



Presentación de Resultados ENCUESTA DE COYUNTURA sobre el 1er semestre 2022

NOVIEMBRE 2022

Dirección General de Estrategia Productiva
Subsecretaría de Desarrollo Económico
Ministerio de Desarrollo Económico y Producción

Objetivo

Relevamiento regular de coyuntura en comercios y empresas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que permite obtener información acerca de su caracterización, si son exportadoras actualmente o potencialmente, acceso al financiamiento, acciones de transformación aplicadas y talento.

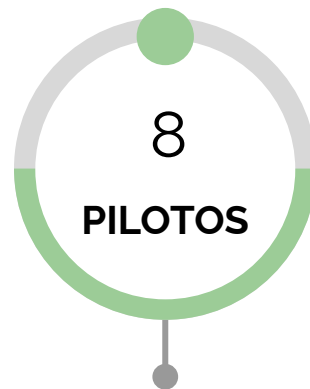
La encuesta



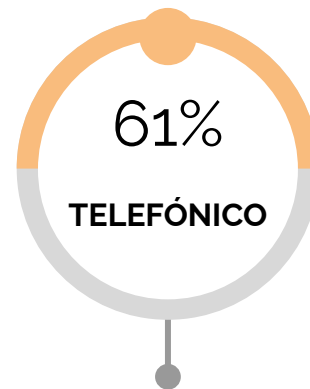
Estratificado
según sector



La duración
promedio de la
encuesta fue de
11 minutos



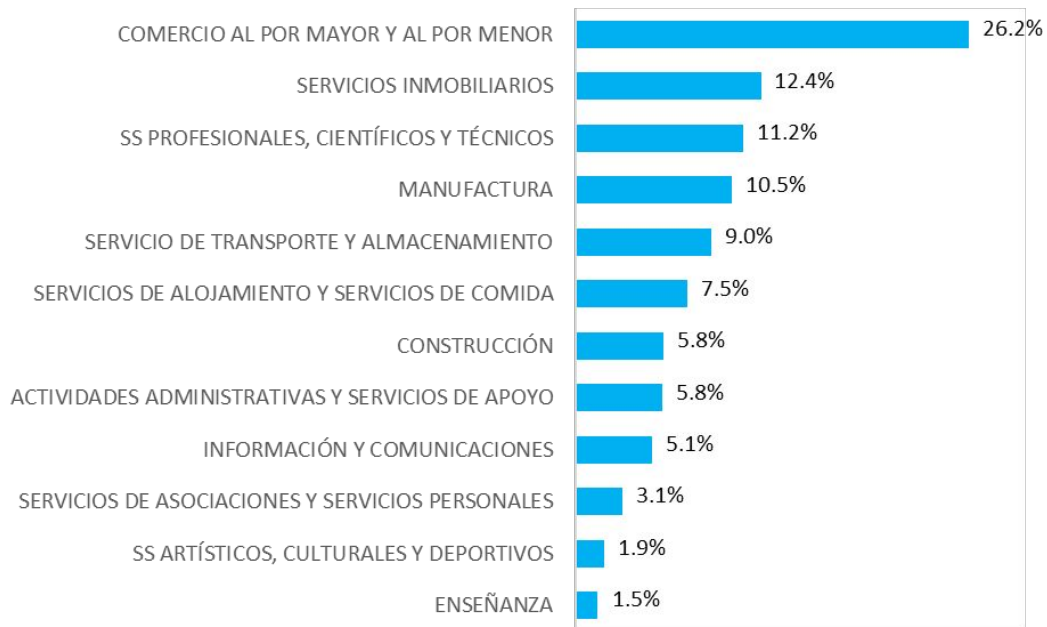
A partir de los
cuales se
ajustaron tres
preguntas del
cuestionario



