

Reporte del Observatorio Comercio Digital

Reporte Nro 00 – Tomo 1: Consumidor Express

1er Trimestre del 2022

Presentación General Programa “Comercio Express”

El Programa Comercio Express, es una iniciativa de la Secretaría de Comercio Interior y Servicios, dependiente del Ministerio de Producción, Ciencia y Tecnología de la Provincia de Santa Fe.

El objetivo del Programa es agrupar la estrategia de intervención en materia Comercial de la provincia de manera innovadora, uniforme, integrada y articulada, mediante el cual, la definición de toda política pública se defina a partir de una clara identificación de las necesidades del comerciante y del consumidor santafesino, y se logre la confluencia entre el interés público y privado.

La dinámica del comercio en la actualidad ha cambiado, y los empresarios locales y el sector público no pueden ni deben quedar aislados de dichos cambios. Ante todo cambio hay una oportunidad. Una oportunidad en la cual los actores preponderantes de la sociedad podrían generar un salto tecnológico, invocando un pensamiento-acción de transformación que forje un quiebre en la historia de las pymes y emprendedores de esta región, fortaleciendo las capacidades de los diversos sectores, a fines de proyectar una economía más competitiva. Potenciando la formación de sus ciudadanos y fortaleciendo espacios que estimulen a los comercios con menos oportunidades, en el afán de pensar y preparar proyectos realizables, donde el epicentro sea su transformación digital.

La actual coyuntura, donde las ventas de productos con valor agregado por medio de los canales tradicionales de comercialización, tanto para el comercio interno como para el externo, no son las más favorables; el comercio electrónico se presenta como una necesidad para no quedar atrás y como una oportunidad para innovar, crecer y ser competitivos. La necesidad de acompañar con políticas públicas e incentivos a los sectores que más potencial tienen para brindar empleo y trabajo (fortaleciendo su competitividad), es insoslayable. Sobre todo, cuando entre otras cosas, manifiestan estar en desventaja en lo que fuera la apropiación del saber digital y la aplicación del canal de comercio electrónico en su modelo de negocio.

De esta manera se visualiza una oportunidad para aportar herramientas tecnológicas a los comercios, e institucionalizar nuevos dispositivos como políticas públicas provinciales, que nos brinden información y datos sobre las necesidades de los comercios en cuanto a sus procesos propios de transformación digital. Así surge el Programa Comercio Express: como plataforma interactiva entre el sector público y el sector privado; como portal de gestión integrador de todas las políticas públicas comerciales activas en la provincia; y como medio de comunicación dinámico e innovador que plantee necesidades y defina propuestas de solución.

Para dar respuesta al ciudadano es necesario mantener un diálogo fluido que permita diagnosticar, evaluar y priorizar las necesidades que hacen al desempeño del sector comercial provincial. La información y el conocimiento son claves para entender lo que pasa y generar los mecanismos de atención y respuesta ante las demandas de la sociedad.

Por ello, en esta etapa, lanzamos en el marco del Programa de Comercio Express y acompañando las principales políticas comerciales provinciales vigentes como son “Billetera Santa Fe” y “Precios Santafesinos”; el “Observatorio Provincial de Comercio Digital” y el “Ciclo de Capacitaciones en Comercialización Digital”.

¿Qué es el Observatorio Provincial de Comercio Digital?

En el marco del Programa Comercio Express se constituye el Observatorio Provincial de Comercio Digital con el objetivo de contar con una herramienta actualizada que permita visualizar y sistematizar información de referencia sobre el desempeño del sector comercial. De esta realidad y a partir de los indicadores y variables analizadas, desde la Secretaría de Comercio Interior y Servicios se podrán tomar decisiones en tiempo y forma y diseñar e implementar políticas públicas acordes a las necesidades vigentes. Por ejemplo se podrán articular con acciones de formación en temáticas particulares, diseñar herramientas de gestión comercial, implementar mecanismos de incentivos y financiamiento con orientación claramente definida, y generar instancias de asistencia, acompañamiento y asesoría según necesidades puntuales.

