

# EVALUACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS SANITARIA POR PANDEMIA DEL VIRUS COVID-19 EN EL COMERCIO Y LA INDUSTRIA LOCAL

PRIMER INFORME

Ec. Natalia Brutton  
9 de abril de 2020  
Paysandú



OPP

el futuro en  
desarrollo

# Impacto crisis COVID-19

## ➤ Objetivo

El presente informe busca realizar un relevamiento económico de la situación actual en el comercio y la industria local, en un contexto de crisis sanitaria con mínima movilidad de la población. El informe se realiza en base a los datos recabados a través de una encuesta ampliamente difundida (principalmente por mail y celular) desde el 31 de marzo hasta el 6 de abril. Se encuestaron un total de 270 empresas locales, de diversos tamaños y rubros económicos.

# Impacto crisis COVID-19

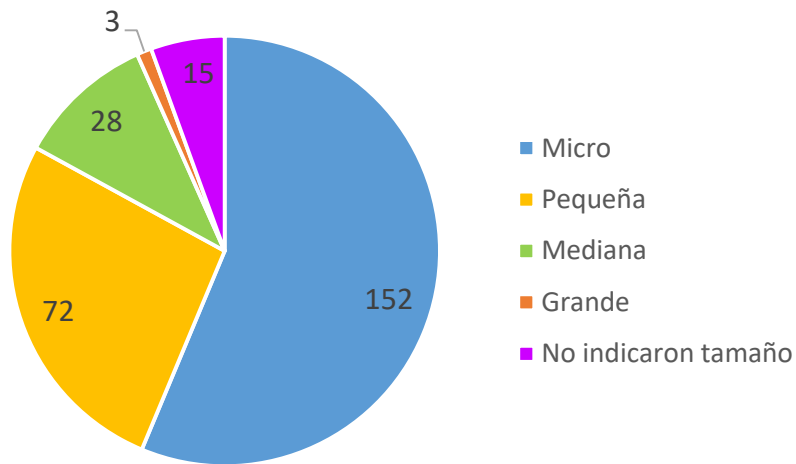
## ➤ Índice

1. Características de las empresas encuestadas
2. Jornada laboral
3. Empleo
4. Ventas
5. Costos
6. Estrategias para enfrentar la crisis
7. Medidas sugeridas
8. Aportes y comentarios
9. Conclusiones

# 1. Características de las empresas encuestadas

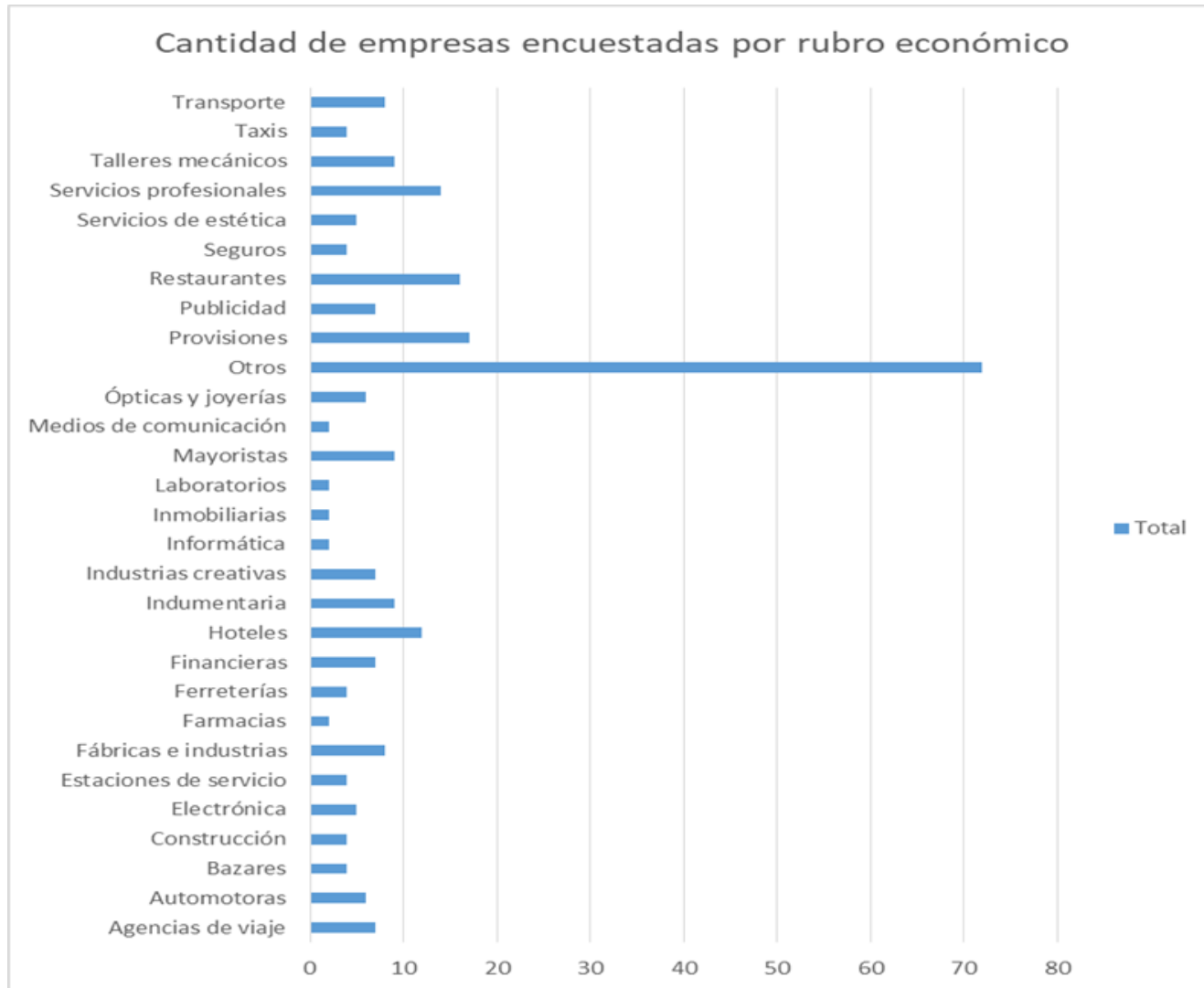
## 1.1. Tamaño

Cantidad de empresas encuestadas por tamaño



- Se encuestaron:
  - 152 microempresas (56%)
  - 72 pequeñas (27%)
  - 28 medianas (10%)
  - 3 grandes (1%)
  - 15 que no indicaron tamaño (6%)
- Criterio para clasificar por tamaño:
  - Microempresas: hasta 4 empleados
  - Pequeña: de 5 a 19 empleados
  - Mediana: de 20 a 99 empleados
  - Grande: más de 99 empleados

