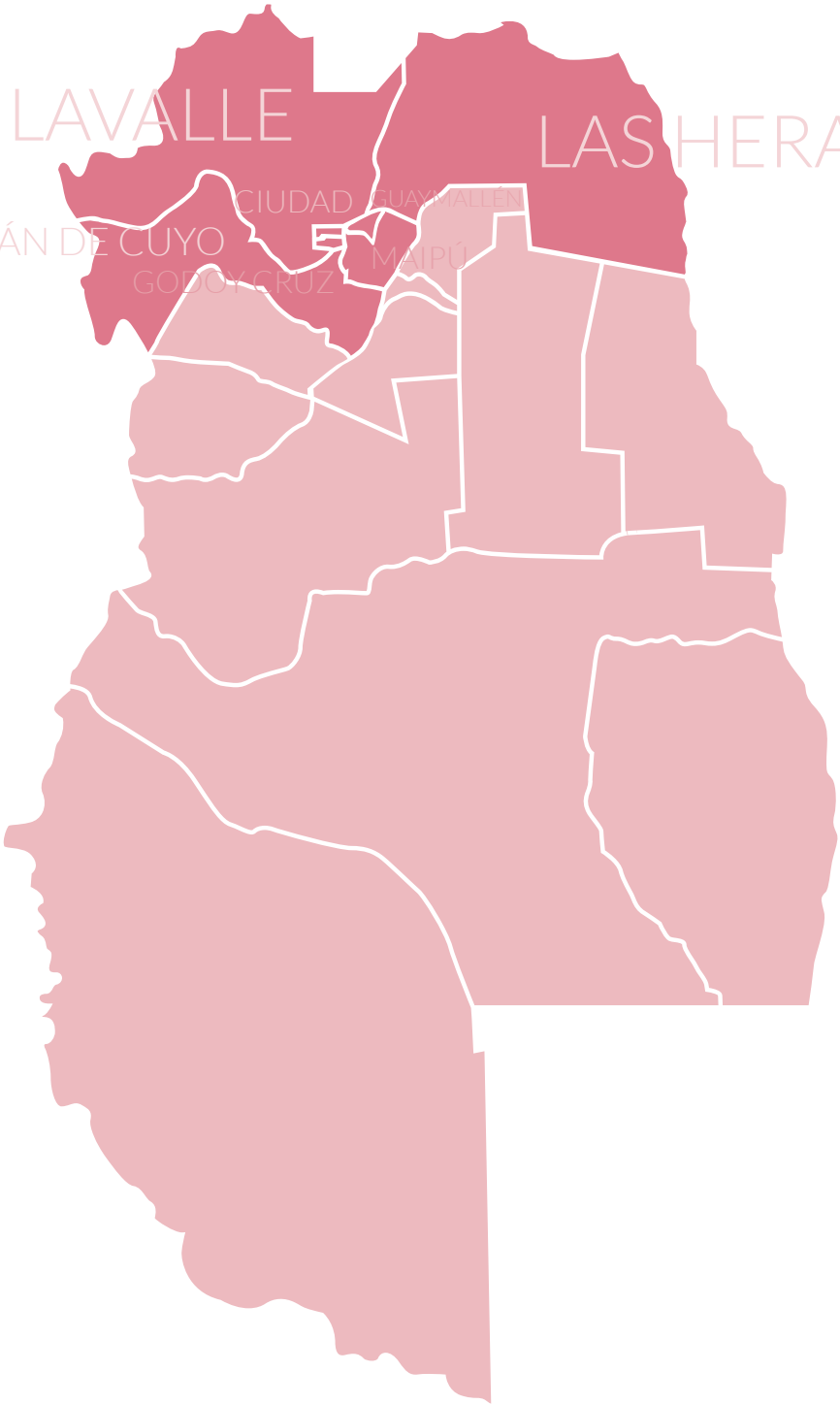
IDC Instituto de Desarrollo Comercial

GRAN MENDOZA



INFORME ZONAL GRAN MENDOZA

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe presenta una muestra general sobre los relevamientos realizados en Gran Mendoza donde incluimos: Ciudad de Mendoza, Godoy Cruz, Guaymallén, Las Heras, Luján de Cuyo, Maipú y Lavalle. Los presentes relevamientos exploratorios de investigación fueron realizados en los principales núcleos comerciales de cada departamento en particular.

