EDICIÓN Nº MARZO 2021

27 BOLETÍN ESTADÍSTICO

ENCUESTA DE COMERCIO MINORISTA

Durante el mes de marzo de 2021 se llevó a cabo la tercera edición de la Encuesta de Comercio Minorista. El relevamiento se lleva a cabo anualmente en 200 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.

Municipio de Tandil
Lugar Soñado

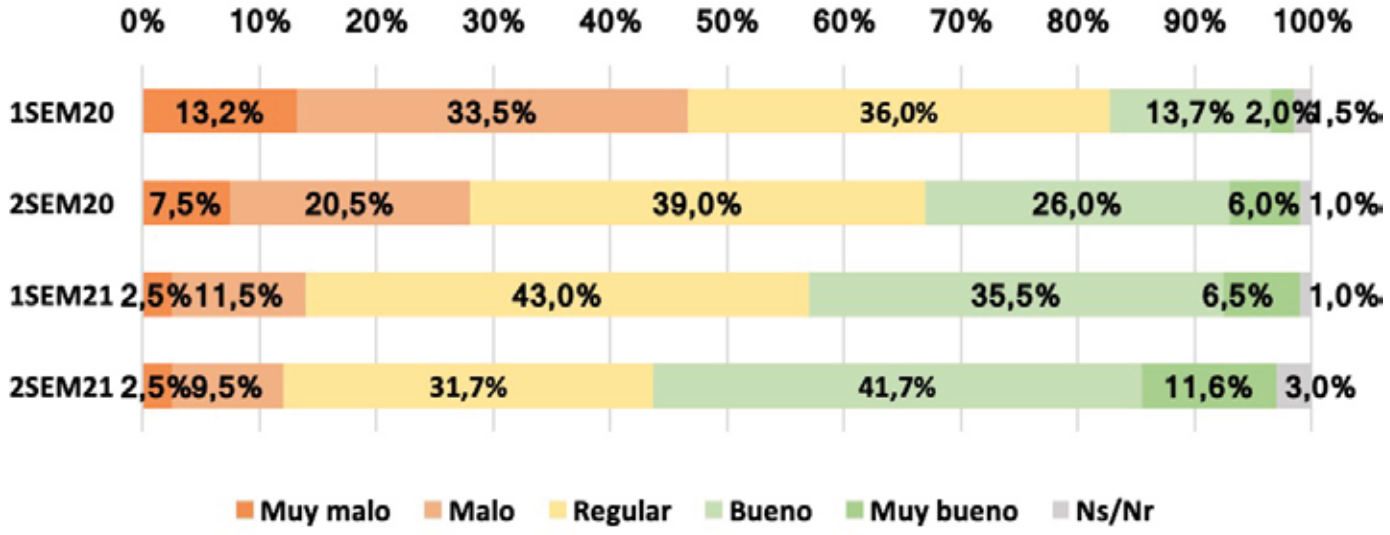
MOVIMIENTO COMERCIAL Y EXPECTATIVAS

En primer lugar, se consultó sobre el movimiento comercial del año 2020 y las expectativas de ventas para el año 2021.

La mayor parte de los entrevistados (36,0%) respondió que el movimiento comercial del primer semestre de 2020 fue regular. El 33,5% aseguró que fue malo, y el 13,2% lo consideró muy malo. Finalmente, los resultados fueron buenos y muy buenos para alrededor del 15% de las empresas que respondieron la encuesta. El segundo semestre de 2020 fue ligeramente mejor, en términos de movimiento y ventas. La cantidad de comercios que lo percibieron como malo y muy malo descendió a 28,0%, simultáneo a un aumento de más de 15 puntos porcentuales en las calificaciones "bueno" y "muy bueno".

Las expectativas acerca del 2021 resultan más optimistas. Los que pronostican escasas ventas se mantienen por debajo del 15%, mientras que los que vaticinan un nivel bueno o muy bueno en este indicador superan el 50% hacia el segundo semestre del año.

