



IMPACTO SOCIOECONOMICO GRAN SUPERFICIE COMERCIAL CCIF 2020 – Resumen Ejecutivo



www.opcion.com.uy



Objetivos

El objetivo general del estudio es medir el impacto que tendrá la instalación del nuevo supermercado en el tejido comercial de la localidad y evaluar el impacto neto del mismo sobre el empleo.

En esta línea, los objetivos específicos serán los siguientes:



- Análisis comparado de demanda del sector Retail en la ciudad de Florida en relación con otras localidades del interior.
- Evaluación del tamaño de la oferta retail actual
- Evaluación de la ocupación y salarios en los comercios actuales (promedio de ocupados por negocio)
- Cotejar productividad del trabajo (ocupados/ventas) de los comercios actuales con los planes de la nueva instalación.
- Evaluación de impacto de instalación de proyecto en pérdida de empleo por salida de comercios competidores

Metodología

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

FASE Nº1 DESK RESEARCH

En función del cumplimiento de los objetivos de la investigación presentada, se recurre en una primera fase, a la utilización de la metodología de **investigación y sistematización de datos secundarios**.

La formulación de parte de este informe, por tanto, está orientada a cubrir ciertos objetivos de la investigación a partir de fuentes secundarias: estadísticas elaboradas y publicadas por INE y OPP.

Además se recurre a bibliografía especializada en la materia para interpretar dicha información. Los textos principalmente consultados para la realización del análisis fueron: *Impacto económico del Supermercadismo* (Zipitría, Leandro en Revista de Ciencias Empresariales y Economía), *Supermarket Entry and the Survival of Small Stores* (Borraz et al.) y *Big retailing facilities impact on traditional retail and regulatory laws* (Viego, Valentina).



Metodología

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

FASE Nº2 ENCUESTA A EMPRESAS



- **Tipo de estudio:** Encuesta telefónica o presencial a propietarios o encargados de empresas del sector retail de artículos alimenticios y para el hogar en la zona de influencia.
- **Duración:** 10 minutos
- **Dimensión de la muestra:** 120 casos. **Muestreo Aleatorio Estratificado Proporcional** con mantenimiento de cuotas por tamaño de empresa (definido según número de empleados).
- **Cuestionario:** Semi estructurado con preguntas abiertas y cerradas.
- **Margen de error:** +-7% de error global (95% de nivel de confianza – $p=0,5$ y $q=0,5$; $P= 318$ comercios de categorías de interés). Marco muestral: Usuarios de redes sociales.
- **Realización del trabajo de campo:** entre el 31 de julio y el 20 de agosto de 2020.
- **Supervisión y control de campo:** Supervisión directa del trabajo de campo.

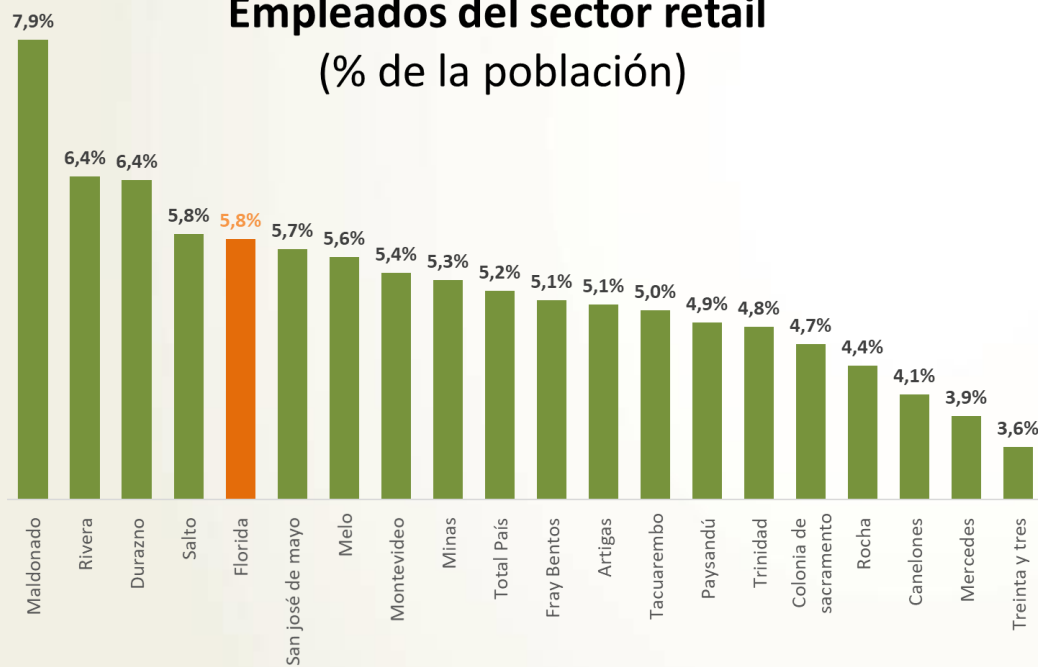
Desk research: oferta y demanda *retail*