## 1.2. Rubros económicos

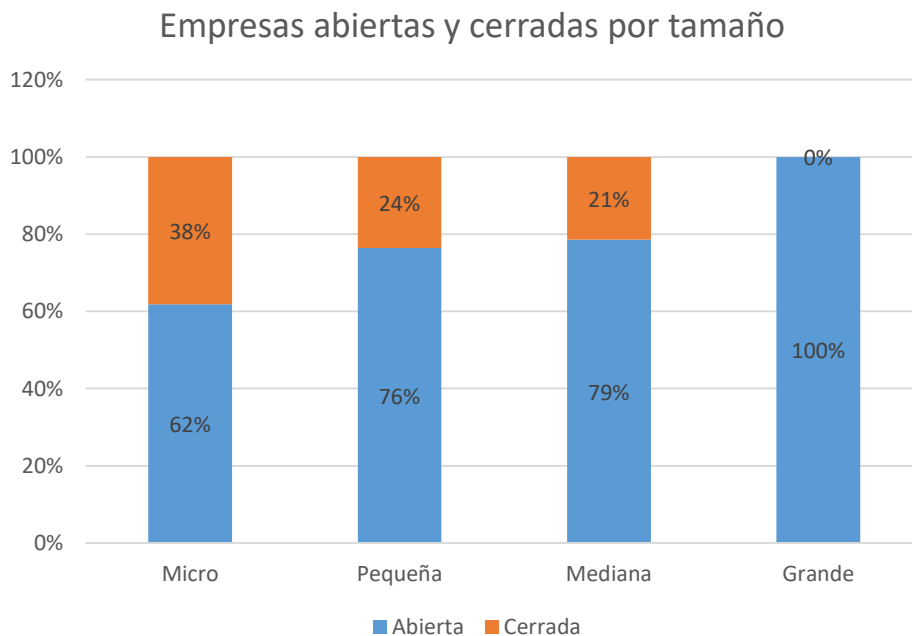


- Se logró una buena representación de la gran mayoría de los rubros económicos.
- Mínimo: 2 empresas por rubro

### 1.3. Situación actual

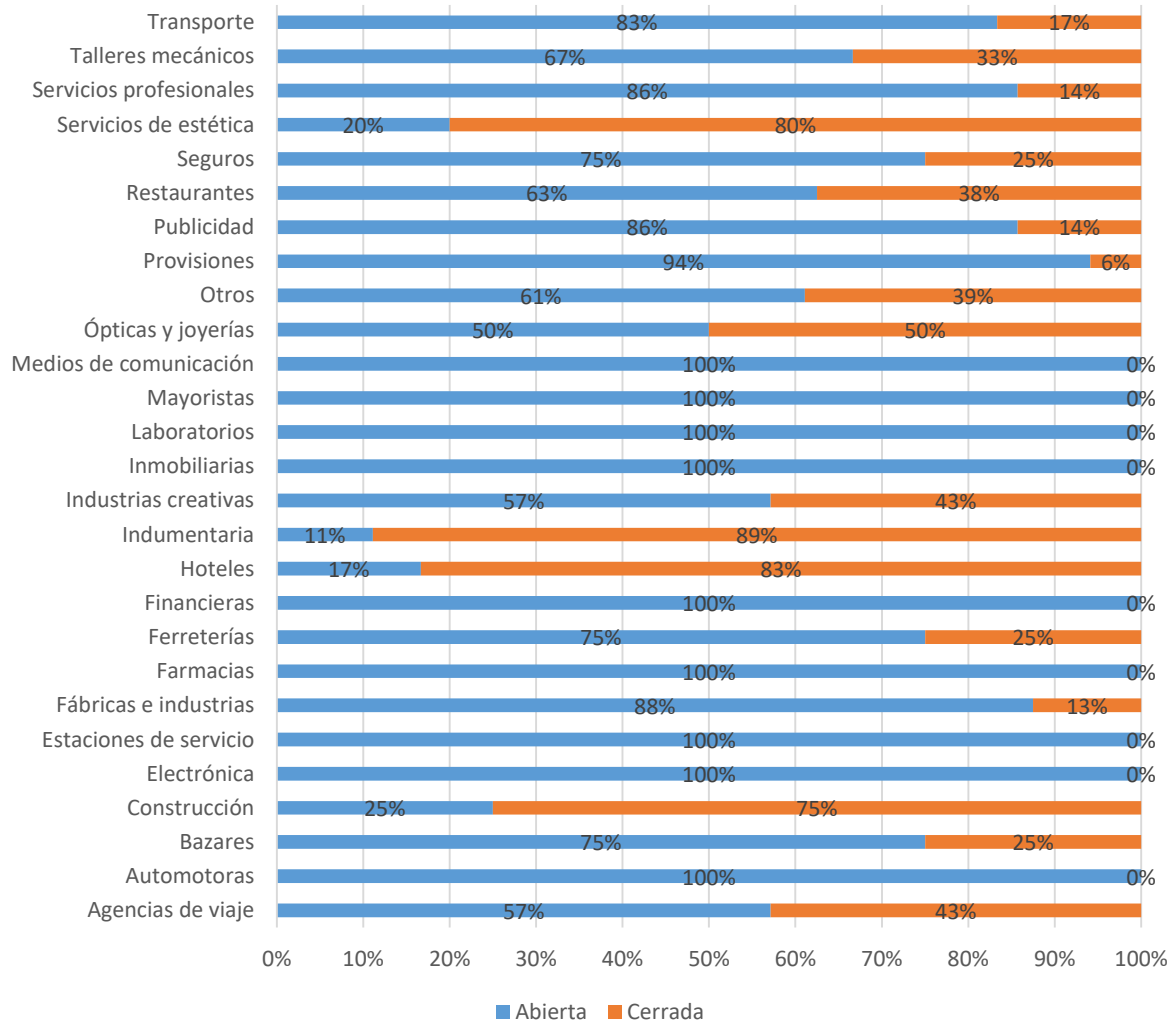
Con motivo de la crisis sanitaria, el 31% de las empresas encuestadas indicó estar cerrada. En la encuesta se aclaró que las empresas que estuvieran trabajando a puertas cerradas (sin atender al público) se considerarían abiertas.

#### ¿Cuáles fueron las más afectadas por cierre?



- Los datos sugieren que a menor tamaño de la empresa, mayor el porcentaje de empresas cerradas por la crisis sanitaria. De las microempresas encuestadas, un 38% dijeron estar cerradas, seguidas por las pequeñas con un 24% y las medianas con un 21%.
- De las tres grandes empresas encuestadas, dos pertenecen al rubro fábricas e industrias y una al rubro indumentaria (zapatería).

## Empresas abiertas y cerradas por rubro económico



➤ Los rubros más afectados por el cierre temporal de empresas son:

- Indumentaria (89%),
- Hoteles (83%),
- Servicios de estética (80%),
- Construcción (75%),
- Ópticas y joyerías (50%),
- Agencias de viaje (43%)
- Industrias creativas (43%).



