



Presentación de Resultados ENCUESTA DE COYUNTURA 2do semestre 2021

AGOSTO 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.

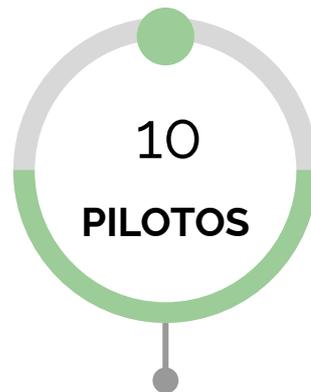
La encuesta



Estratificado
según sector



La duración
promedio de la
encuesta fue de
11 minutos



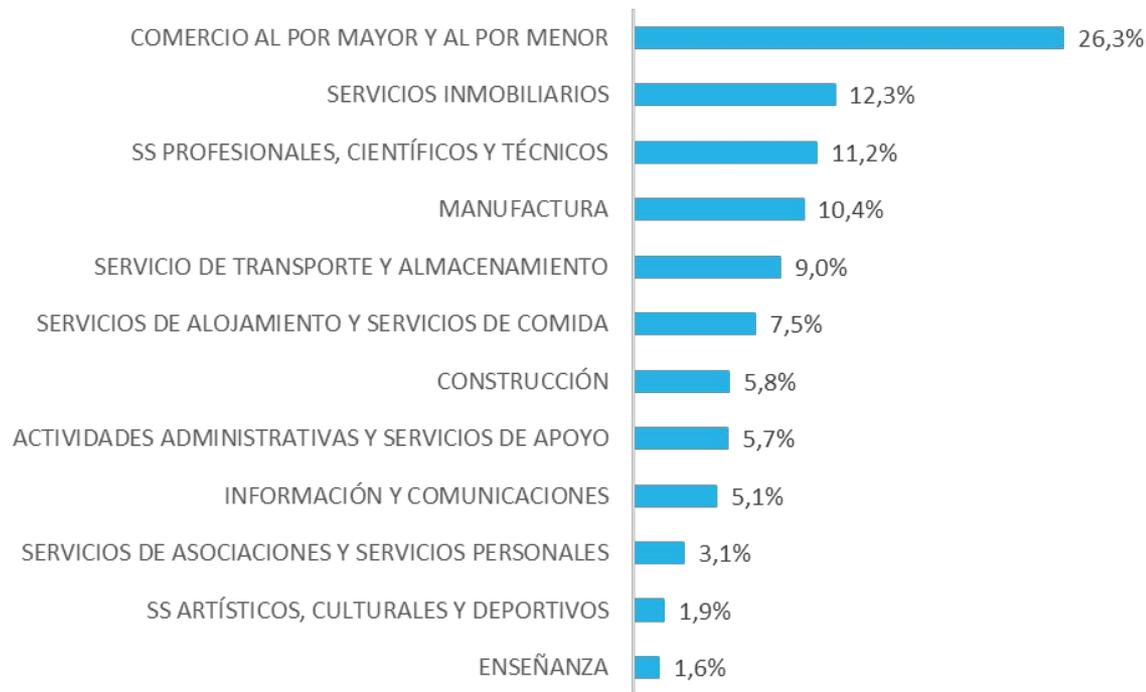
A partir de los
cuales se
ajustaron tres
preguntas del
cuestionario



