

**EVOLUCIÓN RECIENTE, EXPECTATIVAS PRÓXIMAS Y PROBLEMATICAS DE  
COMERCIOS DE COMODORO RIVADAVIA A MEDIADOS DEL 2016.  
COMPARACION CON EL MISMO PERIODO DEL AÑO ANTERIOR**

**Autores:** Esp. Mirta Mas; Lic. Gladys Bogoni; Cdora Nora Cabaleiro; Ing. Alejandro Huichaqueo

**Universidad:** Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco. Facultad de Ciencias Económicas. Delegación Comodoro Rivadavia

**Email de Contacto:** [gladysbogoni@gmail.com](mailto:gladysbogoni@gmail.com) - [nccabaleiro@hotmail.com](mailto:nccabaleiro@hotmail.com)

**Trabajo:** Trabajo de Extensión

**Palabras Clave:** expectativas – comercios –problemáticas – Comodoro Rivadavia

**Problema que aborda:**

Los comercios minoritas tienen problemáticas específicas derivadas, en gran medida, de limitaciones en sus recursos financieros, humanos y materiales, que les impiden alcanzar oportunidades de crecimiento. Estos comercios parecen estar más preocupados por las dificultades y ventajas en el corto plazo que por la búsqueda de oportunidades de negocio.

Muchos pequeños comercios sufren una serie de problemas y dificultades, tales como: adaptación al entorno comercial, cambios económicos y sociales, competencia de grandes cadenas, localizaciones inadecuadas, altos costos laborales, escasa disponibilidad de capital para inversión, problemas de suministros, etc.

Es de particular interés contar con diagnósticos actualizados y permanentes del sector comercial de la ciudad. Es por eso que se pretende continuar un estudio iniciado en 2015 con la expectativa de hacerlo, por lo menos, una vez al año.

**Objetivos**

Objetivos Generales:

- Conocer la evolución reciente de las ventas y del personal ocupado
- Conocer las expectativas próximas de las ventas y del personal ocupado.
- Comparar con lo correspondiente encontrado el año anterior

Objetivos Específicos:

Caracterizar a los comercios de la muestra según:

- Zonal Comercial
- Su actividad principal
- Situación de tenencia del local
- Antigüedad del comercio
- Problemáticas de la zona comercial

### **Descripción de las actividades**

El trabajo se llevó a cabo en el marco de las actividades académicas de la cátedra de Estadística y Administración Financiera, cuyo dictado se produce de Marzo a Junio.

Como en la mayoría de las ciudades de nuestro país, en Comodoro Rivadavia el centro es la zona comercial por excelencia, sin embargo, el crecimiento que ha mostrado nuestra ciudad, que hoy suma más de 50 barrios en toda su extensión, ha generado que otras zonas también se conviertan necesariamente en lugares de concentración de comercios.

Una de las zonas es La Loma, con fuerte presencia del rubro de repuestos del automotor. Otra de las zonas comerciales de gran crecimiento comercial es la correspondiente a los barrios Pueyrredón e Industrial. Existe además una franja comercial de seis barrios, algunos con puntos comerciales bien definidos, y otros con una gran diversidad en toda expansión.

Para el presente trabajo se realizó una muestra de comercios de los tres centros comerciales más populosos de Comodoro Rivadavia, Centro, La Loma y Sur, a los que se aplicará una encuesta para consultar sobre particularidades del sector comercial.

Se indagó sobre actividad principal, antigüedad, principales problemas que se identifican en la zona comercial en la que funciona el negocio, situación de tenencia de los locales, evolución reciente- primeros cuatro meses del año- en tres aspectos diferentes, *Nivel de facturación, Unidades físicas vendidas y Margen comercial*; expectativas futuras de las ventas –próximos cuatro meses-, en los mismos tres aspectos citados para la evolución. Asimismo se consultó sobre evolución y expectativas del personal ocupado, y antigüedad del comercio, entre otras preguntas. Los niveles de facturación, unidades físicas vendidas y margen comercial utilizados fueron: *positivo, negativo, y sin cambios*. Los niveles del personal ocupado

considerados fueron: *aumento, se mantuvo, disminuyó y NS/NC*. Mientras que la antigüedad se midió según: *menos de un año, entre 1 y 5 años, entre 6 y 10 años y más de 10 años*.

Los datos recogidos en encuestas fueron descriptos y analizados mediante análisis univariados y por el método multivariado, Análisis de Correspondencias Binario (ACB).