El 40% brindó sus
respuestas a
partir de
encuestas
presenciales

Caracterización de las empresas

Composición de la muestra

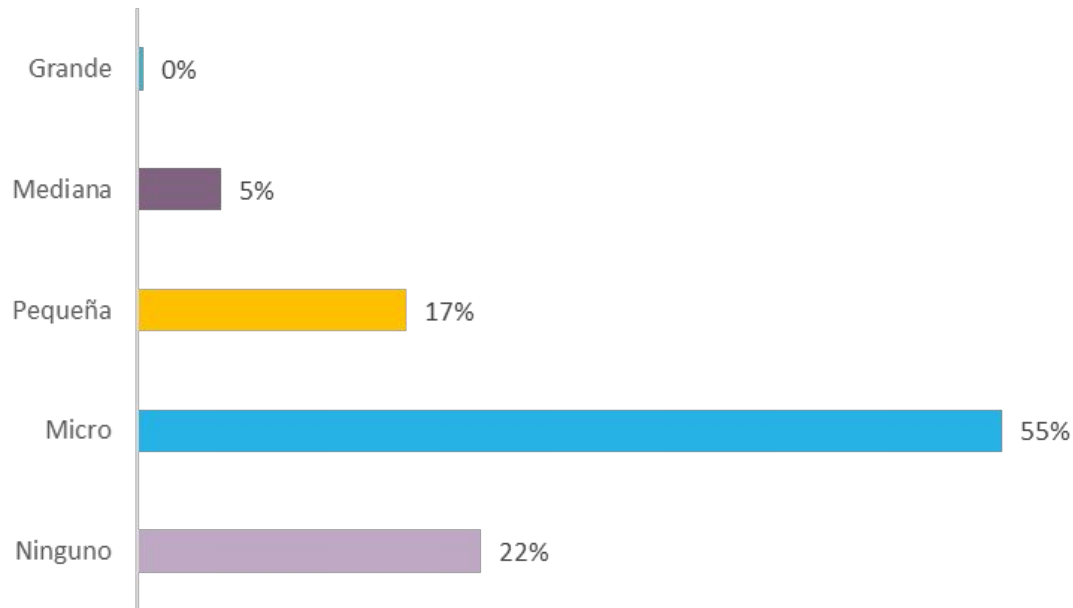


El 67% de los encuestados tienen al menos un local comercial,



El 5% de las empresas son exportadoras

Tamaño de empresa según empleo



El 55% de los encuestados es una microempresa.

De estas, la mayoría pertenecen al sector **comercio** (26%), seguidas por **servicios inmobiliarios** (14%)

Tamaño de empresa	Cantidad de empleados
Unipersonal	ninguno
Microempresa	de 1 a 9
Pequeña empresa	de 10 a 49
Mediana empresa	de 50 a 200
Empresa Grande	más de 200

Capítulo 1

Principales Hallazgos

Conclusiones 1er semestre 2022 (805 empresas entrevistadas)

- El **67%** de las empresas cuenta con **locales a la calle**.
- La **mayoría de las empresas que cierran locales a la calle son microempresas**. Los principales motivos siguen siendo la baja rentabilidad, pero ya no las secuelas de la pandemia.
- El **43%** de las empresas tienen un **producto exportable**, el **12% son o fueron exportadoras**, y **casi el 9% planea exportar en el mediano plazo**.
- El **17% de las empresas exportadoras dejaron de exportar durante el primer semestre del 2022** y el 43% de ese total pertenece al sector manufacturero.
- El **26% de las empresas utilizó financiamiento**, destacándose el financiamiento con capital propio. La mayor parte se utilizó para el pago de salarios (23%) y la compra de insumos y mercaderías (22%).

Conclusiones 1er semestre 2022 (cont.)

- **El 49% realizó algún tipo de transformación y/o adaptación durante el primer semestre del 2022**, principalmente apertura de nuevos canales comerciales (telefónico, web, redes sociales). Dichas estrategias adoptadas obedecen principalmente a **cambios en la demanda**.
- **El 64% de las empresas encuestadas nunca implementó la modalidad de teletrabajo**. Actualmente, de las empresas que lo implementaron, sólo el 19% lo sigue manteniendo en algún porcentaje.
- **El 11% incorporó recursos humanos, versus el 15%** en el 2do semestre de 2021 (4 p.p. menos). Se destaca la incorporación de **perfiles operativos (32% del total)**, principalmente en el sector manufactura (21% del total de perfiles operativos) y en hoteles y restaurantes (otro 15%).