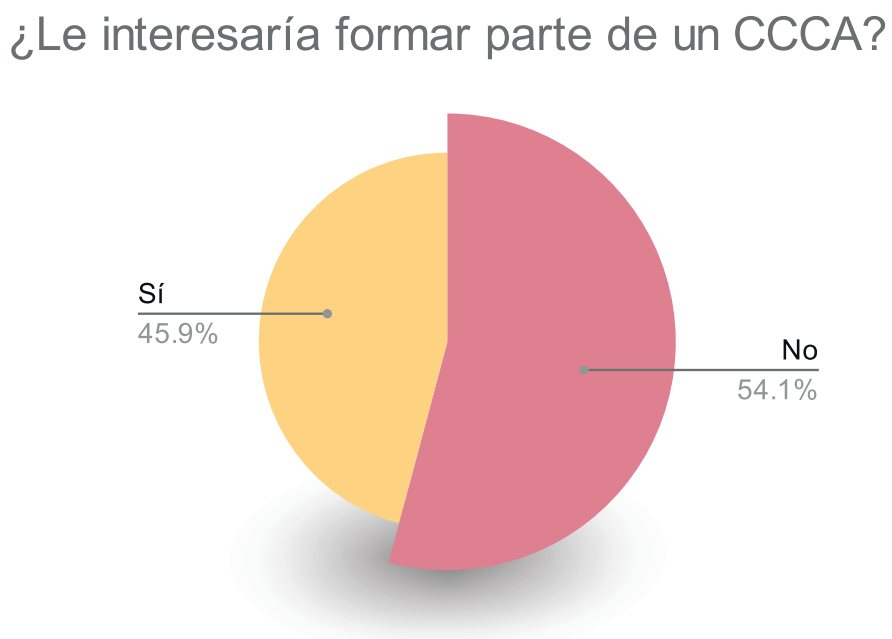
La encuesta fue oportunamente dividida en 4 grandes ejes, Identificación del local comercial, interés de formar parte de un CCCA y conocimiento de la cámara de comercio departamental y sus beneficios, transformación digital e innovación y seguridad.

METODOLOGÍA

Utilización de una muestra aleatoria y la metodología es de tipo no probabilística exploratoria.

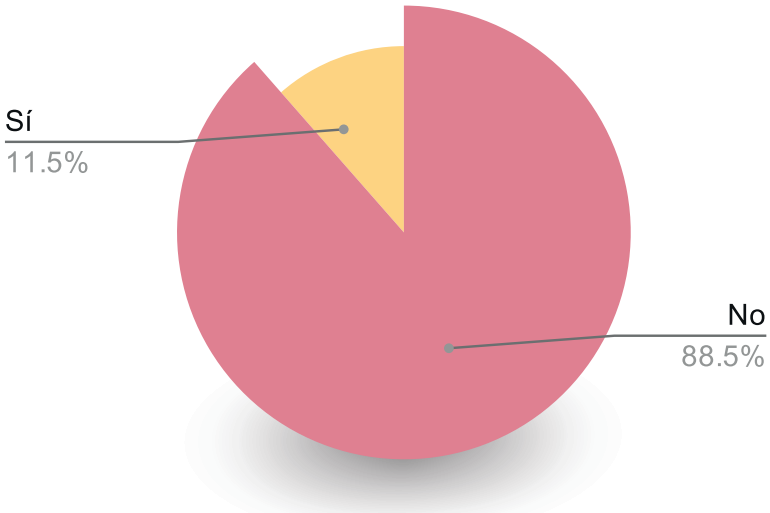
Cantidad de comercios relevados en Gran Mendoza: 532

RESULTADOS



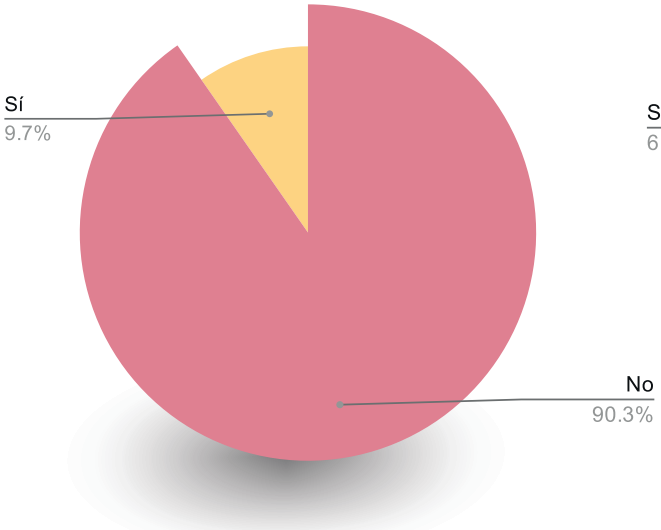
Como podemos observar en el gráfico es que existe una paridad entre las respuestas donde un 45,9% de los comercios relevados se pronuncian por su interés en participar de un CCCA mientras que el 54,1% no lo estaría.

¿Forma parte de la Cámara de Comerio?

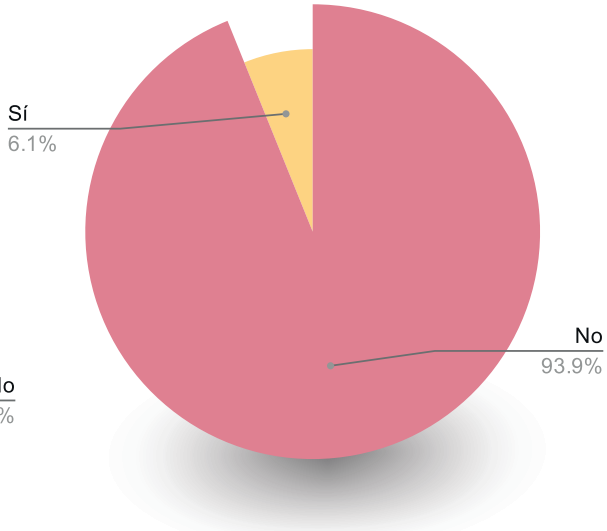


Los resultados obtenidos durante los relevamientos que configuran el Gran Mendoza nos arroja que el 88,5% de los comercios no se encuentran asociados a una Cámara de Comercio y solo el 11,5% si lo está. Es importante hacer la salvedad que durante el presente relevamiento las Cámaras de algunos departamentos no se encontraban activas.

