



Relevamiento de Comercios Minoristas

Marzo 2023

Secretaría de Desarrollo Económico - Dirección de Estadística

Resumen

Durante el mes de marzo de 2023 se llevó a cabo la Encuesta de Comercio Minorista con el objetivo de contar con datos coyunturales sobre una de las actividades más importantes que se desarrollan en el municipio de Olavarría.

El universo de estudio es toda actividad comercial desarrollada en la localidad destinada a la venta de cualquier clase de bien o prestación de servicio cuyo comprador es el consumidor final.

Las diferentes actividades comerciales fueron agrupadas por sus características comunes en 8 rubros (alimentos - comercios grandes, alimentos - comercios chicos, vestimenta, bienes durables, combustibles, salud, turismo y esparcimiento, otros).

El relevamiento se llevó a cabo en 185 locales comerciales, para obtener datos que permitan monitorear la evolución del sector a través de variables tales como expectativas, canales de venta, formas de pago, financiamiento y empleo.

Metodología y diseño de la muestra

En primer lugar se utilizó la Ordenanza Impositiva para descargar el listado de códigos de actividad gravados por la Tasa de Seguridad e Higiene y seleccionar los relacionados a comercio minorista. A partir de este listado se armó una equivalencia entre códigos de actividad y los 8 rubros seleccionados a encuestar. A saber:

- Alimentos comercios grandes.
- Alimentos comercios chicos.
- Vestimenta.
- Bienes durables.
- Combustibles.
- Salud.
- Turismo y esparcimiento.
- Otros.

De la base filtrada con los códigos relacionados a estos 8 rubros, se determinó la cantidad de comercios a encuestar de cada uno. Dada la cantidad que representaban del total.

Ya que el rubro alimentos chicos representaban más del 50% de la base filtrada, había rubros que quedaban con una muestra demasiado pequeña respecto del total, con lo cual se forzó a que el

mínimo de comercios encuestados por cada uno sea de 10.

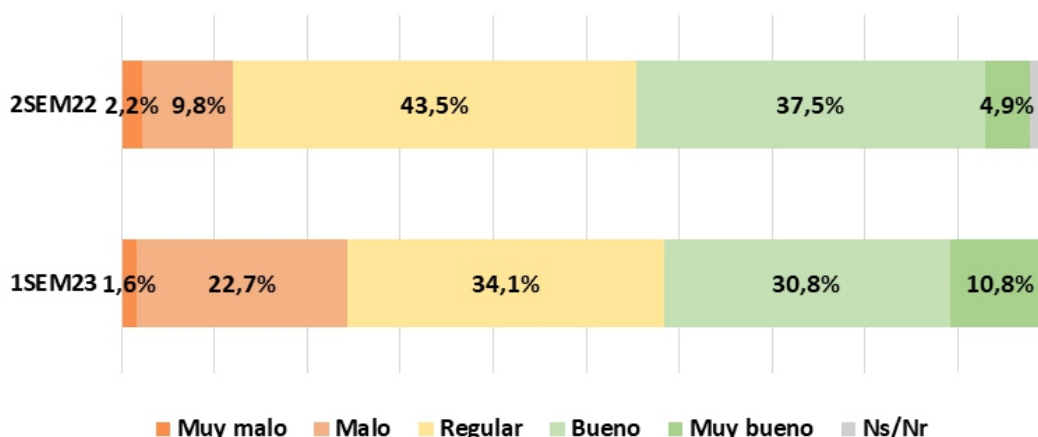
Luego se asigna un número aleatorio entre 0 y 1, dentro de cada rubro. Y se ordena el listado de mayor a menor. Se observa la cantidad de comercios a encuestar que se definió anteriormente y se eligen por este orden. Luego si algún comercio no existe o no responde se reemplazará por el inmediato siguiente según esta lista. Cierre y empleo

Movimiento comercial y expectativas

Al consultarle al comerciante cómo fue el movimiento comercial durante la segunda parte del 2022, el 43,5% lo calificó como Regular y el 42,4% como Bueno y Muy Bueno, mientras que el 12% como Malo y Muy Malo.

Las expectativas acerca del 2023 se mantienen muy similares, si agrupamos las respuestas de Bueno y Muy Bueno alcanzamos el 42% del semestre previo. El 34% espera ventas a un nivel Regular y por último el resto espera bajos niveles de actividad..

