



¿Cómo Enfrentaron la Pandemia los Comercios e Industrias Alimentarias de Balcarce?

(Parte I)

Autoras¹

Mariana Paola Bruno¹

María Laura Viteri²

Gladys Quinteros³

¹ Instituto de Innovación para la Producción Agropecuaria y Desarrollo Sostenible (IPADS) (CONICET – INTA)
marian_bruno@hotmail.com

² Área de Economía y Sociología Rural – INTA Balcarce

viteri.maria@inta.gob.ar

³ Área de Economía y Sociología Rural – INTA Balcarce
quinteros.gladys@inta.gob.ar

Saber cómo cada uno de los habitantes de este planeta enfrentó la crisis sanitaria más importante de nuestras vidas es una curiosidad para todos. A través de una encuesta nos propusimos conocer cómo los comerciantes de alimentos, de la ciudad de Balcarce, trataron de sobrevivir a horarios restringidos de ventas, cambios en el accionar de sus clientes tanto los que seguían los protocolos sanitarios como aquellos que no. En esta edición le presentamos a quiénes respondieron a la encuesta.

En marzo de 2021, integrantes de la Cámara de Comercio e Industria de Balcarce (CCIB) y del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) firman un Convenio (27830/21) para trabajar de manera conjunta en propuestas de generación de información del territorio para la implementación de acciones que contribuyan al desarrollo local. Este trabajo muestra los primeros resultados de una encuesta realizada entre

septiembre y diciembre de 2021 para conocer la situación socioeconómica de las y los emprendedores del partido de Balcarce en contexto de pandemia. En esta primera entrega se focaliza en las características de los comerciantes e industriales que completaron en un 100% la encuesta, mientras que, en la segunda, se explicará cómo estos emprendedores/as enfrentaron el contexto de crisis económica y pandemia durante 2020/21.

¿Cómo se realizó la encuesta?

La demanda por información acerca de la estructura y la demografía de los agentes económicos en los territorios, es de crucial importancia para abordar cualquier tipo de diseño de política pública de desarrollo. Por eso, desde el convenio se busca avanzar en la construcción de una base de datos local fácil de actualizar, que supere en dinamismo y frecuencia a

¹ Este trabajo no hubiese sido posible sin la interacción de Claudia Palióff (Asistente de Dirección en Investigación, Planificación y Desarrollo-INTA Balcarce) en el convenio INTA - CCIB. Las autoras agradecen especialmente la colaboración de los colegas Federico Miri (Área de Comunicación), Marcos Clemente (Área de Documentación e Informática), y Sergio Guido (Área de Economía y Sociología Rural) INTA Balcarce, y de algunos de los socios de la CCIB.



**Asociación de
Cooperativas
Argentinas**

Asociación de Coop. Argentinas C.L.
Calle 507 N° 1297
Te: 2262-450980/85
www.acacoop.com.ar

100 años
1922 • 2022

PUERTO QUEQUEN
Prov. de Bs. As.

los censos nacionales. Para indagar sobre las características de los emprendimientos y los efectos de la pandemia COVID-19 en el sector empresarial del partido de Balcarce, se pone en marcha una encuesta anónima, se intenta captar aquellos emprendimientos que se encuentran dentro del sector formal e informal de la economía. Se definió como unidad muestral a todo agente económico que realiza su actividad en el partido de Balcarce bajo diferentes modalidades tributarias: responsables inscriptos, monotributista, autónomo, cooperativa, sociedad anónima, sociedad sin fines de lucro.

Así se implementa una etapa exploratoria, a través de la difusión de encuestas al azar, valiéndose de la voluntad de los y las emprendedoras en querer responder las 23 preguntas del cuestionario. La indagatoria busca conocer características de la encuestada/o (edad, sexo, nivel educativo); perfil del emprendimiento (inicio de la actividad, tipo de

emprendimiento, figura legal, localización, número de empleados, articulaciones con proveedores y clientes); y efectos de la pandemia COVID-19 sobre el desempeño de la empresa (suspensión/mantenimiento de empleados, cambios en la modalidad de venta, solicitud de asistencia financiera a estamentos estatales, cargas sociales, pago de servicios, impuestos, grado de cumplimiento protocolo COVID-19, etc.).