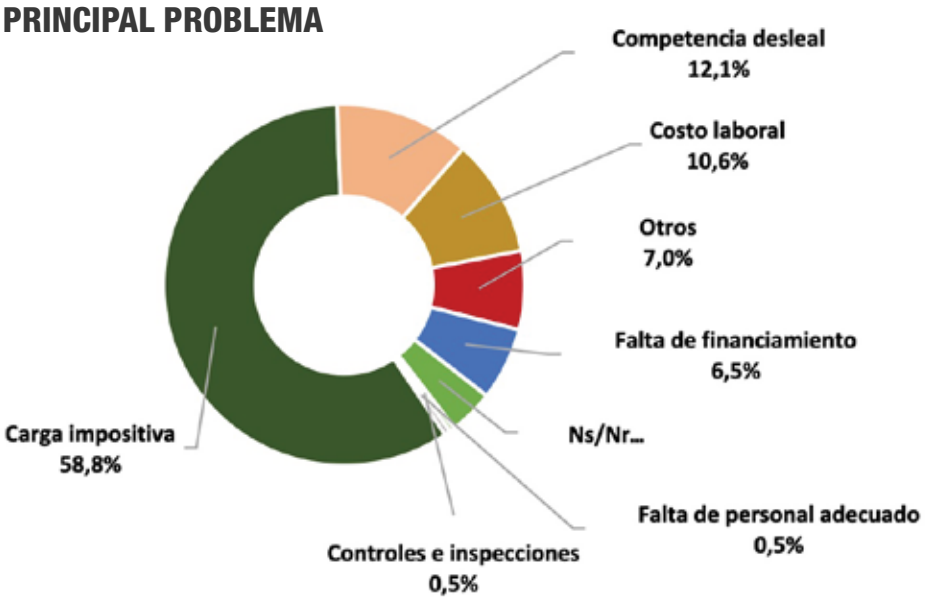
MOVIMIENTO COMERCIAL Y EXPECTATIVAS



PRINCIPAL PROBLEMA

Al consultarse sobre el principal problema que enfrentan los comercios actualmente, más del 80% de las firmas concentró sus respuestas en tres cuestiones principales: el 58,8% de los comercios declara verse restringido mayormente por la carga impositiva, el 12,1% manifestó su preocupación por la competencia desleal, y el 10,6% consideró problemático el alto costo laboral en general.

PRINCIPAL PROBLEMA



CANALES ALTERNATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN

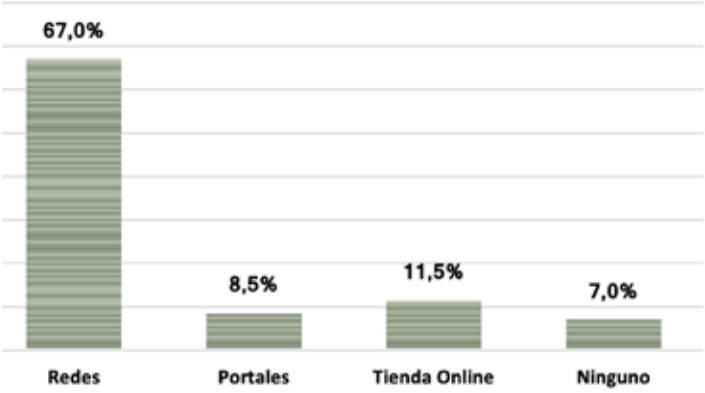
Se indagó también acerca de la utilización de canales alternativos de comercialización de bienes y servicios. El uso de las redes sociales presenta un marcado crecimiento año a año: en 2021 el 67,0% de los comercios que respondieron la encuesta utilizan redes sociales, mientras que en 2020 ese valor ascendía a 53,7% y en 2019 a 43,3%.

El uso de portales de venta (Mercado Libre, Región 20, otros) es menor, en tanto es el medio utilizado solo por el 8,5% de los comercios -valor ligeramente menor al de 2020, 10,2%-.

El uso de tiendas online, por su parte, asciende a 11,5% del total en 2021. Este valor es mayor al observado en 2020 (10,2%), si bien el mayor salto relativo se observó respecto al 2019 (3,5% del total de encuestados).

Finalmente, el 7% de los comercios declaró no utilizar ninguno de estos canales de comercialización. Esta magnitud resulta marcadamente inferior a la observada en 2020 -mayor al 40%. Este rápido y notable cambio se debe, indudablemente, a las alternativas derivadas de las limitaciones de la pandemia.