El ACB es una técnica estadística multivariable que se aplica al análisis de tablas de contingencia y construye un diagrama cartesiano basado en la asociación entre las variables analizadas. En dicho gráfico se representan conjuntamente las distintas modalidades de la tabla de contingencia, de forma que la proximidad entre los puntos representados está relacionada con el nivel de asociación entre dichas modalidades. El ACB es una técnica estadística que se utiliza para analizar, desde un punto de vista gráfico, las relaciones de dependencia e independencia de un conjunto de variables categóricas a partir de los datos de una tabla de contingencia. Para ello las variables deben mostrar dependencia entre ellas, para lo que se usó el test de Chi Cuadrado.

## Resultados

- El 43% se dedica a Otras Comercializaciones, en este rubro incluimos: *Ferretería – Farmacias- Perfumerías – Óptica – Informática – Librería – Juguetería – Casas de Fotografía – Videoclub- Mueblería - Kiosco – Naturistas – Agencia de viajes – Correo privado, Bazar – Regalería - Relojería - Casas de electrodomésticos, Materiales para la Construcción*, entre otros. Un 27 % se dedica a la venta de Indumentaria y textiles para el hogar, seguido por los locales de comercialización de Alimentos y Bebidas (12%). El rubro menos representado en la muestra fue el de Servicios para la vivienda (2%).

- Se trata, en general, de negocios de alta antigüedad: predominan los que llevan más de 10 desarrollando actividades (52%), y los de moderada actividad, entre 1 y 5 años (27%). El 8% corresponde a negocios iniciales, menos de un año de antigüedad.

- Respecto de la modalidad de tenencia, la mayoría de los comerciantes son inquilinos (69%).

- El 67 % de los comercios son atendidos por sus propios dueños.

- La mayor parte de los encuestados consideró negativa la evolución reciente de las ventas: en el aspecto *facturación* (50%), en el aspecto *unidades físicas* (53%) y en el margen comercial (50%).

- Las expectativas en cuanto a facturación, margen comercial y unidades vendidas son en mayoría positivas. No se profundizó en el análisis de las expectativas ya que entendimos que se trataba del deseo de los comerciantes y no de las expectativas reales.

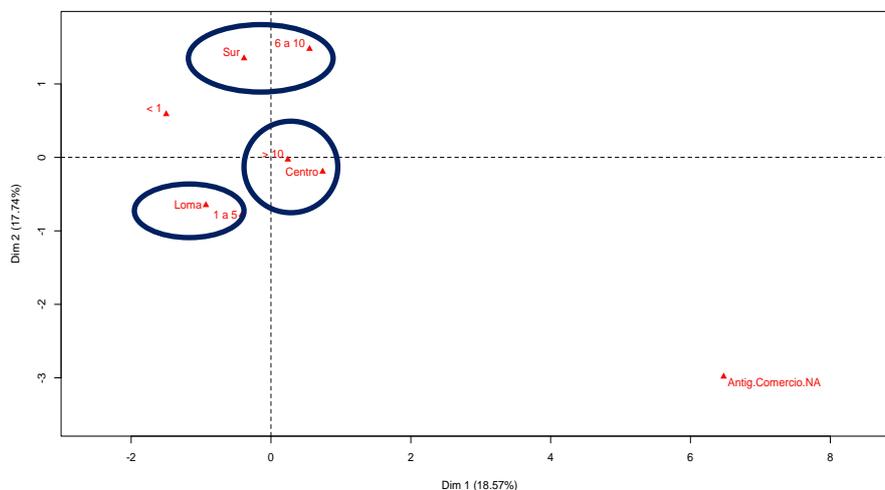
- La mayoría de los comercios indicó como mayor problemática la carga impositiva elevada (56%), el alto valor de los alquileres (54 %), la escasa demanda (54%), el elevado costo de reposición de mercadería y/o insumos (43%) y la infraestructura urbana (conectividad, estacionamiento) y de servicios inadecuada, (luminarias, seguridad) (36%). También varios comerciantes mencionan la crisis de la actividad petrolera como problemática importante.

### Análisis por zonas

- Relación entre la zona y la antigüedad comercial**

Se realizó una tabla de contingencia entre la antigüedad de los comercios y la zona, a partir de la tabla de ella se verificó si existe alguna relación entre los niveles de las variables cualitativas objeto de estudio, realizando el test de chi cuadrado, se observó que estaban relacionadas.

