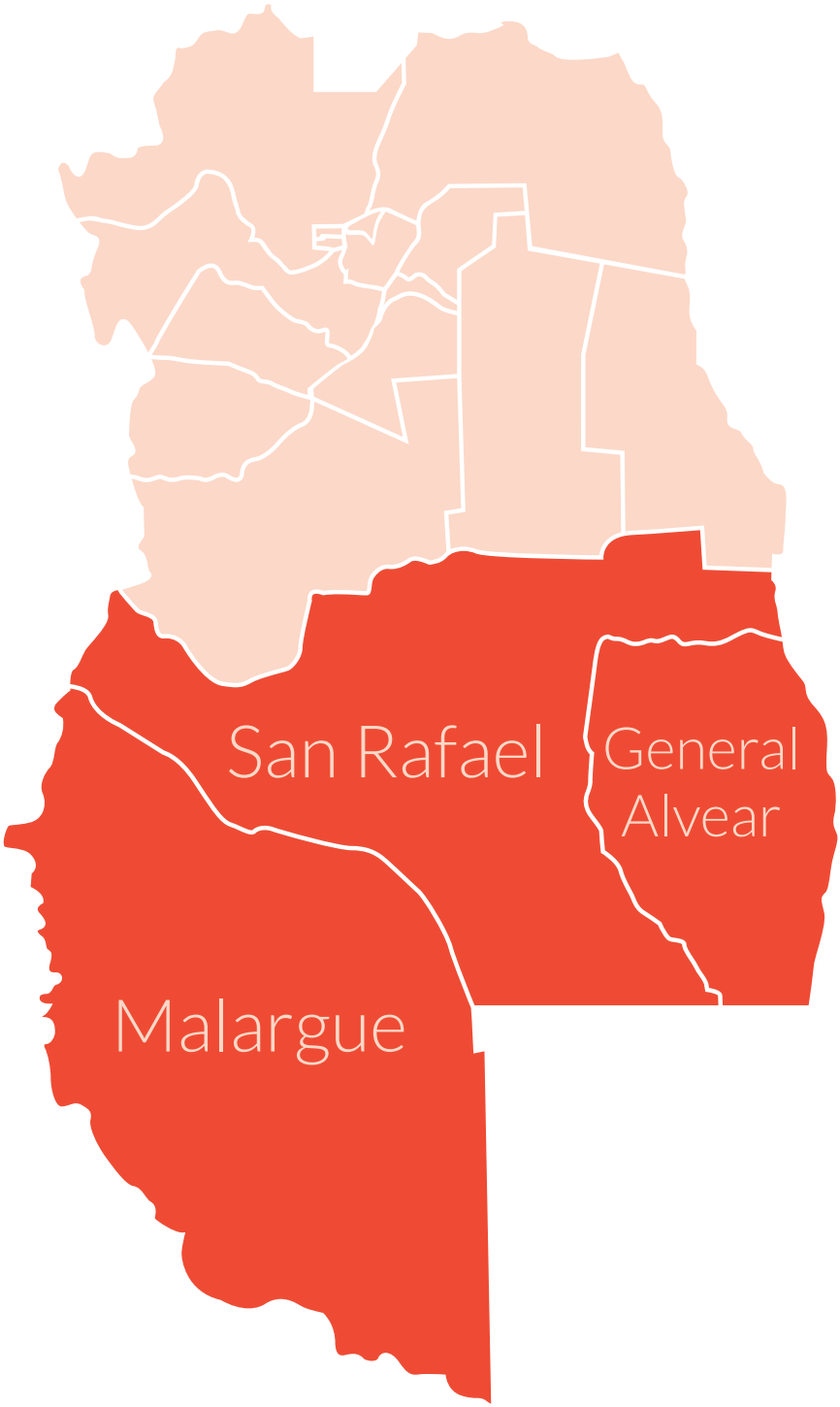
IDC Instituto de Desarrollo Comercial

ZONAL SUR



IDC Instituto de Desarrollo Comercial

INFORME ZONAL SUR

INTRODUCCIÓN

El siguiente informe presenta una muestra zonal general sobre los relevamientos realizados en los departamentos de San Rafael, General Alvear y Malargüe. 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.