¿Le interesaría formar parte de la Cámara de Comercio?



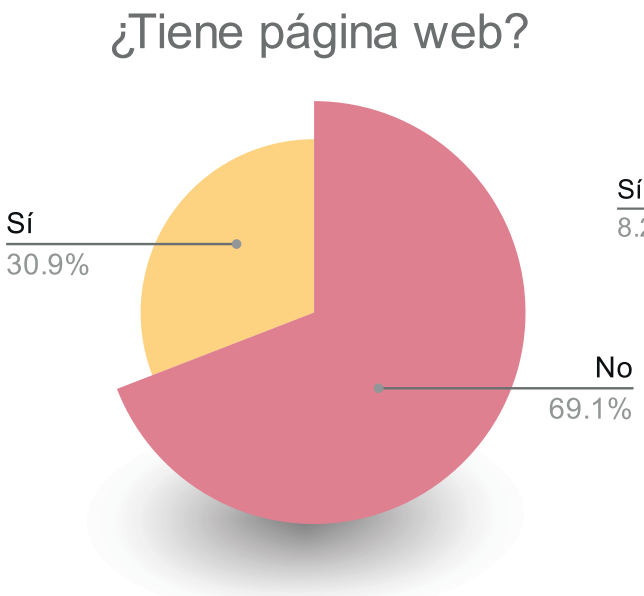
¿Conoces los beneficios?

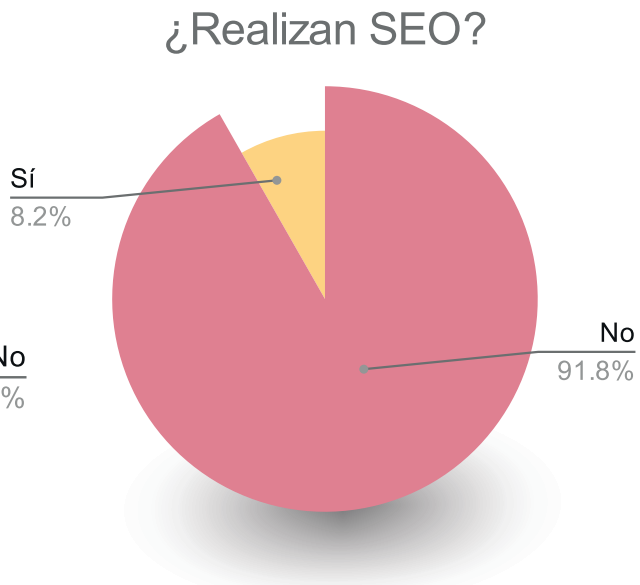


En cuanto a la posibilidad de los comercios relevados sobre el interés de formar parte de la Cámara de Comercio y conocer sus beneficios obtuvimos los siguientes resultados.

Solo un 9,7% estaría interesado en formar parte de una Cámara de Comercio mientras que solo un 6,1% conocería los beneficios de las mismas.

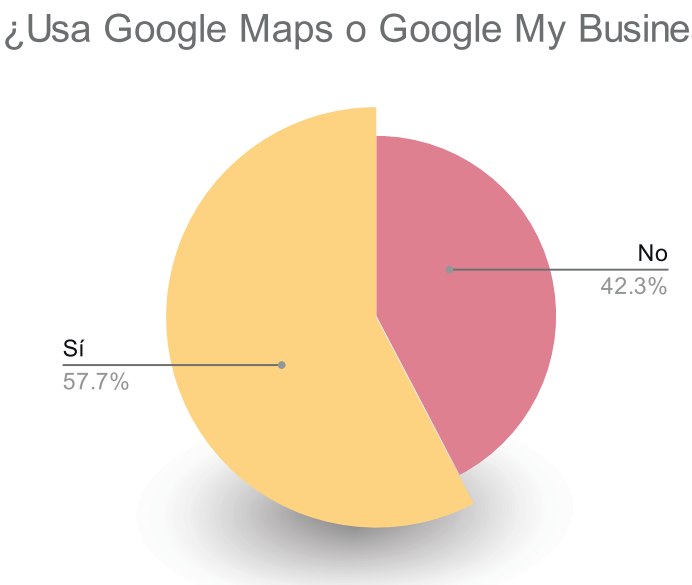
TRANSFORMACIÓN DIGITAL





Cuando hablamos de marca digital, hacemos mención a la exteriorización de la marca vía redes sociales o posicionamiento web.

En la pregunta ¿Tienen página web? encontramos un 30,9% de comercios relevados que cuentan con página web, y un 69,1% que no lo hace, ahora bien, sobre las páginas web activas es que nos encontramos con que 8,2% realizan SEO (Posicionamiento en Motores de Búsqueda). En base a lo observado y comentarios durante los relevamientos, siempre es recurrente el "es muy caro", no puedo invertir tanto para que me de beneficios a largo plazo".