Se llevó a cabo un ACB, se hizo la siguiente gráfica.



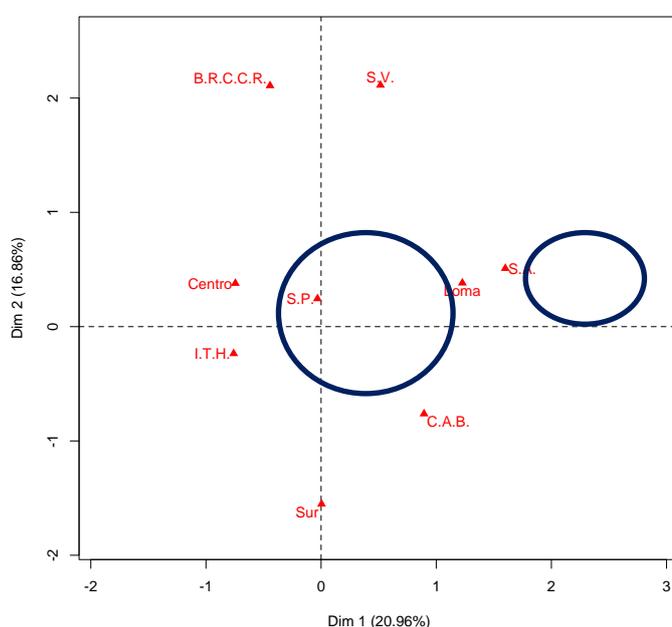
### ILUSTRACIÓN 1

Se observa una relación alta entre comercios de zona Centro con la mayor antigüedad, zona Loma con comercios de 1 a 5 años u zona Sur con comercios de 6 a

10 años. Los comercios de menos de un año de antigüedad no están caracterizados por las zonas analizadas.

- **Relación entre la zona y el tipo de establecimiento**

A partir de la tabla de contingencia entre tipo de establecimiento y la zona, se verificó si existe alguna relación entre los niveles de las variables cualitativas objeto de estudio, realizando el test de chi cuadrado, a continuación se realizó ACB.



## ILUSTRACIÓN 2.

REF.: INDUMENTARIA Y TEXTILES PARA EL HOGAR (I.T.H.),  
BAR, RESTAURANTE, CONFITERÍA, CAFETERÍA, ROTISERÍA (B.R.C.C.R.),  
SERVICIOS PARA EL AUTOMOTOR (S.A.),  
SERVICIOS PERSONALES (S.P.),  
SERVICIOS PARA LA VIVIENDA (S.V.),

En el gráfico no se observa una caracterización de diferentes tipos de comercios por zona. La zona Sur, al no estar caracterizada por ningún tipo de comercio en particular, indica que hay establecimientos variados. La zona Loma, más caracterizada por comercios de Servicios al Automotor, mientras que el Centro está más asociado a servicios personales y a indumentaria y textiles para el hogar.

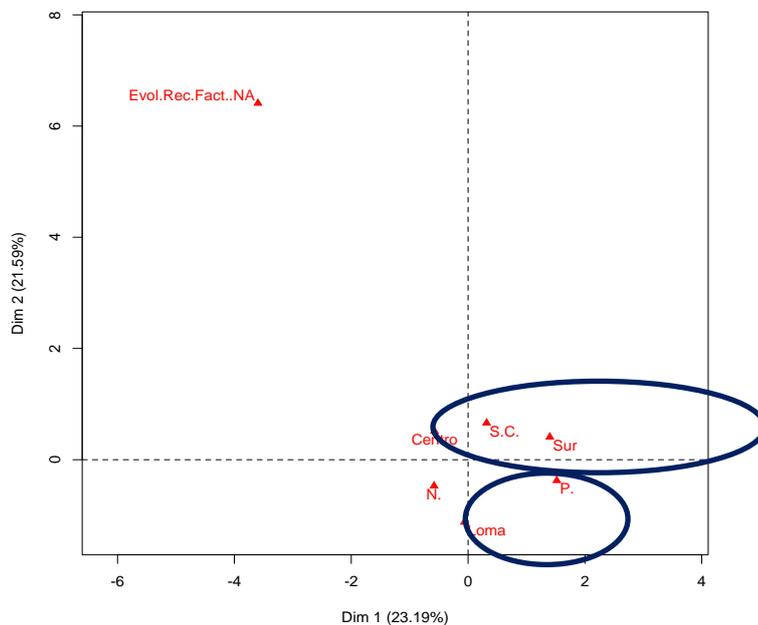
- **Evolución reciente relacionada con zona**

