



Laboratorio de DESARROLLO
SECTORIAL y TERRITORIAL

ENCUESTA A COMERCIOS LA PLATA | mayo 2020

Julio de 2020



La coordinación de este trabajo estuvo a cargo de NICOLÁS PICÓN

El diseño muestral de la encuesta estuvo a cargo de RODRIGO SOTELO. El operativo de campo estuvo supervisado por CAROLINA MONTERDE. Los encuestadores fueron: NATALIA CASTRO Y MARÍA SOL RODRIGUEZ LOPARDO.

Encuesta a comercios La Plata. Abril 2020



Contenido

1	Introducción.....	2
2	Análisis preliminar.....	3
3	Resultados de la encuesta	3
3.1	Ventas.....	3
3.2	Empleo.....	5
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
5.1	Ajuste metodológico.....	10
5.2	Detección de inconsistencias y correcciones realizadas	10
5.3	Calibración de ponderadores	11

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. Este indicador se nutre tanto de fuentes estadísticas micro y macro económicas como de encuestas sobre la actividad, que relevan no sólo la evolución en ciertas variables de interés como las ventas y el empleo, sino también las expectativas y problemáticas empresariales.

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 empresarial. En junio de 2019 se presentó el primer informe sobre una muestra aleatoria de 385 locales.

Este documento contiene los resultados de la encuesta realizada durante mayo de 2020 que es la continuación de dicho trabajo. Tomando como base el listado de comercios, y en el contexto de la pandemia del COVID19, se decidió realizar una encuesta a 200 locales, distribuidos en cada una de las zonas¹ en las que fue dividido el Partido. 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.

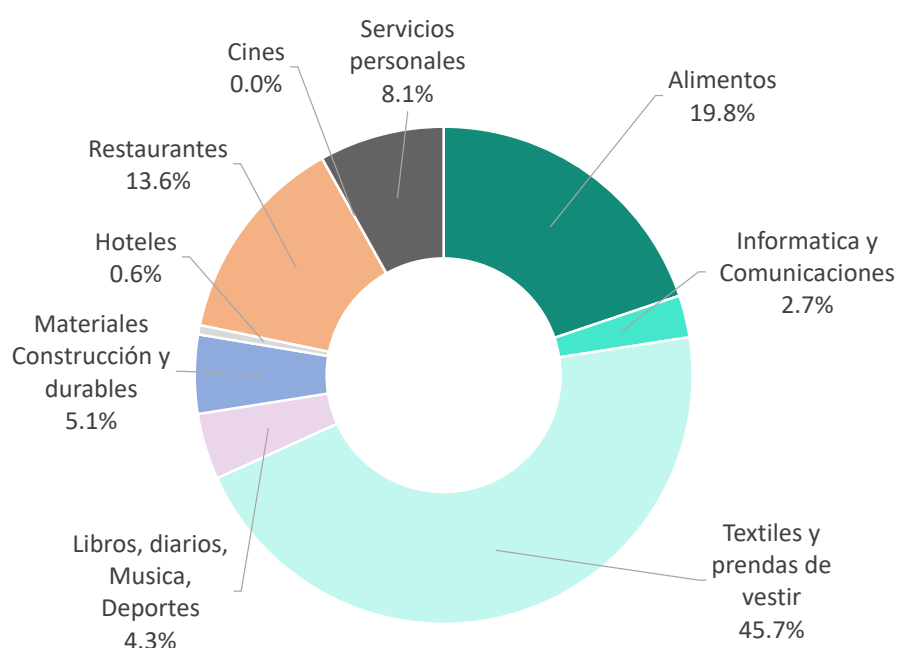
Asimismo, dadas las particulares circunstancias acaecidas a nivel mundial debido a la pandemia del COVID19, el desarrollo de la encuesta decidió postergarse para incluir un mes más (abril) sobre lo que hubiese correspondido (primer trimestre de 2020). La inclusión de este mes adicional no altera de ninguna manera los resultados trimestrales que se exponen a continuación.