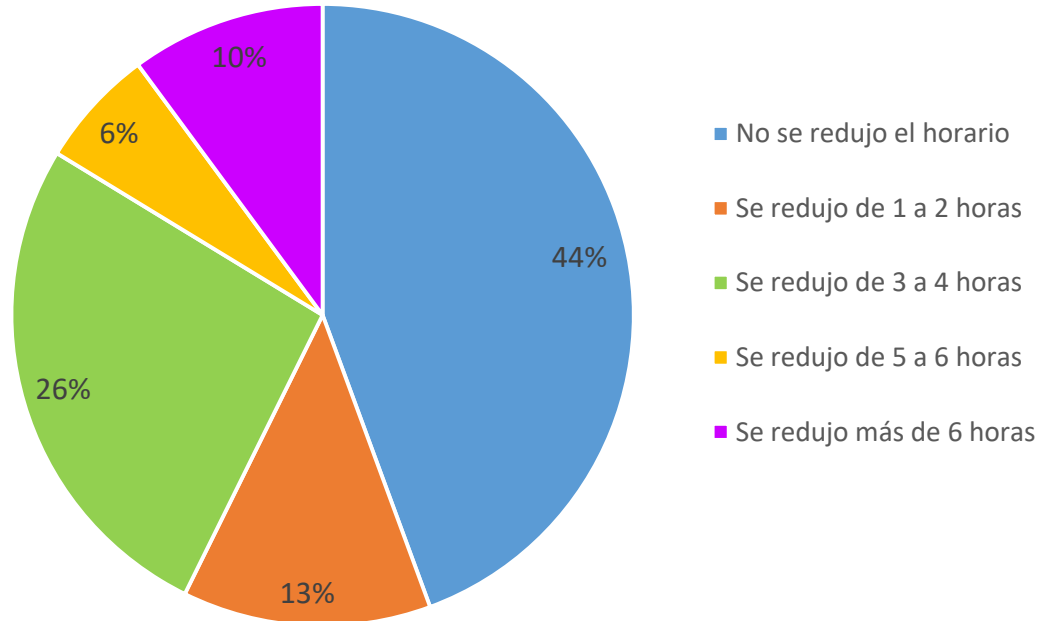
- El mayor pico se da el día 13/03 con el cierre de 14 empresas. Al día siguiente cierran 12 empresas, y el 16/03 11 más. La mayoría de los cierres se dan entre el 13 y el 20 de marzo.

Solo una microempresa del rubro “Ópticas y joyerías” manifestó no tener pensado reabrir luego de la crisis, representando el 1% de las empresas cerradas. El 99% restante manifestaron tener intenciones de reabrir una vez pasada la crisis sanitaria.



## 2. Jornada laboral

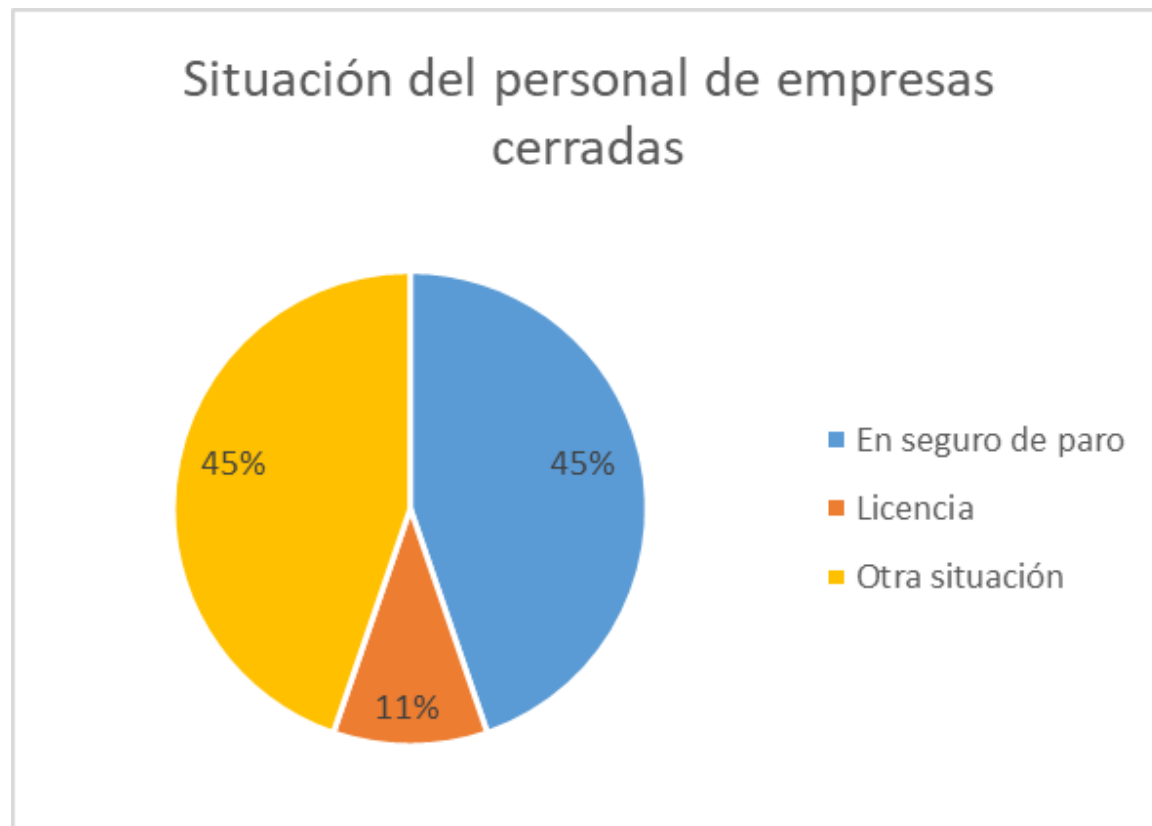
Reducción del horario laboral



- Más de la mitad de las empresas abiertas (56%) redujeron su horario laboral.

# 3. Empleo

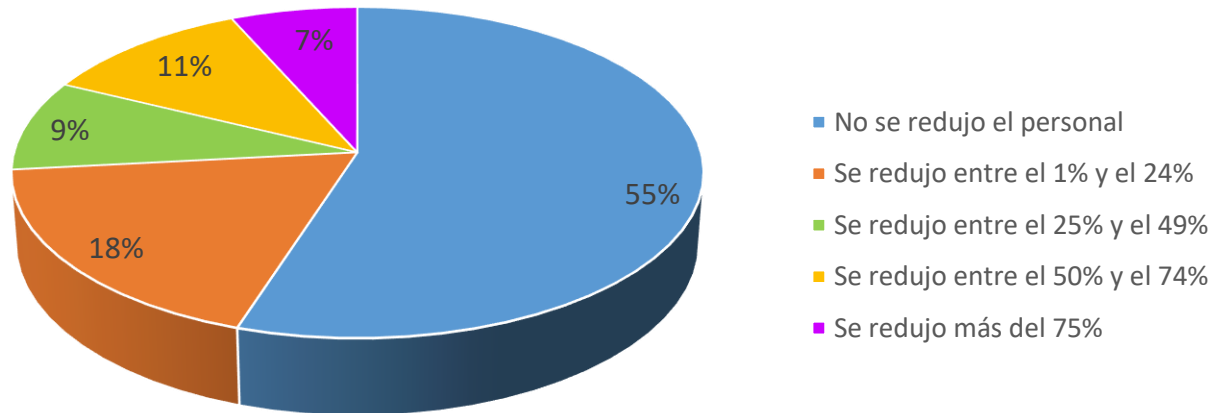
## 3.1. Empresas cerradas



- El 56% del personal de las empresas cerradas se encuentra en licencia o seguro de paro.
- El 51% de las empresas cerradas manifestaron su intención de retomar todo el personal una vez reabiertas