Expectativas | Todos los rubros



Movimiento comercial y expectativas por rubro

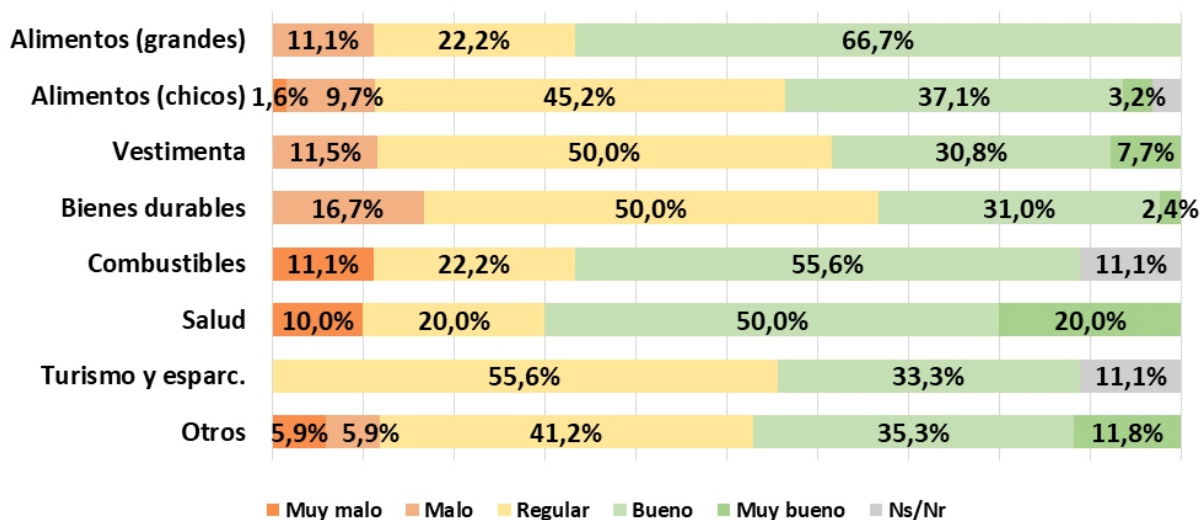
Al analizar estas variables por rubro se destaca el sector “salud” con el 70,0% de valoraciones positivas sobre las ventas del 2022, seguido por “alimentos grandes” y “combustibles” con el 66,7% y el 55,6% respectivamente.

El rubro de “alimentos grandes” mantiene expectativas de venta favorables para el 2023 que llegan al 77,7%.

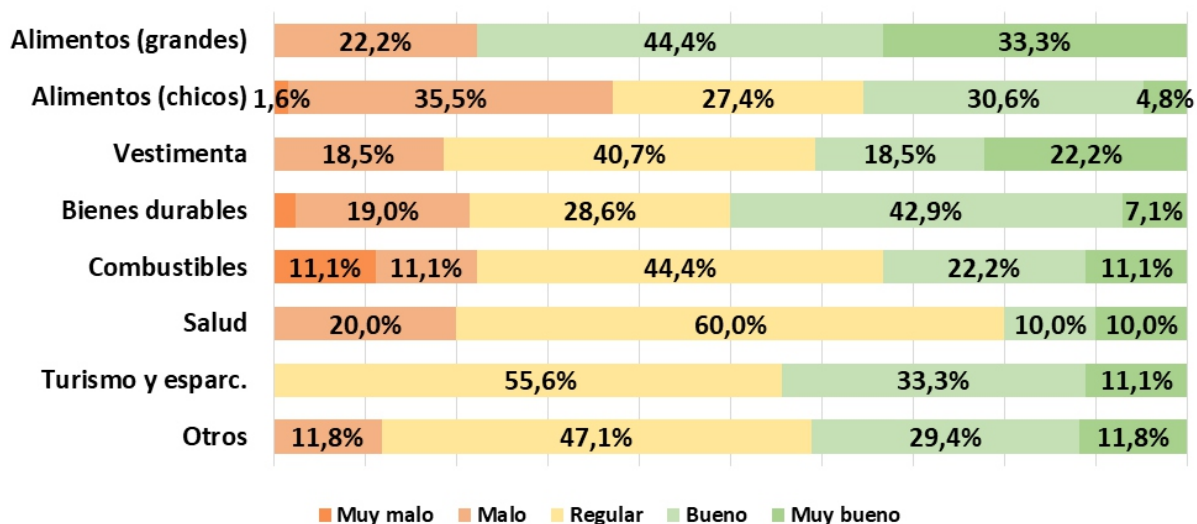
Se observa que el sector “turismo y esparcimiento” manifiesta haber tenido niveles de ventas buenos a lo largo del año 2022, augurando niveles de actividad favorables para el 2023 con expectativas de Buenas y Muy Buenas ventas que llegan al 44,4%.

El sector de “bienes durables” presenta buenas expectativas para este año con niveles del 50%.