Para ello, la información obtenida por distintas fuentes, pero principalmente por la dispuesta a través de la interacción con los comercios locales, es clave para dinamizar la herramienta. Con un Observatorio que refleje la realidad del sector comercial provincial, será más fácil el diseño de nuevas herramientas de política pública para potenciar a los sectores del comercio que se encuentren aptos a transitar el camino de la transformación digital, con el fin de aumentarles la visibilidad de sus bienes y servicios al alcance de cualquier consumidor del mundo.

Análisis del Consumidor

Metodología

La metodología utilizada para el relevamiento de información para el Observatorio de Comercio digital se nutre de dos fuentes principales de información:

- 1) Una encuesta anónima semiestructurada: Encuesta de periodicidad trimestral que en el último procesamiento logró obtener una muestra de 6.740 casos.
- 2) Análisis de desempeño consolidado anónimo de usuarios de Billetera Santa Fe: Relevamiento semestral que en el último procesamiento trabajó con una muestra de 590.072 casos. Este segmento poblacional es representativo del consumo provincial (el 16,56% de la población provincial según el momento de corte para el análisis –Junio de 2021-) y a su vez son usuarios de un instrumento que promueve la digitalización del comercio.

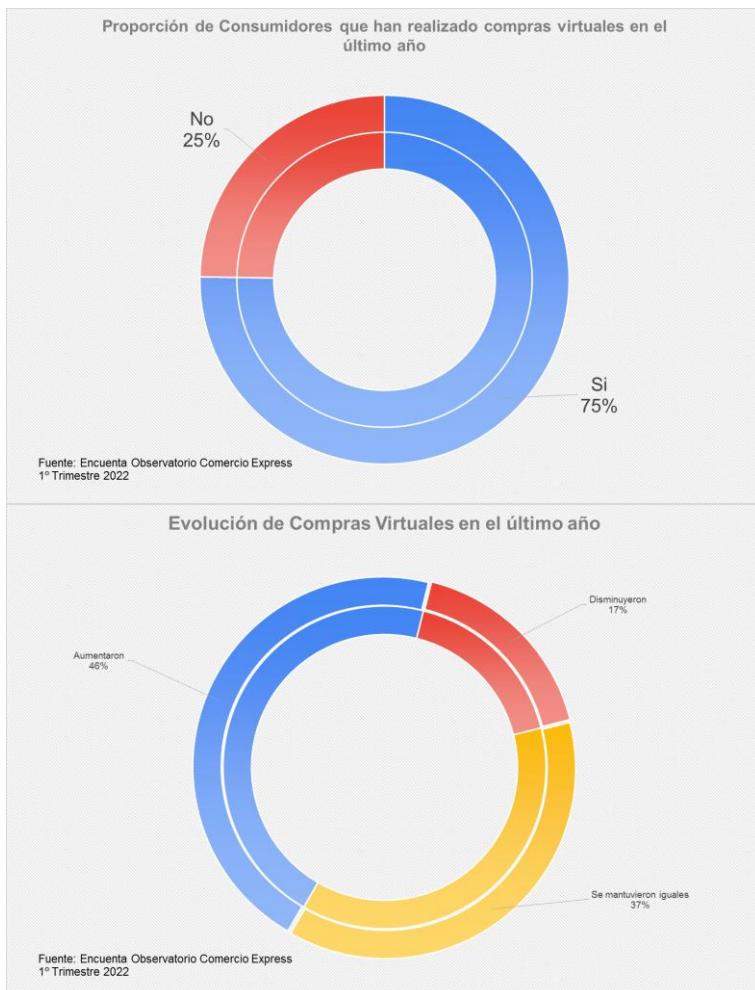
El análisis del Consumidor se divide en:

- i) Análisis de Desempeño: Define las características sobre el comportamiento actual del consumidor.