El 40% brindó sus
respuestas a
partir de
encuestas
presenciales

Caracterización de las empresas

Composición de la muestra



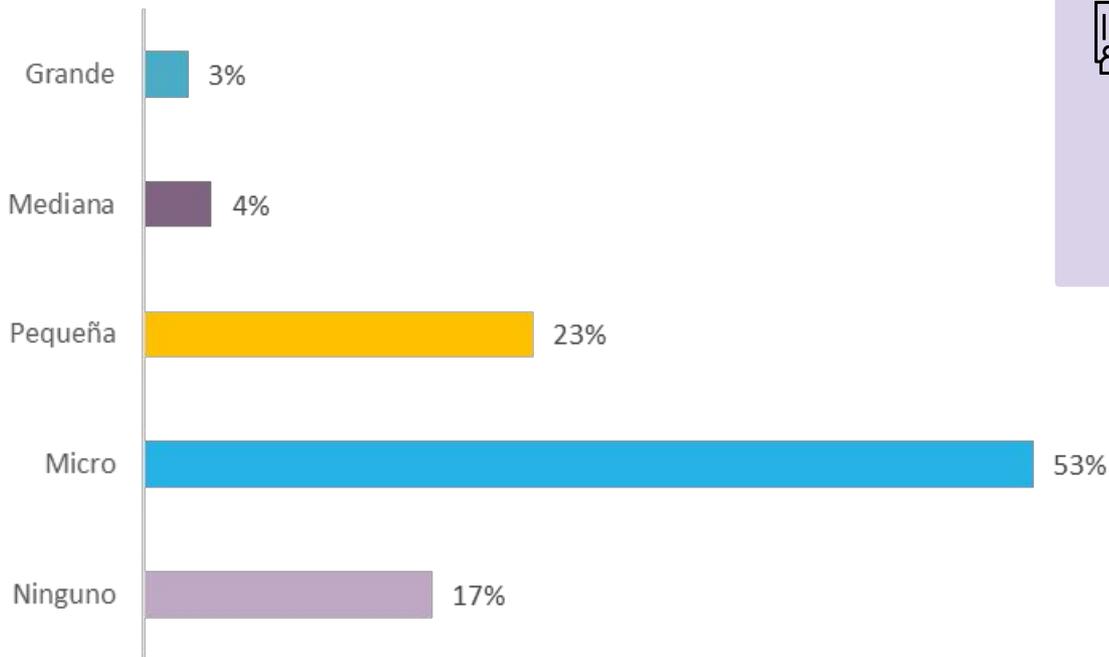
El 77% de los encuestados tienen al menos un local comercial

De estas, 516 empresas tiene 1 local, y las restantes 113 tienen entre 2 y 5 locales.



El 6,5% de las empresas son exportadoras

Tamaño de empresa según empleo



El 53% de los encuestados es una microempresa.

De estas, la mayoría pertenecen al sector **comercio** (29%), seguidas por **servicios inmobiliarios** (13%)

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 2do semestre 2021 (821 empresas entrevistadas)

- El **77%** de las empresas (821 empresas entrevistadas) 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 y las secuelas de la pandemia.
- El **46%** de las empresas tienen un **producto exportable (378 empresas)**, sólo **54 empresas (14%) exportan actualmente, 47 empresas planifican exportar en 2022 y 31 empresas más adelante.**
- El **18%** de las empresas exportadoras dejaron de exportar (9 empresas) durante el segundo semestre del **2021** y el 33% de ese total pertenece al sector manufacturero.
- El **29%** de las empresas utilizó **financiamiento**, destacándose el financiamiento con capital propio. La mayor parte se utilizó para el pago de salarios (30%).

Conclusiones 2do semestre 2021 (cont.)

- El **60%** realizó algún tipo de transformación y/o adaptación desde el inicio de la pandemia, principalmente apertura de nuevos canales comerciales (telefónico, web, redes sociales).
- El **16%** de las empresas implementó la modalidad de teletrabajo (aunque el 76% indicó que podrían incorporar dicha modalidad con el 25% de su personal). De estos, más de la mitad (**56%**) adoptó una modalidad híbrida (presencial y virtual) y la mayoría pertenece al sector **TIC (17% del total)**, seguido por **servicios profesionales, científicos y técnicos (16%)**.
- El **15%** incorporó recursos humanos, versus **9%** en el 1er semestre de 2021 (6 p.p. más). Se destaca la incorporación de **perfiles operativos (26% del total)**, principalmente en el sector construcción (con 20% del total de perfiles operativos) y de transporte y logística (con otro 20%).