Segundo semestre de 2022



Primer semestre de 2023



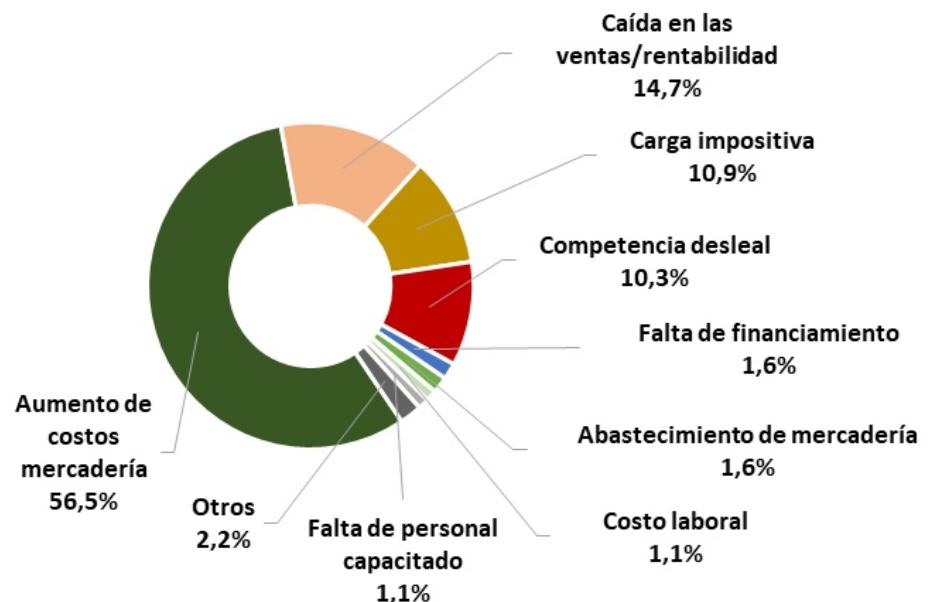
Problemática

Al consultar sobre cuál es el principal problema que enfrenta el comerciante el 56,5% declaran verse afectados por el aumento de los costos de las mercaderías, problema seguido por la caída de las ventas y la carga impositiva.

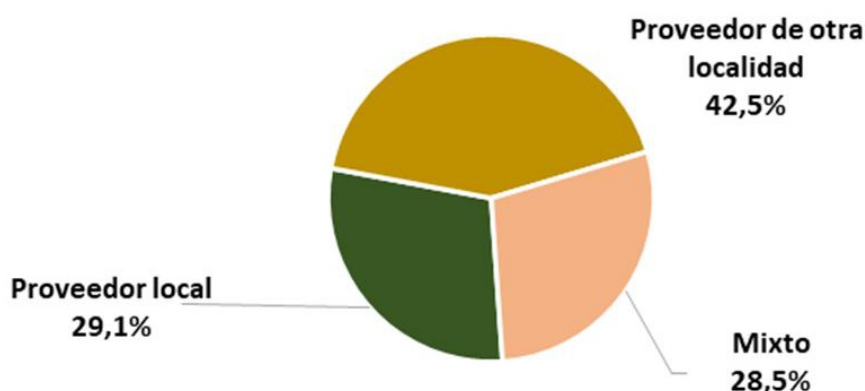
Proveedores

Respecto dónde compran la mercadería de su negocio se obtuvo que 42,5% compran la mercadería en otra localidad, mientras que el 29,1% lo hace localmente y 28,5% tiene una composición mixta, comprando tanto fuera como dentro de la ciudad de Olavarría. Lo que significa que el 57% de los comercios, compran por lo menos parte de su mercadería en la ciudad.

