



Laboratorio de DESARROLLO  
SECTORIAL y TERRITORIAL

# ENCUESTA A COMERCIOS LA PLATA | abril 2019

Junio de 2019



Laboratorio de DESARROLLO  
SECTORIAL y TERRITORIAL



Facultad de  
Ciencias Económicas  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

La redacción de este trabajo estuvo a cargo de Nicolás Picón

El diseño muestral de la encuesta estuvo a cargo de RODRIGO SOTELO. Nicolas Fanjul fue el coordinador ejecutivo. El operativo de campo estuvo supervisado por CAROLINA MONTERDE. Los encuestadores fueron: Barbara Rey, Camila Moglia, Florencia Orellana, Gonzalo Elbaum, Mercedes Crego, Micaela Sadava, Natalia Castro, Paula Gonzalez, Tomás Orlandi y Tomás Rios

---



Laboratorio de DESARROLLO  
SECTORIAL y TERRITORIAL



Facultad de  
Ciencias Económicas  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

## Encuesta a comercios La Plata. Marzo 2019

---

### Contenido

1	Introducción.....	3
2	Análisis preliminar.....	4
3	Resultados de la encuesta .....	4
3.1	Ventas.....	4
3.2	Empleo.....	6
3.3	Expectativas.....	7
3.4	Otras cuestiones.....	8
3.4.1	Problemas de la zona comercial.....	8
3.4.2	Inconvenientes en la actividad.....	8
4	Reflexiones finales .....	9
5	Anexo Metodológico .....	10



## 1 Introducción

El proyecto "Indicador de Actividad Económica del Partido De La Plata (IAELap)" es un aporte a la generación de información estadística continua y rigurosa sobre un Municipio que, más allá de su conocido rol administrativo y universitario, también cuenta con un importante entramado productivo. A los efectos de construir el Indicador se fueron dando diversos pasos.

En octubre de 2018 fue realizado un barrido completo de toda la actividad comercial y de servicios de las principales zonas comerciales del partido de La Plata, lo que permitió elaborar un listado con descripción completa de la demografía empresaria<sup>1</sup>.

Utilizando ese listado como marco muestral, se obtuvo una muestra representativa de locales, distribuidos en cada una de las zonas<sup>2</sup> en las que fue dividido el Partido; a los efectos de efectuar una encuesta sobre los mismos.

El criterio de selección para el estrato de locales "grandes" fue que el mismo ocupe a 10 a más personas. Los locales comerciales relevados pertenecen a los códigos CLANAE 47 (excluido 4730), 55, 56, 59, 96, es decir los dedicados a alguna de las siguientes actividades: Alimentos; Informática y Comunicaciones; Textiles y prendas de vestir; Libros, diarios, Música y Deportes; Materiales Construcción y bienes durables; Hoteles; Restaurantes; Cines; Servicios personales.

La encuesta abordó dos ejes fundamentales: uno económico, referido a variables cuantitativas como la evolución en las ventas y en la cantidad de empleados, y otro cualitativo, referido a las expectativas a corto y mediano plazo, y a los problemas tanto generales como particulares que enfrentan los establecimientos.

Este documento contiene los resultados de dicha encuesta.

---

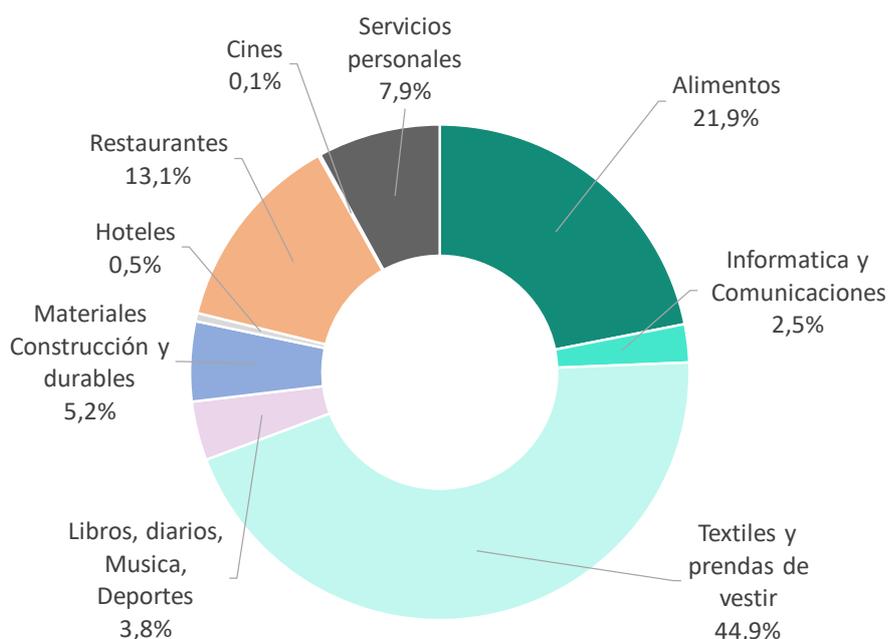
<sup>1</sup> En el documento LAB DOC #7, se resumen los resultados.