Se estudió si la opinión sobre la evolución reciente de la facturación, de las unidades vendidas y del margen comercial, en los primeros cuatro meses del año, estaba relacionado con la zona

Para analizar la relación de dependencia o independencia se armaron tres tablas de contingencia, una entre facturación y zona, entre unidades vendidas y zona y entre margen comercial y zona. A partir de la tabla de contingencia verificamos si existe alguna relación entre los niveles de las variables cualitativas objeto de estudio, realizando el test de chi cuadrado para cada una. Se observó que estaban relacionadas.

Los gráficos obtenidos a través del ACB son los siguientes:

### Facturación VS Zona

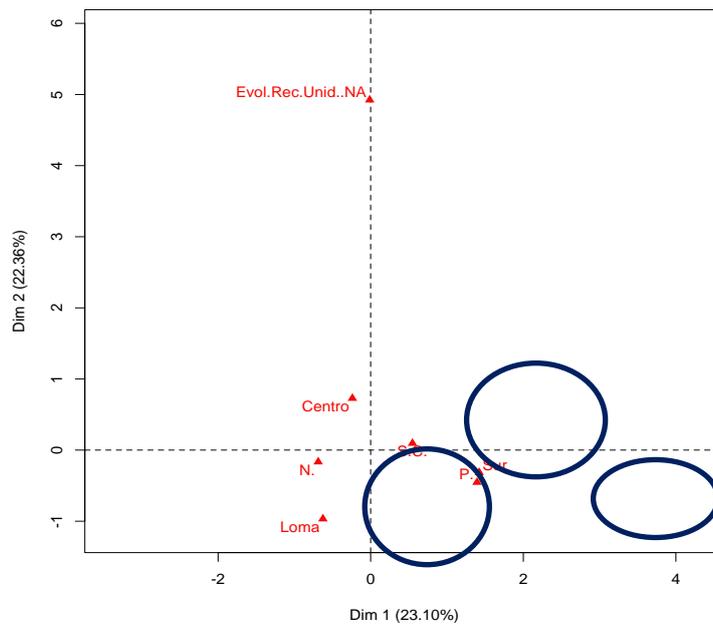


### ILUSTRACIÓN 3.

**REF.: SIN CAMBIOS (S.C.), POSITIVA (P), NEGATIVA (N).**

Se observa la zona Loma asociada con la evolución negativa con respecto a la facturación. Mientras que las zonas Centro y Sur se asocian a sin cambios.

## Unidades Vendidas VS Zona

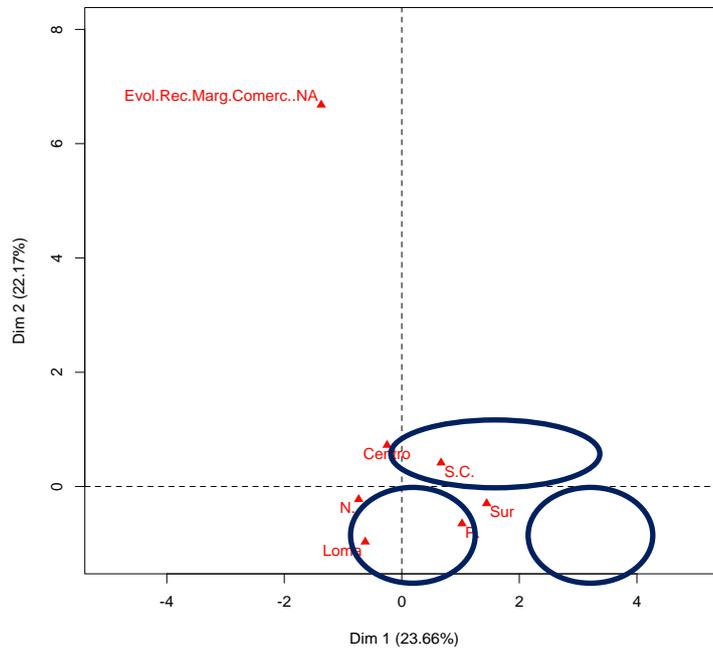


### ILUSTRACIÓN 4.

**REF.: SIN CAMBIOS (S.C.), POSITIVA (P), NEGATIVA (N).**

En relación a la evolución reciente de unidades vendidas encontramos que la zona Loma se asocia con evolución negativa, el centro con sin cambios y zona Sur asociada con la positiva.