Principal problema | Todos los rubros



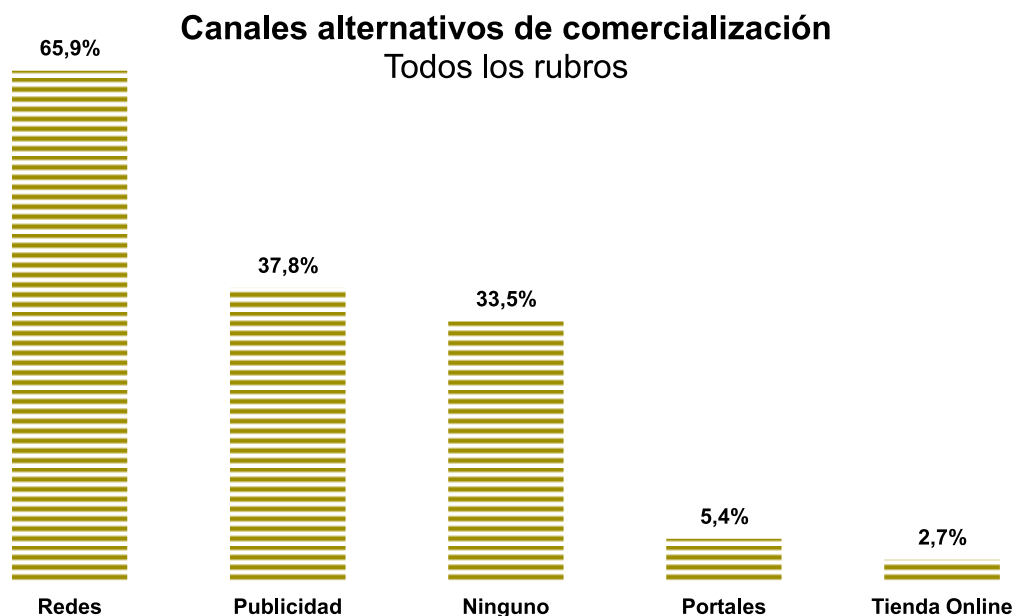
Proveedores | Todos los rubros



Canales alternativos de comercialización

Se indagó también acerca de la utilización de canales alternativos de comercialización de bienes y servicios. El uso de las redes sociales asciende a 65,9%. Dentro de este universo, el 41,0% de los comercios utilizan Instagram para promocionar o vender sus productos, el 34,5% Facebook y el 32,9% WhatsApp. Las opciones no son excluyentes.

El uso de portales de venta (Mercado Libre, OLX, otros) es menor, en tanto es el medio utilizado solo por el 5,4% de los comercios. En este caso, Mercado Libre resulta el más utilizado siendo el 70,0% de las empresas que utilizan portales. El 37,8% de los comerciantes realizan algún tipo de publicidad para vender sus productos. El medio radial es el más utilizado para publicitar ascendiendo al 28% los comercios que optan por esta modalidad.



Medios de cobro más utilizados

Según lo que nos respondieron los comerciantes, la mayoría tiene disponible todos los medios de cobro existentes, pero el contado sigue siendo el medio más utilizado teniendo en cuenta todos los rubros (56%). Seguido a este medio, está la tarjeta de débito (36,3%) y luego con utilización similar, el pago electrónico (cuenta dni, mercado pago, etc), financiación propia

(cuenta), tarjeta de crédito y transferencias.

Dada la información relevada, podemos deducir que en su gran mayoría están bancarizados, puesto que la utilización de los medios de pago que no sean contado, implican disponer de una cuenta bancaria.

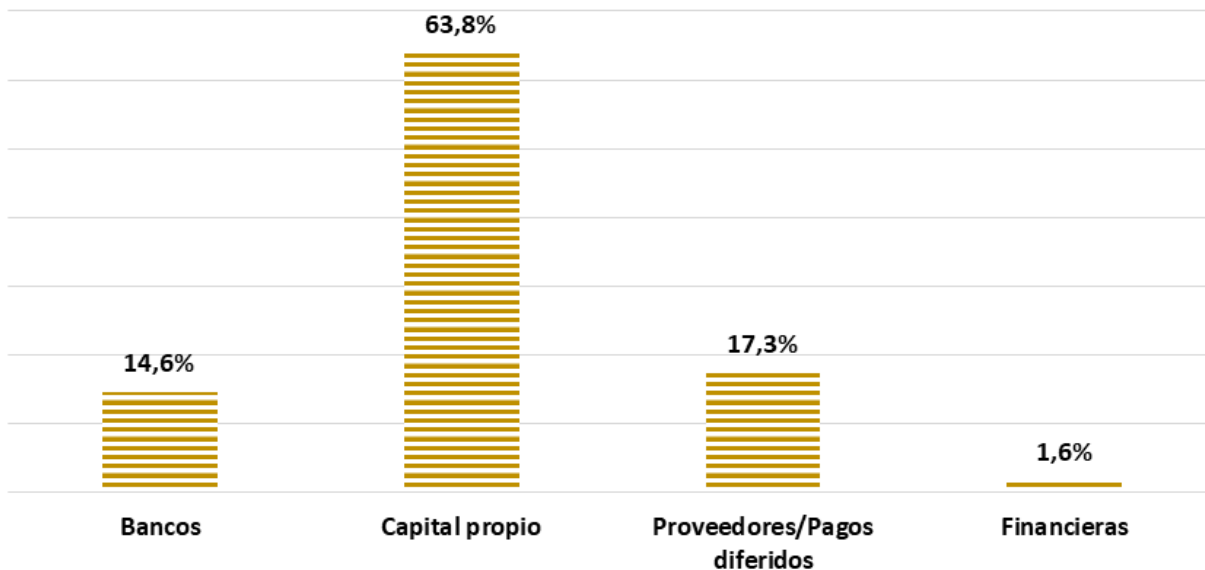
Podemos decir también, que los medios electrónicos de pago (tarjetas de débito y crédito, cuenta dni, mercado pago, etc) sumadas en conjunto tienen un peso mayor que el pago de contado.

Financiamiento

Se observa que en general los comercios se financian con capitales propios. Cerca del 64% eligen esta modalidad seguido por el

diferimiento de pagos a proveedores. Por otra parte, solo el 1,6% de las firmas, declaró que ante necesidades de financiamiento solicitan pedir dinero prestado a financieras.