La convocatoria, invitando a emprendedores/as de Balcarce a completar la encuesta en línea (virtualmente), se inició en septiembre 2021. La propuesta para llevar a cabo este relevamiento fue utilizar preferentemente Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), promocionando la misma a través del sitio web del INTA (Foto 1). Además, los socios de la CCIB difundieron el lanzamiento de la encuesta por los medios de comunicación masivos de la ciudad.

La idea de digitalizar la encuesta surge por la necesidad de ampliar la convocatoria al mayor número posible de emprendedores/as, así como sistematizar la información de manera directa con una base de datos originada desde las respuestas en línea y cumplir con el anonimato de los encuestados. Para ello, los interesados acceden a la encuesta a través del link o el Código QR. Este trabajo, es diseñado por Marcos Clemente del área de Documentación e Informática de INTA Balcarce. A pesar de haber probado la encuesta con miembros de la CCIB y profesionales del INTA antes de lanzar la campaña publicitaria, al momento de responder desde el celular, muchos de los encuestados - por diversas razones- desisten en la mitad de la encuesta como veremos en los resultados de este trabajo.

Durante las primeras semanas de relevamiento, las respuestas recibidas son pocas y muchas de ellas incompletas. Esto lleva a repensar la estrategia de comunicación y accesibilidad

Figura 1 | Folleto difusión encuesta "Trama Socioproductiva de Balcarce en Tiempos de Pandemia"

Fuente: Folleto elaborado por Federico Miri (Comunicación INTA Balcarce)

Destinada a:
Profesionales, Emprendedores,
Comercios, Productores,
Industria, Prestadores de servicios
Estén o no inscriptos

INTA **CCIB**
Cámara de Comercio-
Industria de Balcarce

Estamos interesados
en conocer tu
situación frente al
contexto pandemia

¿Tenés alguna actividad económica en el partido de Balcarce?

ESTA ENCUESTA ES PARA VOS

▼ Escaneá el código ▼

¡De todos los rubros!
Turismo / Salud
Agro/ Gastronómicos
Transporte...
¡Todos los rubros!

Es anónima
• Se responde una sola vez
• Disponible del 20 de septiembre al 20 de octubre

a los y las potenciales encuestadas. A fines de octubre 2021, se decide realizar las encuestas de manera personal (49), sumándose a la base digital (34), resguardando el dato bajo el secreto estadístico. Las encuestas presenciales fueron dirigidas particularmente en comercios o emprendimientos vinculados con alimentos.

¿Quiénes respondieron el cuestionario Trama Socioproductiva de Balcarce en Tiempos de Pandemia?

De las 169 respuestas recibidas, se registran 83 completas. Esto evidencia cierta dificultad para terminar de completar y/o concluir la encuesta en línea, quedando varios campos vacíos. Por eso, a continuación, se presentan solamente los resultados de las completas, donde un 77% responde en su carácter de propietario/a del emprendimiento, un 11% como empleados, 7% trabajadores familiares, y 5% gerentes. Si se discrimina por género, se autoperceben dentro de las categorías tradicionales (56%, varón, 43% mujer, 1% lesbiana). En su mayoría se dedican a una sola actividad, sin embargo, un 18% complementa con otros rubros como venta de ollas de marca reconocida o de ropa en el mismo local, alojamiento y turismo, trabajo agrícola, servicios de construcción inmobiliaria, productora de seguros, etc.,. Los estudios máximos alcanzados son variados, predominando el secundario (Gráfico 1).

El nivel educativo coincide con el rubro comercio, donde muchos empleados y/o dueños no alcanzan niveles superiores de formación académica. Esto denota que la actividad comercial, principalmente minorista, constituye una de las principales salidas laborales para quienes no continúan una carrera terciaria o universitaria. Asimismo, se registran algunas respuestas dentro del rango universitario correspondiente a cargos gerenciales de algunas de las empresas.