Oferta del sector *retail**

Las personas ocupadas en establecimientos del sector *retail* alcanzan el 5,8% de la población de la ciudad de Florida, cifra superior a la gran mayoría de las capitales y a la media nacional (5,2%).

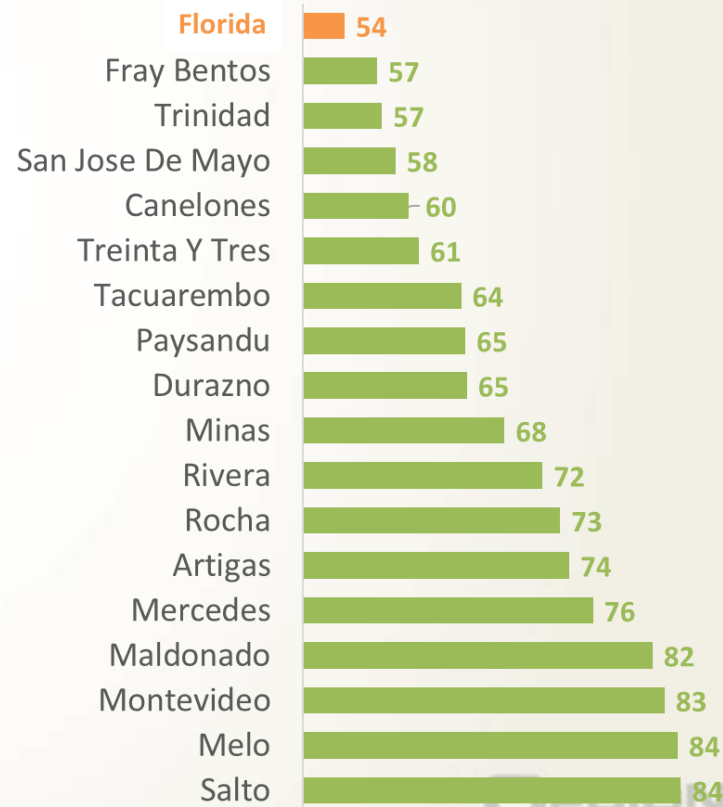
La Ciudad de Florida tiene la mayor penetración de locales registrados por habitante del país, según registros del INE 2018.

Empleados del sector *retail* (% de la población)



Fuente: INE ECH 2019

Cantidad de habitantes por comercio



Fuente: INE – Directorio de empresas

* Incluye comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas.

Análisis comparado

Factores de demanda: población y pib per cápita.

Factores de oferta: Cantidad de retailers y proporción de empleados del sector retail.

Al comparar Florida con otras localidades con similares factores de demanda (PIB per cápita y población), se encuentra que esta ciudad presenta una alta proporción de empleados en el sector retail* y una alta penetración de comercios medianos y grandes en términos relativos.