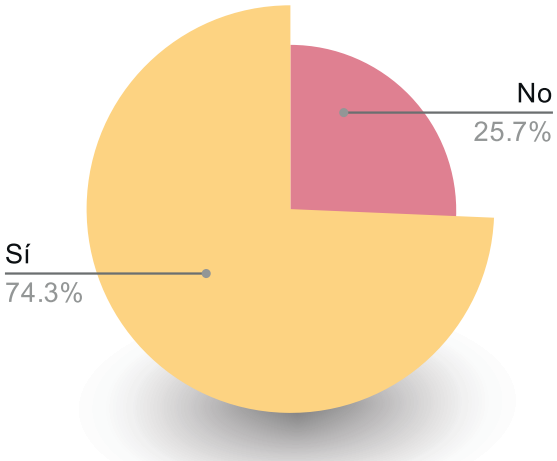


El 57,7% de los comercios minoristas relevados del Gran Mendoza utiliza Google Maps o Google My Business mientras que el otro 42,3% no hace uso de dicha aplicación.

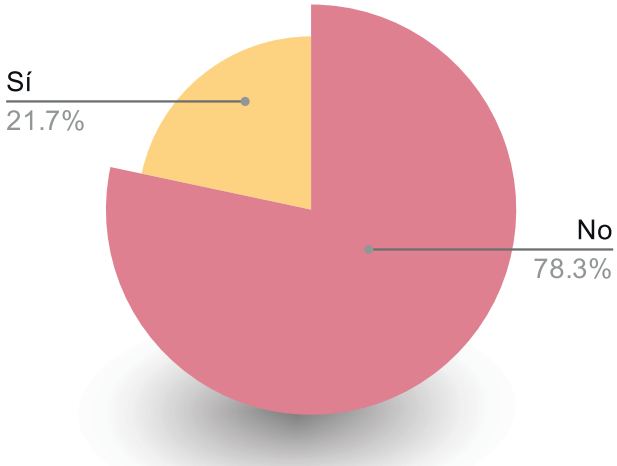
REDES SOCIALES

Presencia en redes sociales:

¿Tiene Redes Sociales?

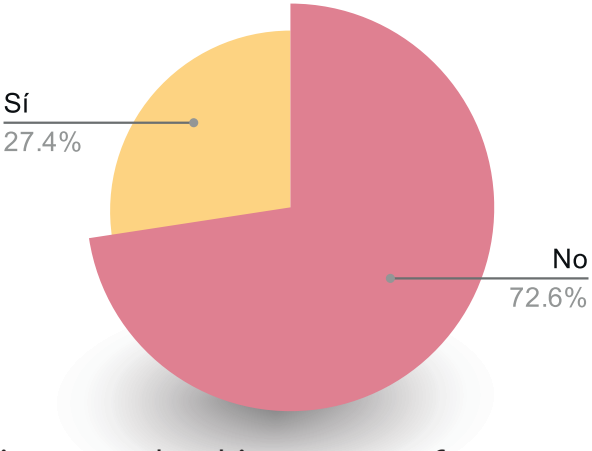


¿Están tercerizadas?



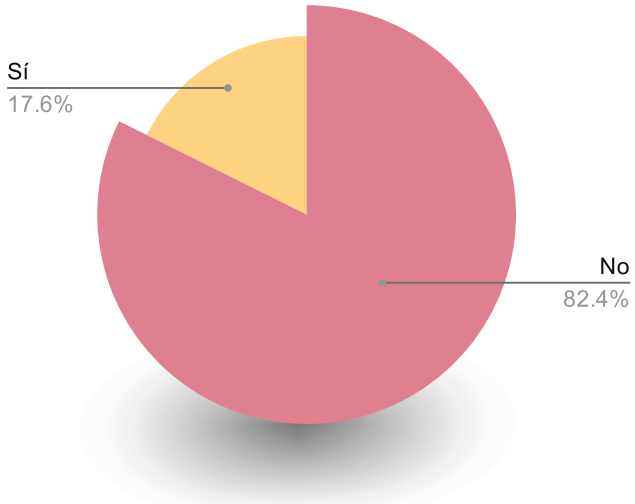
Dentro de la Marca Digital de una comercio, encontramos lo que es la comunicación vía Redes Sociales, en la región Gran Mendoza podemos identificar que el 74,3% de los comercios relevados cuentan con redes sociales activas, aunque solo un 21,7% de las mismas se encuentran tercerizadas.

¿Invierten en publicidad digital?



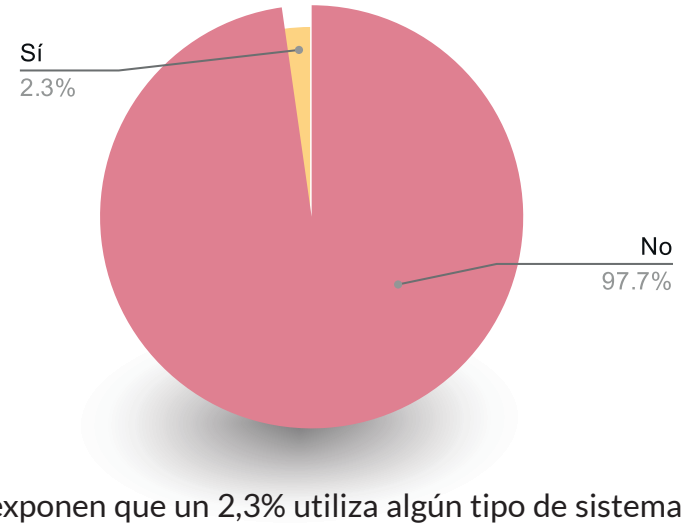
Es de suma importancia comprar las ultimas trees graficas en conjunto y podemos visualizar que existe una relación directa por lo menos en la región Gran Mendoza sobre la tercerización de Redes Sociales y la inversión en publicidad digital. Que en la actualidad un 21,7% posee redes sociales tercerizadas y un 27,4% de comercios relevados que invierten en publicidad en redes sociales.