<sup>2</sup> La zona del Casco urbano puede dividirse en 7 sub- zonas comerciales: Calle 12, que abarca el área de 44 a 60, entre 11 y 14; Calle 8, que comprende de 44 a 60, entre 4 y 9; Casco 1, que va de 44 a 60, entre 1 y 4; Casco Centrico, delimitado de 44 a 60, entre 9 y 11; Casco Plaza Islas Malvinas, que incluye las calles de 44 a 60, entre 14 y 19; Corredor 44, desde 19 a 131 y finalmente el Corredor de 122, delimitado desde la Avenida 60 hasta la Autopista Bs As - La Plata. Los Hornos engloba las calles 59 a 66, entre 136 y 138, y calle 60 desde 132 a 138. Gonnet comprende Camino Centenario y Camino General Belgrano de 520 a 489, en tanto que City Bell Camino Centenario y Camino General Belgrano de 489 a 462, junto con calle Cantilo y sus transversales. Villa Elisa abarca Camino Centenario de 462 a 407 y calle 419 de 11 a 17.

## 2 Análisis preliminar

Dentro de los comercios relevados, se destaca la actividad de comercialización de textiles y prendas de vestir, con un peso de 44,9% sobre el total, la cual está presente en mayor o menor medida en todas las zonas de la ciudad. En segundo lugar, aparece el rubro Alimentos (21,9%), que si bien solo es muy representativa en la zona de la plaza Islas Malvinas, también se encuentra presente en todas las zonas del Partido. En tercer lugar, Restaurantes (13,1%) posee una presencia fuerte en el Casco céntrico (es la principal actividad), Casco 1 y la zona de Gonnet / City Bell.

**Gráfico 1. Encuesta a comercios. Peso relativo por actividad**



Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

## 3 Resultados de la encuesta

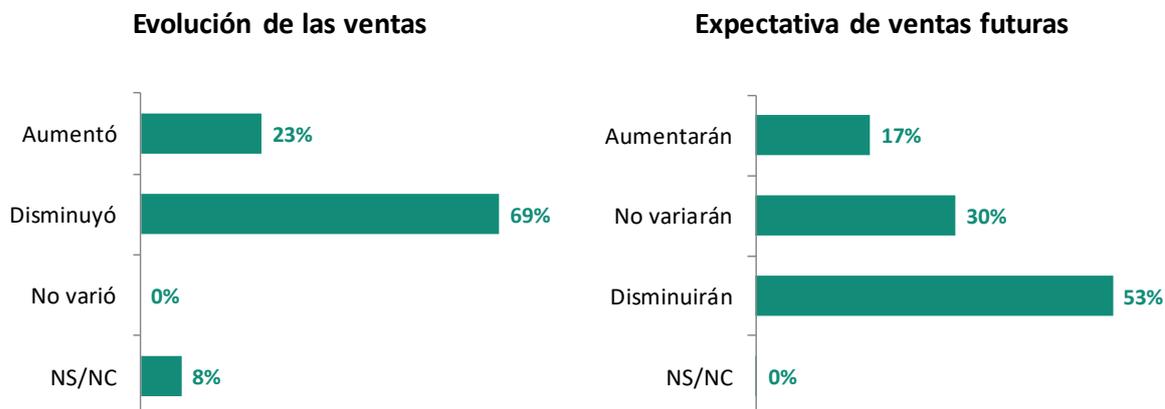
A continuación, se muestran los resultados del eje cuantitativo y cualitativo de la encuesta.