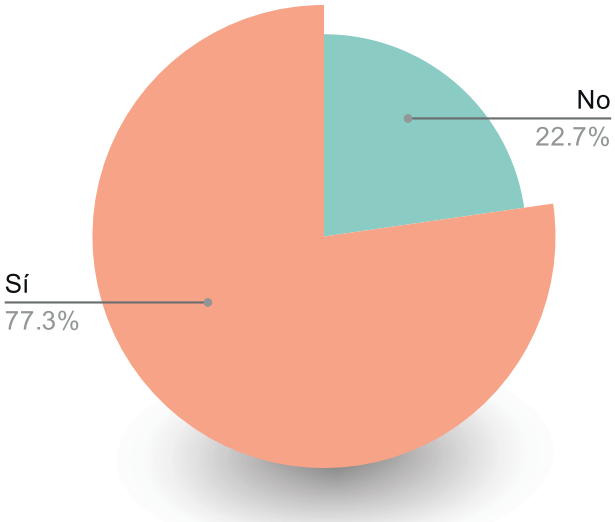
METODOLOGÍA

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

Cantidad de comercios relevados en el Sur mendocino: 46

RESULTADOS

¿Le interesaría formar parte de un CCCA?



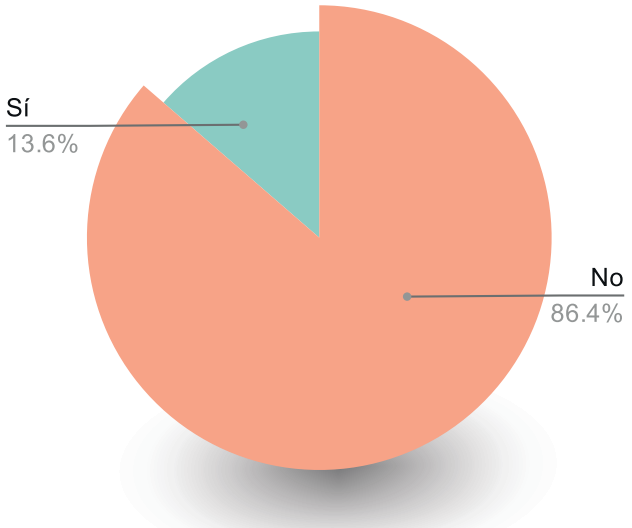
Como podemos observar en el gráfico es que un 77,3% de comercios relevados estarían interesados en participar en un Centro Comercial a Cielo Abierto y mientras que sólo un 22,7% no estaría interesado en su participción.

La organización de charlas y talleres sobre los beneficios de un CCCA es una excelente oportunidad para explicar a los comerciantes de forma clara y concisa los beneficios que pueden obtener al trabajar juntos. Los temas centrales:

Los beneficios económicos de trabajar en conjunto, como el aumento de las ventas, la atracción de nuevos clientes y la reducción de costes.

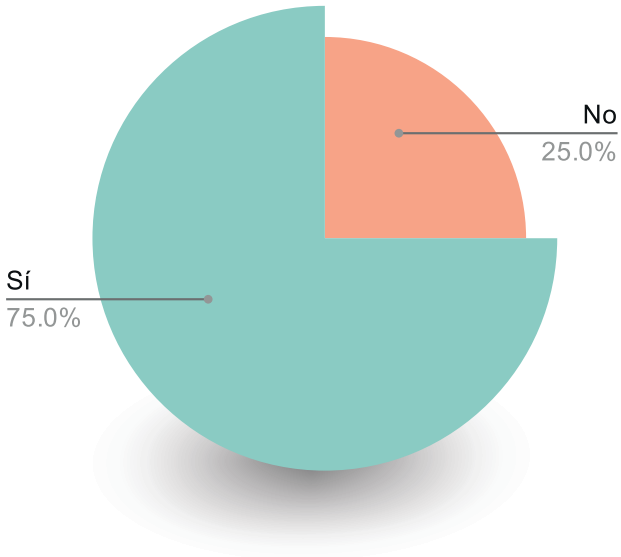
Los beneficios sociales de trabajar en conjunto, como la creación de un sentido de comunidad y la mejora de la calidad de vida de la zona.