## 3.2. Empresas abiertas

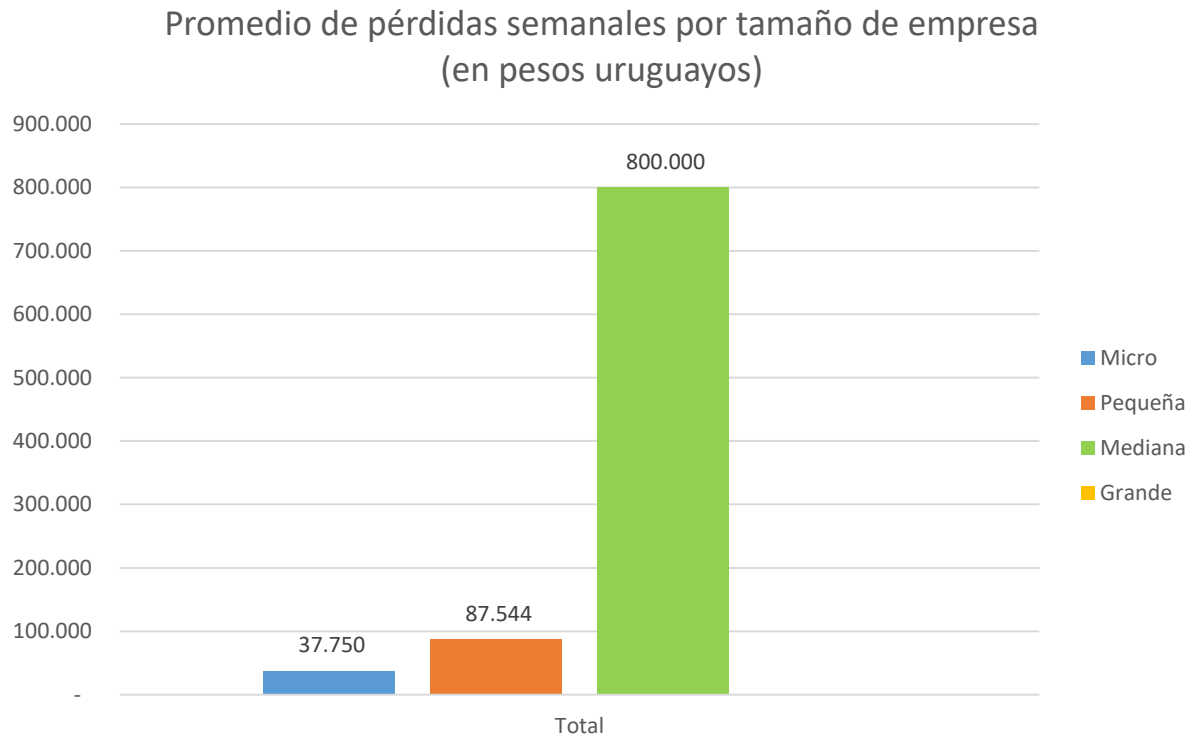
Reducción de personal en empresas abiertas



➤ El 45% de las empresas abiertas realizó algún tipo de reducción de personal.

# 4. Ventas

## 4.1. Empresas cerradas

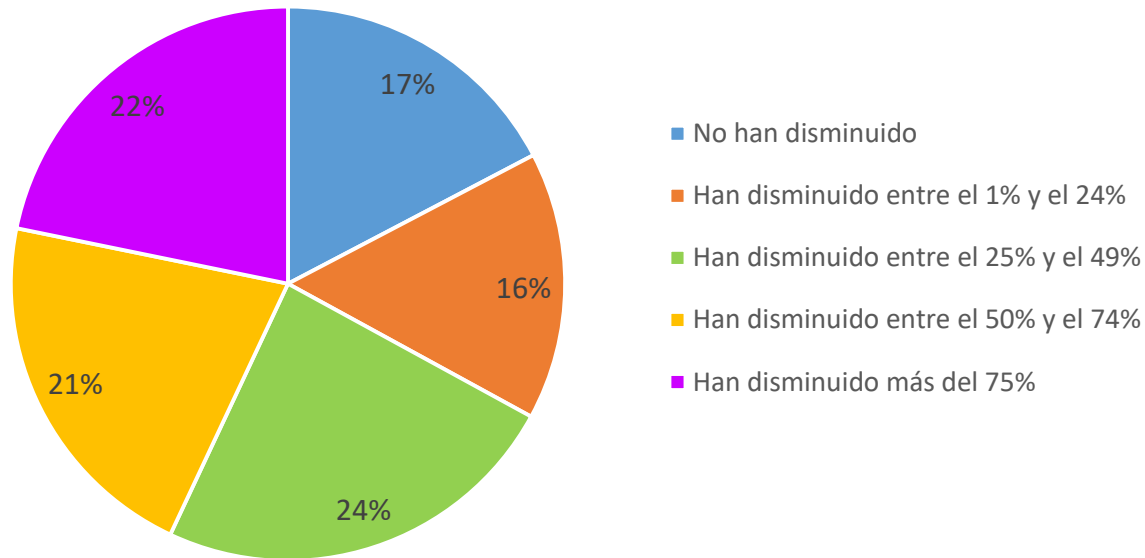


➤ A las empresas cerradas se les preguntó si podían estimar las pérdidas semanales que representaba el estar cerrado. En base a estas respuestas se elaboró este gráfico mostrando las pérdidas semanales promedio según el tamaño de la empresa.

## 4.2. Empresas abiertas

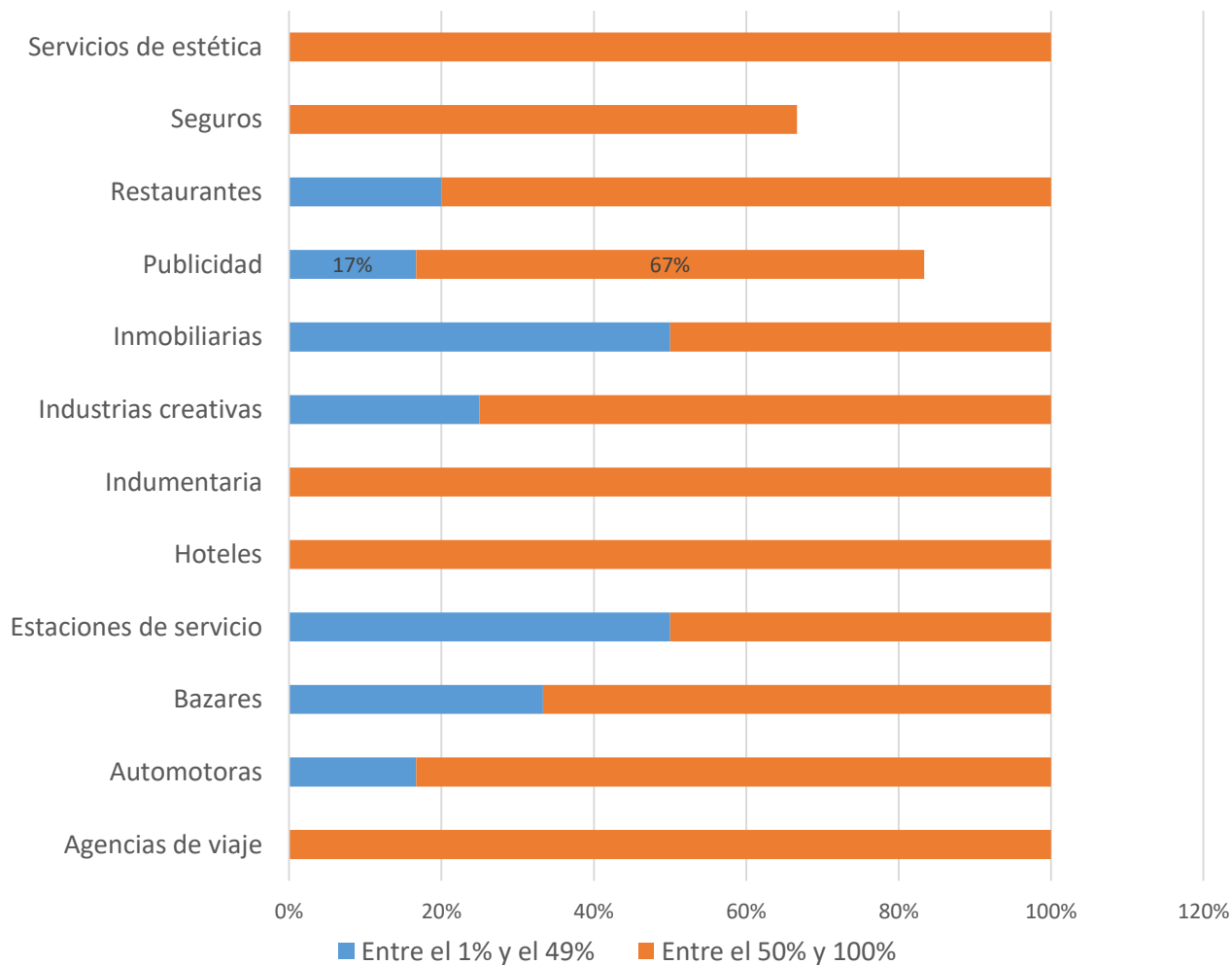
### 4.2.1. Disminución de ventas y motivos

