



Presentación de Resultados ENCUESTA DE COYUNTURA 2do semestre 2022

MARZO 2023

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 situación actual, sus necesidades y sus perspectivas.

En esta oportunidad se encuestaron a 809 empresas.

Caracterización de las empresas

Composición de la muestra 809 empresas encuestadas



Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina



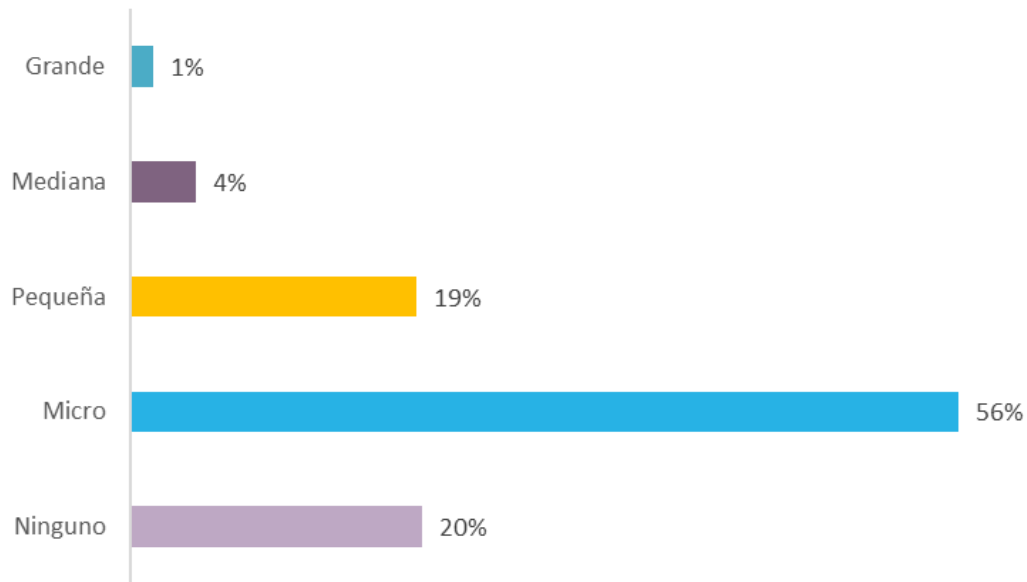
El 65% de los encuestados tienen al menos un local comercial,



El 5,7% de las empresas son exportadoras (46 empresas)

Muestra estadística: 809 empresas

Tamaño de empresa según empleo



Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas



El 56% de los encuestados es una microempresa.

De estas, la mayoría pertenecen al sector **comercio** (28%), 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 2do semestre 2022

- Del total de empresas, **347 tienen un producto exportable** (43% del total).
 - De estas, **sólo 46 empresas** (13% de las mismas) **son o fueron exportadoras**
 - **27 empresas planifican exportar en 2023 y 36 empresas más adelante.**
- **El 65% de las empresas (809 empresas entrevistadas) cuenta con locales a la calle.**
- **El cierre de al menos un local fue del 2% versus 7% en el 2do semestre 2021 (3% en el 1er semestre 2022).**
Los principales motivos siguen siendo la baja rentabilidad.
- **El 40% de las empresas sufrió una caída de sus ventas nominales** con respecto al 2do semestre de 2021, versus un 29% de las empresas en el 2do semestre 2021 (momento de salida de la pandemia).
- **El 19% redujo su nómina de empleados** respecto a un año atrás, versus el 12% en el 1er semestre de 2022 (7 p.p. más).
- **El 13% de las empresas exportadoras dejaron de exportar (6 empresas) durante el segundo semestre del 2022** y el 50% de ese total pertenece al sector manufacturero.

Muestra estadística: 809 empresas

Conclusiones 2do semestre 2022 (cont.)

- **El 28% de las empresas utilizó financiamiento**, destacándose el financiamiento con capital propio. La mayor parte se utilizó para la compra de insumos y mercaderías (29,5%) y el pago de salarios (22,1%).
- **El 38% realizó algún tipo de transformación y/o adaptación durante el segundo semestre del 2022** (vs 49% en el semestre anterior), principalmente apertura de nuevos canales comerciales (telefónico, web, redes sociales). Dichas estrategias adoptadas obedecen principalmente a **cambios en la demanda**.
- **El 66% de las empresas encuestadas nunca implementó la modalidad de teletrabajo**. Actualmente, de las empresas que la implementaron, sólo el 19% la sigue manteniendo en algún porcentaje.
- **El 11% incorporó recursos humanos versus el 15% en el 2do semestre de 2021** (11% en el 1er semestre de 2022). Se destaca la incorporación de **perfiles operativos (27% del total)**, principalmente en hoteles y restaurantes (31%) y en el sector manufactura (25% del total de perfiles operativos).