Capítulo 3

Eje Exportación

Factores e instrumentos de exportación



Principales factores que explican la variación en las exportaciones:



30% Política de comercio exterior



23% Contexto cambiario



17% Contexto generado por la pandemia

Instrumentos de promoción de exportaciones utilizados :

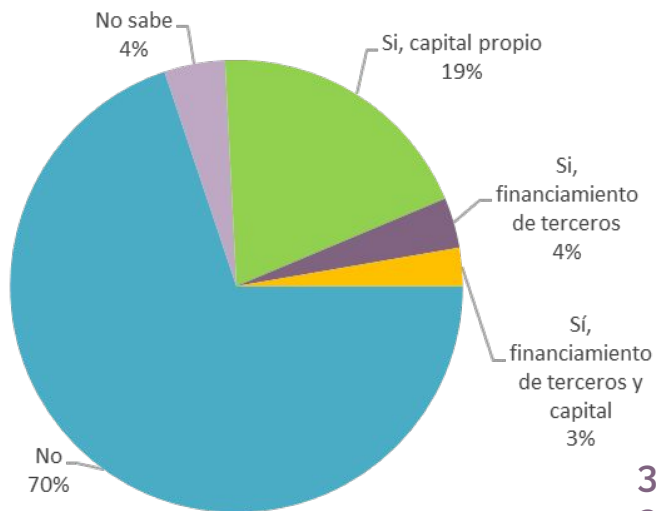
- **19%** Publicidad en Internet y Redes Sociales
- **17%** Acuerdos y/o alianzas con distribuidores en el exterior
- **10%** Consultoría/Asesoramiento
- **5%** Asesoramiento y/o ayuda de cámaras empresariales

Capítulo 4

Acceso al financiamiento

¿Utilizó fondos propios o de terceros?

¿Qué tipo de financiamiento usó?



19% Capital propio



4% Financiamiento de terceros



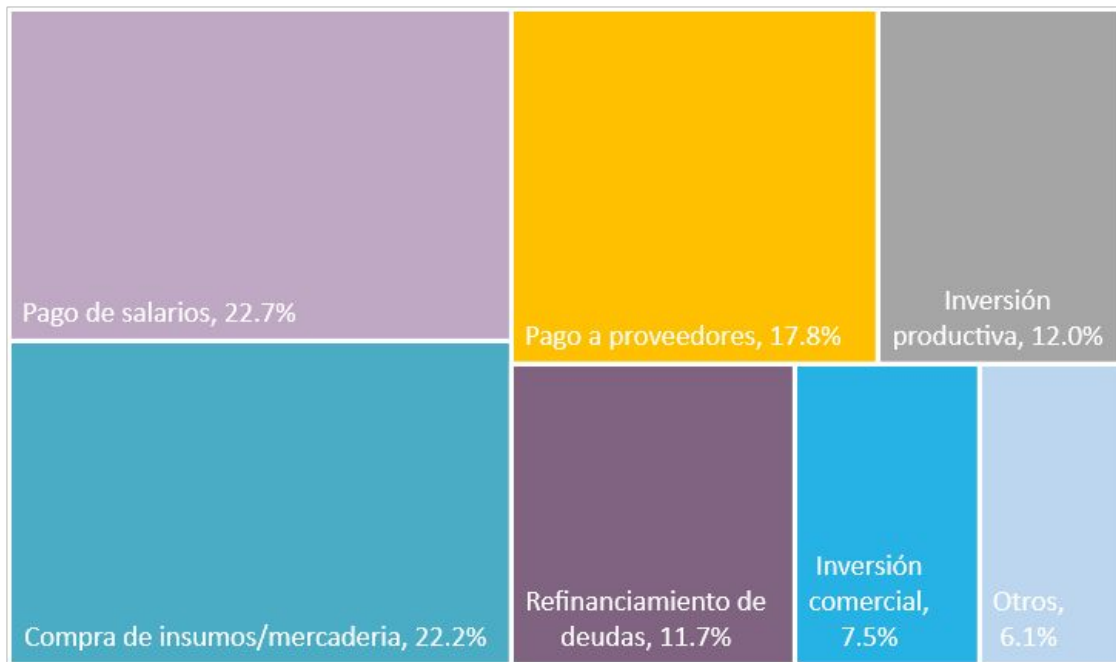
32% crédito bancario no subsidiado
20% crédito bancario subsidiado por el Estado Nacional
18% préstamos de familiares y/o amigos