¹ 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 45,7% sobre el total, la cual está presente en mayor o menor medida en todas las zonas de la ciudad. En segundo lugar, aparece Alimentos (19,8%) 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 (13,6%) 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.

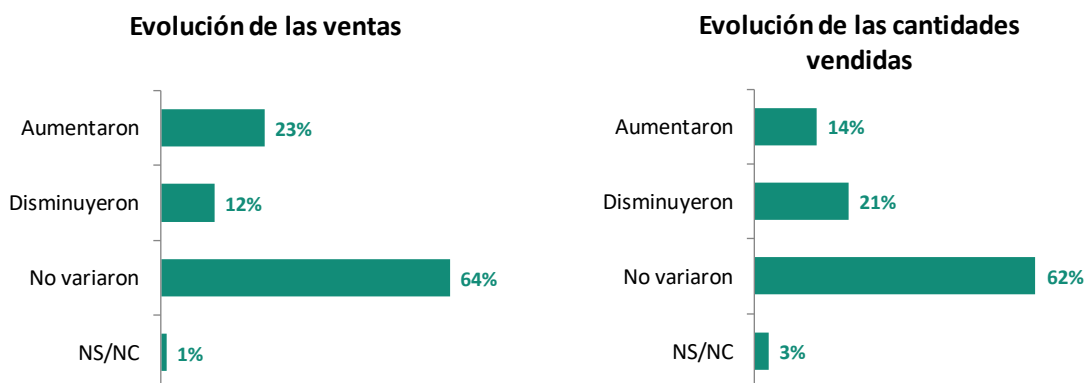
3.1 Ventas

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 varió², y de ser así en qué porcentaje en el primer trimestre de 2020 respecto del mismo período del año anterior, de igual

² Respecto de preguntar directamente los montos facturados.

manera se preguntó por las cantidades vendidas de manera de aislar el resultado del efecto del incremento en los precios. La tasa de respuesta fue muy alta, y totalizó 99%.

Gráfico 2. Evolución de ventas 1° trimestre. 2020.



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

El Gráfico 2 muestra que un 23% de los encuestados considera que las ventas son mayores que en el segundo trimestre del año anterior, un 12% considera que disminuyeron, en tanto que la mayoría (64%) estima que las mismas no se modificaron.

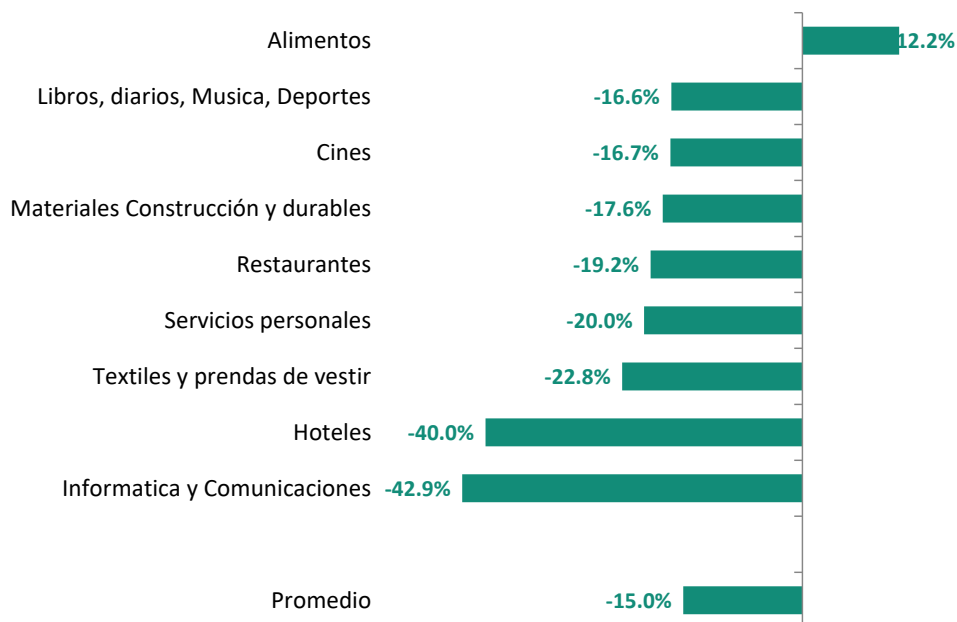
La pregunta relativa a las cantidades vendidas permite poder expresar en términos reales la evolución de la actividad. En función de los resultados se puede obtener un panorama más claro del impacto de la crisis económica en el comercio de la ciudad. Puede verse claramente que la inflación aún surte efecto sobre las ventas, ya que por un lado 23% de los encuestados considera que los montos vendidos son mayores que en el mismo período del año anterior, pero sólo un 14% considera que las cantidades vendidas aumentaron. Siguiendo esta misma línea, el 21% de los encuestados respondió que las cantidades vendidas disminuyeron, y un 62% que no variaron.