Capítulo 3

Eje Exportación

Factores e instrumentos de exportación



Principales factores que explican la variación en las exportaciones:



32% Contexto generado por la pandemia



25% Política de comercio exterior



25% Decisión de la empresa

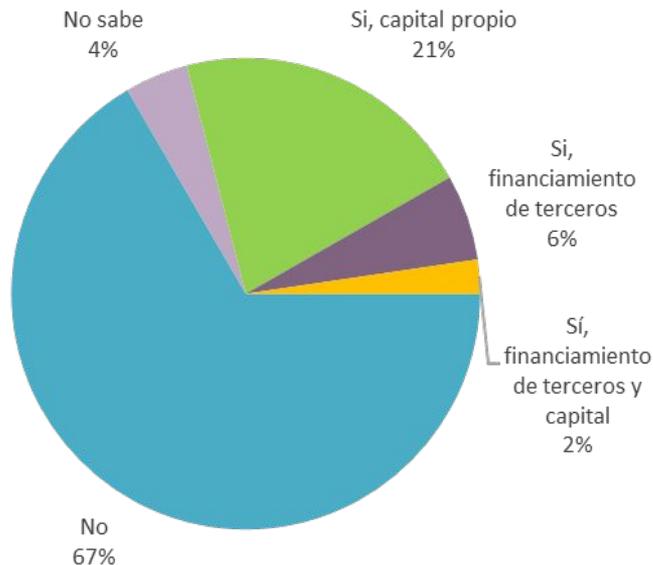
Instrumentos de promoción de exportaciones utilizados :

- **19%** Acuerdos y/o alianzas con distribuidores en el exterior
- **11%** Publicidad en Internet y Redes Sociales
- **8%** Consultoría/Asesoramiento
- **3%** Asesoramiento y/o ayuda de cámaras empresariales

Capítulo 4

Acceso al financiamiento

¿Utilizó fondos propios o de terceros?



¿Qué tipo de financiamiento usó?



21% Capital propio



6% Financiamiento de terceros



34% crédito bancario subsidiado por el Estado Nacional

23% crédito bancario no subsidiado

13% préstamos de familiares y/o amigos

El **67%** de las empresas **no accedió a financiamiento**, ni propio ni de terceros

Del **29%** que tomó financiamiento, **la mayoría lo hizo con capital propio**.

Se observa una **caída en el acceso al financiamiento** con respecto al semestre anterior, probablemente explicado por la finalización de los programas REPRO y ATP y al endurecimiento de las condiciones de mercado.

Destino de los fondos (propios y de terceros)



Las empresas que accedieron a financiamiento, lo hicieron principalmente para.

- ★ pagar salarios,
- ★ proveedores y
- ★ comprar insumos/mercaderías

Capítulo 5

Adaptación y Reconversión

¿Qué estrategias de adaptación y transformación ha tomado durante la pandemia y siguen vigentes al segundo semestre 2021?