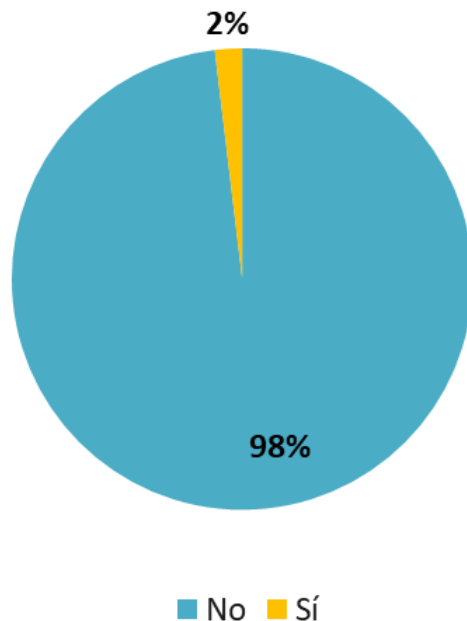
Perspectivas para los próximos 6 meses

- **La presión impositiva, la dinámica del mercado interno y el contexto macroeconómico** (inflación, tipo de cambio, tasa de interés), fueron identificadas como las principales **limitaciones al crecimiento**.
- El **2%** (10 empresas) de las empresas que tienen locales comerciales, **planean cerrar alguno durante los próximos 6 meses**, principalmente en el sector comercio.
- **Solo el 1% espera un crecimiento en sus ventas nominales mayor al 50%** respecto al semestre anterior.
- El 84% de las empresas no planea modificar la cantidad de empleados y **el 9,7% prevé una caída en la nómina** (vs el 5% en el semestre anterior).
- El **43% de las empresas planea desarrollar alguna nueva estrategia en los próximos 6 meses**. Se destacan **nuevos canales de comercialización, nuevo producto y nuevo segmento de mercado**, en línea con las medidas tomadas durante el último año y medio.

Capítulo 2

Nivel de Actividad

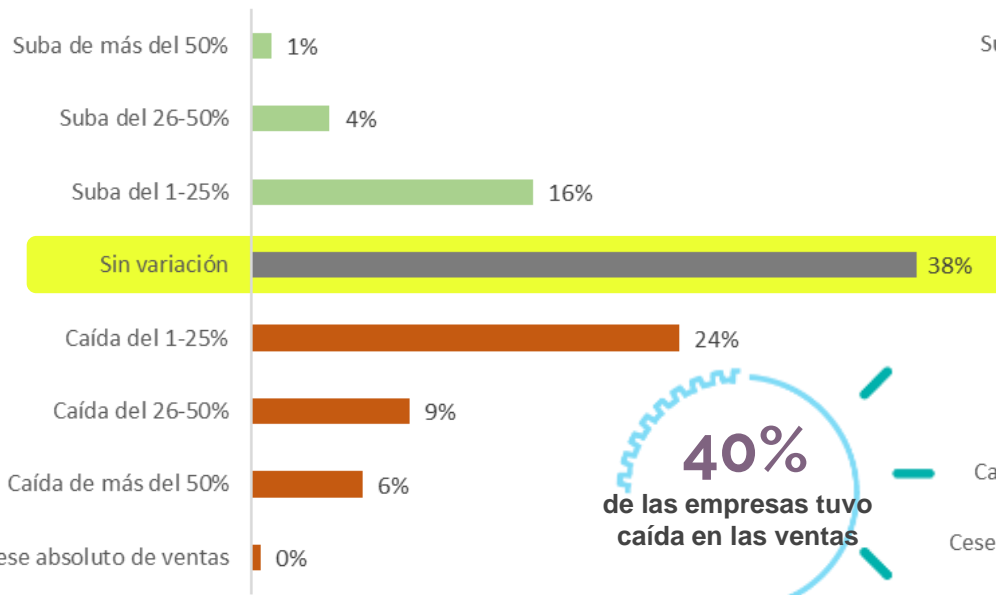
Cierre de locales durante el segundo semestre de 2022



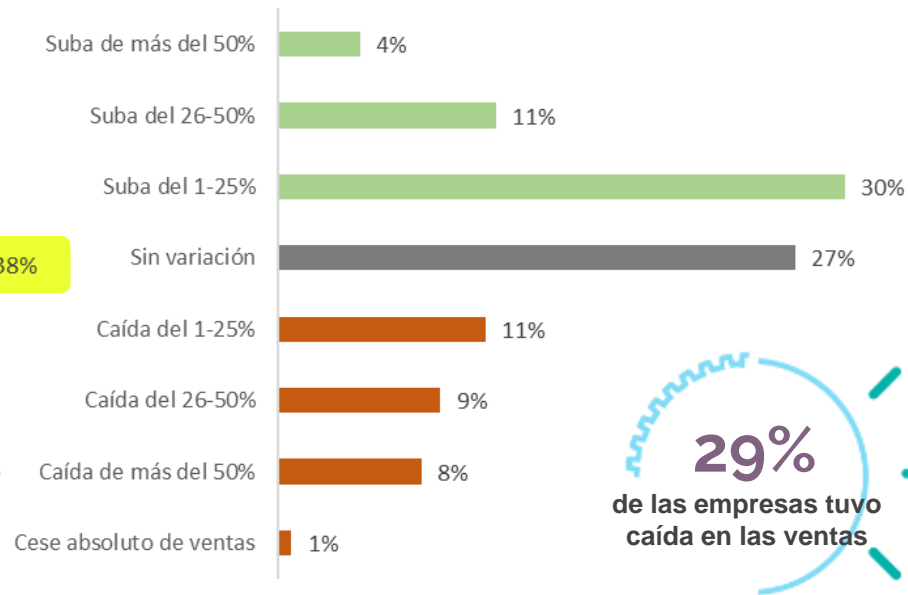
Sólo el **2%** de las empresas que tienen al menos un local comercial, cerraron alguno (10 empresas). A su vez, **el 80%** (8 empresas) **de las que cerraron son microempresas**, y el **principal motivo del cierre fue la baja rentabilidad**.