Por otra parte, el Gráfico 3 muestra por rubro la variación porcentual de las ventas respecto del mismo período del año 2019. Durante el primer trimestre de 2020 puede distinguirse un período inicial de relativa normalidad (entre enero y mitad de marzo), seguido de un período corto pero de merma total en la actividad, producto del aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO), que abarcó la segunda quincena de marzo. Durante el primer tramo del trimestre algunos sectores evidenciaron crecimiento en sus ventas nominales, pero lo acontecido durante el segundo tramo de marzo fue determinante en el resultado negativo del trimestre.

Solo el sector de alimentos evidenció una variación positiva en los montos vendidos, el resto de los sectores evidenciaron caídas en las ventas. Los sectores con peores performances fueron Informática y

comunicaciones (-42,9%), Hoteles (-40%) y Textiles y prendas de vestir (-22,8%). En promedio, el resultado de la encuesta arroja una merma de 15% en las ventas globales.

Gráfico 3. Evolución de facturación nominal 1° trim. 2020 vs 1° trim. 2019



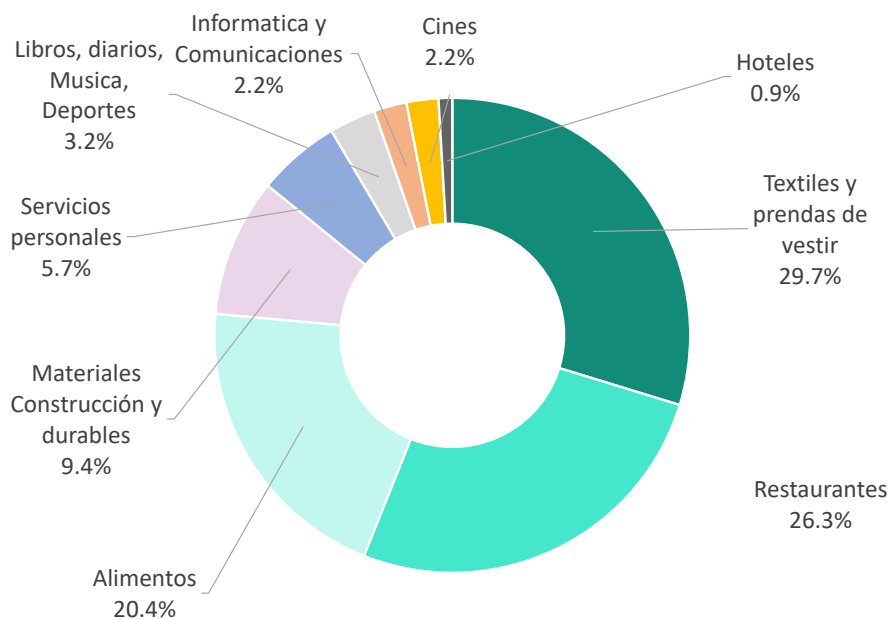
Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

3.2 Empleo

La distribución general del empleo por rubros del Partido no ha sufrido grandes cambios en marzo respecto de los meses de enero y febrero. La variable de ajuste a pesar del derrumbe en las ventas y de la obligatoriedad de mantener los comercios cerrados durante la segunda quincena de marzo no parece haber sido el empleo, puesto que la pérdida de puestos de trabajo fue muy baja.