## Margen Comercial VS Zona

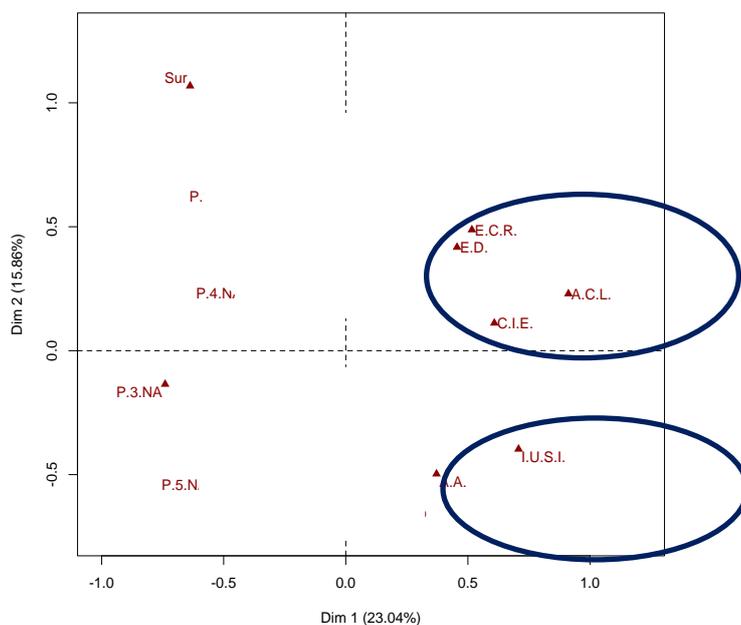


### ILUSTRACIÓN 5.

**REF.: SIN CAMBIOS (S.C.), POSITIVA (P), NEGATIVA (N).**

En relación a las opiniones de los comerciantes encuestados sobre la evolución reciente del margen comercial encontramos que la asociación es similar a la de las unidades vendidas.

## Problemáticas VS Zona



### ILUSTRACIÓN 6.

REF.: ELEVADO COSTO DE REPOSICIÓN DE MERCADERÍA Y/O INSUMOS (E.C.R.),

ALTO VALOR DE LOS ALQUILERES (A.A),

CARGA IMPOSITIVA ELEVADA (C.I.E.),

INFRAESTRUCTURA URBANA Y DE SERVICIOS INADECUADA (I.U.S.I.),

ESCASA DEMANDA (E.D.),

ALTOS COSTOS LABORALES (A.C.L.).

Como mencionamos anteriormente la mayoría de los comercios indicó como mayor problemática la carga impositiva elevada, el alto valor de los alquileres, la escasa demanda, el elevado costo de reposición de mercadería y/o insumos y la infraestructura urbana (conectividad, estacionamiento) y de servicios inadecuada, (luminarias, seguridad). Es de interés observar si estas problemáticas son generalizadas en los comercios de la ciudad, o si se evidencian con más intensidad en alguna de las zonas analizadas.

Según el gráfico podemos observar que la zona Sur no está caracterizada por ninguna problemática, por lo que en esta zona, los comerciantes mencionaron todas las problemáticas analizadas.

La zona Loma está más relacionada con escasa demanda, elevado costo de reposición de mercadería y/o insumos, carga impositiva elevada y altos costos laborales.

Mientras que la zona Centro se encuentra caracterizada por el alto valor de los alquileres y por la infraestructura urbana y de servicios inadecuada.

### **Comparación con lo analizado en el año 2015**

Comparando ambas muestras, vemos que la distribución según tipo de comercio es similar. La mayoría se dedica a Otras comercializaciones (*Ferretería – Farmacias- Perfumerías – Óptica – Informática – Librería – Juguetería – Casas de Fotografía – Videoclub- Mueblería - Kiosco – Naturistas – Agencia de viajes – Correo privado, Bazar – Regalería - Relojería - Casas de electrodomésticos, Materiales para la Construcción*), seguido por locales dedicados a la venta de Indumentaria y textiles para el hogar, y a continuación comercios de Alimentos y Bebidas.