El **70%** de las empresas **no accedió a financiamiento**, ni propio ni de terceros

Del **26%** que tomó financiamiento, **la mayoría lo hizo con capital propio.**

Se observa un aumento del financiamiento a partir de **créditos bancarios a tasas de mercado y de préstamos informales**, respecto al semestre anterior,

Destino de los fondos (propios y de terceros)



El **70%** de los fondos (propios y de terceros) son destinados a **capital de trabajo**.

El **19,5%** se destina a **inversión productiva y comercial**.

Dentro de otros, muchos mencionaron el pago de gastos operativos y de mantenimiento (impuestos, alquiler, etc).

Capítulo 5

Adaptación y Reconversión

¿Qué estrategias y/o nuevas prácticas ha implementado durante el primer semestre 2022 frente al nuevo contexto económico?



49% realizó transformación y/o adaptación



51% no realizó transformación ni adaptación



21% Nuevos canales comerciales



6% Implementación de teletrabajo



6% Reducción de costos



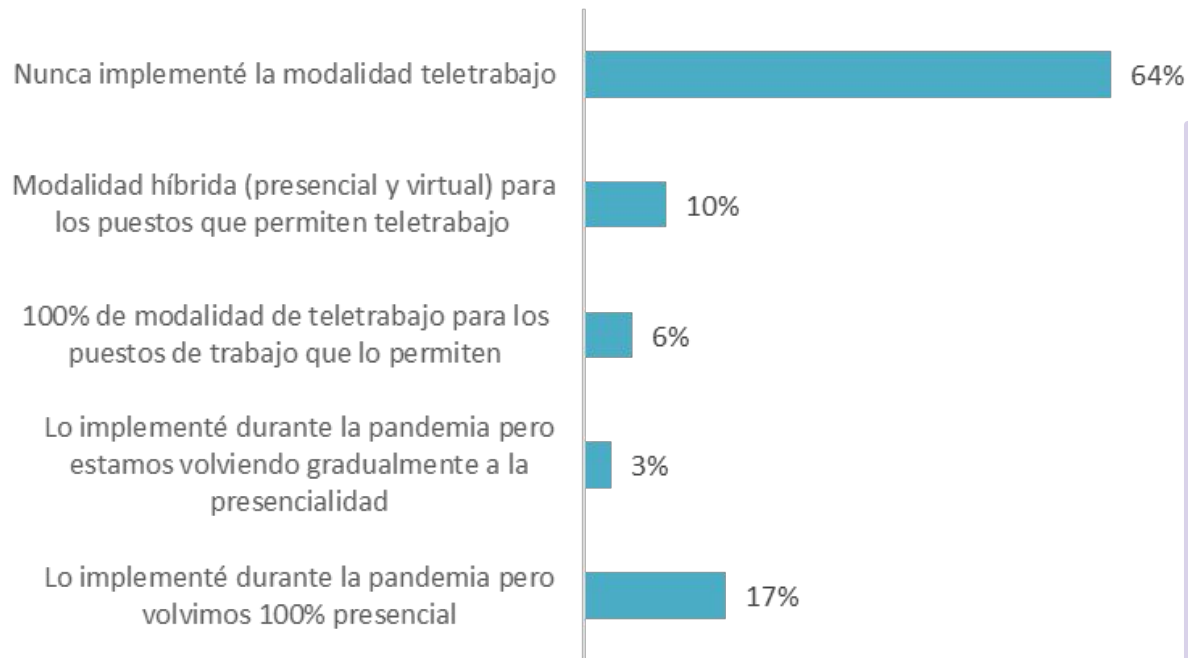
6% Desarrollo de nuevos productos

Dichas estrategias adoptadas obedecen principalmente a **cambios en la demanda (46%)**

Del 51% de las empresas que no realizó ninguna adaptación o transformación, la mayoría pertenece al sector Comercio (28% del total) y a los Servicios Inmobiliarios (13%).