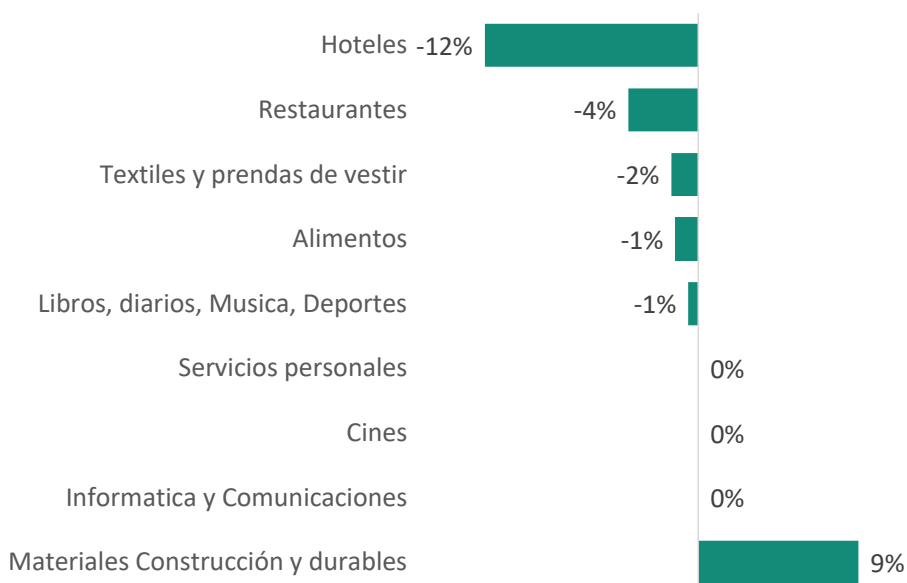
Los rubros que ocupan la mayor cantidad de personal siguen siendo Textiles y prendas de vestir (29,7%), Restaurantes (26,3%) y Alimentos (20,4%), en tanto que los menos intensivos en mano de obra son Hoteles (0,9%), Cines e Informática y Comunicaciones (2,2%) cada uno.