¿Forma parte de la Cámara de Comercio?

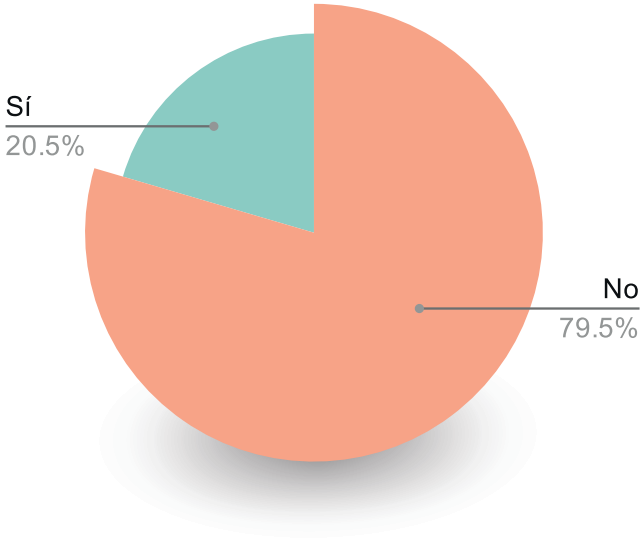


Los resultados obtenidos durante los relevamientos que integran a la Zona Sur de la Provincia pudimos identificar que un 86,4% no pertenece a la Cámara de Comercio departamental, mientras que sólo un 13,6% si lo hace.

¿Le interesaría formar parte de la Cámara de Comercio?



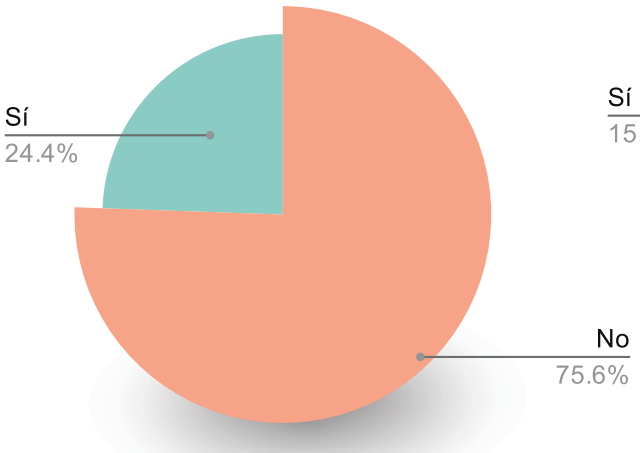
¿Conocés los beneficios?



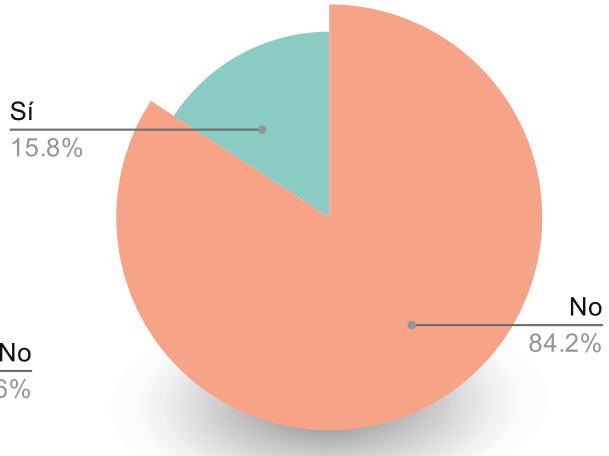
En consecuencia con la pregunta anterior es que como representa la gráfica la mayoría en un 75% se encuentra dispuesto a la participación como socio en la Cámara de Comercio, sin embargo un 25% no lo estaría. Algo a destacar como podemos visualizar en la segunda gráfica solo un 20,5% de los interesados en participar conocen los beneficios que se brinda al comerciante de la Zona Sur.

MARCA DIGITAL

¿Tiene página web?



¿Realizan SEO?