Características generales de los emprendimientos relevados

Los comercios e industrias que hacen parte de la base de datos cons-

Gráfico 1 | Nivel educativo de los encuestados/as

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas completas (2021)

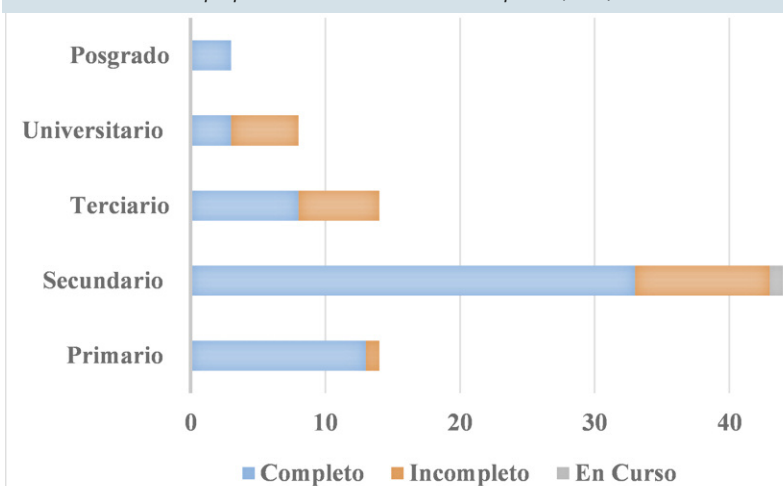
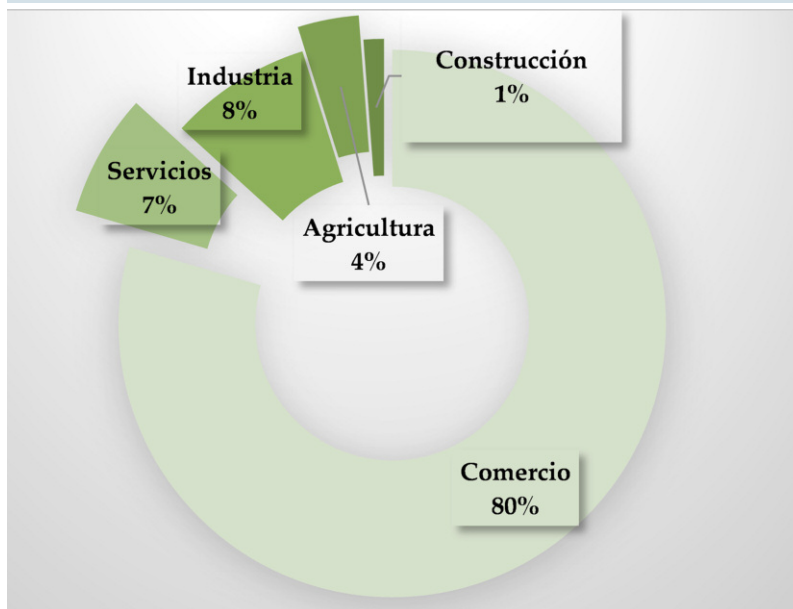


Gráfico 2 | Sectores económicos de los emprendimientos relevados

Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas completas (2021)



truida a partir de este relevamiento exploratorio incursionan principalmente en el rubro comercio alimentario (Gráfico 2).

Dentro de la actividad Servicios se destacan los rubros relacionados con turismo y servicios gastronómicos (alojamiento, restaurantes, bares, heladerías). La industria está representada por algunas panaderías, y empresas para el agro. En agricultura responden, entre otros, productores de papa, establecimiento de cerdos, servicios para el agro, etc. La figura jurídica utilizada con mayor frecuencia por las y los emprendedores es la categoría monotributista:

“Soy monotributista. Para ser responsable inscripto tenés que ganar más de 4 millones de pesos por año (20.000 dólares). Yo debería facturar 12.000 pesos diarios, y apenas llego a la mitad.” (Encuesta G, 16/11/2021).