- ii) Análisis de Satisfacción: Define las fortalezas y amenazas en términos del funcionamiento actual del sistema de comercio digital.
- iii) Análisis de Expectativas: Define la percepción del consumidor sobre el desempeño a futuro de la actividad.

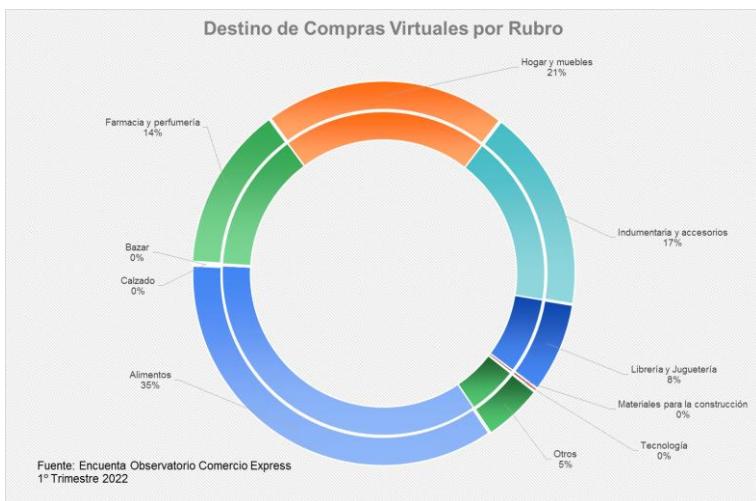
Resultados Obtenidos

A) Análisis de Desempeño



*A partir del relevamiento realizado, la mayor proporción de los casos consultados (**75,25%**) ha realizado operaciones de comercio digital en el último año*

*De la muestra que ha realizado compras digitales en el último año, se ha vislumbrado una tendencia creciente favorable en relación a la evolución de las mismas. Para el **45,54%** de los casos ha aumentado; y solo el **17,19%** ha disminuido.*



Según el **rubro** de destino de las compras se evidencia una proporción relevante en los siguientes rubros:

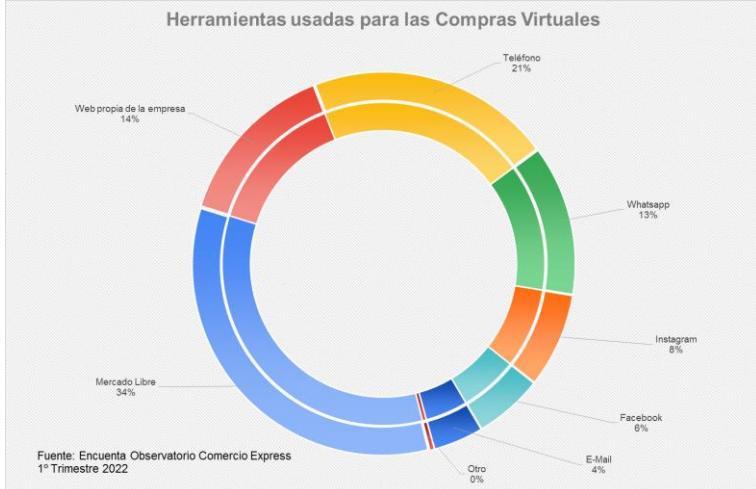
Alimentos (35,21%)

Hogar y Muebles (20,57%)

Indumentaria (17,17%)

Farmacia y Perfumería (13,94%)

Librería y Juguetería (7,61%)



Los principales **medios** utilizados para la realización de las compras digitales son:

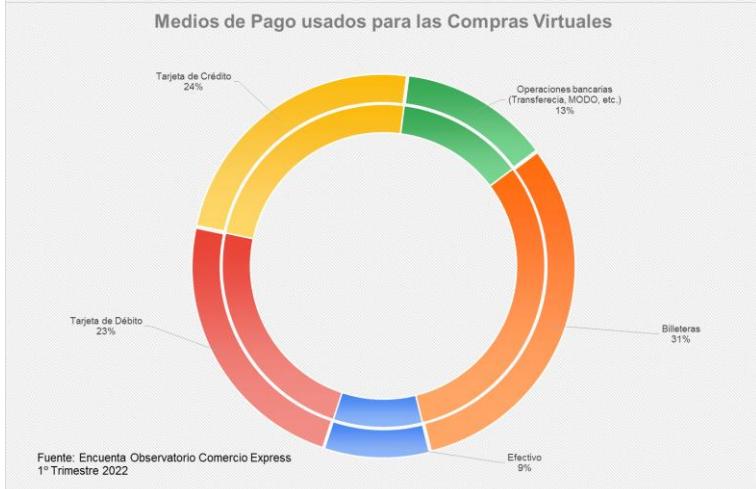
Mercado Libre (33,72%)

Teléfono (20,76%)

Web propia de la empresa (14,26%)

Whatsapp (12,75%)

Redes sociales varias (13,87%)