¿Realiza análisis de datos en Redes Sociales?



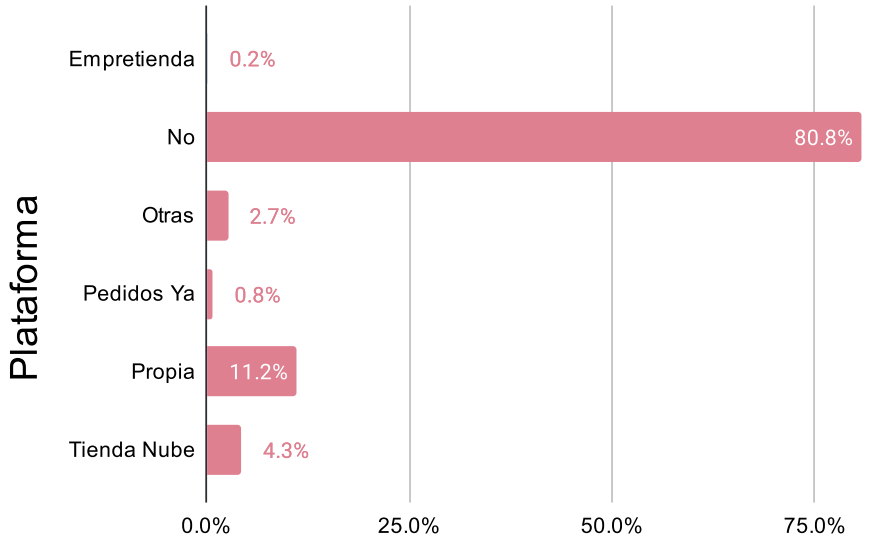
En cuanto a las respuestas obtenidas en base a la realización o no de datos proveniente de las redes sociales, solo un 17,6% respondió de forma afirmativa sobre el análisis de datos.

¿Utilizan CRM para saber quienes compran y enviar publicidad dirigida?



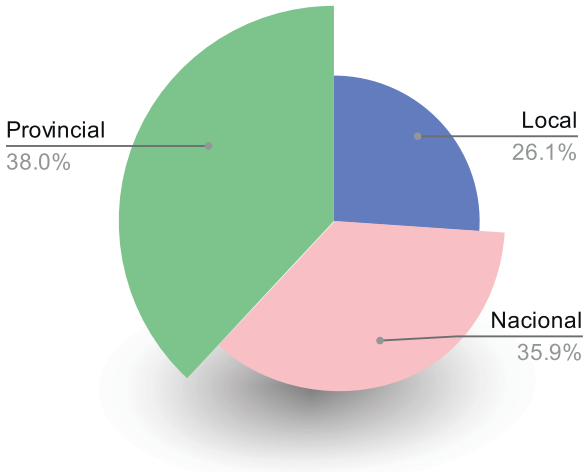
Los datos obtenidos exponen que un 2,3% utiliza algún tipo de sistema de CRM mientras que el 97,7% no lo utiliza.

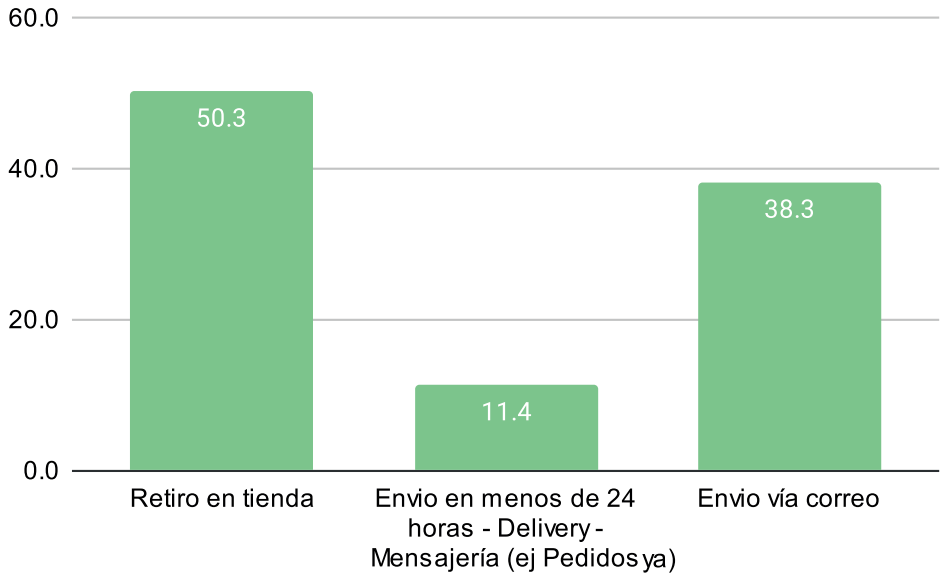
¿Tiene página de E-commerce?