Gráfico 4.1. Empleo según actividad. Marzo de 2020



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

Gráfico 4.2. Variación de empleo según actividad. Marzo/Febrero de 2020

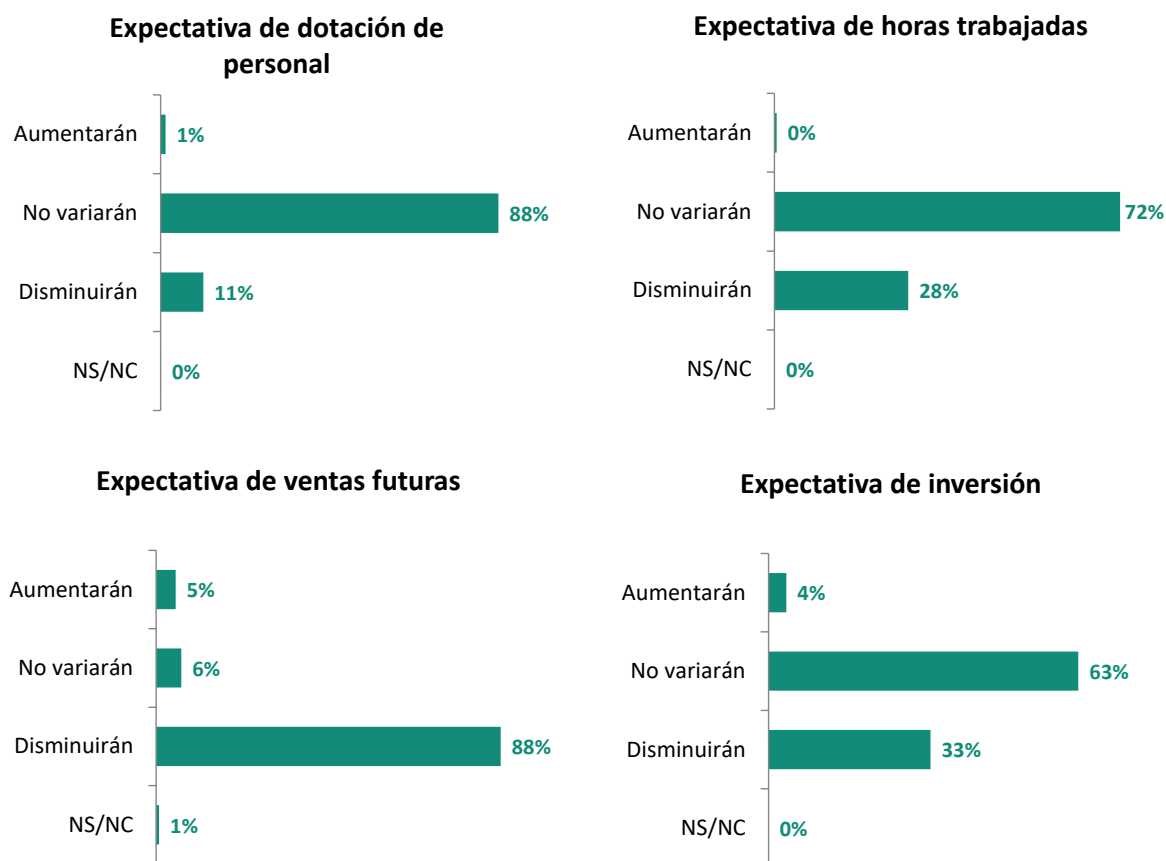


Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial - FCE - UNLP

3.3 Expectativas

El **Gráfico 5** resume las respuestas sobre las expectativas para el segundo trimestre de 2020 respecto de la variación en la dotación de personal, las horas trabajadas, las ventas y la inversión, en términos de bienes de capital, ampliación o modificación del local, entre otros.

Gráfico 5. Expectativas de empleo e inversión a corto plazo



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

La respuesta más generalizada (88%) respecto del empleo fue que no se estima variar la dotación actual de personal. A corto plazo, un 11% de los locales respondieron que la cantidad de empleados disminuirá y sólo un 1% estima que se contratarán nuevos trabajadores. Asimismo, la mayoría de los encuestados prevé mantener la intensidad laboral en términos de horas trabajadas (72%), un 28% cree que disminuirán en tanto que ninguno cree que aumentarán.

En cuanto a las expectativas de ventas para el trimestre comprendido entre abril y junio de 2020, la mayoría de los encuestados ve un escenario pesimista (88% cree que las ventas seguirán disminuyendo y un 6% que ellas no variarán). Sólo un 5% de los encuestados cree que las ventas serán mayores. Puede observarse un mayor pesimismo de cara al futuro producto de la incertidumbre que genera la pandemia

de COVID-19, en cuanto al tiempo que tardará en pasar y las posibilidades de poder trabajar en el mientras tanto.