Mecanismos de financiamiento | Todos los rubros

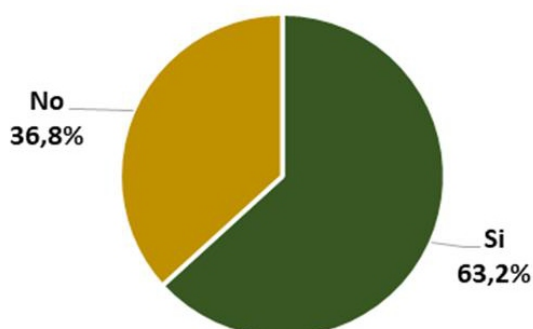


Inmueble

En cuanto a la propiedad del inmueble en donde se realizan las ventas, el 63,2% de los comercios entrevistados declaran ser inquilinos de dichos lugares. Esta condición

es más frecuente en los locales de venta de “alimentos grandes”, “alimentos chicos” y “otros” con el 77,8% , 82,3% y 82,4% respectivamente y menos típica en los comercios de venta de “bienes durables” y “combustibles” (38,1% y 22,2%).

Alquila



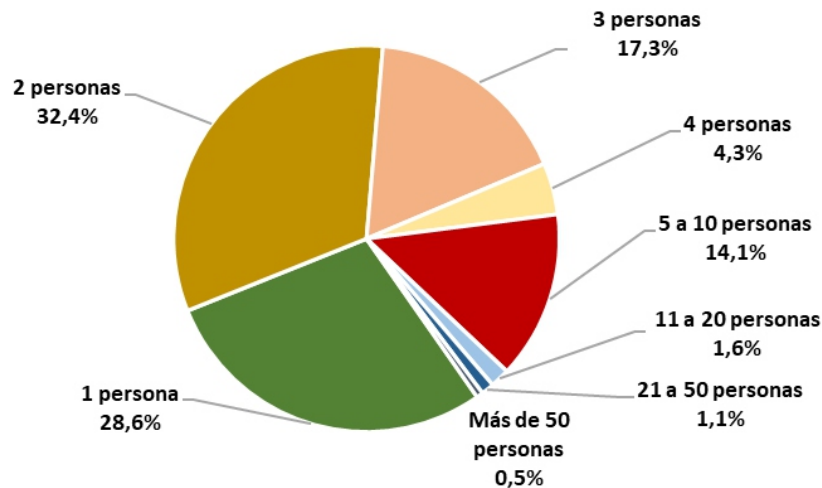
Tamaño de los comercios y cantidad de empleados

Otra cuestión de interés tiene que ver con el tamaño de los comercios. En el 32,4% de los casos, emplean a dos personas. Los lugares que tienen solo 1 persona empleada suman el 28,6%. O sea que si consideramos todos los comercios que tiene 1 o 2 personas

empleadas, el valor que asciende a 61%. Las empresas con 3 empleados (17,3%), 4 (4,3%) y de 5 a 10 (14,1%), completan casi el 97% de la muestra relevada.

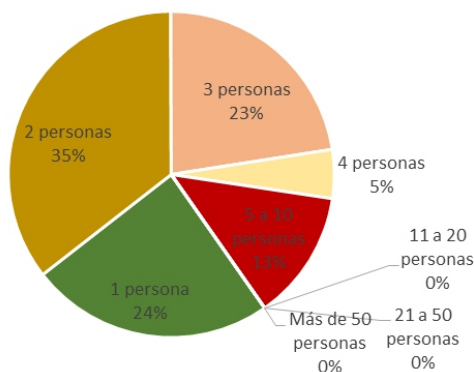
En cuanto al análisis por rubro, se observa que “combustibles”, “bienes durables” y “turismo y esparcimiento” son los que mas personas emplean.

Personas Empleadas | Todos los rubros

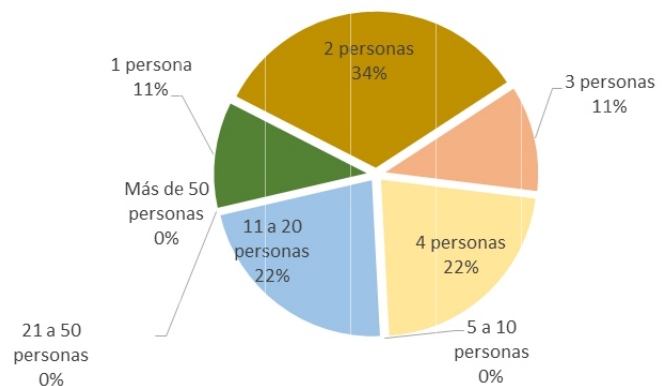


Personas Empleadas | Por rubros

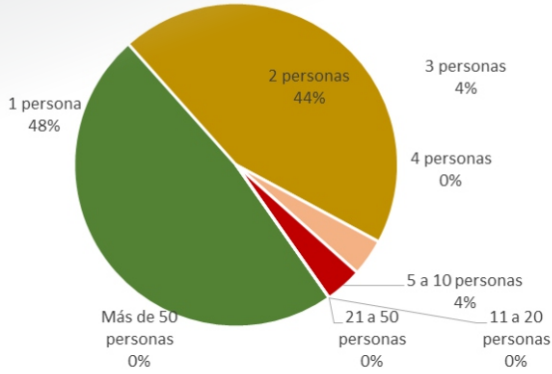
Alimentos (com. chicos)