En ambos años predominan los negocios de alta antigüedad: predominan los que llevan más de 10 desarrollando actividades. El menor porcentaje corresponde a negocios iniciales, de menos de un año de antigüedad. Respecto a la modalidad de tenencia y a la forma de atención, también coinciden, la mayoría de los comerciantes son inquilinos, y atienden sus dueños.

Respecto a la evolución reciente, hay diferencias. Mientras el año anterior, la evolución de la facturación y las unidades vendidas eran consideradas en mayoría positivas, en el año actual, son consideradas negativas.

Las problemáticas más frecuentes fueron en el año 2015, el alto valor de los alquileres, infraestructura urbana y de servicios inadecuada, carga impositiva elevada y elevado costo de reposición de mercadería y/o insumos. En el 2016 la mayoría de los comercios indicó como mayor problemática la carga impositiva elevada el alto valor de los alquileres, la escasa demanda, el elevado costo de reposición de mercadería y/o insumos y la infraestructura urbana (conectividad, estacionamiento) y de servicios inadecuada, (luminarias, seguridad). La escasa demanda no fue mencionada como dificultad el año anterior. Otra problemática de este último año es la

relacionada con la actividad petrolera, debido a la caída del precio internacional del petróleo.

### **Grado de impacto esperado/generado**

Para poder cumplir con los propósitos mencionados resulta fundamental contar con información acerca del sector. En este sentido, un dato de gran valor es la evaluación que los propios comerciantes pueden hacer acerca de la evolución de sus ventas y otros aspectos de su negocio.

El presente trabajo tiene como objetivo contribuir a este diagnóstico, relevando las opiniones sobre la situación de una muestra de negocios de los tres centros comerciales mas importantes de nuestra ciudad, la ramificación que ha tenido esta ciudad, que hoy suma más de 50 barrios en toda su extensión, ha generado que otras zonas también se conviertan necesariamente en lugares de concentración de comercios, por ello se relevaron los tres que agrupaban la mayor cantidad de comercios, los resultados de la misma este año reflejan que la situación macroeconómica que afecta al país se ve en Comodoro Rivadavia, la caída del precio del petróleo, las decisiones nacionales referidas a tipo de cambio, subsidios sociales, ajuste de tarifas, la readecuación realizada en el empleo del sector público y privado impacta en el nivel de ingresos de las familias y en las empresas como reducción en el nivel de consumo y en el nivel de actividad .

### **Aprendizajes esperados/logrados al interior del equipo extensionista**

**Primera etapa:** Se realizaron las tareas de pre-relevamiento: diseño de cuestionario (ANEXO 1), reproducción de los mismos, preparación de cartografía, diseño muestral, diseño de base de datos.

**Segunda etapa:** Relevamiento de campo. Se capacitó a los alumnos de la cátedra para el relevamiento y para completar la base de datos. Se entregó a los mismos los puntos muestrales donde debían ubicarse en el campo para encuestar a los comercios. Se atendieron sus demandas mientras llevan a cabo esas tareas. Una vez concluida esta tarea, se recepcionó el material, se unificó la base de datos, se realizaron las correcciones correspondientes.

**Tercera etapa:** En esta etapa se orientó a los alumnos a producir un informe con formato de artículo científico que formará parte de la evaluación de la cátedra.

**Cuarta etapa:** Formación de docentes. Los datos se analizaron por los docentes de la cátedra de Estadística y Administración Financiera con recursos Estadísticos extra curriculares que sirven para su formación. El producto es comunicado mediante medios masivos, charlas y presentación en Jornadas.

### **Bibliografía**

1. BABIE, EARL – (2000) Fundamentos de la investigación social. Thomson Editores.
2. CORNEJO ALVAREZ, José Manuel. (1988). Técnicas de Investigación Social. El análisis de correspondencias. PPU. Barcelona.
3. MALLO, Fernando. (2000) Análisis de Componentes Principales y Técnicas Factoriales Relacionadas. Editorial: Universidad de León.
4. MICHAEL GREENACRE (2008), La práctica del análisis de correspondencias, Barcelona, Fundación FBBVA
5. OLARIAGA, Luis – HERNÁNDEZ, Luis. (1999) Análisis de Correspondencias. Editorial: Hespérides