Disminución de ventas en comparación a marzo de 2019



- El 83% de las empresas abiertas respondieron haber sufrido una caída en sus ventas en comparación a marzo de 2019; el 43% estimó una caída igual o superior al 50%.
- La situación de emergencia sanitaria fue indicada como el principal motivo detrás de la caída en las ventas.

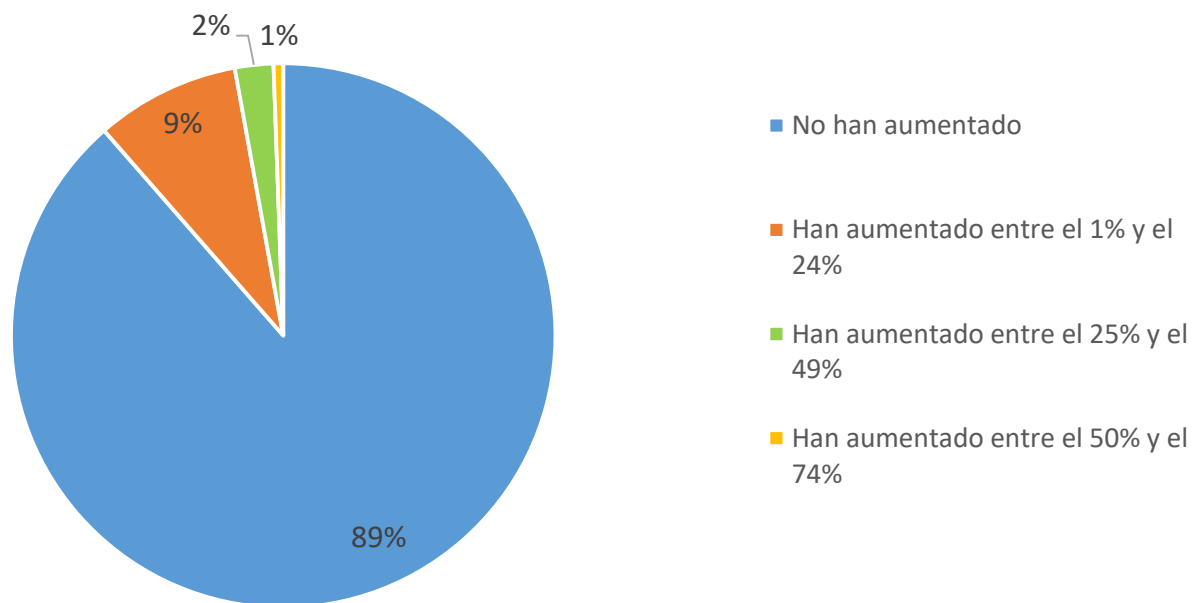
## Disminución de ventas en rubros más afectados (comparado a marzo de 2019)



- El gráfico muestra los rubros más afectados por la caída en las ventas.
- El largo de la barra indica el porcentaje de empresas abiertas por rubro que han tenido caídas en las ventas, y cada color los porcentajes de caída.
- Por ejemplo, en el rubro Publicidad, el 84% de las empresas abiertas encuestadas tuvieron caídas en sus ventas; un 17% (azul) cayó entre un 1% y un 49%, y el 67% restante (naranja) lo hizo entre el 50% y el 100%.

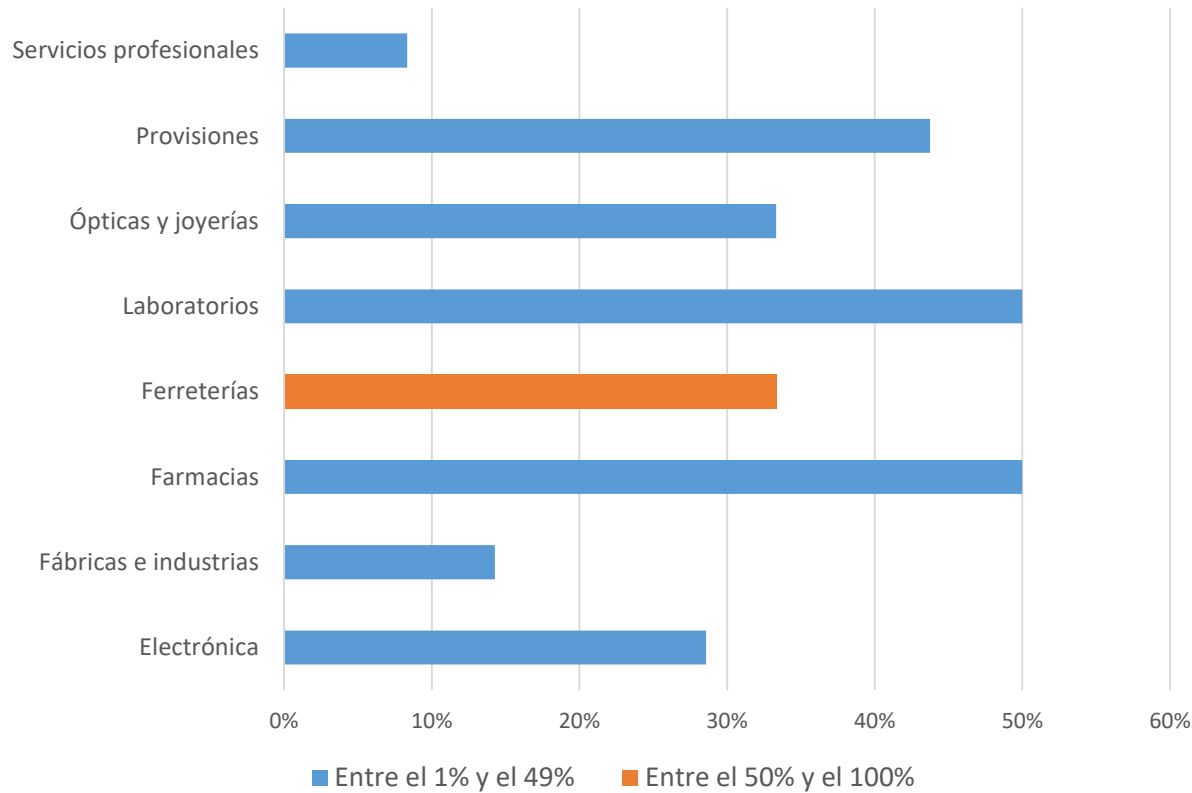
## 4.2.2. Aumento de ventas y motivos

Aumento de ventas en comparación a marzo de 2019



- El 11% de las empresas abiertas indicaron haber tenido un aumento en sus ventas en comparación a marzo de 2019.
- Nuevamente la situación de emergencia sanitaria fue indicada como el principal motivo de la variación en las ventas.

