

## EL TIPO DE DISEÑOS MUESTRALES A SER UTILIZADOS.

En la muestra de EPEMAs se trabajará con muestras estratificadas: ramas de actividad, zonas geográficas, etc.

En la muestra de EPEEH se trabajará con una muestra bifásica. En la primera fase se debe de captar información que permita luego a nivel de la segunda fase trabajar con base en una adecuada estratificación que tenga en cuenta la rama de actividad y la tipología de la empresa.

○ A nivel de las EPEEH, la primera fase corresponderá a la selección de los hogares a ser encuestados. A nivel de estos hogares se investigará un conjunto de variables básicas entre las que se encuentran las que permiten identificar las unidades económicas que funcionan en las viviendas y aquellas que sin ser desarrolladas en las viviendas tienen a la misma como única sede.

Se separarán los hogares en dos bloques:

1. El bloque que, según lo planteado en la "Estrategia Estadística", servirá de base para el sorteo de la segunda fase de la encuesta a la pequeña empresa.
- 2. El resto de hogares.

El diseño de la segunda fase debe ser estratificado por ramas de actividad y por tipo de establecimiento.

## **COBERTURA A NIVEL GEOGRÁFICO Y DE RAMAS DE ACTIVIDAD.**

Existirán ramas de actividad que deben necesariamente ser incluidas, tal es el caso por ejemplo de:

- Las actividades manufactureras donde la pequeña empresa tenga una cierta importancia relativa.

Por ejemplo; las panaderías, pastelerías y similares, la confección de vestimenta y otros textiles, la fabricación de muebles y similares de madera o de otros productos, etc.

- Hotelería y restaurantes.
- Servicios de reparación y mantenimiento de todo tipo, excepto los vinculados a la rama de la construcción.
- Servicios prestados a los hogares por unidades dispersas (no los servicios altamente concentrados).
- Servicios prestados a las empresas por unidades dispersas (no los servicios altamente concentrados).
- Comercio Mayorista y Minorista.

Por otra parte existirán ramas de actividad que no es conveniente que sean incluidas en las encuestas de áreas, tal es el caso por ejemplo de:

- Las actividades manufactureras donde la pequeña empresa tenga una importancia absolutamente marginal, tanto en relación a su rama de actividad como en relación al total de la pequeña empresa.

Tal es el caso de empresas que fabriquen; maquinarias y equipos pesados, maquinarias y equipo eléctricos, productos básicos de hierro y acero, vehículos automotores, remolques y semirremolques, aeronaves, locomotoras cerveza, bebidas destiladas, cigarrillo, cigarros y similares, etc.

- Las actividades agropecuarias.
- Las actividades mineras.
- Las actividades pesqueras.
- Producción y suministro de energía eléctrica.
- Producción de gas y agua.
- Transporte.
- Comunicaciones.
- Banca y Seguros.

A nivel de las actividades antes listadas se dará que en algunos casos de hecho no existan pequeñas empresas que realicen dichas actividades.

Por otra parte la encuesta de áreas no sería eficiente a este nivel dado las pocas unidades existentes y su tipo de dispersión.

En parte las decisiones, sobre las ramas de actividad a ser investigadas a nivel de la encuesta de áreas a la pequeña empresa, en muchos casos en que existan dudas sobre la

conveniencia o no de que sean incluidas, se pueden sustentar en la importancia que dichas unidades han tenido en el CENEC 2010 - Fase I.

Una opción es incluir a todas las actividades realizadas por las pequeñas empresas, creando un estrato "Resto" donde se incluyan todas las actividades que no sean importantes a nivel de este tipo de empresas.

Una situación que puede presentarse, es que para alguna rama de actividad se dé, como ya se mencionó, que exista un número relativamente reducido de empresas pequeñas, que teniendo en cuenta algunas consideraciones especiales resulte de interés investigar.

En este caso el problema que presenta la estrategia muestral elegida, es que no se puede asegurar que en la muestra caiga un número razonable de empresas de estas ramas.

Por tal razón, se recomienda en estos casos, siempre y cuando los mismos tengan algún tipo de relevancia, trabajar con base en una muestra que se sortee con base en la lista de dichas empresas.

En consecuencia dichas empresas no serían tenidas en cuenta en las encuestas de áreas propiamente dichas, sino que serían objeto de un diseño muestral ad hoc basado en un marco también ad hoc de lista de estas empresas pequeñas.

## **LAS VARIABLES A SER CAPTADAS EN LAS ENCUESTAS DE ÁREAS.**

Las variables a ser captadas en las encuestas de áreas, tienen como objetivos centrales, los siguientes:

1. Proveer de la información necesaria para poder ya sea por vía directa o mediante estrategias indirectas medir las variables que integran las cuentas de producción y de generación del ingreso y la formación bruta de capital fijo.
2. Obtener información a nivel agregado sobre canales de compra y de venta.

### **Las unidades de observación.**

El universo en observación corresponde a empresas pequeñas no constituidas en sociedad.

En consecuencia la **unidad de observación central**, según el SCN 2008, es el "Hogar", ya que se trata de **Empresas no Constituidas en Sociedad**.

En el CENEC 2010, estas unidades corresponden a las que no están constituidas en sociedad. Lo que resta por afinar es la información relacionada con las cuentas de producción y de generación del ingreso y con la formación bruta de capital fijo.

En este sentido las **unidades de observación deben ser los "Establecimiento CIIU"**, pertenecientes a "Empresas no Constituidas en Sociedad", pequeñas.

En la gran mayoría de los casos los "Establecimientos tipo CIIU" se corresponderán con locales y similares.