Evolución de las ventas nominales

2do semestre 2022 vs 2do semestre 2021



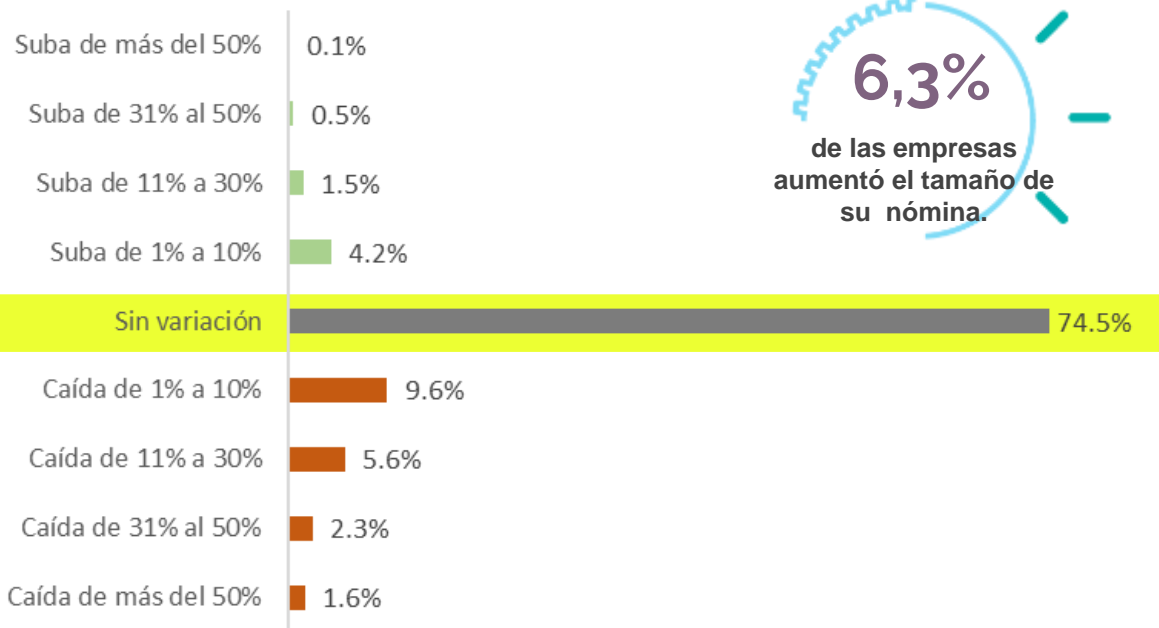
2do semestre de 2021 vs 2do semestre 2020



Muestra estadística: 809 empresas

Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Variación en la nómina de empleados (2do semestre 2022 vs 2do semestre 2021)



6,3%
de las empresas
aumentó el tamaño de
su nómina.

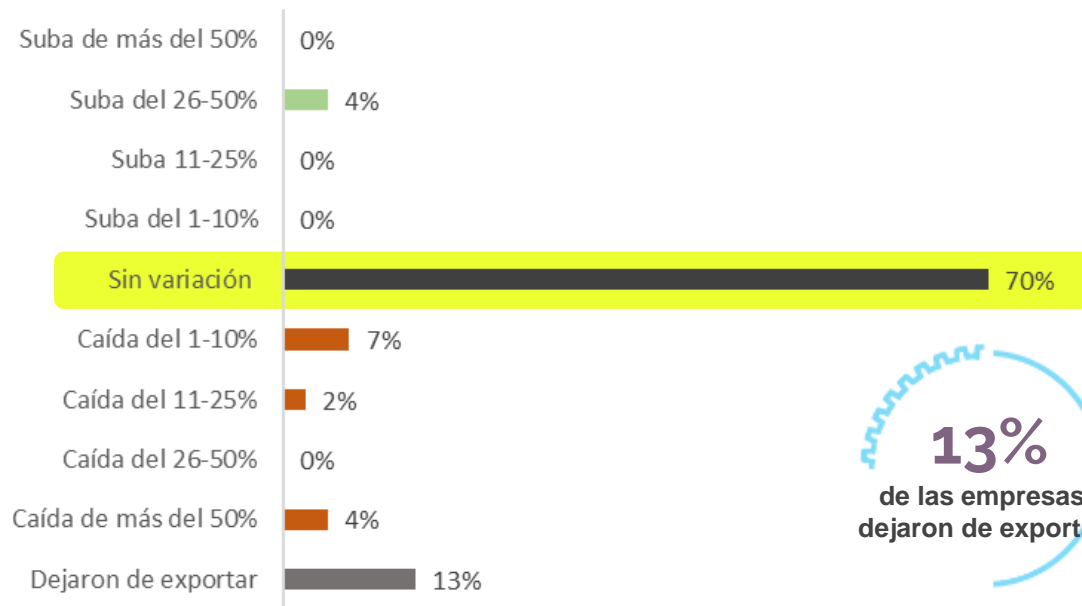
El 19% de las empresas disminuyó la nómina de empleados con respecto al 2do semestre de 2021, 7 p.p. más que en el primer semestre de 2021.

El 6,3% aumentó sus empleados, porcentaje que se mantiene a lo largo de los últimos semestres.

Capítulo 3

Eje Exportación

Evolución de los montos exportados (2do semestre 2022 vs 2do semestre 2021)



El **5,7%** (46 empresas) de las empresas son exportadoras

- ★ El 80% son **micro y pequeñas** empresas.
- ★ La mayoría pertenecen al **sector manufacturero** (37% - 17 empresas).
- ★ La mitad de las que dejaron de exportar pertenecen al **sector manufacturero** (3 empresas).

Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas

Factores e instrumentos de exportación



Principales factores que explican la variación en las exportaciones:



50% Política de comercio exterior



25% Contexto cambiario



13% Contexto económico internacional

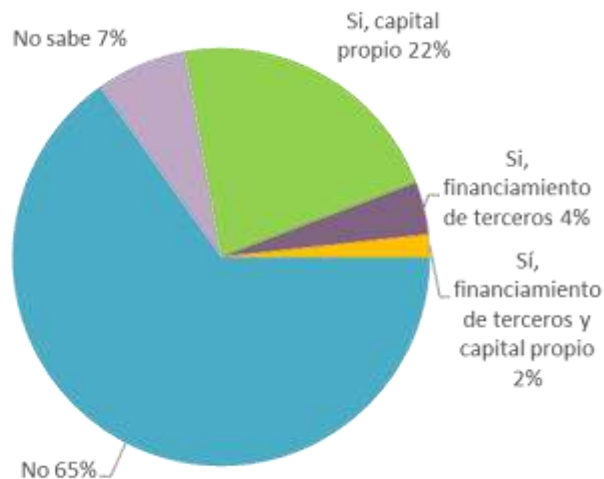
Instrumentos de promoción de exportaciones utilizados :

- **22%** Acuerdos y/o alianzas con distribuidores en el exterior
- **11%** Publicidad en Internet y Redes Sociales
- **11%** Asesoramiento y/o ayuda de cámaras empresariales
- **0%** Consultoría/Asesoramiento
- **56%** Ninguno

Capítulo 4

Acceso al financiamiento

¿Utilizó fondos propios o de terceros?



¿Qué tipo de financiamiento usó?



22% Capital propio



4% Financiamiento de terceros



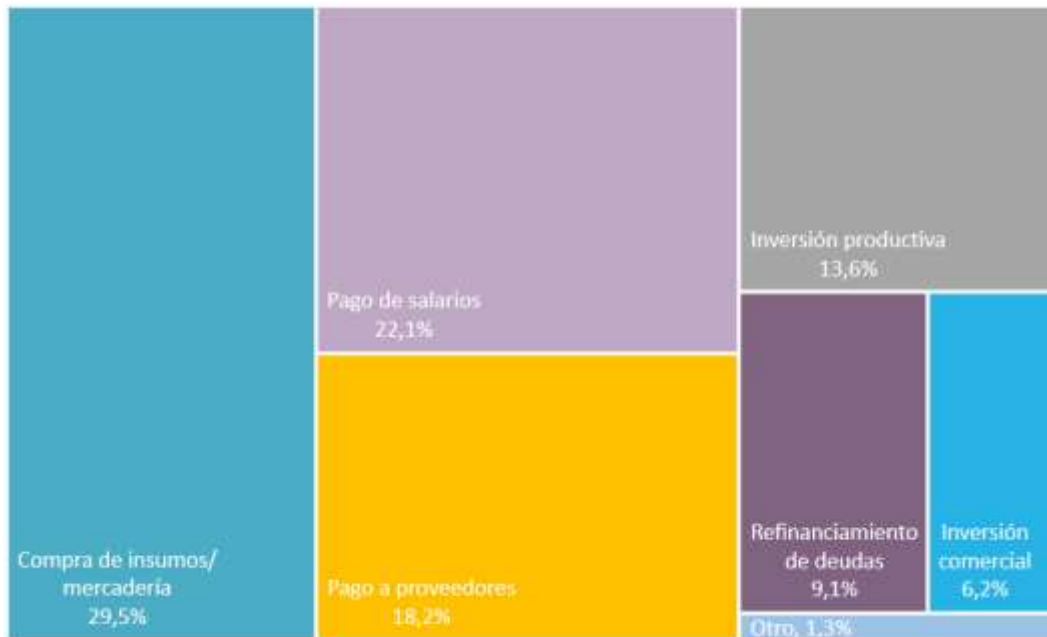
58% crédito bancario no subsidiado
24% crédito bancario subsidiado por el Estado Nacional
7% préstamos de familiares y/o amigos

El **65%** de las empresas **no accedió a financiamiento**, ni propio ni de terceros

Del 28% 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 una disminución 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 **20%** se destina a **inversión productiva y comercial**.

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

Capítulo 5

Adaptación y Reconversión

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



38% realizó transformación y/o adaptación



62% no realizó transformación ni adaptación



17% Nuevos canales comerciales



6% Desarrollo de nuevos productos



3% Implementación de teletrabajo

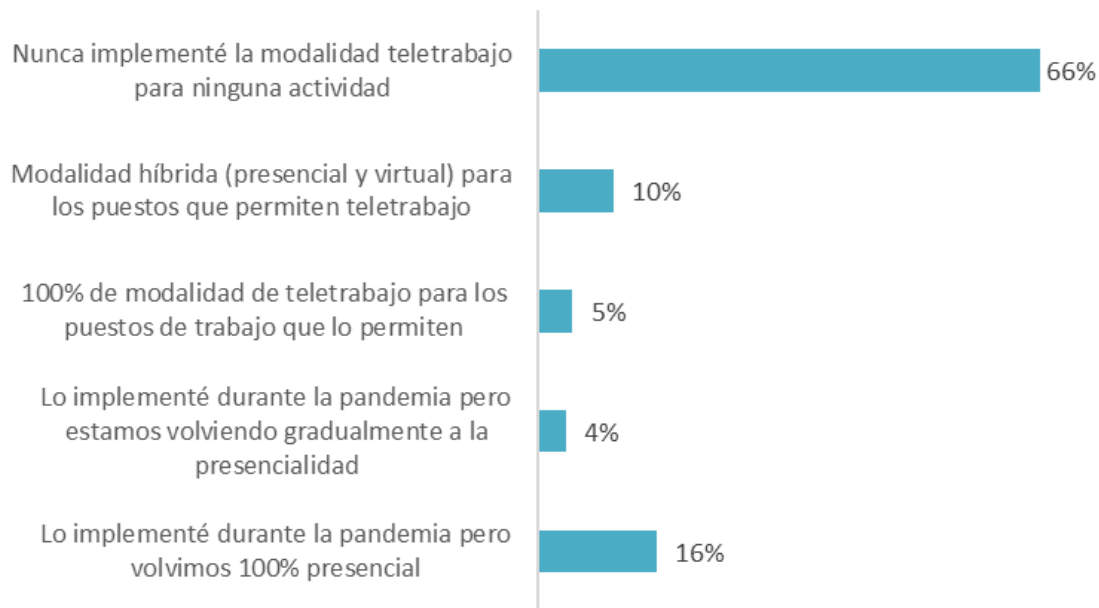
2% Incorporación de nuevos perfiles laborales

Dichas estrategias adoptadas obedecen principalmente a **cambios en la demanda (50%)**

Del 62% de las empresas que no realizó ninguna adaptación o transformación, la mayoría pertenece al sector Comercio (26% del total) y a los Servicios Inmobiliarios (14%).