60% realizó transformación y/o adaptación



40% no realizó transformación ni adaptación



23% Nuevos canales comerciales



16% Implementación de teletrabajo



5% Cambio a tienda virtual 100%

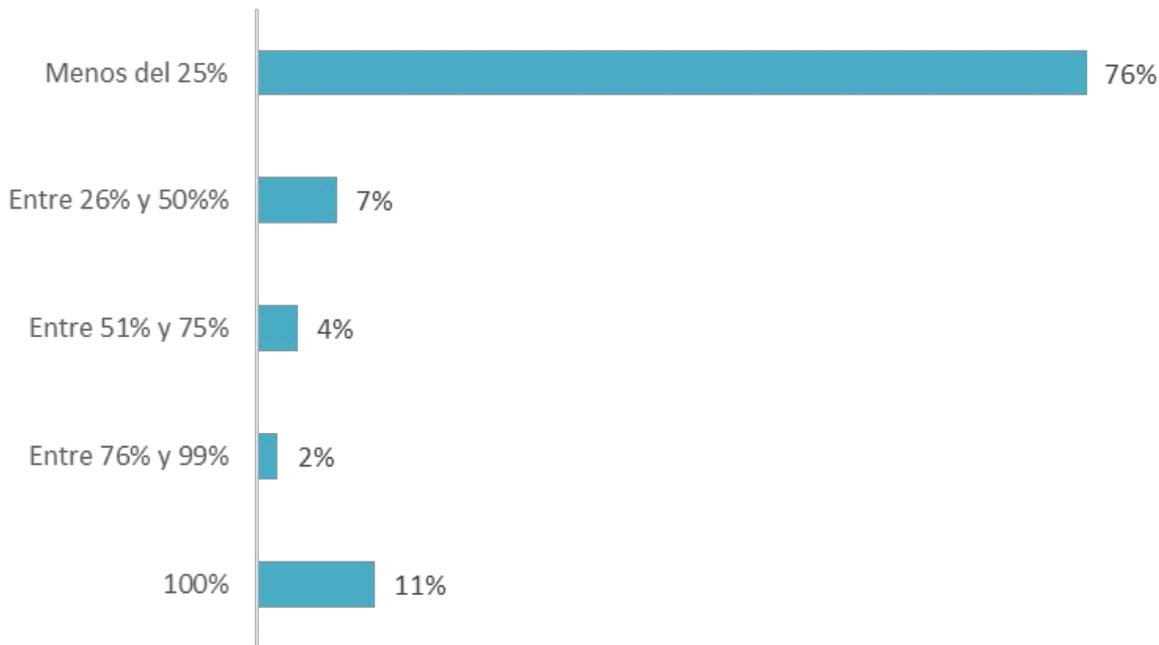


5% Desarrollo de nuevos productos

Del 40% de las empresas que no realizó ninguna adaptación o transformación, la mayoría pertenece al sector Comercio (25% del total) y a los Servicios Inmobiliarios (15%).

La transformación más utilizada fue la de nuevos canales comerciales (23%), principalmente en **Comercio (36% del total)**, e implementación de teletrabajo (16%) mayormente en empresas **TIC's (17%)** y **Servicios Profesionales (16%)**.

¿ Dadas las tareas que realizan, qué porcentaje de los empleados de su empresa tendría posibilidad de adoptar la modalidad de teletrabajo?



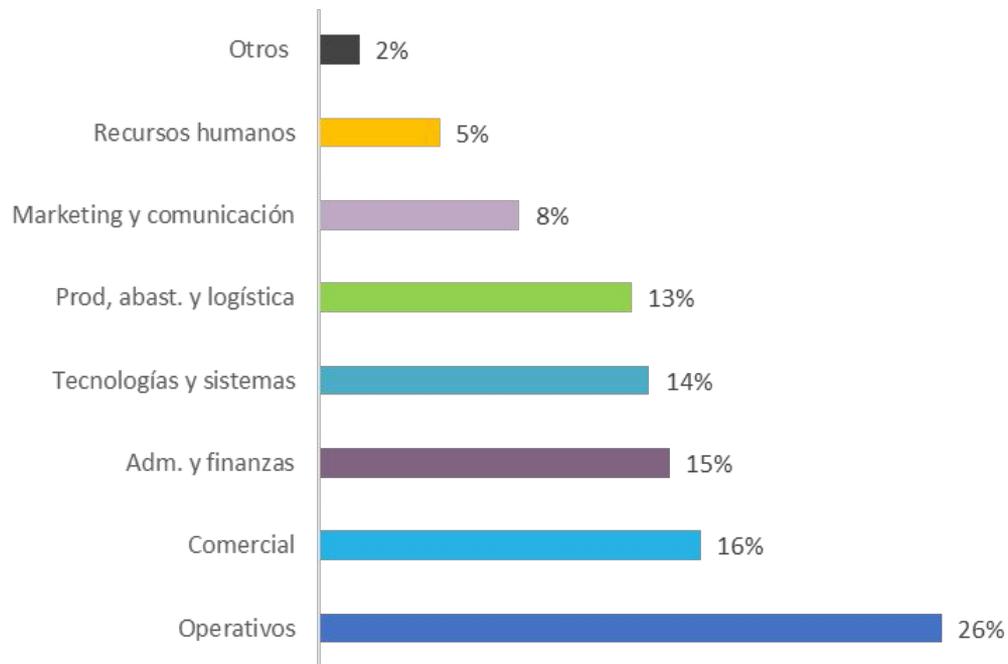
El **76%** de empresas indicó que **podría adoptar la modalidad del teletrabajo para al menos un cuarto de su planta de personal.**

No obstante, sólo el **16%** de las empresas implementó la **modalidad de teletrabajo**. De estos, más de la mitad (**56%**) **adoptaron una modalidad híbrida** (presencial y virtual). Y la mayoría pertenece al sector **TIC (17%), seguido por servicios profesionales, científicos y técnicos (16%)**

Capítulo 6

Eje Talento

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



El **85%** de las empresas **no** incorporó perfiles en el 2do semestre de 2021.