Si una empresa no constituida en sociedad en un mismo local físico desarrolla dos o más actividades económicas, puede ocurrir o no que las pueda separar contablemente.

Si no las puede separar contablemente se tratará al local como un sólo "Establecimiento tipo CIU" con una actividad principal y otras secundarias.

Si las puede separar contablemente, solo se procederá a separarlas si esto tiene cierta relevancia y no le genera dificultades mayores a la empresa.

Puede también ocurrir que una empresa no constituida en sociedad utilice varios locales, e incluso viviendas, para desarrollar sus actividades económicas. Cuando no se pueda separar contablemente la información por locales se deberá informar por todos los locales en conjunto y proceder a "amarrarlos". Esto implicará que luego sea necesario realizar algunos ajustes de detalle en la aplicación del diseño muestral debido a la forma de comportarse la muestra en campo.

### **Las variables a ser relevadas.**

El listado de estas variables puede consultarse en el Formulario adjunto a este documento.

## ALGUNOS ASPECTOS RELACIONADOS CON EL RELEVAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

A nivel de la pequeña empresa, al igual que para la mediana y la grande, se presentarán problemas de diversa índole relacionados con la resistencia a proporcionar información y con los efectos que en la calidad de la misma tendrán los sesgos, intencionados o no, que introduzca el informante.

Además del tipo de problemas ya analizados en otros informes, que afectan en general a las encuestas a empresas, en este caso se adicionan circunstancias tales como:

- La falta o la precariedad de los registros contables.
- El alto porcentaje de estas unidades que no funciona cumpliendo con todas las leyes y reglamentaciones que el ordenamiento jurídico prevé en cuanto a: régimen impositivo, seguridad social, reglamentos sobre lugares donde se puede operar, higiene y salubridad, etc.

Los titulares de estas empresas en una gran proporción tenderán a subestimar sus ingresos y brindarán en muchos casos información parcial.

En este sentido la encuesta será llenada por el encuestador, quien debe mencionar que la misma está destinada básicamente a conocer los costos de operación de la pequeña empresa.

Las preguntas sobre ventas e ingresos deben dejarse para el final de la entrevista, salvo el caso en que el informante mencione dichos datos antes. De esta forma, si dichas preguntas generan reacciones adversas, se tendrá por lo menos captados los datos sobre gastos.

Teniendo en cuenta lo anterior **se recomienda:**

1. A nivel de cada rama de actividad seleccionar un conjunto reducido de variables de

**fácil captación** que, en caso de presentarse problemas con toda la información solicitada, permitan realizar imputaciones utilizando diversas vías como ser:

- \* Coeficientes técnicos que surgen de los prototipos por rama y tipo de establecimiento que se ha propuesto que sean elaborados.
- \* Modelos econométricos estimados con base en:
  - La información proveniente de las encuestas a empresas y sus establecimientos basadas en el marco de lista, a nivel de los estratos de menor tamaño.
  - La información proveniente de las propias encuestas a la pequeña empresa, utilizando los datos de aquellas que han brindado la información con un grado aceptable de calidad.

**2. Proceder a instrumentar un enfoque metodológico que combine tanto la estrategia de captación directa, que se plantea en este documento, como las simulaciones de prototipos.**

En este sentido se recomienda utilizar una metodología análoga a la que se implementó para el sector agropecuario, la cual está debidamente documentada en las propuestas metodológicas presentadas en su oportunidad por éste consultor.



## **ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL DISEÑO MUESTRAL.**

El diseño muestral debe basarse en el marco de áreas que se construya.

El marco de áreas a su vez puede partitionarse en diversos submarcos, como ser:

- Concentraciones especiales de unidades económicas tipo centros comerciales, edificios de oficinas y similares.

En estos lugares operan en general unidades económicas con un funcionamiento más formal.

Puede incluso ocurrir que en estos lugares no operen muchas empresas no constituidas en sociedad.

- Otras concentraciones especiales de unidades económicas, por ejemplo; mercados y similares.

En estos lugares pueden operar tanto unidades económicas con funcionamiento formal como más o menos informal.

En estos lugares suelen operar muchas empresas pequeñas no constituidas en sociedad.

- Zonas comerciales.

Son zonas donde se da una alta concentración de unidades económicas.

Estas zonas pueden clasificarse según el grado de concentración de las unidades económicas.

- Zonas no comerciales.

Son zonas donde la concentración de unidades económicas es baja o nula.

**Las concentraciones especiales de unidades económicas deben conformar un primer submarco de áreas.**

**Queda luego el resto de áreas.**

En este sentido debe tenerse en cuenta que por ejemplo en una manzana puede haber dos edificios de oficinas y el resto ser edificios de departamentos, casas habitación o locales comerciales.

Cuando se den situaciones del tipo de la anterior, se tendrá que los dos edificios conforman un área del primer submarco y el resto de edificios, casas y locales que no están en los dos edificios forman parte del resto de áreas.

**El resto de áreas a su vez se puede particionar en:**

- **Las manzanas que tienen más de veinte locales** que corresponden a empresas pequeñas no constituidas en sociedad, no incluidas en las concentraciones especiales de unidades económicas que conforman el primer submarco.

**Estas manzanas conformarán el segundo submarco.**

- **Las manzanas que tienen entre dos y veinte** que corresponden a empresas pequeñas no constituidas en sociedad, no incluidas en las concentraciones especiales de unidades económicas que conforman el primer submarco.

**Estas manzanas deben de agruparse en bloques que contengan de ser posible entre**