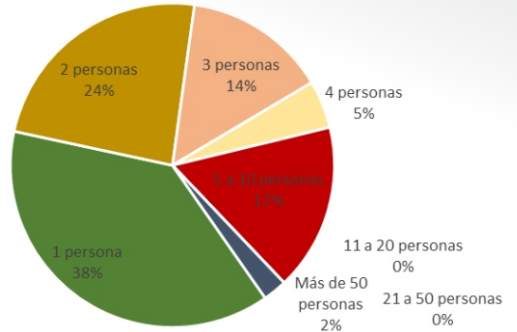
Alimentos (com. grandes)



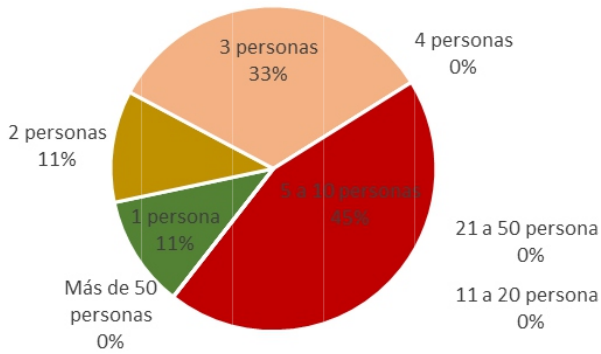
Vestimenta



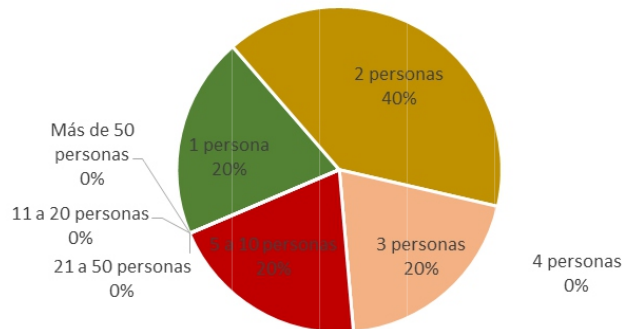
Bienes durables



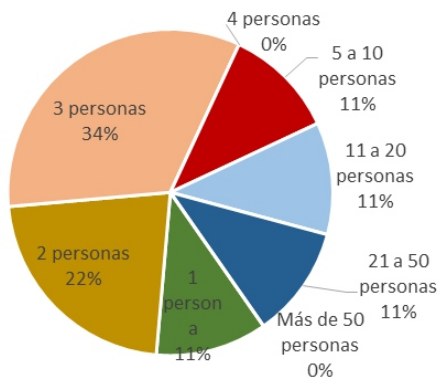
Turismo y esparcimiento



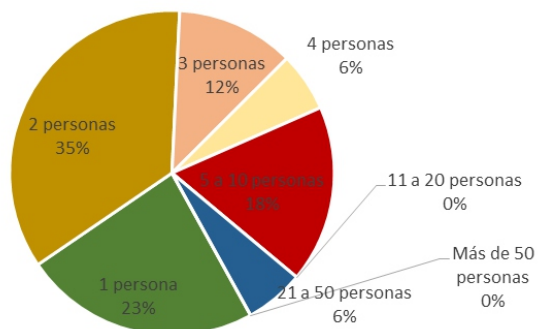
Salud



Combustibles



Otros

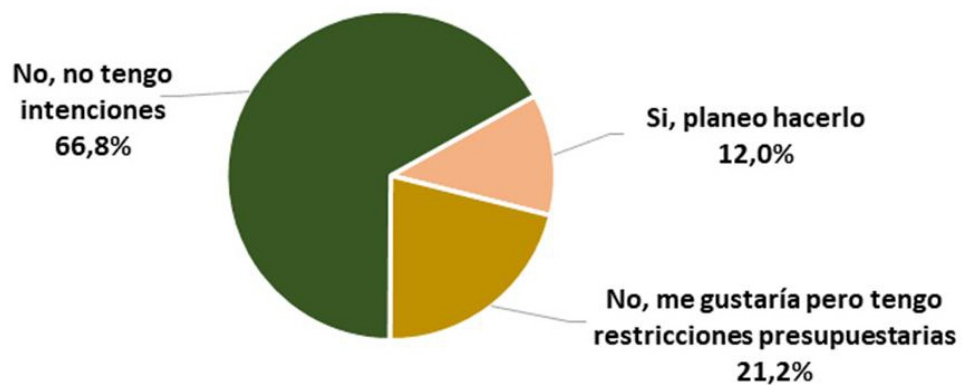


Contratación de personal

Fueron múltiples las preguntas en relación a la demanda de trabajo. Por un lado, se consultó sobre la intención de contratar personal en los próximos tres meses, y 12,0% de los comercios