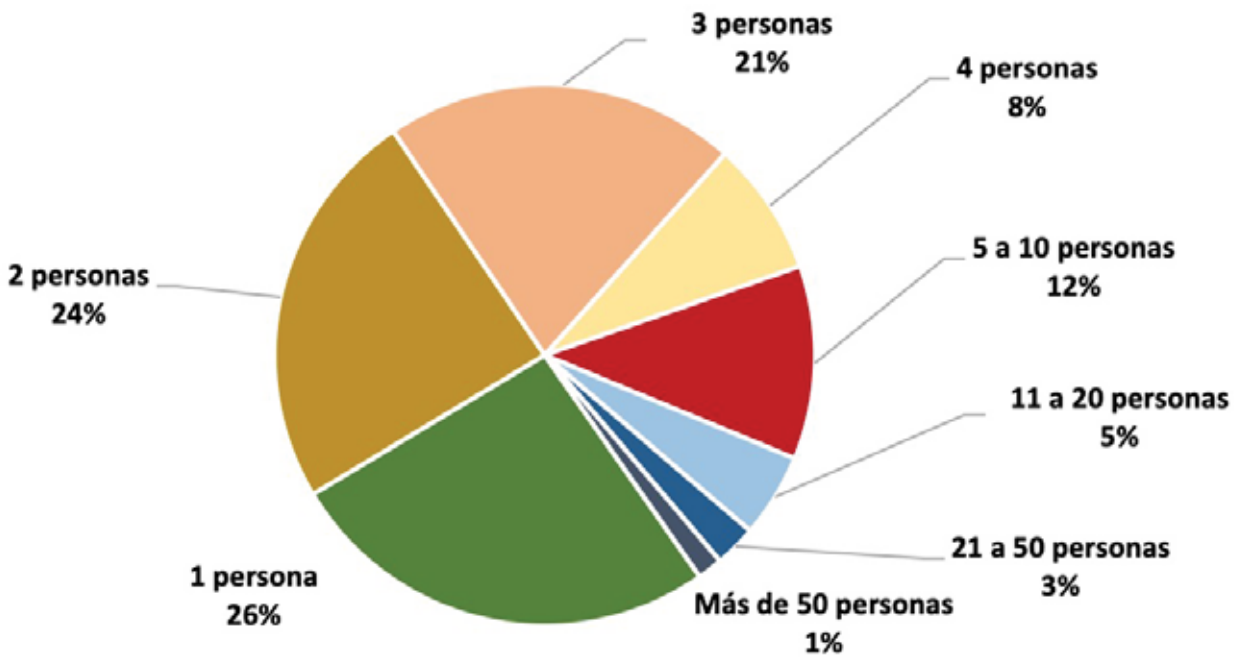
CANALES ALTERNATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN



PERSONAL

Otra cuestión de interés tiene que ver con el tamaño de los comercios. En el 26% de los casos, las empresas son responsabilidad de una sola persona, valor que asciende a 50% si incluimos el universo de firmas con dos personas empleadas. Las empresas con 3 empleados (21%), 4 (8%) y de 5 a 10 (12%), completan el 91% de la muestra relevada. Estos valores no difieren demasiado de lo encontrado en 2020, quizás la mayor transferencia se observa entre dos de las categorías de firmas más pequeñas (en 2020, 37% de las firmas eran unipersonales, y ese valor descendió a 26% en 2021; en el caso de las empresas de 3 personas, la proporción aumentó de 10% a 21% en el mismo periodo).