La transformación más utilizada fue la de nuevos canales comerciales (21%), principalmente en **Comercio (27% del total)**,

Evolución del teletrabajo durante el primer semestre del 2022

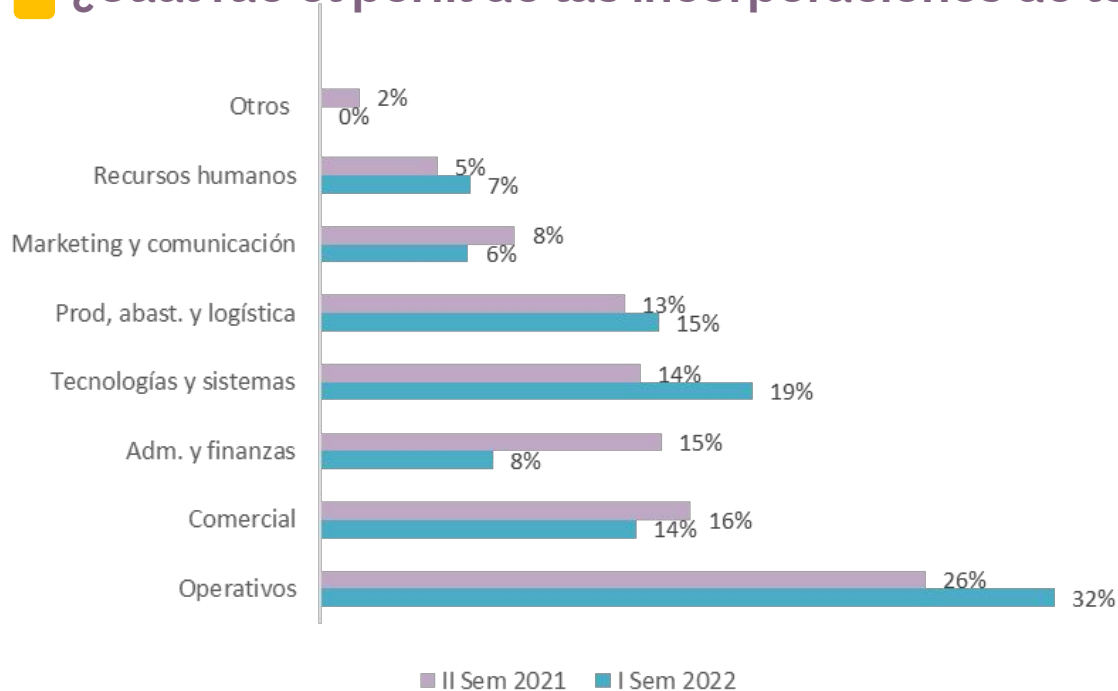


- ★ 511 empresas (64%) nunca implementaron la modalidad teletrabajo.
- ★ 139 empresas (17%) lo implementaron en algún momento pero ya volvieron a la presencialidad total
- ★ 155 empresas (19%) trabajan de manera remota en algún porcentaje. De esas, el 55% aún conserva el 100% de los puestos físicos en el lugar de trabajo.

Capítulo 6

Eje Talento

¿Cuál fue el perfil de las incorporaciones de los recursos humanos?



El **89% (717)** de las empresas **no** incorporó perfiles en el 1er semestre de 2022.

Del **11% (88)** que incorporó perfiles, el **operativo** fue el más solicitado, principalmente en el **sector manufactura (21%)** y en **hoteles y restaurantes (15%)**.

Los perfiles de **tecnología y sistemas** fueron incorporados principalmente en el **sector Tic's (52%)**.

Dificultad en la contratación de perfiles - I Semestre 2022

¿Para la incorporación de qué perfiles encontró alguna dificultad?



