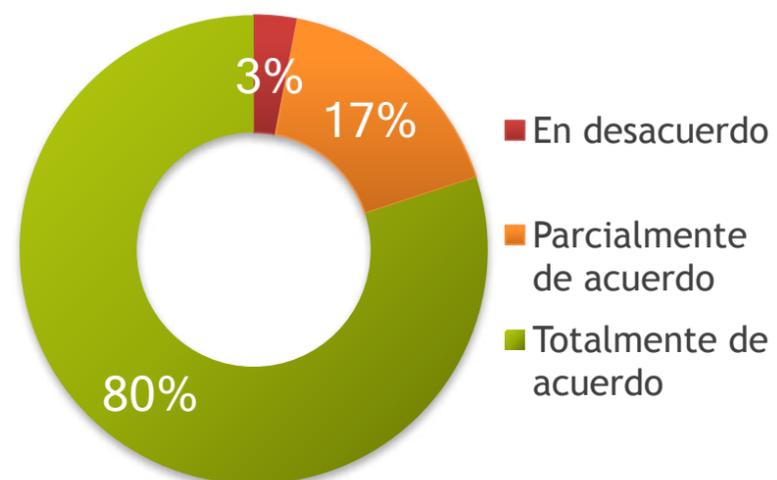
*“El difícil acceso para vehículos, inseguridad después de cierta hora”*



# ESQUINA CÓRDOBA Y SARMIENTO



Sarmiento y Córdoba es una esquina emblemática de la ciudad por su valor patrimonial, su relevancia comercial y ser parte de la identidad de Rosario. ¿Estás de acuerdo con esta afirmación?



Base: 1335 respondientes

De la lista de posibles usos a darle al edificio Falabella, por favor, indicá las 2 ideas que te parecen más interesantes. Respuesta múltiple

1°	Abrir un shopping o tienda de departamentos con marcas locales (Sólido, Gulliver, Vandalia, Sonder, Sport 78, Cecchini, Interio, Rock&Fellers, por ejemplo).	46%
2°	Atraer una marca internacional (Brenner, Wallmat o similar)	41%
3°	Instalar un Multiespacio de experiencias que integre áreas comerciales y gastronómicas con espacios para exposiciones, presentaciones, eventos y espectáculos.	37%
4°	Abrir locales comerciales, patio de comidas y oficinas de alquiler temporario.	17%
5°	Generar una Feria de emprendedores y artesanos con espacio colaborativo, asistencia contable, legal, productiva y de marketing.	10%
6°	Crear un Centro de investigación tecnológica e innovación con varias empresas, patio de comidas y esparcimiento para el personal.	9%
7°	Montar el Palacio de la ciudad con nuevas tecnologías, museo interactivo con espacio Messi y servicios turísticos regionales.	6%

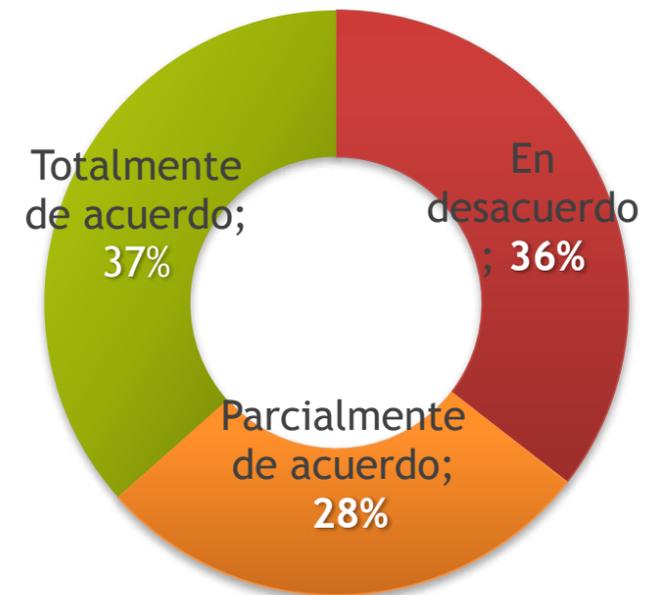
# INTERVENCIONES PARA REVITALIZAR EL CENTRO

De la lista de *posibles intervenciones* para revitalizar el centro, por favor, indicá las 2 ideas que te parecen mejor. Respuesta múltiple

1°	Potenciar la peatonalización del microcentro, embellecerlo, agregarle verde, bancos, flores, kioscos de flores, mesas al aire libre, etc.	45%
2°	Priorizar la inversión público-privada donde por cada peso invertido por los privados el estado invierta una cifra proporcional en infraestructura, servicios, mobiliario urbano, parquización, tecnología, etc., todo lo necesario para darle inteligencia	37%
3°	Renovar la variedad de la oferta de rubros comerciales, gastronómicos y de servicios para atraer a los más jóvenes.	33%
4°	Extender horarios de apertura (hasta al menos las 22 hs) de comercios complementándolos con la gastronomía.	29%
5°	Crear beneficios impositivos para refuncionalizar antiguos edificios que perdieron su atractivo y segmentarlos apuntando a emprendimientos de un mismo sector constituyendo comunidades de arte, de diseño, tecnológico, legal u otro	27%
6°	Beneficios fiscales para quienes promuevan proyectos ecosustentables.	13%
7°	Lanzar línea de crédito y beneficios para los edificios de vivienda que se modernicen y embellezcan.	10%

Base: 1335 respondientes

¿Cuán de acuerdo estás con que aquellos *locales comerciales desocupados que no se ofrecen en alquiler paguen impuestos más altos* para promover que sean incorporados al mercado?



# ALGUNAS OBSERVACIONES

# ALGUNAS OBSERVACIONES

- Se recabó la opinión de 1335 ciudadanos de Rosario y su zona de influencia. El 56% de los respondientes viven en el distrito centro, de ellos, el 42% viven en el microcentro (Oroño - Pellegrini - Río Paraná). Alrededor del 70% de los entrevistados tiene entre 30 a 60 años de edad. Además, la mayoría dice tener un nivel de estudio avanzado.
- En la actualidad los principales motivos de concurrencia al centro tienen que ver con su actividad comercial, los bancos y paseo en general. Casi de forma unánime (más del 90%) consideran *importante o muy importante* que el centro sea atractivo y dinámico.
- Los aspectos peor evaluados y que menos gustan del centro en la actualidad se vinculan a *la seguridad, limpieza/higiene urbana, comodidad para circular (ruido, manifestaciones, cortes de calles, carriles exclusivos) y estacionamientos*. Además habría un descontento generalizado por el estado de abandono que muestran los paseos peatonales debido al cierre de locales comerciales, la falta de mantenimiento de edificios antiguos y la inseguridad en horas de la noche.
- Sin embargo, existen aspectos que la gente sigue valorando, por ejemplo: la diversidad de locales comerciales, sus peatonales, la oportunidad de hacer un paseo comercial y la belleza que aporta la arquitectura a través de sus edificios históricos.
- El 80% de los consultados concuerda con la idea que *“Sarmiento y Córdoba es una esquina emblemática de la ciudad por su valor patrimonial, su relevancia comercial y ser parte de la identidad de Rosario”*. Entre los posibles usos a darle al edificio de Falabella, las ideas más interesantes resultaron *“Abrir un shopping o tienda de departamentos con marcas locales (Sólido, Gulliver, Vandalia, Sonder, Sport 78, Cecchini, Interio, Rock&Fellers, por ejemplo)”* y *“atraer una marca internacional (Brenner, Wallmat o similar)”*.