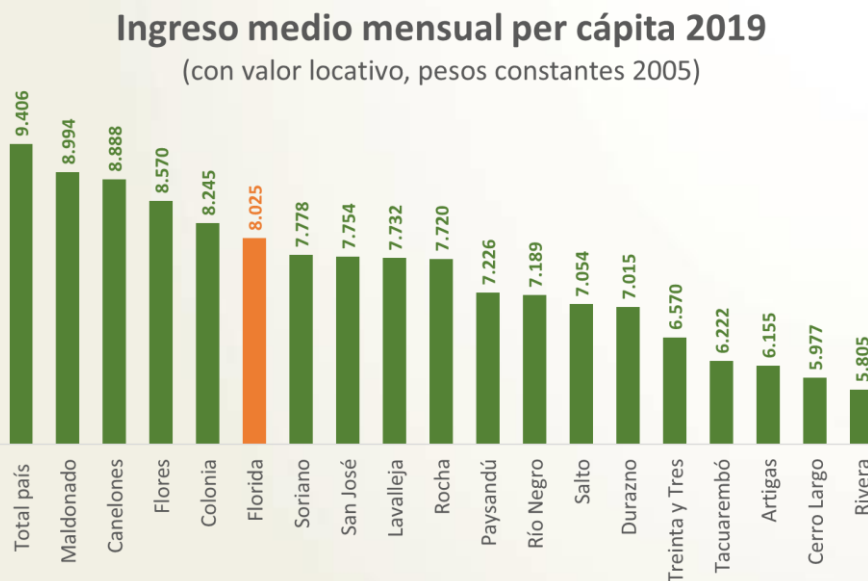
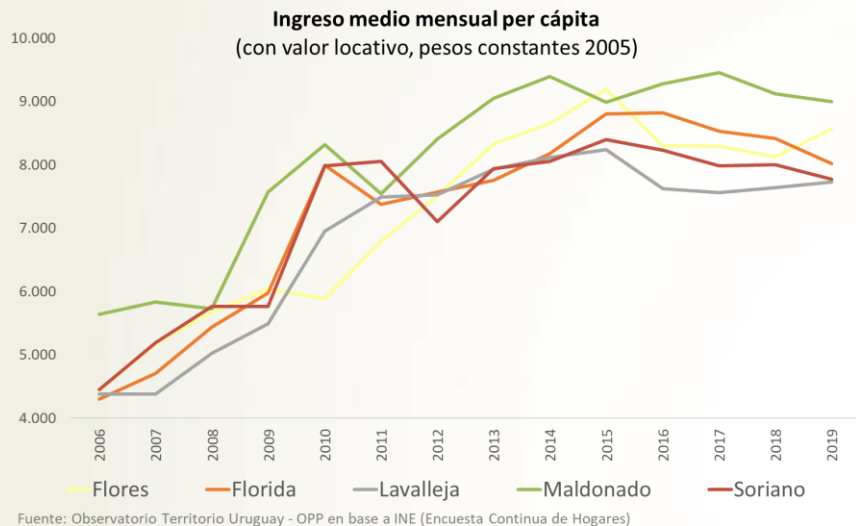
No se observan indicios que apunten a exceso de demanda que no esté siendo satisfecho con oferta actual.

	PIB per cápita departamental	Población ciudad	Empleados retail (% de la pobl. total)	Comercios medianos y grandes*	Cantidad de habitantes por comercio
Maldonado	405.581	95.762	7,9%	39	2.455
Florida	383.091	34.319	5,8%	19	1.806
Trinidad	369.224	21.848	4,8%	7	3.121
San José de Mayo	362.601	36.050	5,7%	18	2.003
Minas	361.953	39.443	5,3%	19	2.076
Mercedes	352.950	43.409	3,9%	15	2.894

Fuente: OPP, INE: Directorio de empresas, ECH 2019

*20 o más empleados

Demanda



El presente cuadro muestra la estructura del gasto de consumo de hogares con valor locativo (a pesos corrientes 2016/2017).

DIVISIÓN	Total país	Interior	Florida
Alimentos y bebidas no alcohólicas	18%	20%	18%
Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	1%	1%	1%
Prendas de vestir y calzado	3%	4%	3%
Vivienda	29%	27%	29%
Muebles, artículos para el hogar y para su conservación	4%	4%	4%
Salud	12%	12%	12%
Transporte	11%	11%	11%
Comunicaciones	4%	4%	4%
Recreación y cultura	6%	6%	6%
Educación	3%	2%	3%
Restaurantes y hoteles	4%	4%	4%
Bienes y servicios diversos	5%	6%	5%

Fuente: ENGIH – INE

Proyecciones del nuevo establecimiento

Proyecciones del nuevo establecimiento

Tanto la facturación mensual por ocupado como por m2 demuestran que el nuevo establecimiento tendría una alta productividad.

En las diapositivas siguientes se utilizarán estas proyecciones para estimar el impacto en el empleo y comparar con productividad y salarios de los comercios ya existentes en la ciudad.

Nuevo establecimiento	
Empleos	160
Empleos del nuevo establecimiento como % del total de ocupados del sector retail en Florida	8%
Salarios mensuales	\$4 MM
Salario por empleado	25 mil
Superficie (m2)	1.750
Facturación anual estimada	733.667.787
Facturación mensual estimada	61.138.982
Facturación mensual por ocupado (productividad del trabajo)	382.119
Facturación mensual por m2	34.937
Ventas del nuevo establecimiento como % de ventas totales de comercios en Florida	33%

Fuente: ID Retail

Encuesta telefónica y presencial a comercios

Situación económica de los comercios existentes

Nuevo establecimiento vs Comercios existentes

- El salario promedio por ocupado de los comercios existentes es mayor al salario que pagaría el nuevo supermercado en promedio.
- La productividad de los comercios existentes es inferior a la productividad que tendría el nuevo supermercado.