Los datos que exponemos muestran que la presencia digital de los comerciantes minoristas en la región sur es baja. Solo el 24,4% de los comerciantes tiene una página web, y de ellos, solo el 15,8% realiza SEO.

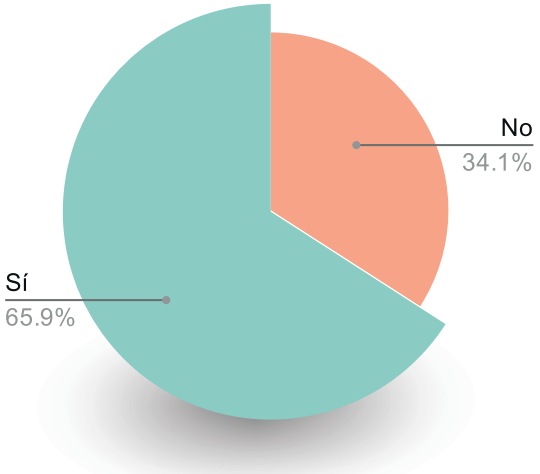
Algunas de las posibles explicaciones a dicho fenómeno son las siguientes: Una posibilidad es que los comerciantes minoristas de la región tengan un público objetivo de cercanía. Se puede creer la no necesidad de presencia digital ya que en su mayoría los clientes son de zonas aledañas.

Otra posibilidad es que el comerciante no se familiariza con los beneficios que trae aparejado la presencia digital y como última posibilidad es que algunos comerciantes constituyen la falsa premisa de que su implementación posee un costo elevado cuando en la realidad, hablamos de una inversión a mediano plazo.

Beneficios de la presencia digital:

- Llegar a nuevos clientes
- Aumentar las ventas
- Mejorar la imagen de su marca

¿Utiliza Google Maps o Google My Business?

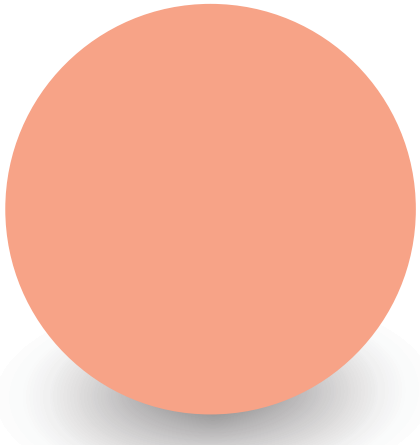


El 65,9% de los comercios minoristas utiliza Google Maps o Google My Business mientras que el restante 34,1% no hace uso del aplicativo de Google para empresas.

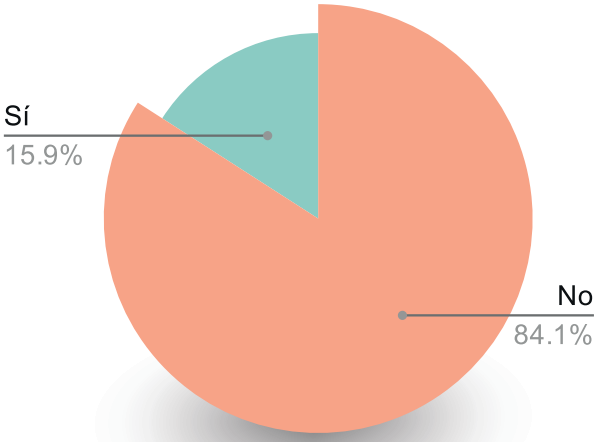
Es importante destacar que el hecho de que el 65,9% de los comerciantes de la Región Sur es un buen indicador, aunque no utilicen páginas web debido a las explicaciones antes mencionadas es que este número del presente gráfico nos da la pauta de que Zona Sur se encuentra en el camino de aplicar poco a poco la Transformación Digital, aunque los numero cambian dependiendo el departamento en cuestión

PRESENCIA EN REDES SOCIALES

¿Tiene Redes Sociales?