### 3.1 Ventas

Para abordar un tema tan sensible como son los montos facturados, y a sabiendas de que es una pregunta que no todos están dispuestos a responder, se procedió a preguntar si la facturación varió<sup>3</sup>, y de ser así en qué porcentaje en el primer trimestre de 2019 respecto del mismo período del año anterior. La tasa de respuesta fue alta, totalizando un 92%.

<sup>3</sup> Respecto de preguntar directamente los montos facturados.

**Gráfico 2. Evolución de ventas 1° trim. 2019 y expectativa 2° trim. 2019**

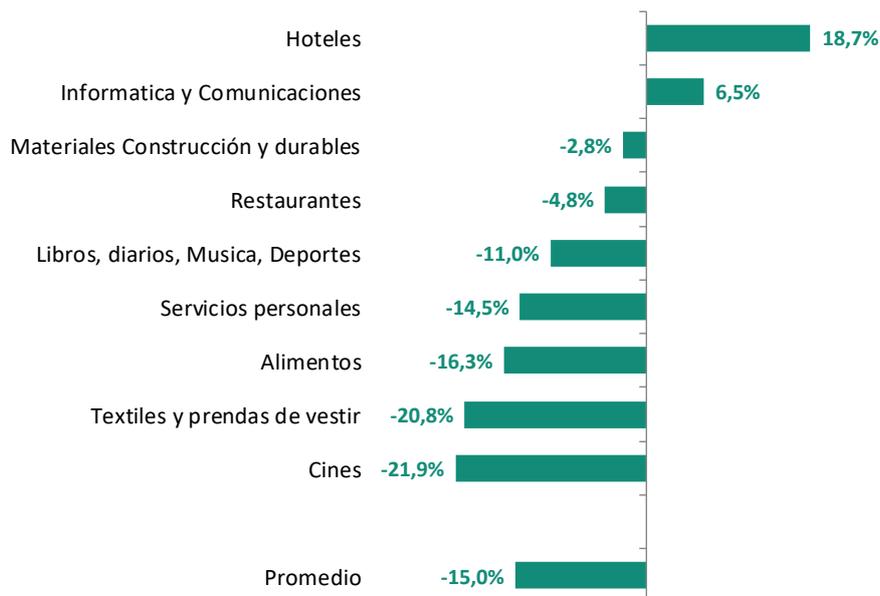


Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

El Gráfico 2 muestra que el 69% de los encuestados considera que las ventas son menores que en el primer trimestre del año anterior, en tanto que el 23% considera que las mismas se incrementaron. En cuanto a las expectativas para el trimestre comprendido entre abril y junio de 2019, la mayoría de los encuestados ven un escenario pesimista (53% cree que las ventas seguirán disminuyendo y un 30% que ellas no variarán). Sólo un 17% de los encuestados cree que las ventas serán mayores.

Por otra parte, el Gráfico 3 muestra la variación porcentual de las ventas respecto del mismo período del año 2018. Los rubros con mejor performance fueron Hoteles (+18,7%), e Informática y comunicaciones (+6,5%), en tanto que los rubros con mayores caídas fueron Cines (-21,9%), Textiles y prendas de vestir (-20,8%) y Alimentos (-16,3%). En promedio, el resultado de la encuesta arroja una merma de 15% en las ventas globales, explicada fundamentalmente por la mala performance del rubro más representativo de la estructura comercial: la venta de textiles e indumentaria.