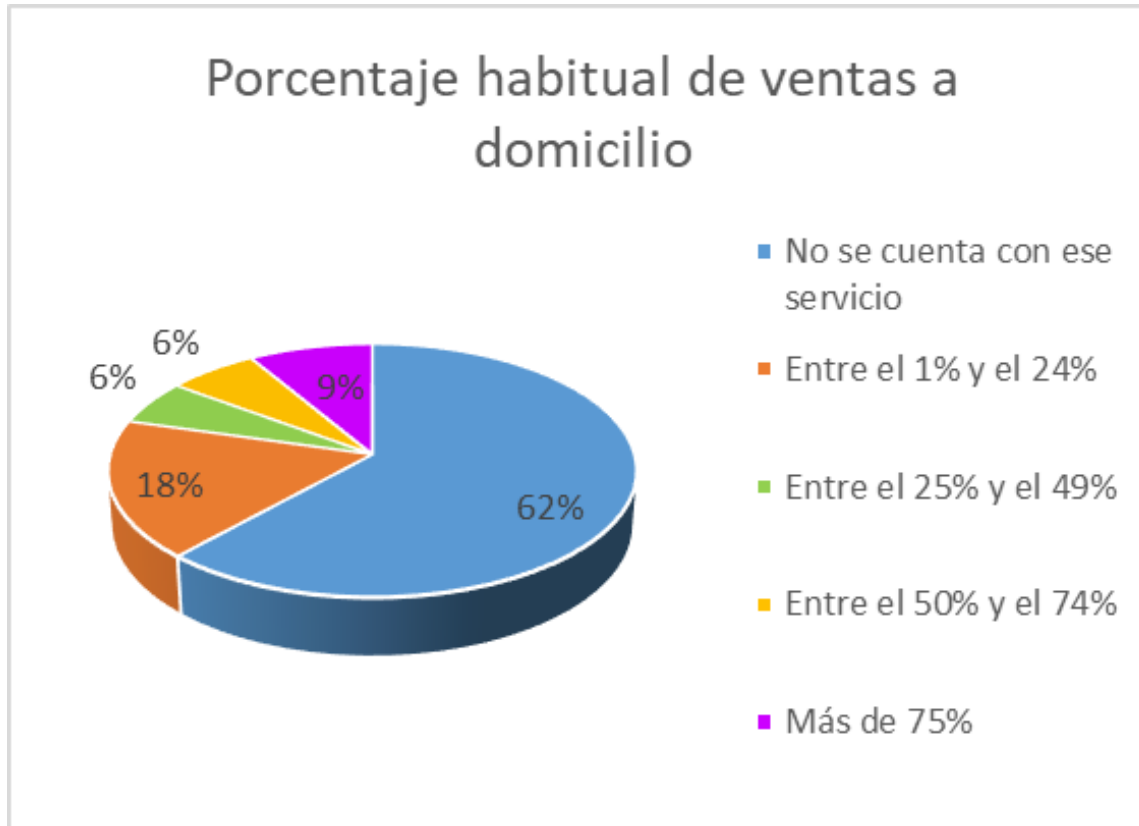
### Aumento de ventas por rubro (comparado a marzo de 2019)



- Se muestra el porcentaje de empresas abiertas de cada rubro que han tenido aumentos en sus ventas, cada color indica los porcentajes de ese aumento.
- Al analizar estos datos y compararlos con los de disminución de ventas, los resultados son ambiguos; dentro de los mismos rubros hay empresas que aumentaron y otras que disminuyeron sus ventas, por lo que no resulta claro indicar que rubros se beneficiaron más.



### 4.2.3. Ventas a domicilio

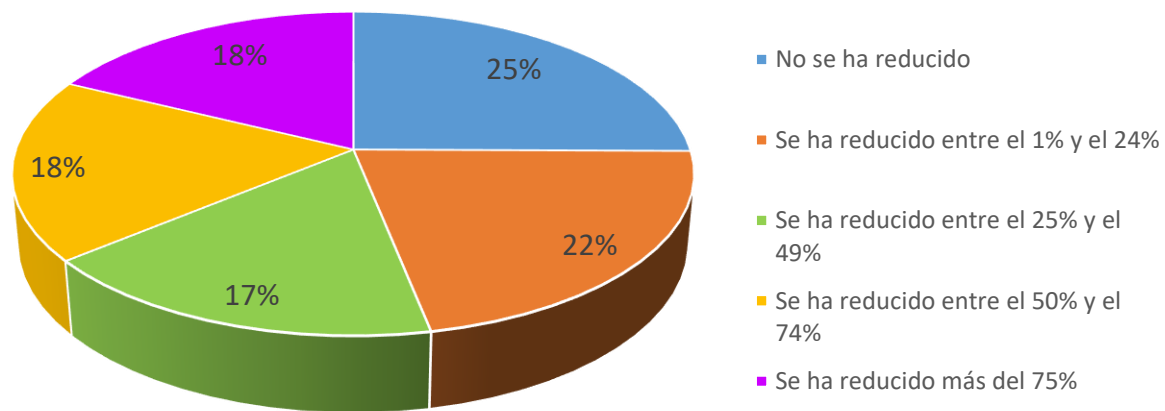


- El 38% de las empresas indicaron tener servicio de ventas a domicilio: dentro de este grupo el 24% manifestó haber tenido un aumento de las ventas a domicilio durante el mes de marzo. Las provisiones y restaurantes han sido los rubros que más han aumentado sus ventas a domicilio (22% y 19% respectivamente).