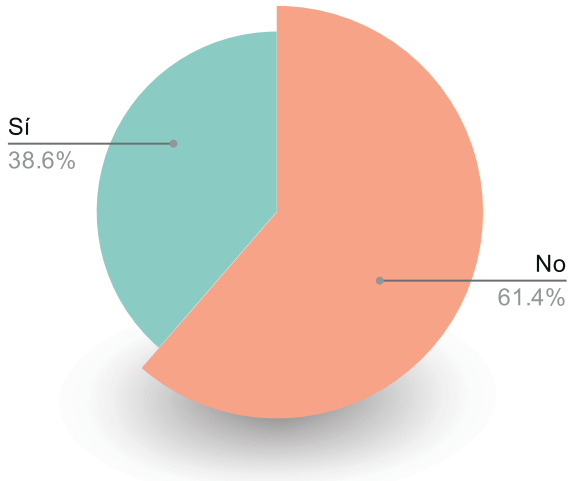


¿Están tercerizadas?

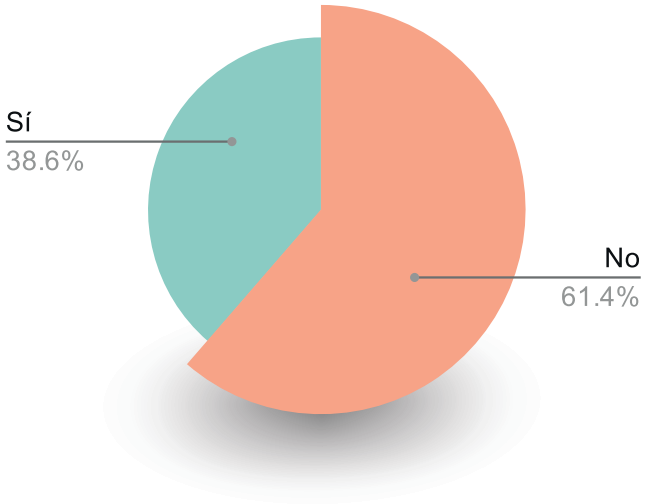


En cuanto a la presencia en redes sociales en podemos observar que la totalidad de comercios encuestados cuentan con redes sociales activas, ahora bien de ese total solo pudimos identificar que el 15,9% tercerizan las mismas, con el fin de implementar la comunicación vía redes sociales de una forma profesional.

¿Invierten en publicidad Digital?

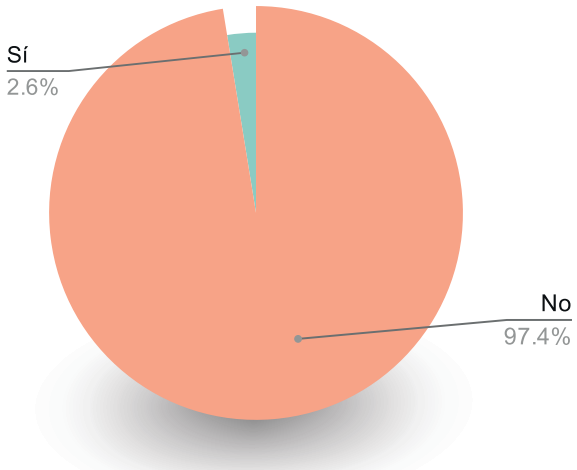


¿Realiza análisis de datos en Redes?



Es una consecuencia es que según manifestación de los comercios relevados un 38,6% invierten en publicidad digital superando en un amplio margen a las redes tercerizadas de los comercios de la Zona Sur. Algo sumamente importante es que los comercios que poseen inversión en pauta publicitaria digital realizan análisis de datos.

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

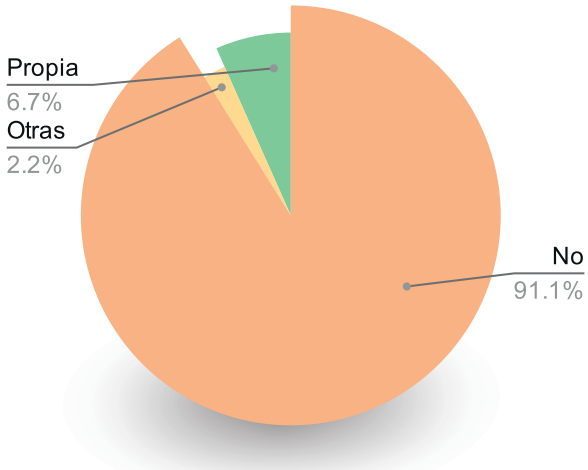


Los datos obtenidos exponen que un 2,6% utiliza algún tipo de sistema de CRM mientras que el 97,4% no lo utiliza.