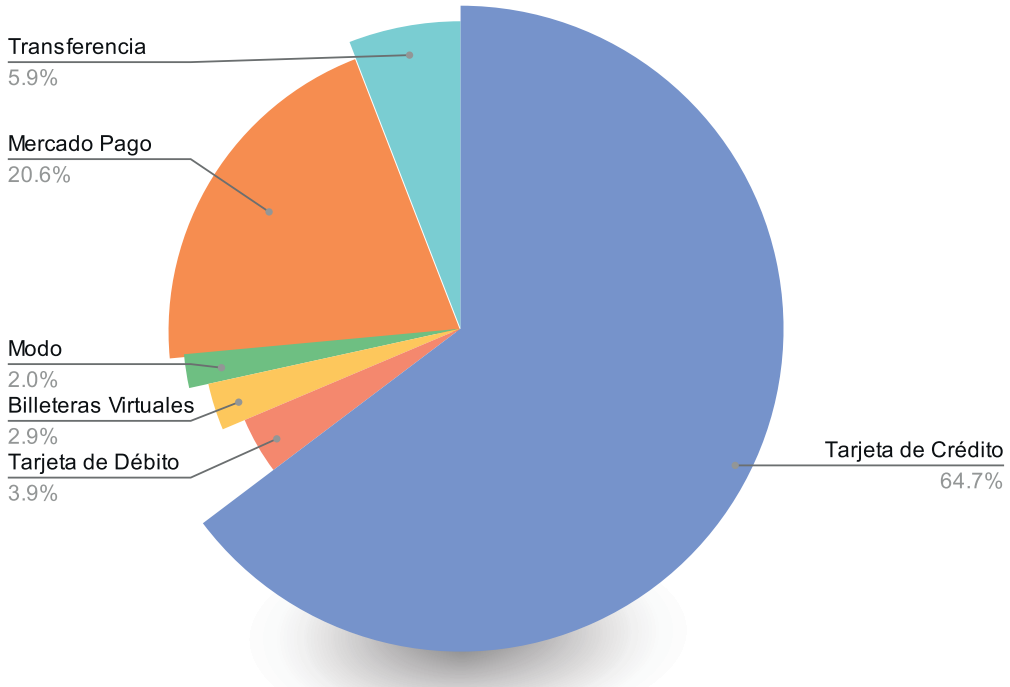
Como podemos observar en la gráfica un 80,8% de los comercios relevados no poseen web dedica a ventas online B2C, mientras que sólo un 19,2% incorporaron algún sistema o plataforma para comercializar sus bienes de forma online. Ese 19,2% está compuesto de la siguiente forma: 11,2% Páginas web propias, 4,3% Tienda Nube, 2,7% no especificaron qué plataforma utilizan, 0,8% Pedidos Ya y 0,2% utilizan la plataforma Empretienda.

¿El público objetivo de las ventas por e-commerce?





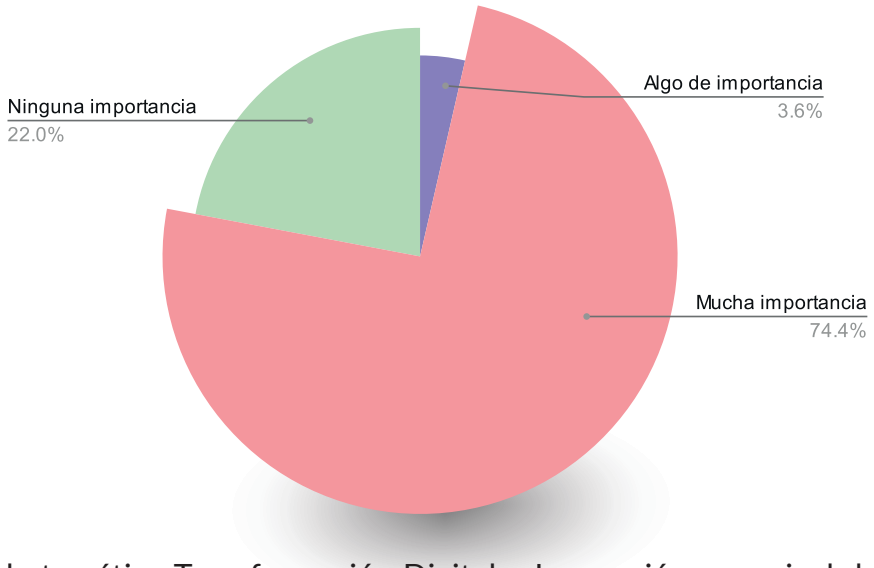
Como podemos visualizar es que los comercios que poseen página web de B2C, realizan ventas a “nivel provincial” en un 38%, luego nos encontramos con un 35,9% lo cual representa las ventas a nivel nacional y un 26,1% a nivel local o departamental. Es por eso que en el segundo gráfico podemos observar un alto porcentaje de ventas realizadas que tiene como logista de envío el “Retiro en Tienda”con un 50.3% seguida de “Envío vía correo”