respondió afirmativamente a dicha pregunta. Si consideramos el porcentaje de comercios que si les gustaría, pero no pueden por cuestiones económicas (21,2%), tenemos al 33,3% con intenciones de contratar.

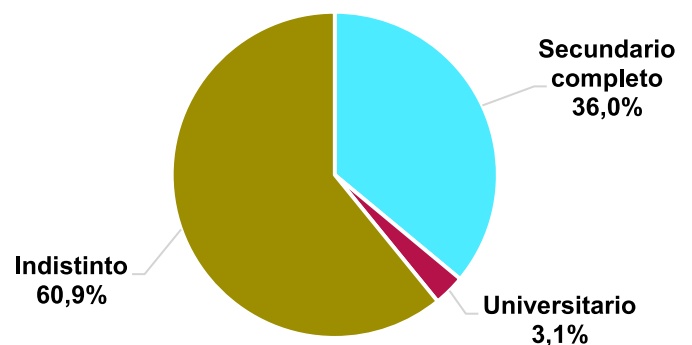
Nuevo personal | Todos los rubros



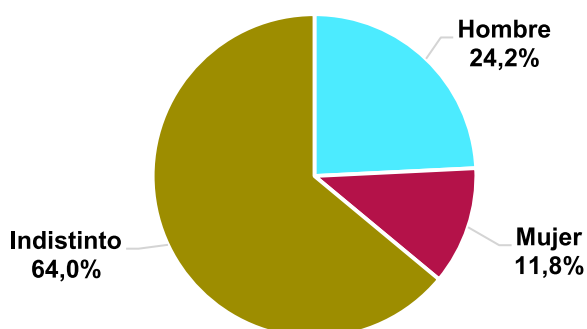
Tipos de perfiles

En relación al tipo de perfiles buscados, según género, edad y nivel educativo, podemos observar que en líneas generales las opciones son indistintas. Que la intención es de contratar personal, pero sin mayor preferencia por genero, edad o nivel educativo.

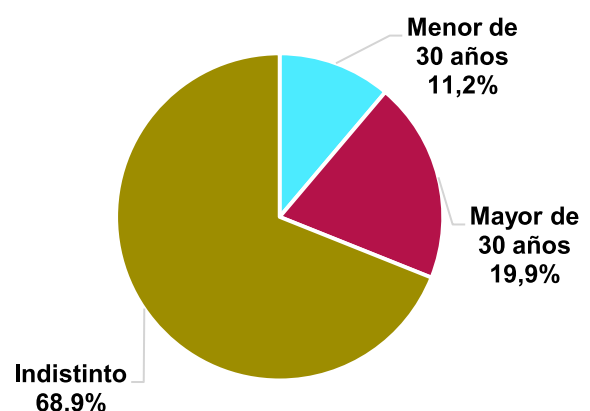
Nivel educativo



Género



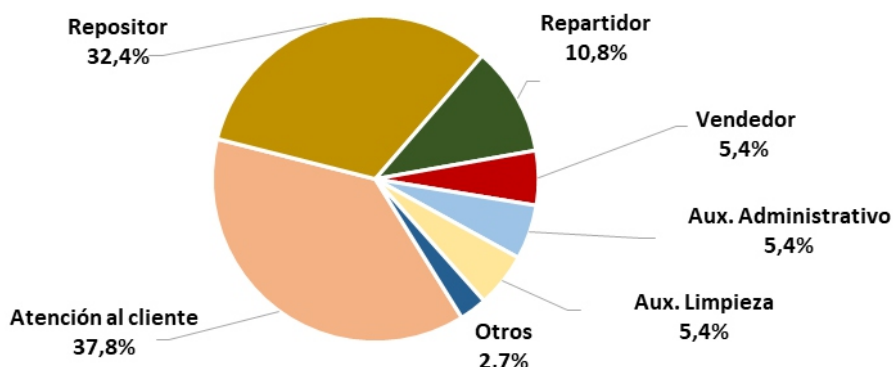
Edad



Perfiles más buscados

Los perfiles más buscados tienen que ver Atención al cliente 37,8% y Repositor 32,4% seguidos por el de Repartidor y Vendedor y Auxiliar administrativo.