28%

Perfiles de
Tecnología y
sistemas



20%

Perfiles
Operativos



16%

Perfiles
Comerciales



14%

Otros



11%

Perfiles de
Administración
y finanzas



9%

Perfiles de
Producción
abastecimiento y
logística



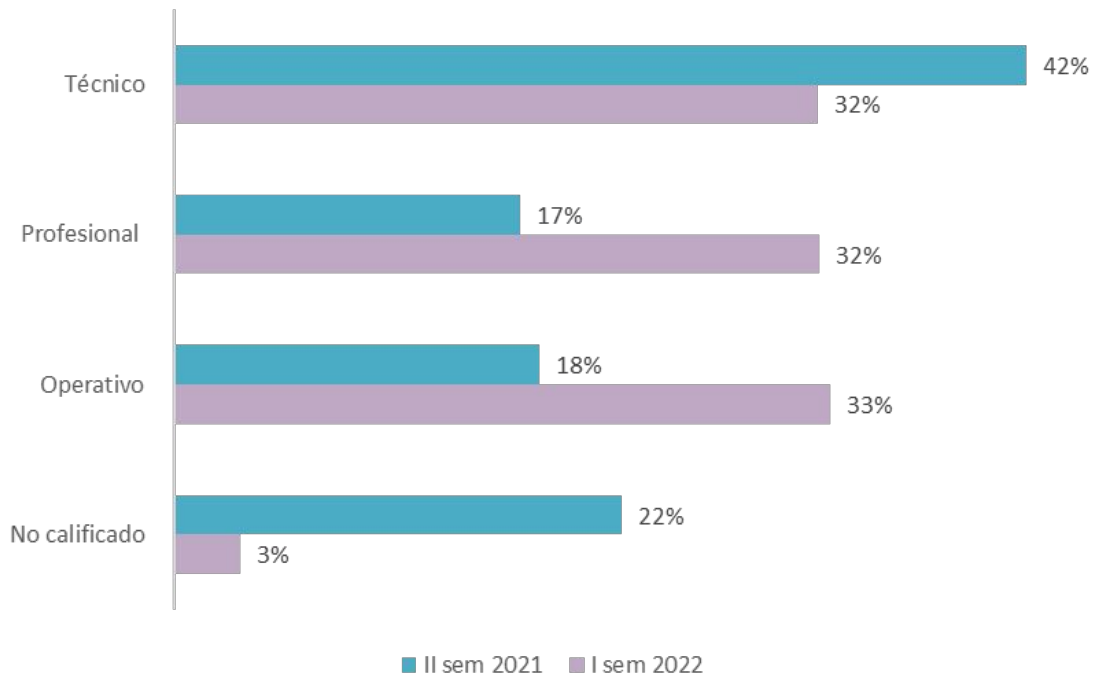
3%

Perfiles de
Marketing y
comunicación

Del 11% de las empresas (88) que incorporaron recursos humanos, **47 empresas (53%) indicaron haber presentado dificultades con los perfiles.**

Los perfiles de tecnología y sistemas y los operativos siguen siendo los más solicitados y los que más dificultades tuvieron para cubrir.

Perfiles más difíciles de cubrir



El **66%** de las empresas (31) que tuvieron dificultades para incorporar RRHH, **no pudieron cubrir las vacantes**. En la mayoría de los casos se trata entre **1 y 2 puestos**. Y la posición con más vacantes son los **desarrolladores/programadores**.

Durante el 2do sem de 2022 les resultó difícil incorporar técnicos, profesionales y operativos, a diferencia del semestre anterior donde mayormente faltaban técnicos,

Dificultades para cubrir puestos



El **66%** de las empresas que tuvieron dificultades para incorporar RRHH, **no pudieron cubrir las vacantes**, aun cuando el puesto no tenía requisitos de género y edad

No obstante, el **nivel educativo** es un requisito valorado por las empresas, principalmente aquellos que poseen nivel universitario, completo o incompleto.

La **experiencia laboral** también son un requisito buscado, preferentemente se requieren perfiles semi senior y senior



Presentación de Resultados ENCUESTA DE COYUNTURA 1er semestre 2022

NOVIEMBRE 2022

Dirección General de Estrategia Productiva
Subsecretaría de Desarrollo Económico
Ministerio de Desarrollo Económico y Producción