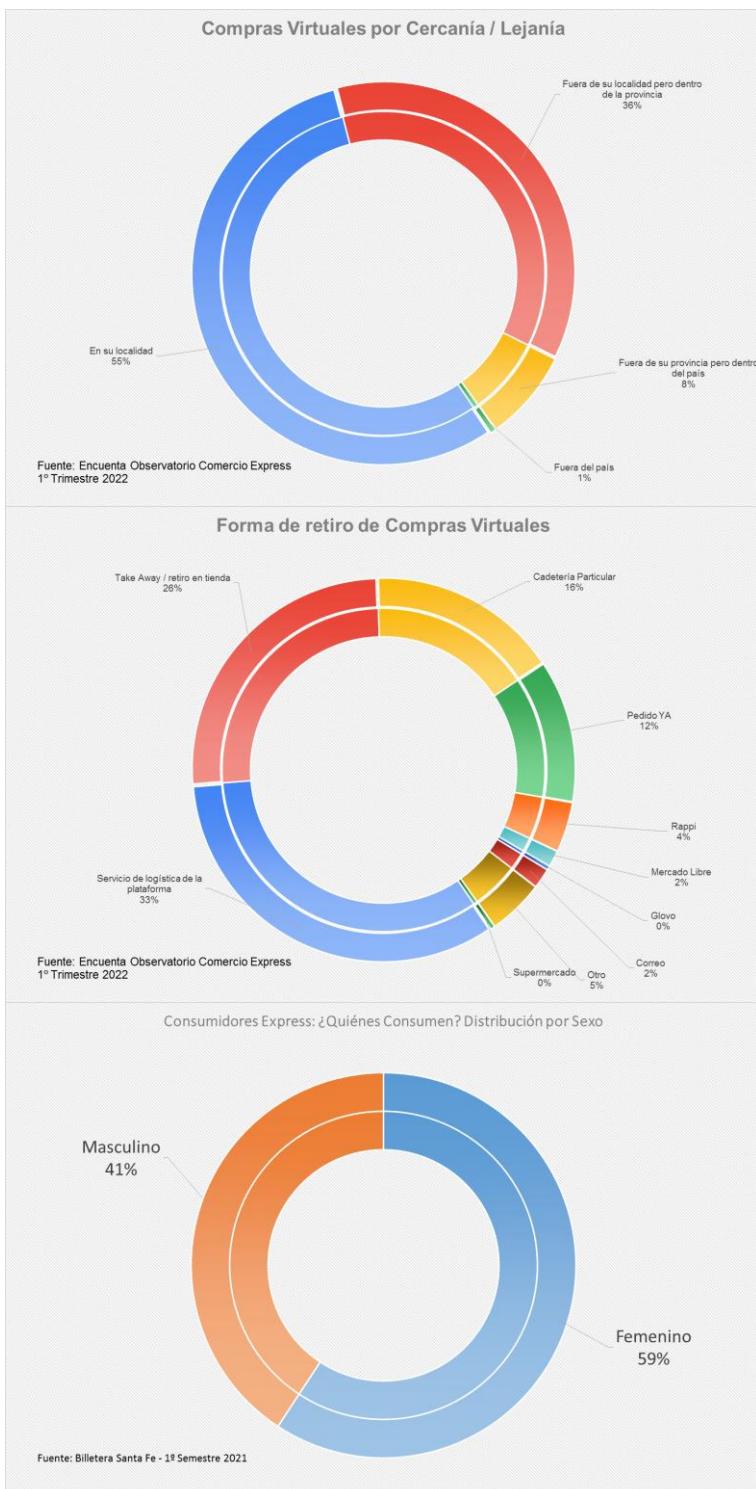


Los principales **medios de pago** utilizados para las compras virtuales son:

Billeteras (31,35%)

Tarjeta de Crédito (23,76%)

Tarjeta de Débito (23,24%)



El consumidor santafesino destina sus compras principalmente a comercios ubicados:

En su misma localidad (55,39%)

Fuera de su localidad pero dentro de Santa Fe (36,36%)

Fuera de la provincia, pero en Argentina (7,76%)

Las principales formas en que el consumidor retira las compras realizadas de manera virtual son:

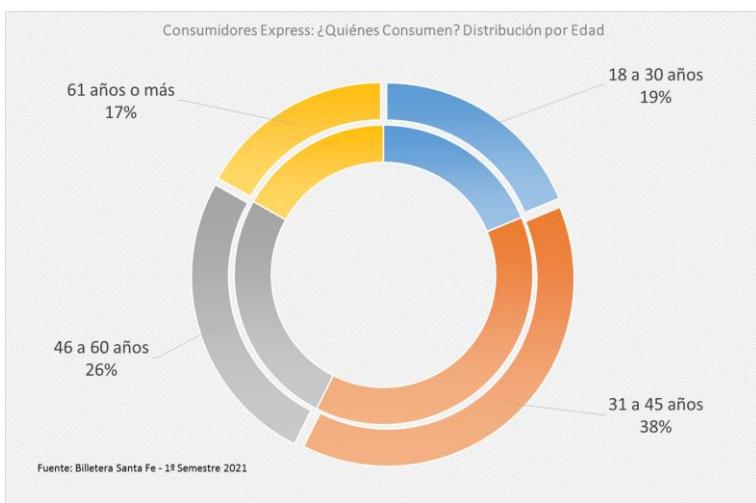
Servicio de logística de la plataforma donde compró (33,17%)

Retiro en el negocio (25,77%)

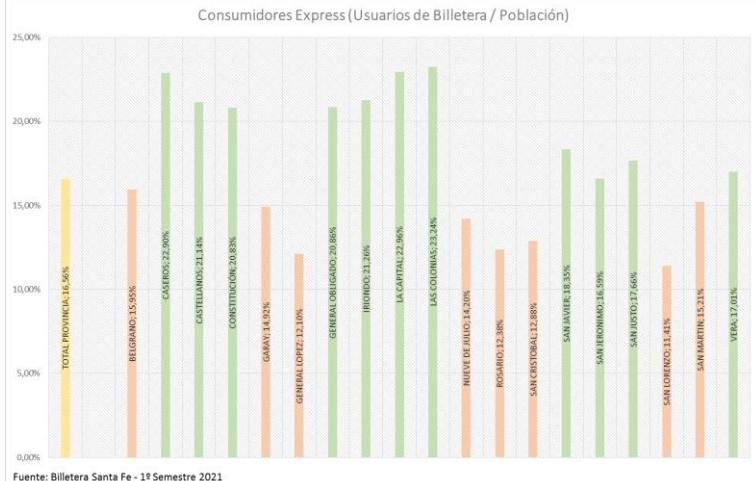
Cadete particular (16,14%)

Aplicaciones de reparto varias (16,33%)