Un dato a tener en cuenta es que en su gran mayoría los comercios relevados no contaban con el conocimiento sobre qué es un CRM ni sus beneficios.

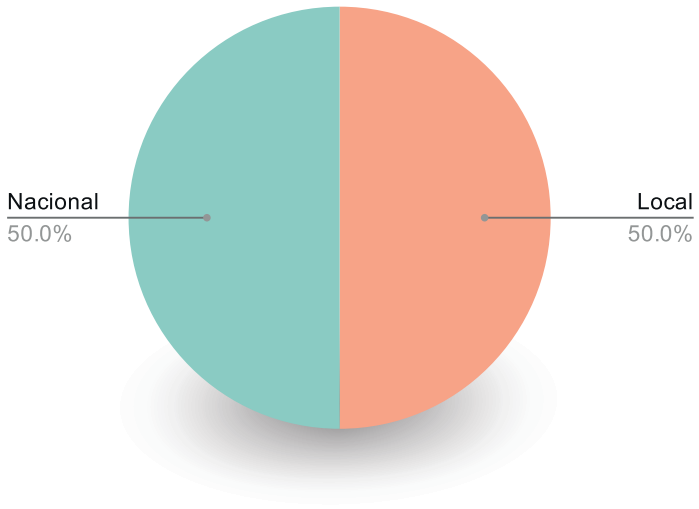
E-COMMERCE

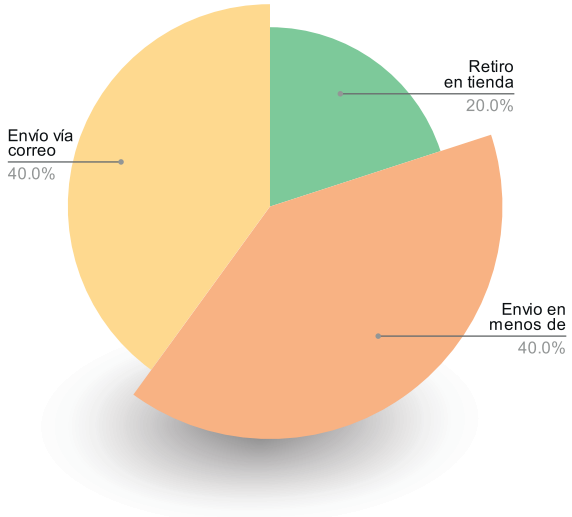
¿Tiene página de E-commerce?

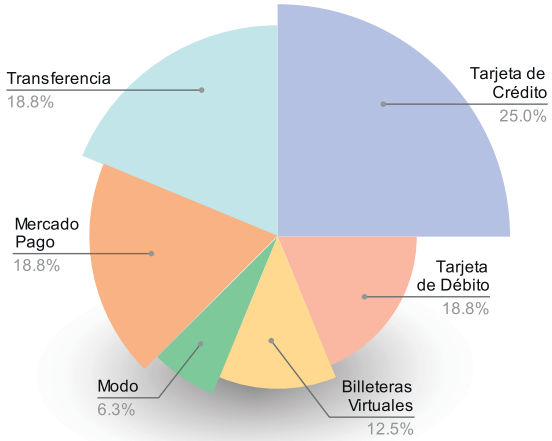


En base a los resultados obtenidos en la región sur es que los comercios de ventas minoristas en un 91,1% no cuenta con web destinada a la comercialización de productos B2C,sin embargo un 6,7% poseen web propia destinada a E-Commerce y un 2,2% utilizan algún tipo de web tercerizada sin ser especificadas.