Perfiles nuevo personal | Todos los rubros

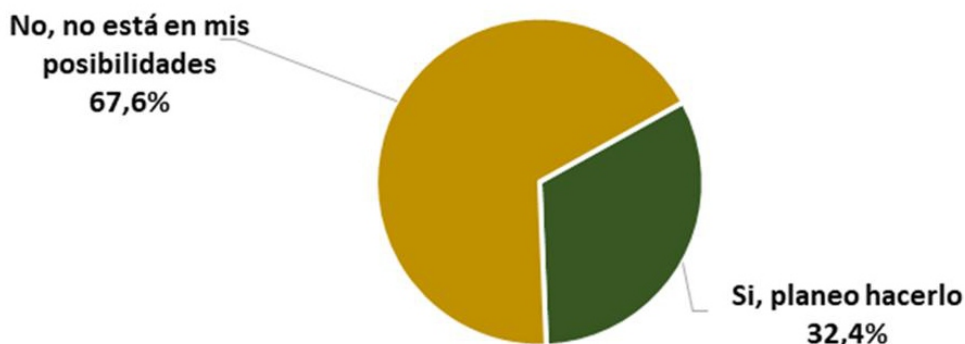


Inversiones

En materia de inversiones casi el 68% de los entrevistados manifiesta no estar en condiciones de hacerlo y el 32,4% sí lo tienen planeado. Si analizamos cada

rubro aisladamente se destacan las empresas de “alimentos grandes” que del total, el 44,4% planea invertir y “combustibles” que de 9 comercios encuestados, 4 dijeron que sí, o sea el 44,4% también.

Inversiones | Todos los rubros

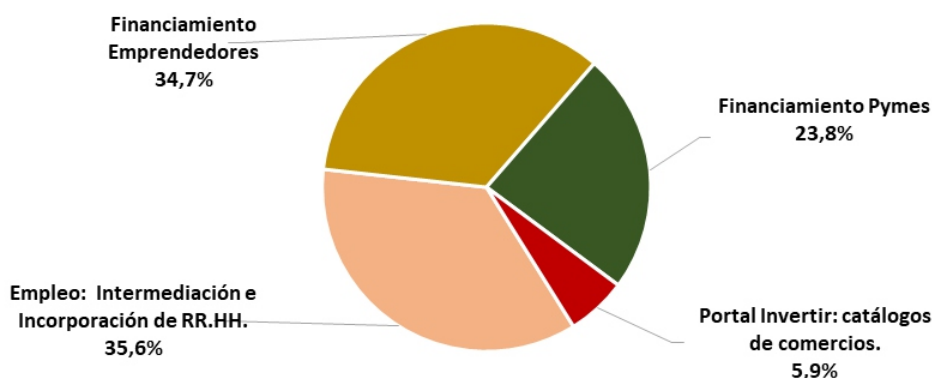


Conocimiento sobre programas municipales

Al consultar sobre el conocimiento de los programas que ofrece el municipio, el programa de Intermediación e

Incorporación del personal es el más conocido entre los comerciantes de la ciudad con el 35,6% de las respuestas. En segundo lugar se encuentra el de Financiamiento a emprendedores.

Programas del municipio | Todos los rubros



Descripción rubros Encuesta de Comercio Minorista

1	Alimentos (comercios grandes): hipermercados y supermercados.
2	Alimentos (comercios chicos): minimercados, kioscos y polirrubros, almacenes, fiambrerías y dietéticas, carnicerías, verdulerías, panaderías y confiterías.
3	Vestimenta: venta de textiles, prendas y accesorios de vestir, zapaterías, marroquinería y paraguas.
4	Bienes durables: venta de autos; mantenimiento, reparación y lavado de autos; venta de autopartes; venta, mantenimiento y reparación de motos; muebles, colchones y artículos para el hogar; ferreterías, pinturas, construcción y cristales; máquinas y equipos para oficinas.
5	Combustibles: venta de combustibles para autos y motos.
6	Salud: farmacias, perfumerías, odontología y ortopedia.
7	Turismo y esparcimiento: servicios de alojamiento, restaurantes y bares, agencias de viajes y anexos al transporte.
8	Otros: óptica, fotografía, joyería y relojería; libros, revistas, diarios, papel, cartón; flores, plantas, semillas y abonos; jugueterías y cotillón; artículos deportivos y de esparcimiento; comidas para llevar, preparación y venta; alquiler de equipo de transporte, máquinas y otros; servicios informáticos; lavaderos y peluquerías.

Secretaría de Desarrollo Económico
Dirección de Estadística

Para más información contactarse a
estadisticas@olavarria.gov.ar, o al teléfono 02284- 412600.
O en nuestra Oficina en San Martín 2640, Olavarría.

OLAVARRÍASIGUE