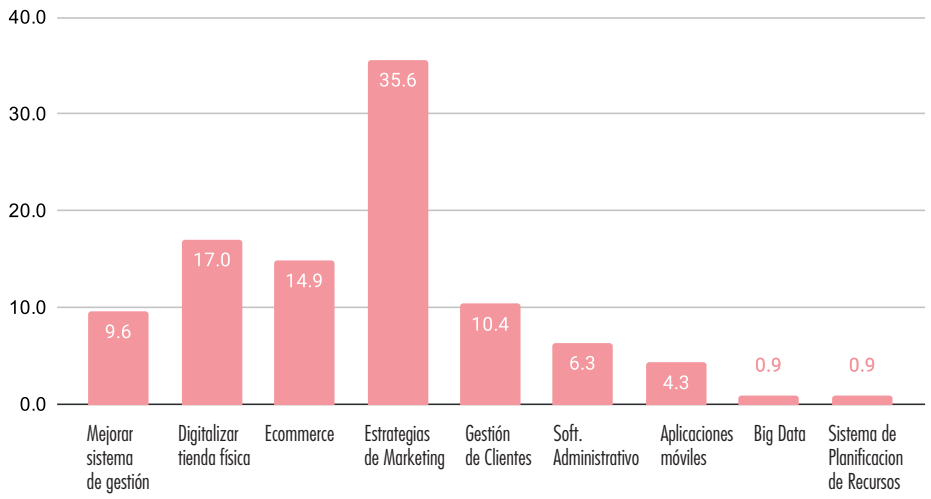
En cuanto a medios de pago más utilizados por compradores que realizan compras online posiciona la tarjeta de crédito en primer lugar con un 64,7% en segundo lugar a la Fintech Mercado Pago con un 20,6% y en tercer lugar a las transferencias bancarias con un 5,9%.

INNOVACIÓN

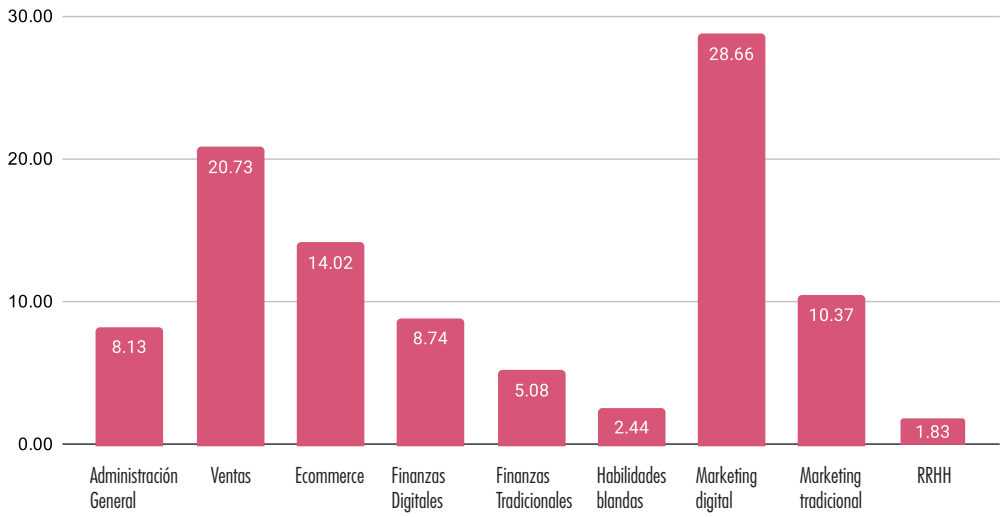
¿Qué importancia tiene la transformación digital e innovación?



En cuanto a la temática Transformación Digital e Innovación y su nivel de importancia podemos visualizar que los comerciantes relevados en un 74,4% le brindan "Mucha Importancia", "Ninguna Importancia" 22% y "Algo de Importancia" un 3,6%.



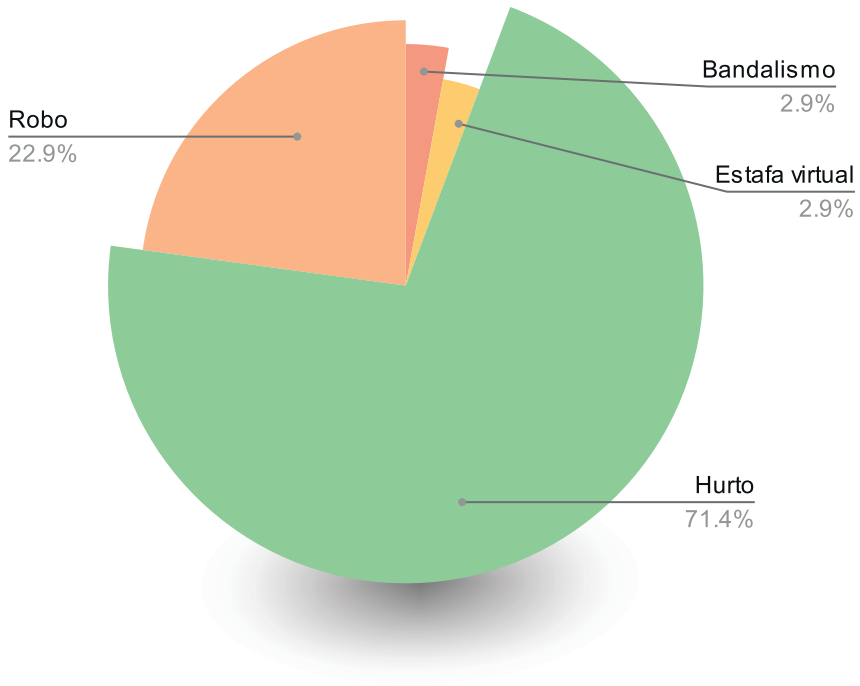
Como pudimos observar en el gráfica anterior y los datos obtenidos sobre la mucha importancia de la Transformación Digital e Innovación aplicada al comercio minorista de la provincia es que cuando se consultó sobre las área de aplicación de las mismas obtuvimos que un 35,6% escogió Estrategias de Marketing, Digitalizar tienda física un 17%y aplicar una web dedicada al Ecommerce un 14,9%