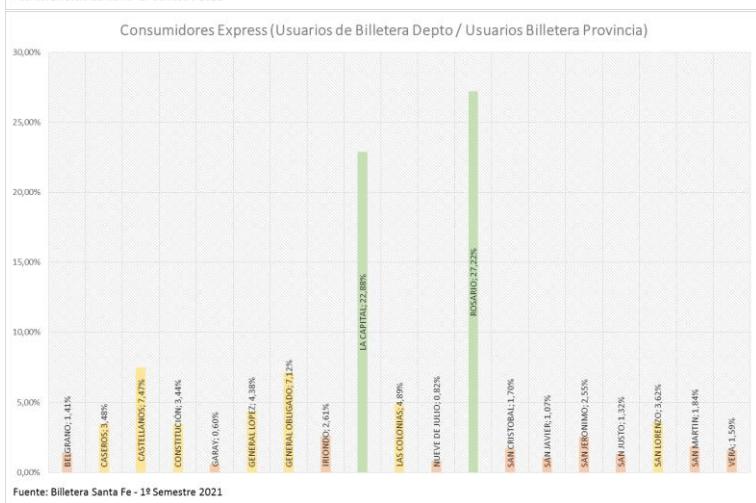
*Para el segmento de la población usuaria de Billetera Santa Fe para el comercio local, se tiene que el **59,25%** son usuarios **mujeres**.*



Para el segmento de la población usuaria de Billetera Santa Fe para el comercio local, se tiene que el **38,67%** son usuarios **entre 31 y 45 años**, y el **25,74%** son usuarios **entre 46 y 60 años**.

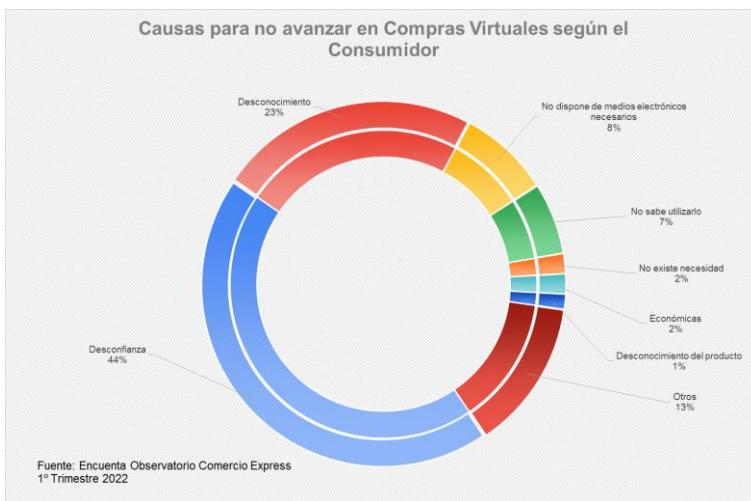


En cuanto a la **distribución territorial**, se tiene que a partir de la media provincial de **16,56** usuarios cada 100 habitantes, **11** departamentos provinciales se ubican por encima de la media y **8** por debajo.



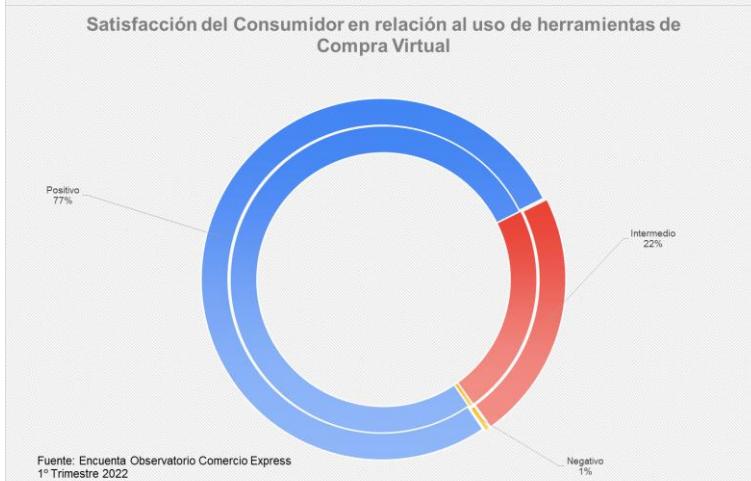
De la misma forma, pero analizando la relación de **usuarios del departamento en relación a usuarios provinciales**, la mayor proporción se la llevan los departamentos de **La Capital y Rosario**