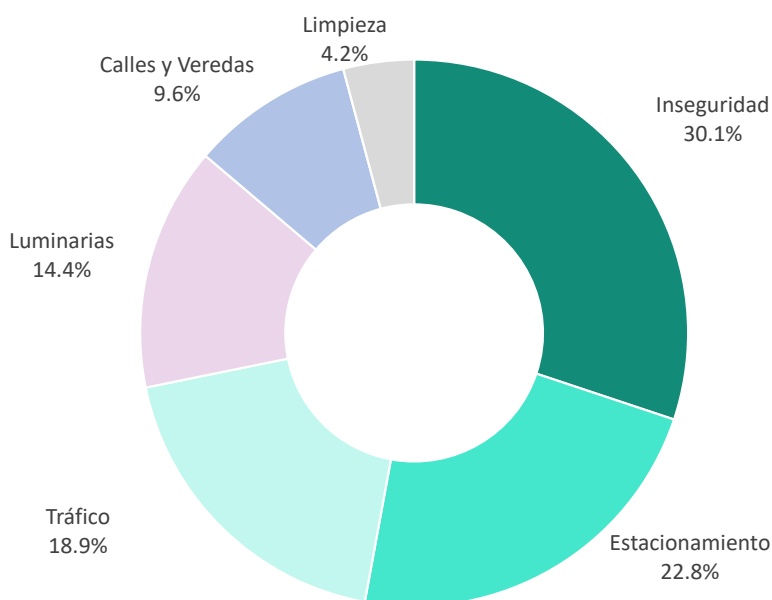
Por su parte, respecto de la inversión, un 63% respondió que se mantendrán los locales tal cual se encuentran actualmente, un 33% estima disminuir la inversión y sólo un 4% incrementarla.

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



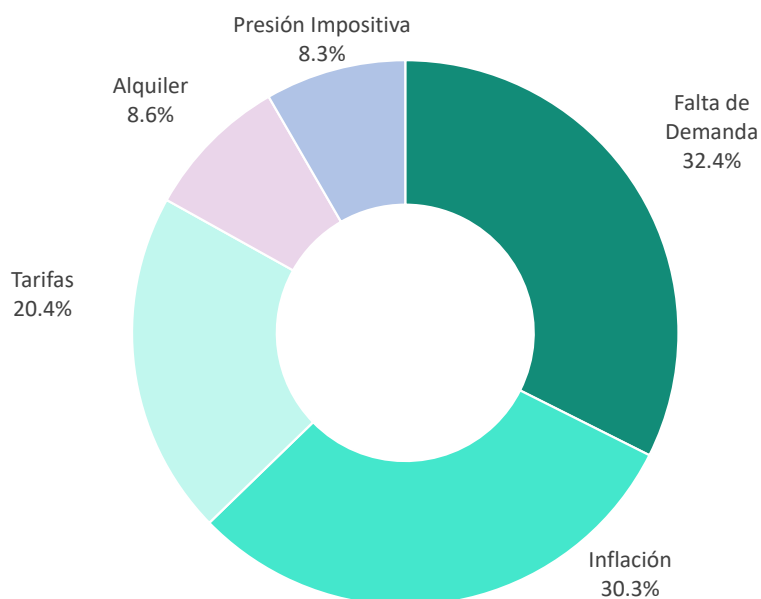
Fuente: Laboratorio de Desarrollo Sectorial y Territorial – FCE – UNLP

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

3.4.2 Inconvenientes en la actividad

Respecto de los problemas de cada actividad en particular, el principal obstáculo al crecimiento es la falta de demanda. Por otra parte, la elevada inflación vuelve a ser señalada como otra causa fundamental que impide crecer a los comercios. Asimismo, se señalan como grave los montos pagados en concepto de tarifas y alquileres.

Gráfico 7. Actividad. Principal problema identificado por los encuestados



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

4 Reflexiones finales

Los resultados de la encuesta realizada en el primer trimestre del año arrojaron resultados muy negativos en términos de actividad económica. Casi la totalidad de los sectores encuestados evidencian una pronunciada caída en ventas, que en promedio merman un 15% respecto del año anterior.

Esta encuesta por su parte revela como casi la totalidad de los sectores fueron afectados por las medidas de aislamiento impuestas a fines de marzo producto de la pandemia, situación que se suma a la larga crisis económica que experimenta el Partido desde hace casi dos años.