# 5. Costos

## 5.1. Mercadería e insumos

Reducción en la compra de mercadería e insumos durante el mes de marzo

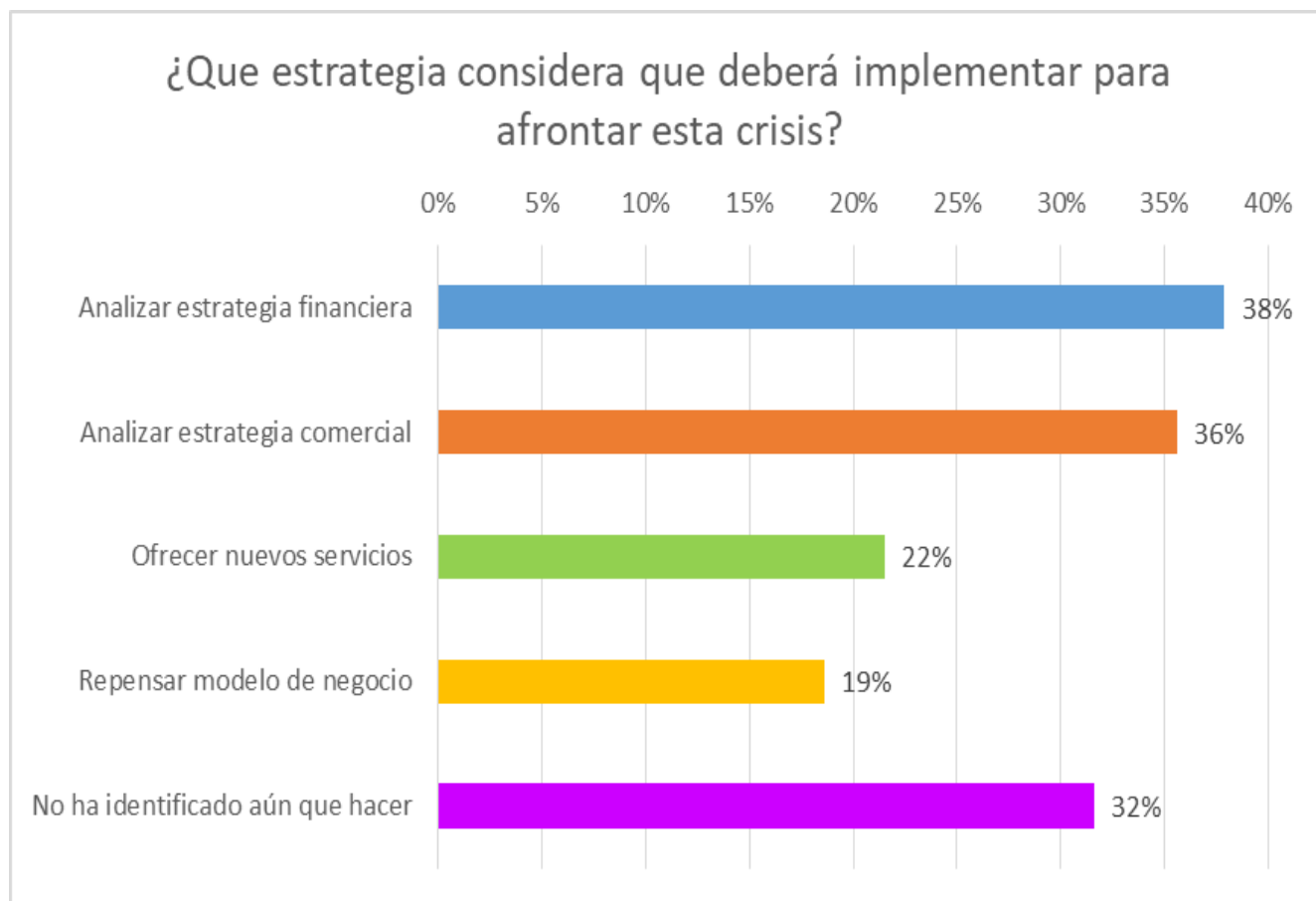


➤ El 75% de las empresas indicaron haber reducido la compra de mercadería e insumos durante el mes de marzo.

## 5.2. Pagos

- El 32% de las empresas postergaron sus pagos en el mes de marzo. Al preguntar si tenían pensado postergar o suspender sus pagos en el mes de abril, un 47% indicó que si.
- Los principales motivos señalados para esta decisión fueron:
  - bajas ventas
  - altos costos fijos
  - dificultades para cobrar por cadenas de pagos cortadas

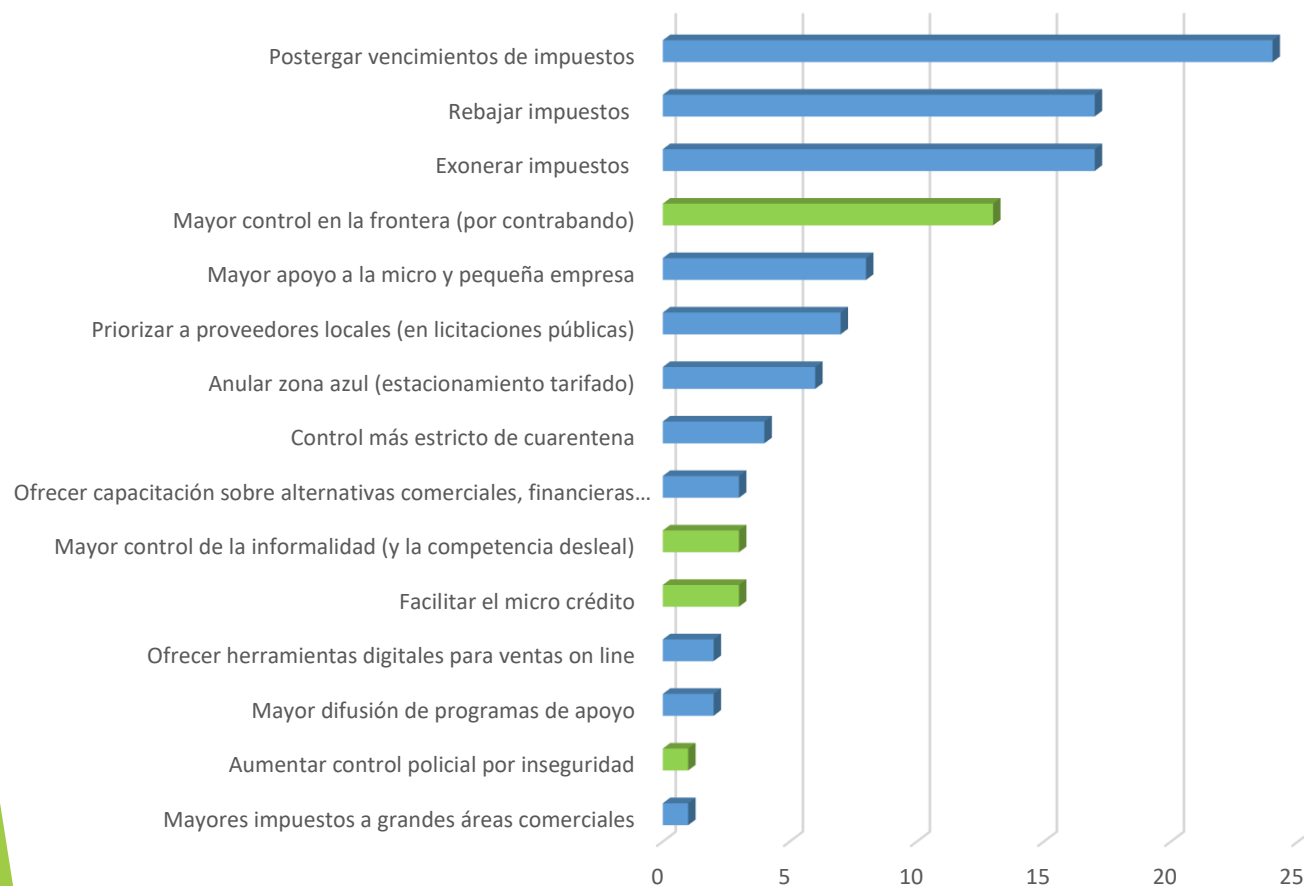
## 6. Estrategias para enfrentar la crisis



- La mayoría de las empresas manifestaron su preocupación por buscar alternativas financieras para sobrellevar la situación de bajas ventas, altos costos y dificultades para cobrar. Varias empresas solicitaron mayor facilidad para acceder a créditos.