B) Análisis de Satisfacción

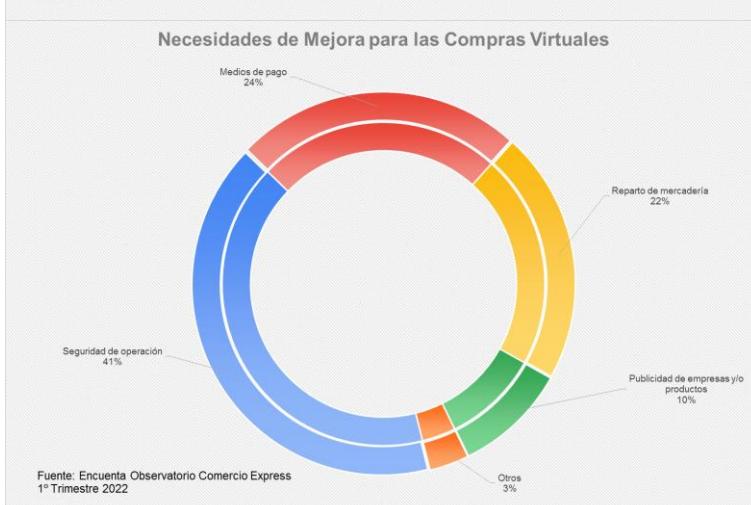


Los principales motivos por los que el consumidor no incrementa y expande el volumen de compras digitales son:

Desconfianza (44,03%)
Desconocimiento (23,20%)



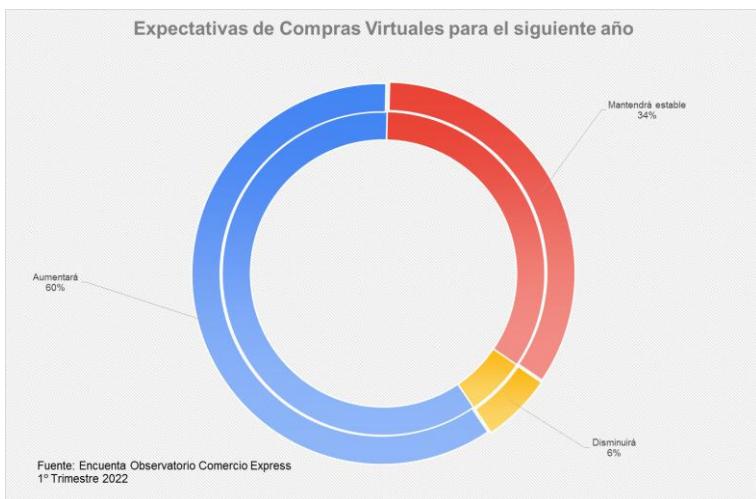
Una vez utilizado los servicios de compra digital, la percepción del consumidor define una satisfacción positiva para el 77,07% de los casos; mientras que una definición negativa lo mostraron solamente el 0,47% de los casos.



Según el consumidor, los aspectos que necesitan mejorar para profundizar la penetración del comercio digital en la sociedad son:

Seguridad en las operaciones (41,14%)
Medios de Pago (24,41%)
Reparto de mercadería (21,45%)

C) Análisis de Expectativas



*En cuanto a las **expectativas** a futuro sobre el desempeño del comercio digital, el **59,81%** espera que aumenten las operaciones, mientras que el **6%** piensa que disminuirán*

Santa Fe Provincia



Portal del Programa Comercio Express:
www.santafe.gob.ar/ms/comercioexpress/