La transformación más utilizada fue la de nuevos canales comerciales (17%), principalmente en **Comercio (27% del total)**.

Evolución del teletrabajo durante el segundo semestre del 2022



Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

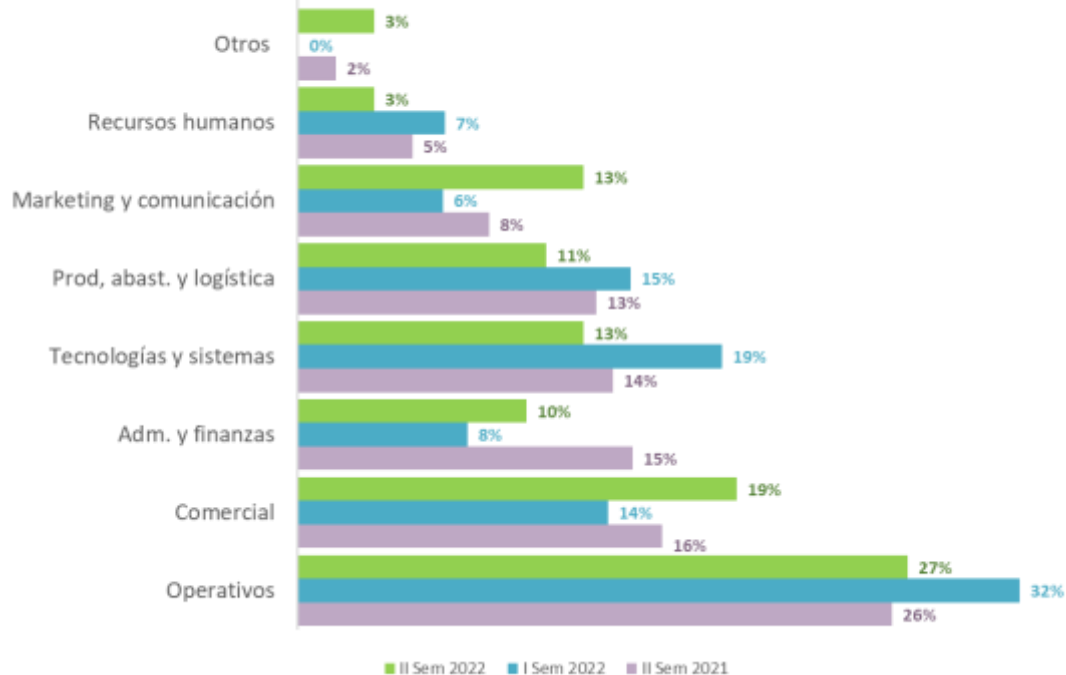
- ★ **66% (534 empresas) nunca implementaron** la modalidad teletrabajo.
- ★ **16% (127 empresas) lo implementaron en algún momento pero ya volvieron a la presencialidad total.**
- ★ **19% (148 empresas) trabajan de manera remota** en algún porcentaje. De esas, el 25% aún conserva el 100% de los puestos físicos en el lugar de trabajo.

Muestra estadística: 809 empresas

Capítulo 6

Eje Talento

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



Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

El **89% (716)** de las empresas **no** incorporó perfiles en el 2do semestre de 2022.

Del **11% (93 empresas)** que incorporó perfiles, el **operativo** fue el más solicitado, principalmente en **hoteles y restaurantes (31%)** y en **el sector manufactura (25%)**.

Los perfiles de **tecnología y sistemas** fueron incorporados principalmente en el **sector Tic's (33%)** y los perfiles de **marketing y comunicaciones** en el **sector manufactura (40%)**.

Muestra estadística: 809 empresas

Dificultad en la contratación de perfiles en el 2do semestre de 2022

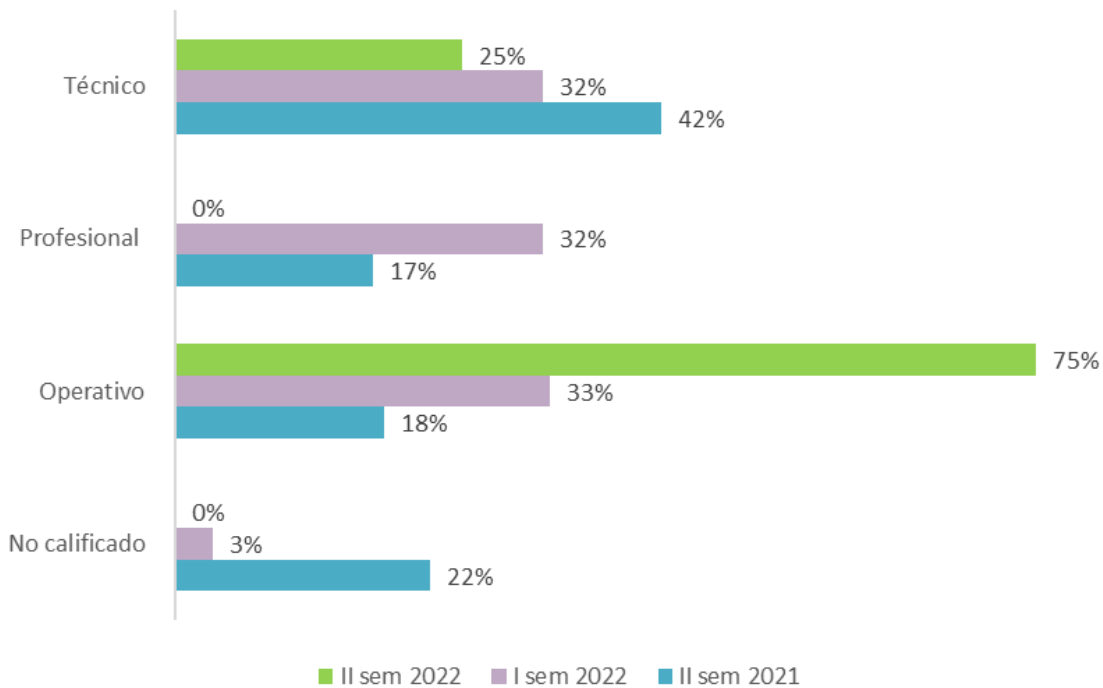
¿Para la incorporación de qué perfiles encontró alguna dificultad?