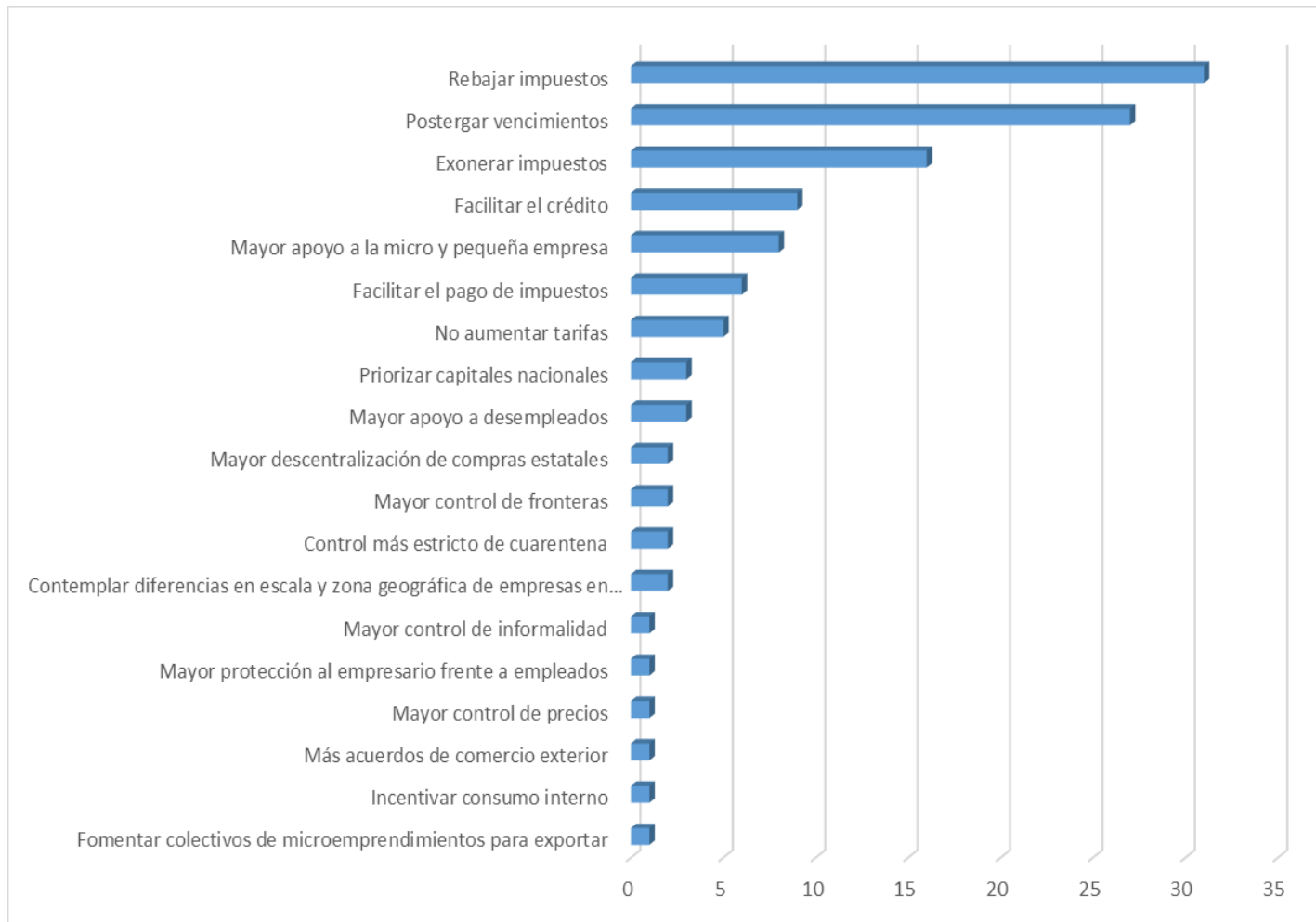
# 7. Medidas sugeridas

## 7.1. Al gobierno departamental



- Las medidas más solicitadas aluden al tratamiento de los impuestos departamentales; la mayoría sugirió postergar los vencimientos, rebajas y exoneraciones. También fue muy reiterado el pedido de mayor control del contrabando en la frontera.
- Las medidas pintadas en verde fueron planteadas en esta pregunta, pero son competencia del gobierno nacional.

## 7.2. Al gobierno nacional



- Nuevamente las medidas más sugeridas refieren a la rebaja, postergación de vencimientos y exoneración de los impuestos. Otra de las medidas más sugeridas es facilitar el acceso al crédito, especialmente para las micro y pequeñas empresas.

## 8. Aportes y comentarios

- Se percibió una muy buena recepción de la encuesta. En aquellas preguntas que permitían escribir hubo muchas respuestas extensas, con planteos muy diversos, en varias de las cuales se agradecía la realización de la encuesta.

*“Me parece muy buena está iniciativa de preguntar a los involucrados en la crisis que estamos viviendo, por lo menos saben realmente lo que piensa un pequeño empresario. Gracias.”*

Comentarios de este estilo se reiteraron en esta sección.

- En varias de las respuestas se percibieron expectativas de una muy lenta reactivación económica, lo cual fue reiterado en esta sección, especialmente en sectores de servicios. Empresas de los rubros turismo y servicios de estética solicitaron apoyo económico, indicando que son de los rubros más afectados y que van a tener una reactivación más lenta.
- Algunos comentaron que se han visto adicionalmente perjudicados por la suba del dólar, que en algunos casos ha disparado los costos (por ejemplo, en el rubro de la construcción).

- Se reiteró el pedido de mayor control en la frontera para frenar el contrabando.

*“Terminar con la vieja enfermedad de esta zona del país, el contrabando, ya hace muchos años que tenemos ese gran problema, si dejamos a la conciencia del consumidor tendremos siempre el mismo problema, tenemos que tener un fuerte y duro control en todas las fronteras...”*

Comentarios de este estilo se reiteraron en esta sección.

- Varios expresaron su deseo de una mayor cooperación entre comercios.

*“Tratar de entre todos lo que no nos vemos tan afectados por esta crisis ayudar a los que lo necesitan de verdad.”*

*“De esta crisis sólo se sale con el aporte y apoyo de todos.”*

*“Sería genial juntarnos todos los comerciantes para poder juntos encontrar una solución y hacer una junta con el intendente.”*



## 9. Conclusiones

- Las empresas de menor tamaño fueron las que más cerraron (en porcentaje) a causa de la crisis sanitaria.
- Los rubros más afectados por el cierre temporal de empresas son: Indumentaria, Hoteles, Servicios de estética, Construcción, Ópticas y joyerías, Agencias de viaje e Industrias creativas. La mayoría de los cierres se dan entre el 13 y el 20 de marzo.
- El 99% de las empresas cerradas manifestaron su intención de reabrir una vez pasada la crisis sanitaria.
- Más de la mitad de las empresas abiertas (56%) redujeron su horario laboral.
- El 56% del personal de empresas cerradas se encuentran en licencia o seguro de paro.
- El 45% de las empresas abiertas redujo el personal.

- En comparación a marzo de 2019, el 83% de las empresas abiertas sufrió una caída en sus ventas y el 11% indicó haber tenido un aumento. El principal motivo señalado para ambas variaciones es la situación de emergencia sanitaria.
- El 75% de las empresas indicaron haber reducido la compra de mercadería e insumos durante el mes de marzo. El 32% de las empresas postergaron sus pagos en el mes de marzo y un 47% indicó que piensa postergar o suspender sus pagos en el mes de abril.
- Las medidas más solicitadas refieren a la postergación, rebaja o exoneración de impuestos. También fueron reiterados los pedidos de un mayor control de la frontera, facilidades para el acceso al crédito y mayor apoyo a las micro y pequeñas empresas.
- Se percibió una muy buena recepción de la encuesta y hubo interés por conocer los resultados. Se notaron expectativas de una muy lenta recuperación económica, especialmente en algunos sectores de servicios. Varios expresaron su deseo de una mayor cooperación entre comercios.