**Gráfico 3. Evolución de facturación 1° trim. 2019 vs 1° trim. 2018**

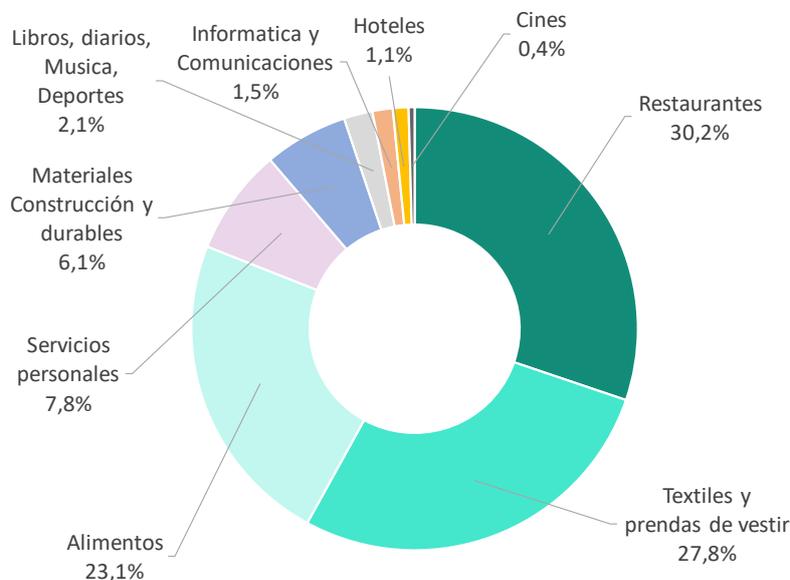


Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

### 3.2 Empleo

Los rubros que ocupan la mayor cantidad de personal son Restaurantes (30%) Textiles y prendas de vestir (27,2%) y Alimentos (23,1%), en tanto que los menos intensivos en mano de obra son Cines (0,4%), Hoteles (1,1%) e Informática y Comunicaciones (1,5%).

**Gráfico 4. Empleo según actividad. Marzo de 2019**



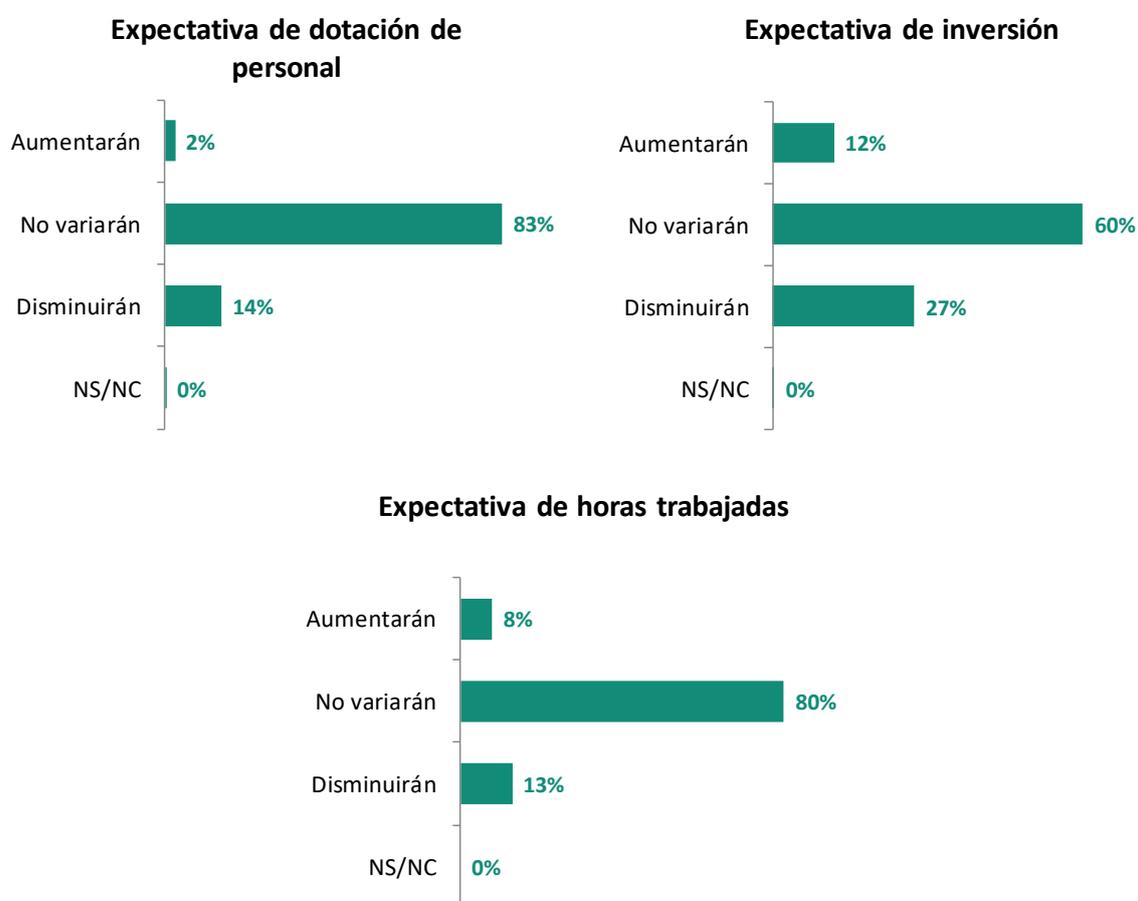
Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

### 3.3 Expectativas

El Gráfico 5 resume las respuestas sobre las expectativas para el segundo trimestre de 2019 respecto de la variación en la dotación de personal y la inversión, en términos de bienes de capital, ampliación o modificación del local, entre otros. La respuesta más generalizada (80%) respecto del empleo fue que no se estima variar la dotación actual de personal. A corto plazo, un 14% de los locales respondieron que la cantidad de empleados disminuirá y sólo un 2% estima que se contratarán nuevos trabajadores. Asimismo, la mayoría de los encuestados prevé mantener la intensidad laboral en términos de horas trabajadas (80%), un 8% cree que aumentarán en tanto un 13% que disminuirán.