Del 11% de las empresas (93) que incorporaron recursos humanos, **39 empresas (42%) 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 presentan para cubrir.

Perfiles más difíciles de cubrir



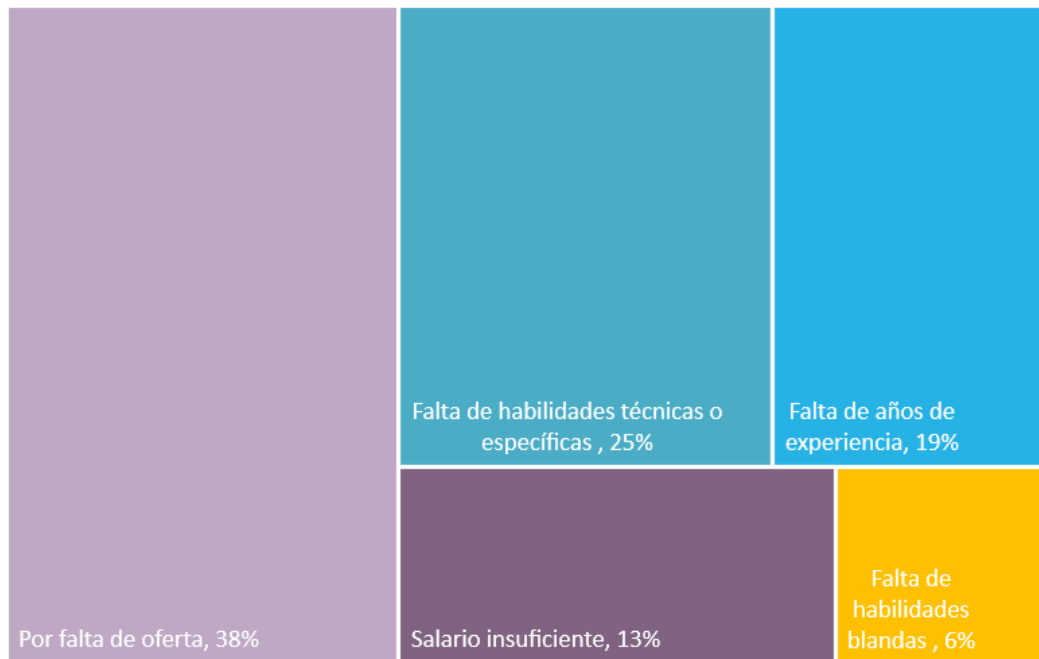
Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

El **31%** de las empresas (12) que tuvieron dificultades para incorporar RRHH, **no pudieron cubrir las vacantes**, aun cuando el puesto no tenía requisitos de género y edad.

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

Muestra estadística: 809 empresas

Dificultades para cubrir puestos



Las principales dificultades para cubrir puestos se relacionan con la falta de oferta (38%), con falta de habilidades técnicas (25%) y salario insuficiente (sólo el 13%).

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

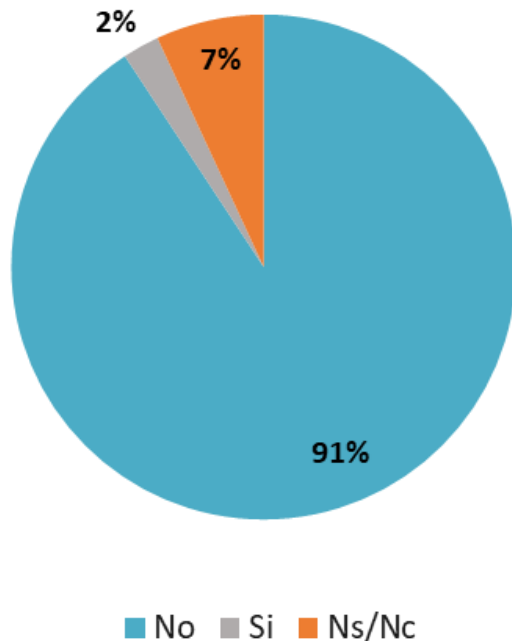
Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas

Capítulo 5

Perspectivas próximos 6 meses

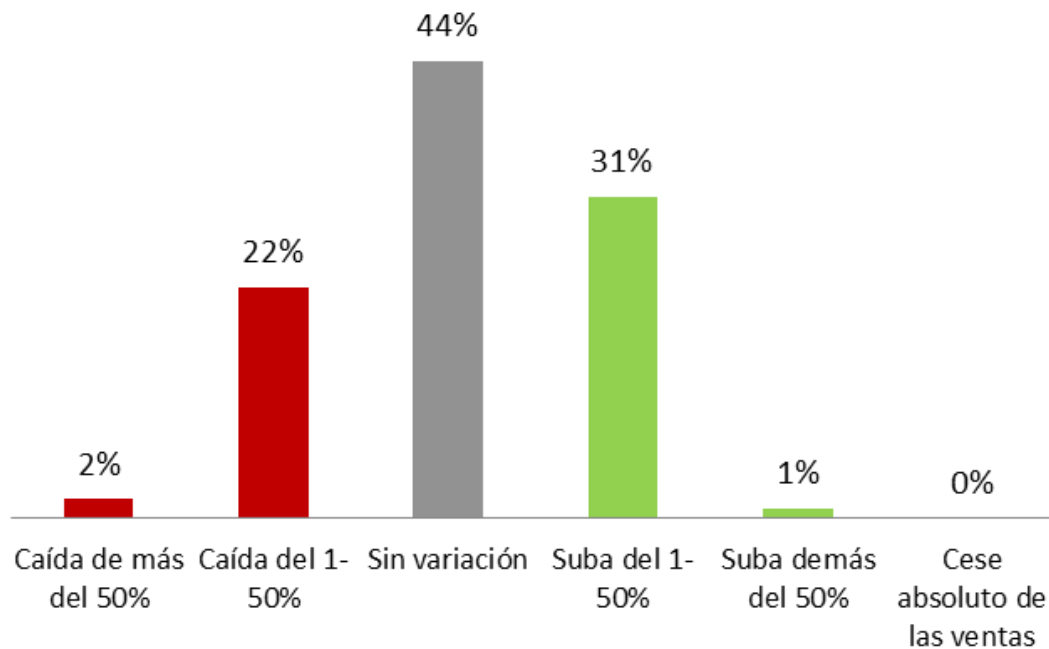
¿Planea cerrar alguno de sus locales comerciales en la CABA en los próximos 6 meses?



El **2%** (10 empresas) de las empresas que tienen locales comerciales, **planean cerrar alguno durante los próximos 6 meses.**

Pertencen principalmente al **sector Comercio (33% del total)**, seguido por el **Hoteles y Restaurantes (17%).**

¿Cómo espera que evolucione el nivel de ventas (facturación nominal) durante los próximos seis meses en relación a los últimos seis?



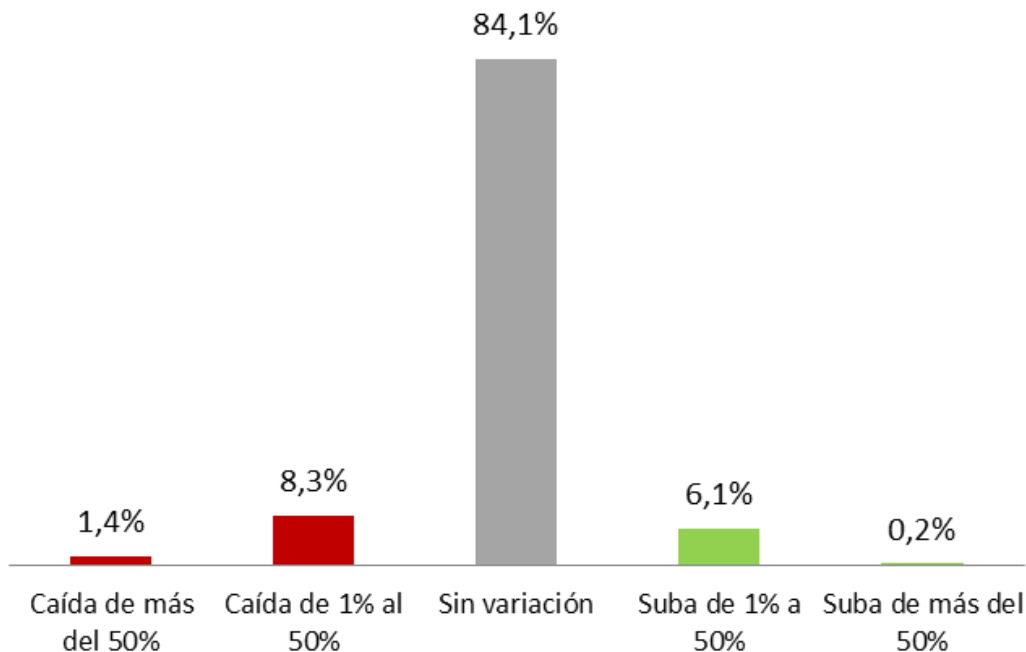
Solo el **1%** de las empresas espera un **crecimiento de sus ventas nominales mayor al 50%**, principalmente en Comercio (25% del total) y sector Manufactura (25%).

Al menos el 68% estima ventas en **niveles menores al semestre anterior en términos reales**, siendo el Comercio el que peor proyecciones presenta, seguido por Servicios Inmobiliarios

Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas

¿Cómo espera que evolucione la nómina de empleados en los próximos seis meses con respecto a la actualidad?