ANEXO I



*Cátedra de Estadística*

*Año 2016*



ENCUESTA DE EXPECTATIVAS A COMERCIOS

**1. DATOS GENERALES**

**1.1 Nro Encuesta:**

**1.2 Encuestador:**

**1.3: Fecha:**

**2. Nombre completo del Comercio:**

**3. Domicilio:**

**4. Barrio:**

**5. Tipo de establecimiento. Marque con una x una de las siguientes categorías:**

1. **Comercialización de alimentos y bebidas** (Panadería, Almacén, Verdulería – Supermercado - Pescadería etc)

2. **Indumentaria y Textiles para el Hogar**

3.**Otras Comercializaciones** (Ferretería – Farmacias- Perfumerías –Óptica – Informática – Librería – Juguetería – Casas de Fotografía – Videoclub- Mueblería - Kiosco – Naturistas – Agencia de viajes – Correo privado, Bazar – Regalería - Relojería - Casas de electrodomésticos, Materiales para la Construcción,etc.)

4. **Bar - Restaurante - Confitería - Cafetería - Rotisería**

5. **Servicios para el automotor** (Taller Mecánico – Lavadero – Estacionamiento – etc)

6. **Servicios Personales** (Peluquería – Salones de Belleza – Gimnasio – etc)

7. **Servicios para la Vivienda** (Inmobiliaría- etc).

**6. Antigüedad del comercio**

Seleccione una, de las siguientes opciones:

- 1. Menos de un año
- 2. De 1 a 5 años
- 3. De 6 a 10 años
- 4. mas de 10 años

**7. Antigüedad en el domicilio**

**actual**

Seleccione una, de las siguientes opciones:

- 1. Menos de un año
- 2. De 1 a 5 años
- 3. De 6 a 10 años
- 4. mas de 10 años

<p><b>8. Modalidad de tenencia del local</b></p> <p>Seleccione una, de las siguientes opciones:</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Propietario</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Inquilino</p> <p><input type="checkbox"/> 3. NS/NC</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Otra: _____</p>	<p><b>9. El comercio es atendido por sus propios dueños o familiares</b></p> <p><input type="checkbox"/> 1. Si</p> <p><input type="checkbox"/> 2. No</p>
<p><b>10. Indique cantidad actual de empleados .....</b></p>	
<p><b>11. En los cuatro primeros meses del año, la cantidad de empleados,</b></p> <p><input type="checkbox"/> 1. se mantuvo</p> <p><input type="checkbox"/> 2. aumentó</p> <p><input type="checkbox"/> 3. disminuyó</p> <p><input type="checkbox"/> 4. NS/NC</p>	<p><b>12. Para los próximos meses, considera que la cantidad de empleados va a:</b></p> <p><input type="checkbox"/> 1. quedar sin cambios</p> <p><input type="checkbox"/> 2. aumentar</p> <p><input type="checkbox"/> 3. disminuir</p> <p><input type="checkbox"/> 4. NS/NC</p>
<p><b>13. Evolución reciente de las ventas</b></p> <p>EN SIN POSITIVA NEGATIVA</p> <p>CUANTO A: CAMBIOS</p>	

ON	FACTURACION	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
FISICAS	UNIDADES	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
COMERCIAL	MARGEN	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>

**14. Expectativas futuras de las ventas**

CUANTO A:	EN	SIN	POSITIVA	NEGATIVA
	CAMBIOS			
ON	FACTURACION	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
FISICAS	UNIDADES	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
COMERCIAL	MARGEN	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>

15. PROBLEMÁTICAS DE LA ZONA COMERCIAL

**Puede seleccionar más de una opción:**

- 1. Elevado costo de reposición de mercadería y/o insumos
- 2. Alto valor de los alquileres
- 3. Carga impositiva elevada,
- 4. Infraestructura urbana (conectividad, estacionamientos, etc.) y de servicios (luminarias, seguridad, etc.) inadecuada
- 5. Escasa demanda (caída del consumo)
- 6. Altos costos laborales
- 7. Marco legal vigente que no resguarda las necesidades del pequeño y mediano comercio (ejemplo: falta de regulación de horarios de apertura y cierre, jornadas dominicales, etc.)
- 8. Venta ilegal y falsificación de marcas
- 9. Dificultades relacionadas con los proveedores o con la cadena de pagos
- 10. Competencia excesiva por alta presencia de comercios de su rubro
- 11. Restricciones a las importaciones
- 12. Dificultades para el acceso a financiación o crédito
- 13. Competencia desigual con las grandes cadenas
- 14. Competencia con ventas electrónicas
- 15. Otra- Cuál?

.....  
.....