Respecto de la inversión, un 60% respondió que se mantendrán los locales tal cual se encuentran actualmente, un 27% estima disminuir la inversión y un 12% incrementarla.

**Gráfico 5. Expectativas de empleo e inversión a corto plazo**



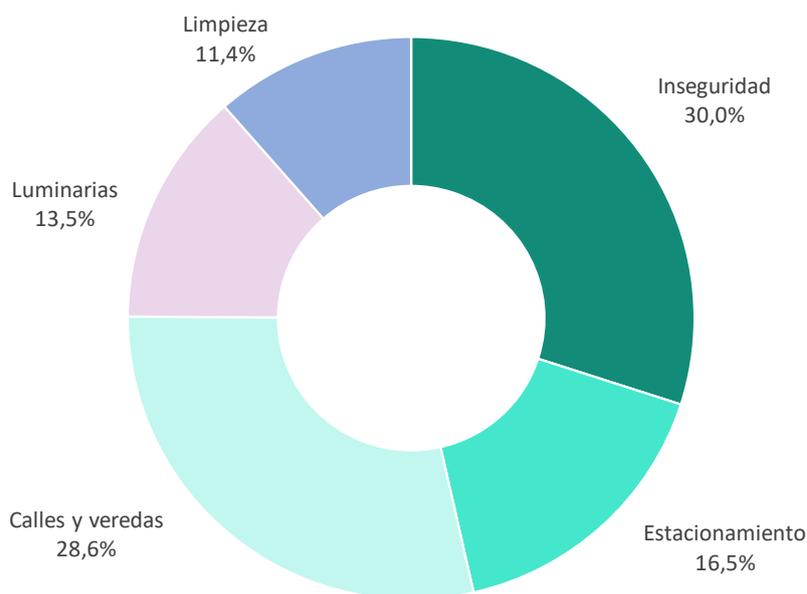
Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

### 3.4 Otras cuestiones

Además de las preguntas de empleo y facturación, se consultó a los locales comerciales, por un lado cuestiones sobre los problemas que percibe en su zona comercial, y por otro los problemas en particular que enfrenta su actividad.

#### 3.4.1 Problemas de la zona comercial

**Gráfico 6. Zona comercial. Principal problema identificado por los encuestados**



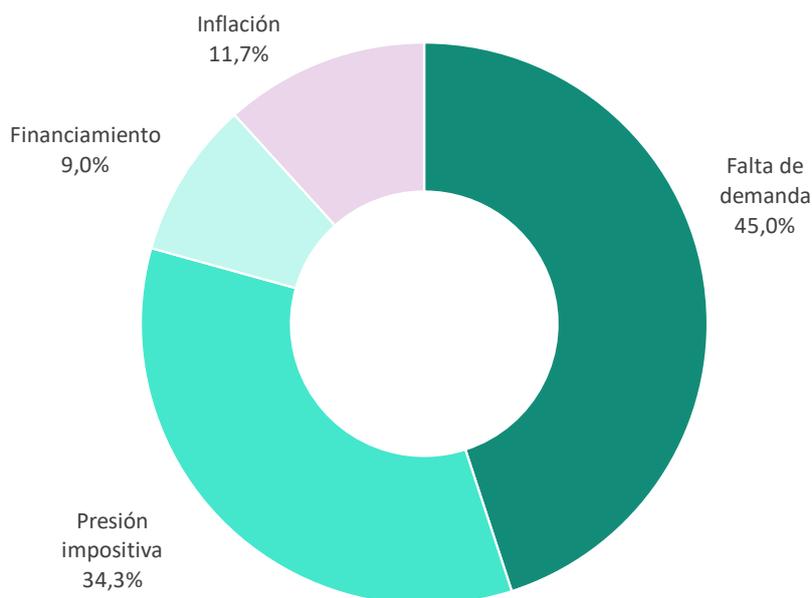
Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

El principal problema identificado en las zonas comerciales es la inseguridad, seguido por el mal estado de calles y veredas. En tercer lugar, se menciona la falta de lugar para estacionar. Otros problemas identificados por los comerciantes se relacionan con la falta de luminarias y la limpieza de las calles.