Público objetivo de las ventas por e-commerce





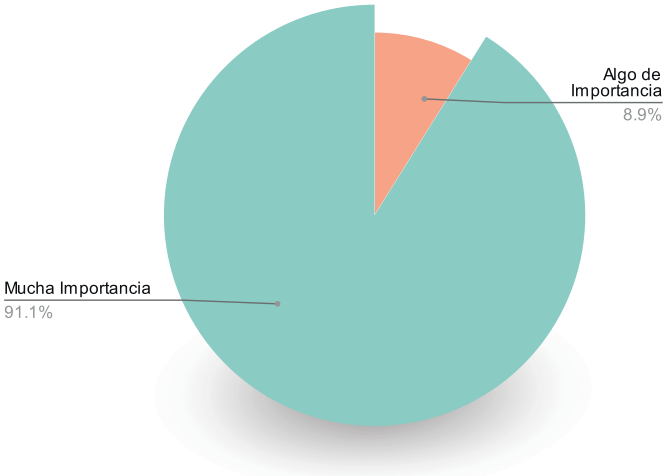


Como podemos visualizar es que los comercios que poseen página web de B2C, realizan ventas a “nivel Nacional” en un 50%, las cuales incluyen ventas a nivel local y departamentos de nuestra provincia, luego nos encontramos con un 50% lo cual representa las ventas a nivel local, hacemos referencia a nivel departamento donde se encuentra ubicado el comercio. Es por eso que en el segundo gráfico podemos observar un alto porcentaje de ventas realizadas que tiene como logista de “envío por correo” y “ envios en menos de 24 horas” con un 40% cada una y en menor medida con un 20% “Retiro en Tienda”.

En cuanto al medio de pago más utilizado posiciona en primer lugar con un 25% a “Tarjeta de Crédito”.

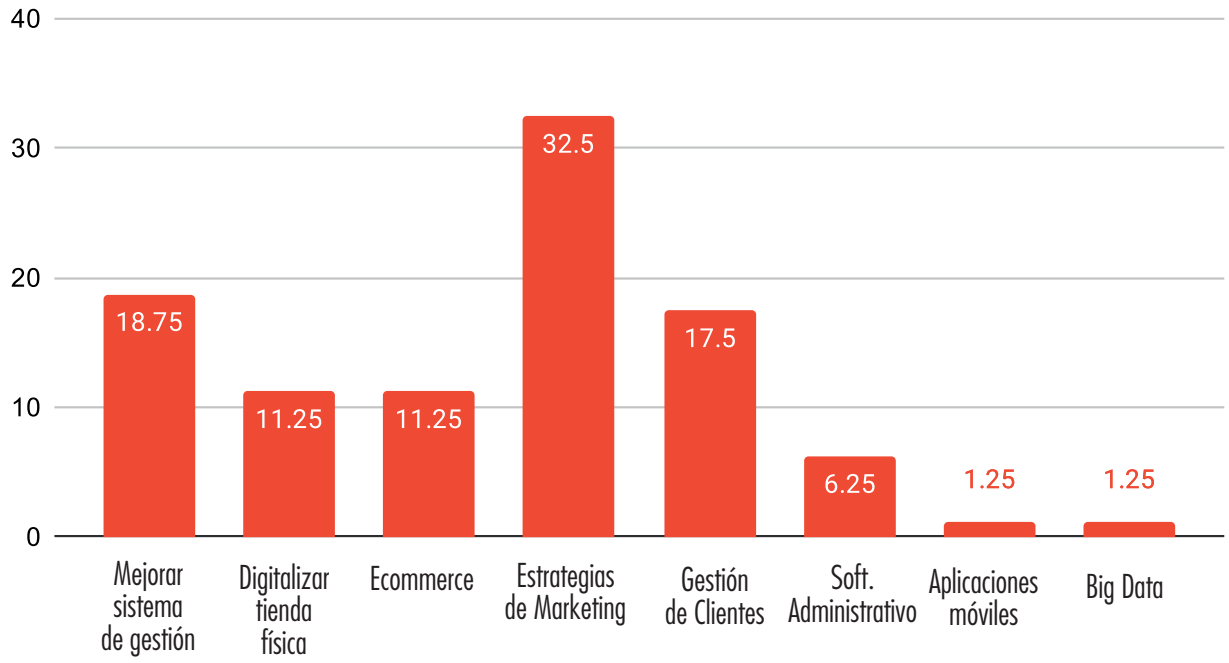
TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INNOVACIÓN