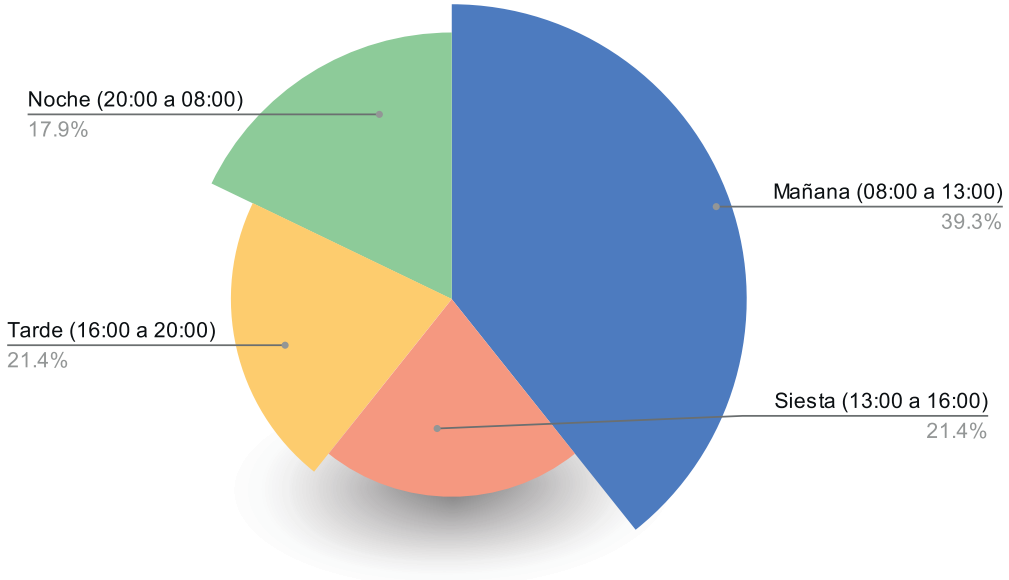


Como podemos visualizar en la gráfica los comerciantes relevados en la Zona Gran Mendoza un 28,66% elije como principal temática el Marketing Digital, Ventas 20,73%, Ecommerce 14,02% y Marketing Tradicional 10,37%.

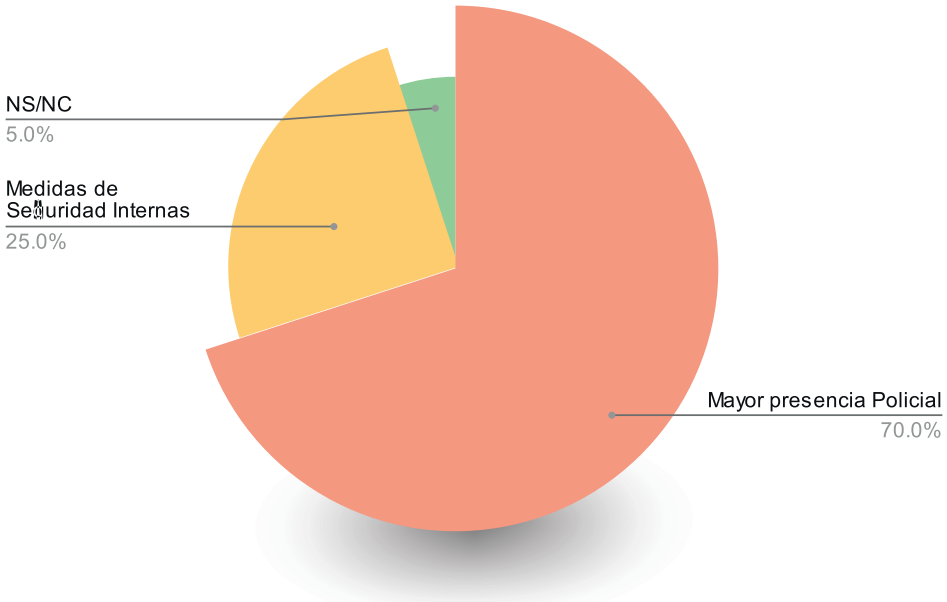
SEGURIDAD

Tipo de delito





¿Qué medidas considera que se debería implementar?



En cuanto a seguridad es que podemos observar según las respuestas obtenidas del presente relevamiento un 71,4% sufrió Hurto durante el último año, Robo 22,9%, Vandalismo 2,9% y Estafa Virtual 2,9%. Sobre los horarios en que suceden los ilícitos la franja horaria con mayor porcentaje con un 39,3% es la de la Mañana, 21,4% franja de Siesta y Tarde y franja horaria Noche con un 17,9%.

Ahora bien, las medidas que se deberían implementar según los comercios relevados , un 70% considera Mayor presencia policial, un 25% opto por implementar Medidas de Seguridad Interna y un 5% no sabe/no contesta.