En el modelo de encuesta las categorías “Responsable Inscripto” y “Monotributista” quedan englobadas dentro de empresa unipersonal/persona física. Como señala el testimonio de uno de los comerciantes encuestados, el responsable inscripto es un contribuyente con mayores responsabilidades impositivas y tiene la obligación de presentar y pagar Impuesto al Valor Agregado (IVA) de

forma mensual, así como pagar ganancias de forma anual. Mientras que el monotributista es para toda persona que cuenta con un emprendimiento de bajos ingresos, pudiendo optar por un régimen simplificado para pequeños contribuyentes. Del total de respuestas completas, un 85% manifiesta trabajar o ser el dueño de un emprendimiento unipersonal, es decir bajo la categoría de monotributista o responsable inscripto. El resto se distribuye entre Sociedad Anónima (10%), sin registro al momento de la encuesta (4%) y Sociedad de Responsabilidad Limitada (1%).

La antigüedad de los emprendimientos es variada, encontrándose aperturas de nuevos negocios en plena pandemia. Si bien el rubro comercio es muy dinámico con una alta tasa de recambios, se destaca el inicio de actividades relacionadas con almacenes y dietéticas (Gráfico 3).

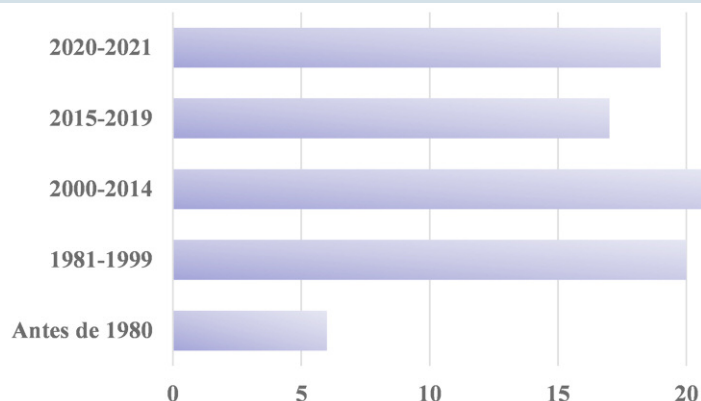
El gráfico muestra el dinamismo del sector comercial, encontrándose escasos negocios con más de 40 años en actividad. En cambio, durante la pandemia, se registran nuevos ingresos, así como el incremento en número de locales por parte de alguno de los emprendimientos encuestados. Algunos testimonios recogidos durante las encuestas presenciales, reflejan lo siguiente:

“Antes del mercadito, tuve una imprenta y casa de fotos. Trabajamos solo un año y vino la pandemia. Tuve que cerrar. No, no tuve ningún tipo de ayuda desde el Estado. Pedí la IFE (Ingreso Familiar de Emergencia²), me la dieron un mes y la cortaron. Por eso, en marzo 2021, abrí este local donde vendo productos de almacén y algunos fiambres.” (Encuesta G, 16/11/2021)

“Con la pandemia abrí otro negocio. Me fue re bien. Incorporé 3 trabajadores al abrir otro local el 21-12-2020.” (Encuesta P, 06/12/2021)

Pareciera que la pandemia abre algunas oportunidades a emprendedores que ya estaban creciendo a nivel local. Sin embargo, se registran

Gráfico 3 | Cantidad de Empresas según año de inicio de la actividad principal. Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas completas (2021)



Cuadro 1 | Cantidad de empleados y emprendimientos por rango de ocupación Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas completas (2021)

Rango de Ocupación	Cantidad total de empleados	Cantidad de empresas	% Total Número Empresas
Un solo/a empleada/o	19	19	23
Dos Empleados	52	26	31
Entre 3 y 7 empleados	104	27	33
Entre 7 y 12 empleados	53	6	7
Entre 13 y 20 empleados	45	3	4
Más de 20 empleados	70	2	2
Total	343	83	100%

muchos casos de nuevos emprendedores con escaso conocimiento del negocio y con dificultades para mantener los costos fijos (alquiler, impuestos, pago de tasas municipales por usar el espacio público con carteles o mesas en las veredas. En cuanto al número de empleados, una gran proporción de las encuestas indica estar en el rango de Micro Pequeñas y Medianas Empresas (PyME³) con una capacidad relativa para absorber mano de obra. (Cuadro 1).