Importancia que tiene la transormación digital e nnovación

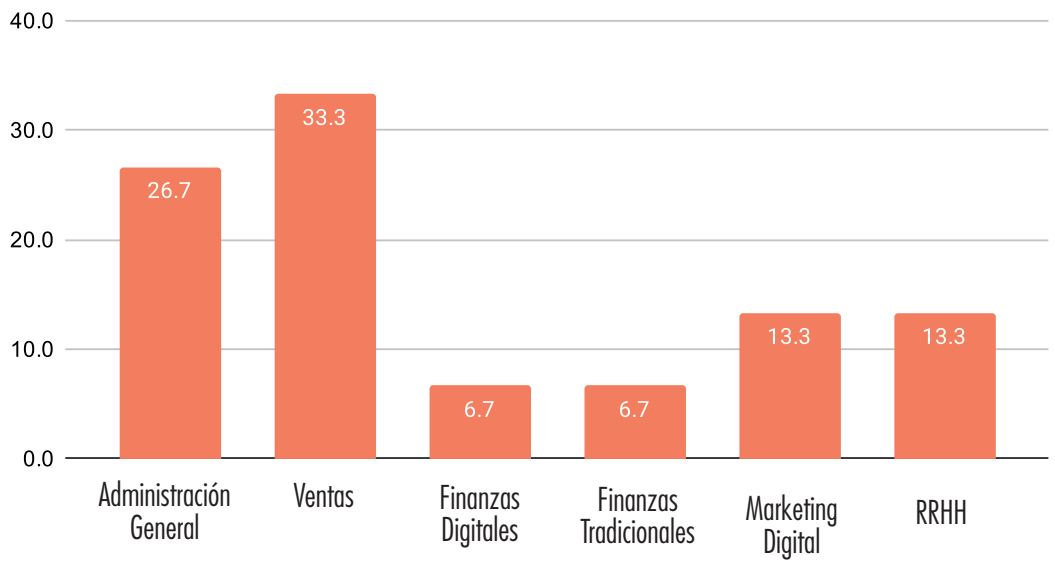


En la sección de nivel de importancia de transformación Digital e Innovación aplicada en el comercio minorista de la región sur de la Provincia de Mendoza, podemos visualizar que en la respuesta “Mucha Importancia” se posiciona en primer lugar con un 91,1%, “Algo de importancia” un 8,9%.

Es importante recalcar que la aplicación de innovación no se lleva a cabo por diversas razones, dos de las principales es desconocimiento y la segunda razón es que en el inconsciente colectivo se cree que es inalcanzable económicamente.

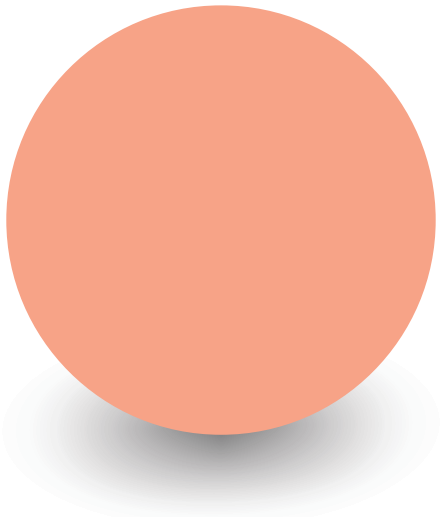


En consecuencia con la pregunta de importancia de la Transformación Digital e Innovación aplicada en el comercio, las principales áreas de necesidad de aplicación con un 32,5% “Estrategias de Marketing”, “Mejorar sistema de gestión” elegida por un 18,75% de los comercios encuestados y luego “Gestión de clientes” con un 17,5%.



SEGURIDAD

¿Su comercio ha sufrido delitos este año?



En materia de seguridad nos encontramos que la totalidad de los comercios relevados respondieron que nunca sufrieron ningún tipo de delito en su local.