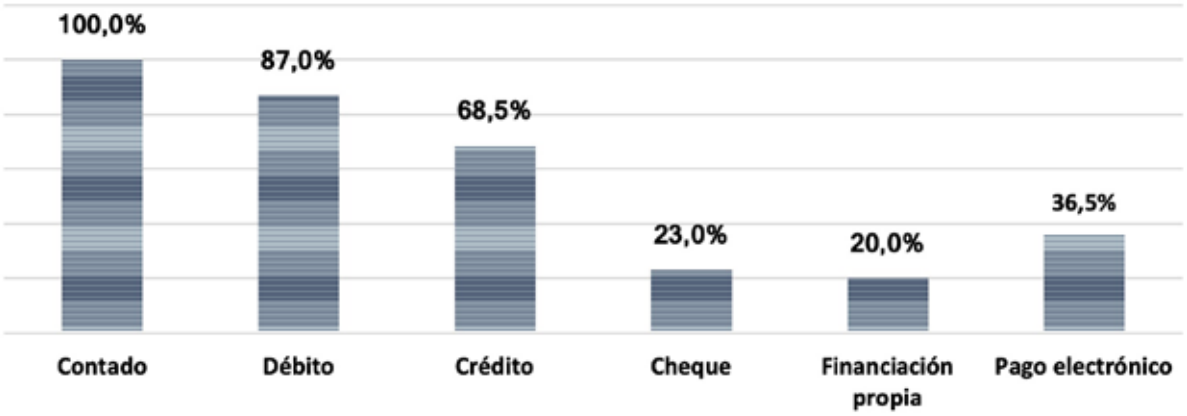
PERSONAL



MEDIOS DE COBRO

Los tres medios de pago más aceptados son el contado efectivo (100% de los comercios encuestados), el débito (87%) y el crédito (68,5%). La aceptación de cheques, cuenta corriente a clientes y pago electrónico es menos frecuente. Sin embargo, es notable el incremento del uso del pago electrónico (que pasó de 20% a 36,5% en un año).

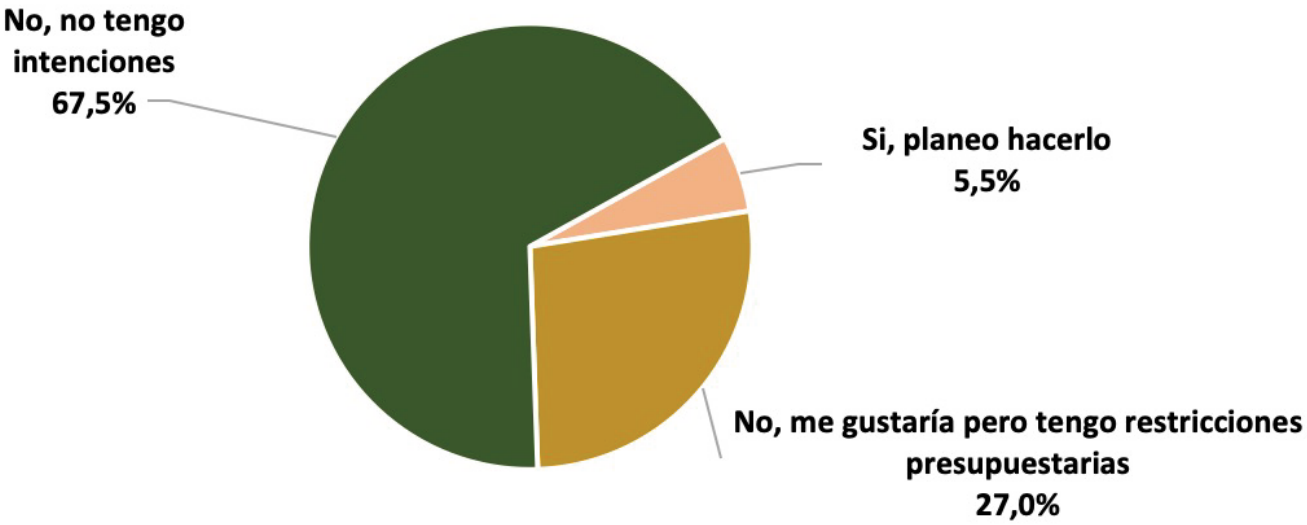
FORMAS DE COBRO DISPONIBLES



DEMANDA DE TRABAJO

Se consultó sobre la intención de contratar personal en los próximos tres meses, y sólo el 5,5% respondió afirmativamente a dicha pregunta. El 27,0% de los encuestados manifestó su voluntad de hacerlo, pero declararon verse impedidos por restricciones presupuestarias. La última categoría, la de las empresas que no tienen intenciones de contratar nuevo personal, ascendió a 67,5%.

INTENCIONES DE CONTRATAR PERSONAL



DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICA LOCAL
CONSULTAS (0249) 4432049 AL 54 INT. 1205
adm_estadisticalocal@tandil.gov.ar

Municipio de Tandil
Lugar Soñado