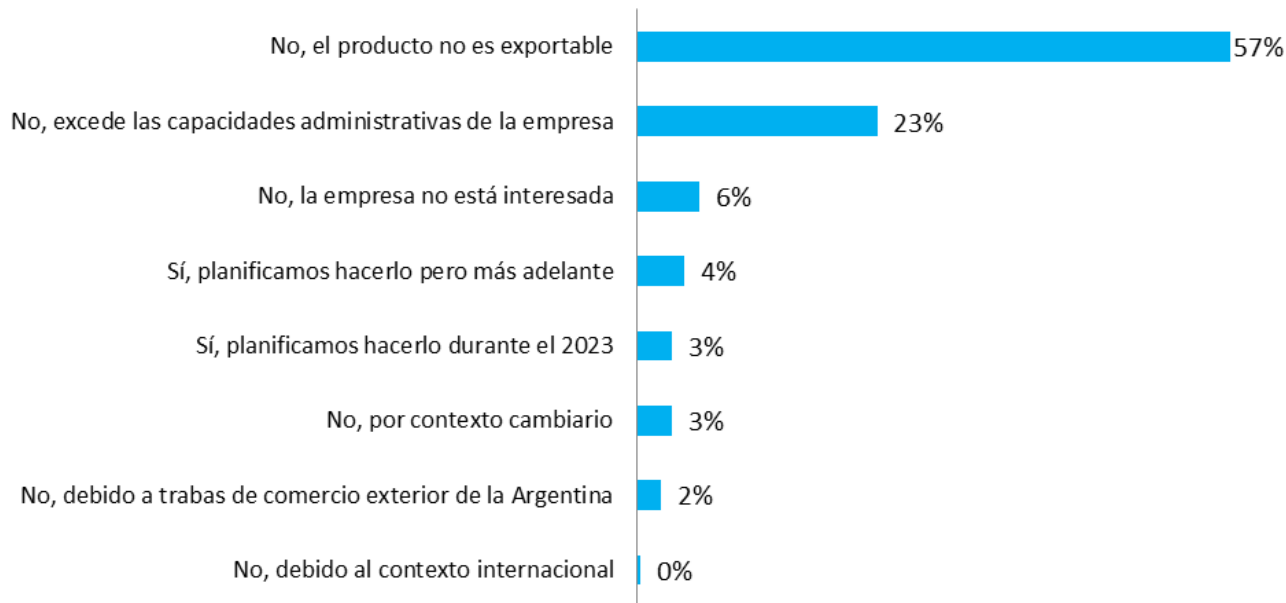
El 84,1% de las empresas no planea modificar la cantidad de empleados.

El 9,7% espera una caída en la nómina. Dentro de este grupo la mayoría pertenece a **servicios inmobiliarios (62% del total)**

Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas

¿Planifica exportar?



Del 43% de las empresas con potencial exportador (347) **27 empresas planifican exportar en 2023 y 36 empresas más adelante.**

En la **industria manufacturera**, las empresas que **planean exportar ascienden al 27% (17 empresas).**

Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas

¿De las siguientes temáticas, cuál considera que puede ser una limitación para el desarrollo de su actividad en los próximos seis meses?

(las dos que más afectan)



22%

Presión impositiva



16%

Contexto macroeconómico



15%

Dinámica del Mercado Interno (demanda)



15%

Acceso a insumos



9%

Financiamiento



8%

Normativa / Burocracia



13%

Otras

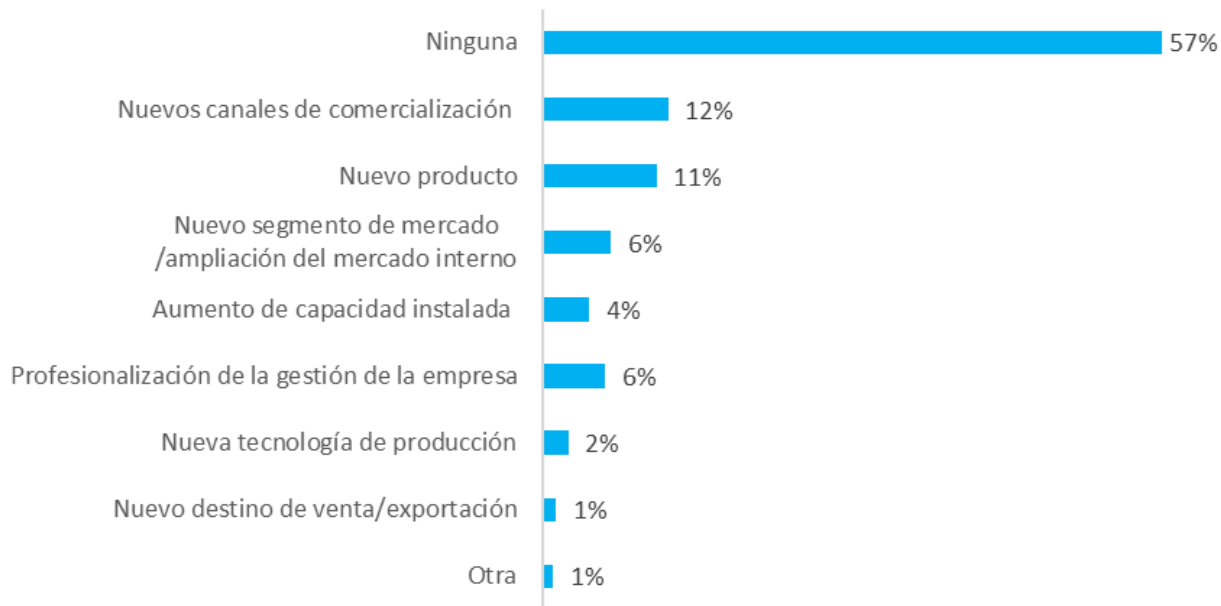


2%

Recursos Humanos adecuados

La presión impositiva, el contexto macroeconómico (inflación, tipo de cambio, tasa de interés) y la dinámica del mercado interno, fueron las principales limitaciones al crecimiento identificadas por las empresas encuestadas.

¿De las siguientes estrategias, cuál planea desarrollar en los próximos seis meses? (las dos más relevantes)



El **57%** de las empresas no planea desarrollar ninguna estrategia para los próximos 6 meses.

Del **43%** de las empresas que implementará alguna estrategia, se destacan **nuevos canales de comercialización, nuevo producto, y nuevo segmento**, en línea con las medidas tomadas durante el último año y medio.

Fuente: DG Estrategia Productiva sobre la base de encuesta realizada por Opina Argentina

Muestra estadística: 809 empresas



Presentación de Resultados ENCUESTA DE COYUNTURA 2do semestre 2022

MARZO 2023

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