Aproximadamente, ¿cuánto gasta en salarios mensualmente en su negocio?

N Total = 46

Salarios mensuales en pesos

Trabajadores como % del total de ocupados del sector retail en Florida	15
Salario por empleado	28.119

Aproximadamente, ¿cuántas son usualmente las ventas mensuales de su negocio?

N Total = 72

Ventas mensuales en pesos

Facturación mensual por ocupado (productividad del trabajo)	184.264
Facturación mensual por m2	16.716
Ventas del nuevo establecimiento como % de ventas totales de comercios en Florida	38%

Conclusiones

Conclusiones

A partir del análisis de datos secundarios y de literatura especializada se pueden realizar las siguientes consideraciones:

- (1) Existe en el mundo una gran tendencia hacia la concentración del comercio minorista.
- (2) La entrada de supermercados tiende a expulsar a una parte de los pequeños competidores y por tanto tiene un impacto negativo en el empleo. El impacto negativo es mayor en tiendas grandes.
- (2) La entrada de supermercados tiende a fomentar la reconversión de otros: A vía de ejemplo, si es un supermercado que vende muy barato, la opción es reconvertirse a vender productos de calidad; mientras que si es un supermercado cuyo acceso es complejo, por las distancias o el tamaño, los comercios pueden apuntar a un formato de tienda de conveniencia.
- (3) Los supermercados son una fuente fundamental de incrementos en la productividad del sector: la evidencia señala que las grandes inversiones en tecnología y las importantes economías de alcance de los supermercados (por formato y tamaño) permiten incrementar la productividad del trabajo, en relación a los demás comercios.
- (4) Las grandes superficies tienden a reducir el nivel de precios en los mercados donde ingresan.

Conclusiones

- Indicadores apuntan a una oferta del sector retail mayor que en otras localidades con similares factores de demanda.
- Los indicadores de demanda (ingresos y estructura de consumo) no muestran desequilibrio en términos comparados.

Por tanto, **NO HAY INDICIOS DE DEMANDA INSASTISFECHA DE ARTICULOS ALIMENTICIOS Y DE USO DOMÉSTICO.**

Alquila local	Mark up promedio	Ventas del nuevo competidor como % de ventas total actual	Saldo neto de empleo por facturación
52%	28%	33%	- 173 puestos de trabajo*

Teniendo en cuenta que el mark-up promedio en los comercios es del 28%, se induce que si las ventas cayesen una magnitud superior por la llegada del gran competidor se observaría un impacto negativo alto. Esta presión es más apremiante en los comercios que alquilan local, proporción que alcanza el 52% de casos analizados.

*La estimación de impacto negativo sobre el nivel de ocupación se basa en comparar la facturación afectada por la llegada del nuevo operador (que según las proyecciones disponibles de ventas mensuales es de 61 millones) con la facturación por ocupado en los comercios existentes (extraído de la encuesta a comercios). La estimación de impacto positivo se toma de la creación de empleo estimada por el nuevo supermercado (160 puestos de trabajo)

Conclusiones



A nivel de la encuesta a empresas, vemos que los autoservicios, supermercados y comercios pequeños (entre 5 y 19 trabajadores) son los que percibirían un mayor impacto negativo y por tanto quienes menos apoyan la instalación del nuevo supermercado.

Los comercios especializados y micro comercios (menos de 4 trabajadores) son los que perciben un menor impacto negativo y por tanto quienes más apoyan la instalación de la nueva instalación comercial.



Fortalezas de los distintos rubros:

- Los almacenes y kioscos tienen una menor proporción de locales alquilados.
- Los comercios especializados aplican un mayor mark-up (superior al 30% en promedio).
- Los autoservicios y supermercados de cercanía tienen una alta productividad del trabajo.

Debilidades de los distintos rubros:

- Los almacenes y kioscos tienen una baja productividad del trabajo y mark up bajo.
- Los comercios especializados tienen una alta proporción de locales alquilados y baja productividad del trabajo.
- Los autoservicios y supermercados de cercanía: alta proporción de locales alquilados y bajo mark up.



www.opcion.com.uy / Isla de Flores 1797 / (598) 2413 6509