#### 3.4.2 Inconvenientes en la actividad

Respecto de los problemas de cada actividad en particular, la mayoría concuerda en que la falta de demanda y la elevada presión impositiva son los principales obstáculos del crecimiento. Asimismo, se señala como grave la falta de financiamiento y la elevada inflación.

**Gráfico 7. Actividad. Principal problema identificado por los encuestados**



Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

#### 4 Reflexiones finales

La segunda mitad del año 2018 estuvo caracterizada por una profunda recesión económica, producto de un incremento más que significativo en el nivel de precios, y una pérdida real de poder adquisitivo de los trabajadores, fundamentalmente en una ciudad como La Plata donde la participación del salario en el PBG es muy importante (la cuarta parte del PBG es administración pública y 8% salud y educación). A su vez, el impacto de la devaluación en la estructura de costos de los comercios obligó a un reajuste de precios y un ajuste en los márgenes de ganancia, lo que además derivó en muchos casos en una reducción de la cantidad de empleados, espinalizando así la recesión.

Hacia fin de año, y de la mano de una relativa estabilidad cambiaria comenzó un lento proceso de normalización, truncado por un nuevo salto en el tipo de cambio a principios del 2019. En ese contexto fue que se realizó la presente encuesta a comercios en el Partido de La Plata, y los resultados exhibidos deben ser comprendidos en tal sentido.



## 5 Anexo Metodológico

Con el objeto de estimar la actividad del sector comercio del partido de La Plata se ha determinado la necesidad de seleccionar una muestra de locales, que por razones presupuestarias fue fijada en 385.

Para la selección se ha utilizado como marco muestral el listado de locales realizado por la FCE en 2018.

En la evaluación del diseño muestral apropiado al objetivo planteado, se analizaron distintas alternativas teniendo en cuenta las restricciones del objetivo del relevamiento: relevamiento de ciertas actividades, algunas deben incluirse de manera forzosa, otras de manera aleatoria.

Como el objetivo es estimar la facturación, para la selección de la muestra se evaluó la alternativa de utilizar como medida de tamaño la cantidad personas empleadas por local, que fue estimada durante la realización del listado de locales.

Este método de selección permite mejorar la eficiencia de las estimaciones, dado el costo, porque tiene en cuenta la distribución asimétrica de la variable de estudio. En este caso la facturación, cuyo comportamiento se supone que es aproximadamente proporcional a la cantidad de empleados.

La opción de realizar una selección bietápica, en la que en la primer etapa se seleccionan zonas y en la segunda locales, fue descartada debido a que la necesidad de cumplir con la restricción de incluir de manera forzosa a los locales que tienen 10 y más ocupados, lleva a que queden cubiertas todas las zonas que se determinaron para reflejar la distribución espacial del sector comercio del Partido.

Teniendo en cuenta las restricciones, se optó por un diseño muestral complejo, de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- La población quedó determinada por 4.666 locales pertenecientes a los códigos clanae 47 (excluido 4730), 55, 56, 59, 96.
- Las actividades se consideran estratos a los fines de asignación de la muestra.
- Asignación de la muestra de 385 locales.
  - ❖ Inclusión forzosa de 48 locales con 10 empleados y más (estrato "grandes").
  - ❖ Inclusión forzosa de 5 locales correspondientes a clanae 59 "servicios de cinematografía" (estrato "59").
  - ❖ Selección aleatoria con probabilidad proporcional al tamaño (ppt) de 34 locales de la actividad 4752 "venta de materiales de la construcción". El tamaño de la muestra fue determinado para un coeficiente de variación esperado para la cantidad de empleados

del 10%, excluyendo de la muestra los locales que tienen 10 empleados y más, ya incluidos anteriormente.

- ❖ Los 298 locales restantes fueron asignados de manera proporcional a la cantidad de personal en el resto de las actividades a 3 dígitos de clanae consideradas de interés. En cada actividad, la selección se hizo utilizando la cantidad de personal como medida de tamaño.