El total de las empresas encuestadas absorbe 343 empleados, encontrándose más de la mitad de la muestra a cargo del dueño/a del negocio o industria. Cuando se trata de dos o

tres empleados, muchas veces están en relación de parentesco con la propietaria/o (cónyuge, hijo, hija). Solo dos encuestas confirman entre 26 y 43 empleados. En síntesis, esta categoría de empresa indica que la mayor parte de las encuestas se realizaron en pequeños comercios de barrio. Los comerciantes refieren a su aporte a la economía local de diferentes modos:

“Mirá, no me gusta que digan que los del campo son los que forjan el país, ¿a quién le dan trabajo? Acá trabajamos con mi esposa y mis dos hijas. ¿El campo? Le da de comer a uno solo, si tienen todo mecanizado. Los empresarios grandes no apuestan al país.” (Encuesta A, 21/10/2021)

² El IFE fue una medida excepcional implementada por el gobierno nacional para proteger a las familias argentinas ante la pérdida o disminución de sus ingresos por la situación de emergencia sanitaria generada por el COVID-19 durante 2020 (<https://www.anses.gov.ar>).

³ La Resolución 519/2018 del Ministerio de Producción de la Nación, en la cual se definen las características de las empresas que son consideradas Micro, Pequeñas y Medianas empresas, establece por límite de personal ocupado para las siguientes categorías: cuando la actividad principal es comercio los límites son: Micro: hasta 7 empleados; Pequeña: hasta 35 empleados; Mediana: hasta 345 empleados. En el caso de la industria, Micro: hasta 5 empleados; Pequeña: hasta 60 empleados; y Medianas: hasta 655 empleados.

“Las leyes laborales nos matan. Podríamos ofrecer changas, pero no nos queremos comer juicios. Acá los empleados cumplen el horario a raja tabla, nadie se queda ni un minuto más. En cambio, yo con mis 64 años, sigo... Si un empleado se pincha un dedo, es capaz de hacerte un juicio.” (Encuesta H, 17/11/2021)

“Me gusta trabajar, me rompo el alma, peleo los precios y a veces me pregunto ¿para qué? Estoy muy enojado, me dedico más de 16 horas al trabajo. Me despierto a la madrugada pensando en el negocio. Tengo ganas de abrir líneas nuevas,... ahí podría emplear unos 5 más. Pero no quiero más gente. Después el malo soy yo. La gente te ve con una camioneta grande y piensa: “esta camioneta la hizo con mi plata...” (Encuesta K, 17/11/2021)

Estos testimonios dan cuenta de las potencialidades de las Micro PyME para ofrecer trabajo. Sin embargo, son varios los que perciben a las leyes laborales como trabas para el crecimiento y desarrollo de sus economías individuales. Cerca de un 10% está frente al negocio ya jubilado de una actividad anterior o continua porque la jubilación es de un monto mínimo que no le permite subsistir. Un 5% de los y las emprendedoras encuestadas contrata empleados con alguna discapacidad como disminución auditiva, motriz y/o visual. Respecto a la tenencia sobre el local, un 54% alquila, un 40% es propietario y un 6% cuenta con un comodato o un préstamo del lugar por parte de algún pariente o amigo. Los que no pagan alquiler señalan cierta estabilidad en su negocio. Aquellos emprendedores con más de un local en la ciudad, pueden ser propietarios de uno y alquilar para el resto de las sucursales.