Del **15%** que incorporó perfiles, el **operativo** fue el más solicitado, principalmente en el **sector construcción (20%)** y en **transporte y logística (20%)**.

Los perfiles de **marketing y tecnología** fueron incorporados en la mayoría de los sectores productivos.

Dificultad en la contratación de perfiles



14%

Perfiles Operativos



10%

Perfiles de Tecnología y sistemas



10%

Perfiles Comerciales



8%

Perfiles de Producción abastecimiento y logística



8%

Perfiles de Administración y finanzas



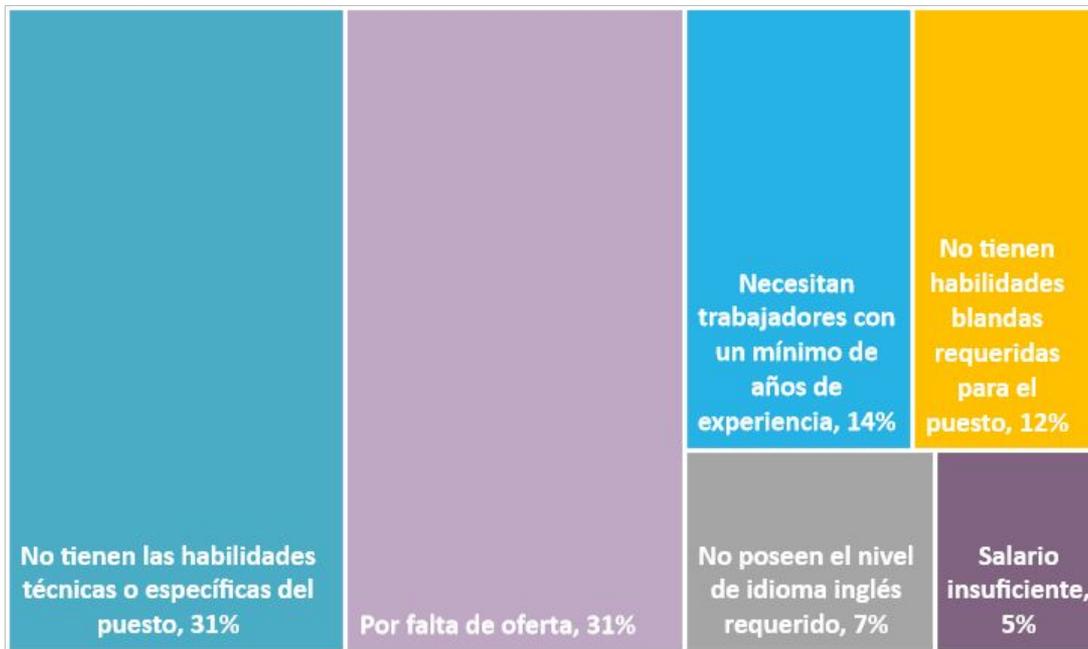
4%

Perfiles de Marketing y comunicación

Del 15% de las empresas (121) que incorporaron recursos humanos, **55 empresas indicaron no haber presentado dificultades** con los perfiles.

Los perfiles operativos y de tecnología y sistemas fueron los que más dificultades tuvieron para cubrir.

Dificultades para cubrir puestos



El **24%** de las empresas que buscaron incorporar recursos, **no pudieron cubrir las vacantes**, aun cuando el puesto no tenía requisitos de género, edad, nivel educativo ni experiencia previa. En la mayoría de los casos se trata de entre 1 y 2 puestos. Y la posición con más vacantes son los desarrolladores/programadores.

La falta de habilidades técnicas o específicas fue indicada como limitante principalmente en la **industria manufacturera (31% del total)**.



Presentación de Resultados ENCUESTA DE COYUNTURA 2do semestre 2021

AGOSTO 2022

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