El impacto de la pandemia fue muy fuerte en la circulación urbana, lo que claramente repercutió en las expectativas empresarias sobre el futuro de la actividad. Es lógico el panorama desalentador que se puso de manifiesto, puesto que es muy alta la incertidumbre que genera la imposibilidad de abrir los comercios.

La pandemia aceleró un proceso que ya se percibía con claridad a mediados de 2019, el crecimiento en la cantidad de locales inactivos, es decir locales que cerraron y no volvieron a abrir nuevos en su lugar. El costo de los alquileres, sumado a la caída en el consumo fueron los detonantes de dicha situación que fueron identificados en dicho momento. El proceso de cambio en el entramado comercial que se estaba generando, consistía en que ciertos comercios que ocupaban un local en el microcentro de la ciudad se trasladaran a zonas incipientes algo más alejadas, como Los Hornos donde el valor de alquiler era significativamente menor. Sin embargo, el escenario sanitario actual truncó ese proceso, y comenzaron a verse también locales inactivos en las zonas periféricas de la Ciudad.



5 Anexo Metodológico

El presente anexo contiene información sobre la encuesta de comercio, realizada durante el mes de abril de 2020. Las consideraciones se agrupan en 3 secciones: ajuste metodológico, descripción de la base y modificaciones introducidas y finalmente calibración de ponderadores.

5.1 Ajuste metodológico

En el marco del Aislamiento Social Preventivo Obligatorio (ASPO) instaurado en el país en el mes de marzo, se realizaron ajustes metodológicos para la realización del relevamiento en el mes de abril.

Ante la determinación de un máximo de 200 locales a entrevistar, se ajustó la muestra original de manera de mantener la representación de los estratos de selección en el total. Con estas cantidades, a partir de los locales contactados en octubre de 2019 fue construido el listado a utilizar.

Tamaño de muestra por estrato utilizado en abril de 2020

estrato	n
471	14
472	20
474	3
475	11
476	6
477	53
551	1
561	34
562	1
960	12
4752	18
59	2
grandes	25
Total	200

5.2 Detección de inconsistencias y correcciones realizadas

Sobre la base recibida de 166 registros se realizó un análisis de consistencia a través del cruce con el listado de locales utilizado en octubre de 2019 para el diseño de la muestra.

A partir de las inconsistencias detectadas, se introdujeron modificaciones en la base recibida. Los diferentes casos se detallan a continuación.

- Se corrigió la identificación de un local erróneamente tipeado. Originalmente figuraba con id 1503 y se reemplazó por id 1501.
- Se unificó la categoría de respuesta No sabe/No contesta en NS/NC.

Después de introducir las correcciones mencionadas, utilizando el id como identificador de cada local se recuperó la información del diseño muestral.

5.3 Calibración de ponderadores

Con el fin de tener en cuenta la no respuesta y minimizar la diferencia de los pesos relativos de cada local con respecto al diseño original, se analizó la no respuesta global y por estrato.

estrato	n	n efectivo	tasa de no respuesta
471	14	10	29%
472	20	14	30%
474	3	4	0%
475	11	10	9%
476	6	8	0%
477	53	39	26%
551	1	1	0%
561	34	37	0%
562	1	1	0%
960	12	11	8%
4752	18	14	22%
59	2	5	0%
grandes	25	12	52%
Total	200	166	17%

Como en cada estrato hubo respuestas, luego se realizó un procedimiento en dos etapas:

1. Se corrigió por no respuesta en cada estrato, en términos de la cantidad de locales. En el caso del estrato "grandes", la corrección fue realizada en términos de la medida de tamaño original.
2. Se aplicó a los ponderadores resultantes del punto anterior el procedimiento de calibración por marginales, utilizando como variables la cantidad de locales por estrato y la medida de tamaño (en base a la cual se habían asignado las probabilidades de inclusión).

Como resultado del procedimiento, se obtuvo un ponderador para cada local que permite estimar las variables relevadas en la encuesta para el sector comercio de La Plata.