Interacción con proveedores y clientes

La interacción con proveedores y clientes locales, permiten indagar en la potencialidad del desarrollo local del partido de Balcarce. Un 53% declara no comprar productos locales, aunque en algunos casos les interesaría. Para un 21% de los encuestados, la **compra local** le representa más del 40% de los pro-

ductos que ofrece en su comercio o los insumos que necesita para la producción. De todas maneras, algunos han inferido como compra local contactar con intermediarios de la ciudad que traen productos de otras ciudades o provincias (los llamados distribuidores mayoristas). En relación a la adquisición de productos elaborados en la localidad y que son utilizados como insumos o productos de venta, los encuestados/as explican:

“Nos contactamos con unos que ofrecían unas harinas sarraceno en la zona, mandamos un wasap y nunca nos respondieron. La miel es un producto local, pero nos debe representar menos del 2% de las ventas. Si, ahora nos trae un distribuidor los alfajores Guolis. Los vendemos al mismo precio que lo vende el local.” (Encuesta C, 16/11/2021)

“Por una cuestión de política y logística de la empresa está todo centralizado. Igualmente estamos trabajando con un programa de inclusión de proveedores locales. Hemos conversado con una fábrica de helados, también con una fábrica de papas fritas y otra de alfajores. Por ejemplo, queremos que la heladería fabrique helados con nuestra marca” (Encuesta Q, 22/12/2021)

Desde los comercios familiares de escaso volumen de ventas hasta los supermercados, se registra cierto interés por la venta de productos locales. La compra local de insumos es buscada siempre que convenga en calidad y precio. En algunas de las encuestas con visita al emprendimiento se observaron harinas locales y también harinas especiales para sándwich de miga de otras localidades de la provincia de Buenos Aires. De manera general, un 30% de los encuestados confirma que sus ofertas o insumos provienen de la región entre un 80 y 100% del total. Otros compran casi en su totalidad a otros proveedores en la ciudad de Buenos Aires o en otras regiones (Litoral, Cuyo, Centro, Patagonia). La mayoría de las y los encuestados venden exclusivamente a consumidores locales, encontrándose casos de algunos servicios especiales. Algunos son almacenes de barrio con una prolongada historia en la ciudad, muchos siguen trabajando con la libreta de fiados y con reparto en la zona rural.

Las microempresas y sus potencialidades para enfrentar cambios

Esta primera aproximación acerca de las 83 personas que responden en carácter de propietarios o empleados de un emprendimiento alimentario, muestra una alta proporción de actividad en comercio tanto mayorista como minorista. Todos los encuestados se reconocen en categorías de género tradicionales, con un nivel educativo entre medio y bajo. El inicio de la actividad muestra el dinamismo del sector, encontrándose más del 40% de las respuestas dentro de negocios con menos de 7 años de antigüedad. Al tratarse de una encuesta exploratoria y puntual en el tiempo, no se puede analizar el cierre de comercios durante los últimos años. La mayoría de las empresas entra dentro del rango de tamaño micro, es decir, menos de 7 empleados, con una dinámica de empresa familiar. Algunos enfrentan los cambios, incorporando actividades alternativas dentro de la principal (combinan venta de otros rubros, servicio entrega a domicilio, amplían cartera de clientes, abren nuevas sucursales).

La “compra local” tiene bajo registro entre los encuestados. Es más, algunos confunden comprar productos locales con la compra a intermediarios que viven en la ciudad, que traen productos de otras regiones. Muchos coinciden en remarcar que Balcarce debería fomentar más sus productos locales. El bajo nivel de respuestas a la encuesta a través de la plataforma online da cuenta de la escasa participación de la sociedad local debido a las dificultades que presentan las TIC para este tipo de relevamientos de carácter exploratorio. Pareciera que un instrumento de recolección de datos que requiere autogestión, voluntad y buena predisposición de los usuarios podría no ser el canal adecuado. De hecho, varios de los emprendedores al momento de ser encuestados de manera presencial, manifestaron haber escuchado por los medios de comunicación sobre el lanzamiento del relevamiento, pero que no suelen usar las TIC. En la próxima entrega, se explicará cómo estos emprendedores/as afrontan las medidas oficiales de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO), a partir de marzo de 2020 y durante todo 2021.

