

ENCUESTA DE OPINION

**Sobre el cierre de los
comercios los días Domingo**

**Sobre el aumento de
salarios por decreto**

**AMBITO DE INVESTIGACIÓN:
CAPITAL FEDERAL Y GRAN BUENOS AIRES**

Fecha de realización:

Del 23 de febrero al 4 de marzo del 2005



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

SINTESIS

- Para el **64.9%** de los comerciantes las **ventas de domingo** son (en volumen) **muy importantes o importantes**.
- El **domingo** es el día de **mayor facturación** de la semana para el **22.2%** de los comerciantes. El **segundo día** para el **6.6%** y el **tercero y cuarto** para el **18.4%**.
- **Sólo el 40%** de los comerciantes **cree que**, de cerrarse los domingos, **los clientes comprarían en sus mismos negocios** durante otro día de la semana
- El **42.2%** tiene, los domingos, igual margen de utilidad que otros días de la semana.
- Una mayoría relativa (**38.1%**) dice que abre los domingos, no por el volumen de ventas, sino **para ofrecer un servicio más a su clientela**.
- El **49.7%** estaría de acuerdo con el **cierre dominical** a condición de que fuera **para todos** los comercios.
- Una mayoría relativa (**42.9%**) cree que, de imponerse el cierre dominical, **los usuarios se sentirán perjudicados**.
- El **75.7%** de los consultados **reco-**
- noce que el desarrollo de la vida familiar se ve perjudicado.**
- Una mayoría relativa, **39.5%**, dice que **abre los domingos porque le conviene**.
- **La mayoría** de los comerciantes está **de acuerdo** con los **aumentos** por vía de **decreto del PEN**.
- El **45.5%** cree que **los salarios deberían adecuarse** a las posibilidades de **cada rama de actividad**.
- **La mayoría** de los comerciantes cree que **los aumentos** otorgados por decreto **son equitativos y/o razonables** para el trabajador.
- **Una mayoría** relativa (**45.5%**) dice que **los aumentos salariales** otorgados **son tolerables** (desde el punto de vista de la rentabilidad)
- **La mayoría** de los comerciantes **está de acuerdo** con que **el salario mínimo se equipare a la Canastas Básica de Alimentos**.
- El **91.1%** **no sabe qué Cámara Gremial Empresarial (Came o CGE) está adherida su actividad**.

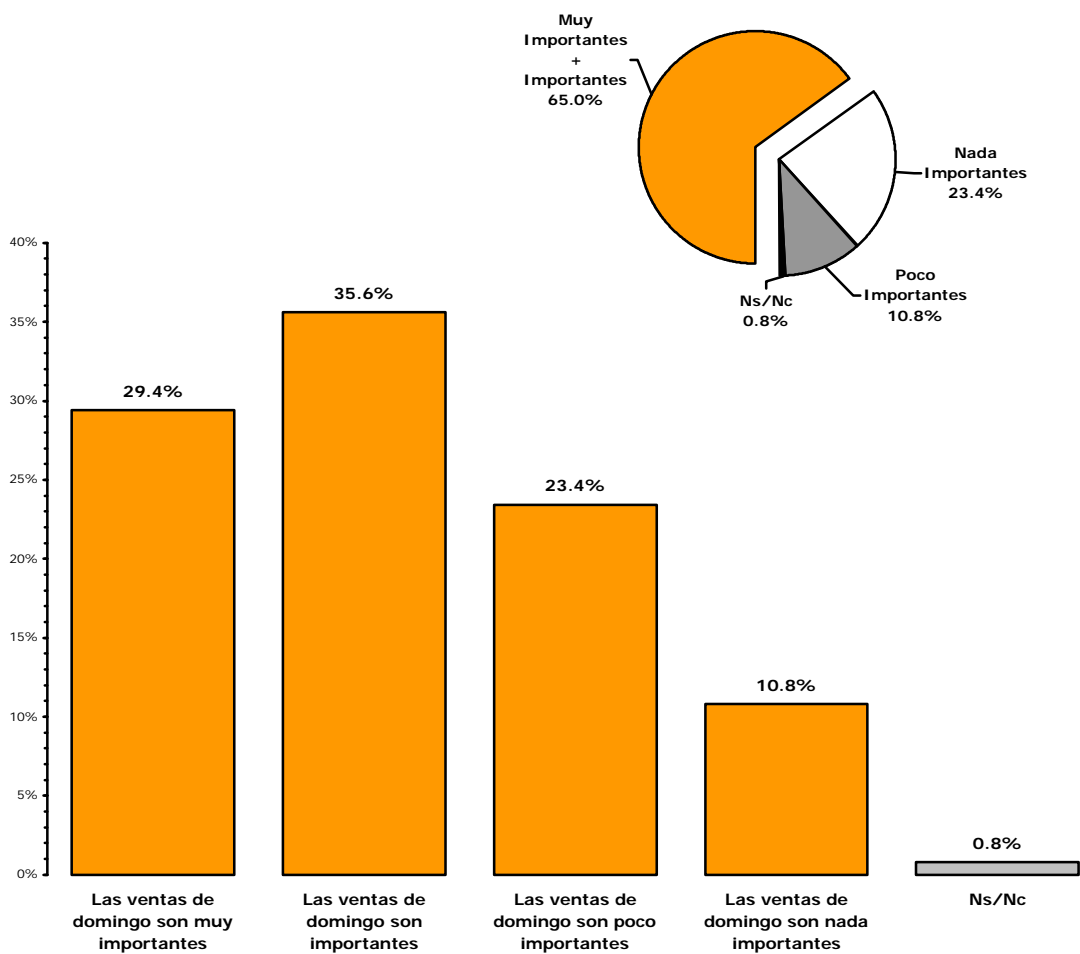


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Qué tan importante resulta el volumen de venta de los días domingo para su negocio?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Las ventas de domingo son muy importantes	25.9%	31.2%	29.4%
Las ventas de domingo son importantes	29.0%	38.9%	35.6%
Las ventas de domingo son poco importantes	32.7%	18.7%	23.4%
Las ventas de domingo son nada importantes	11.1%	10.6%	10.8%
Ns/Nc	1.2%	0.6%	0.8%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Qué tan importante resulta el volumen de venta de los días domingo para su negocio?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Las ventas de domingo son muy importantes	Las ventas de domingo son importantes	Las ventas de domingo poco importantes	Las ventas de domingo nada importantes
Heladerías	60.6%	33.3%	6.1%	
Fábrica de Pastas	77.4%	22.6%		
Panaderías	71.8%	17.9%	7.7%	2.6%
Locutorios - Internet	23.1%	41.0%	25.6%	7.7%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	21.1%	34.2%	34.2%	7.9%
Inmobiliarias	7.1%	21.4%	39.3%	32.1%
Gimnasios		11.1%	33.3%	55.6%
Video Club (no cadenas)	42.4%	48.5%	9.1%	
Remiserías	18.8%	56.3%	25.0%	
Estaciones de Servicio	20.6%	50.0%	23.5%	5.9%
Vinotecas - Licorerías	33.3%	40.0%	23.3%	3.3%
Venta de autos usados	12.5%	25.0%	50.0%	12.5%
Lavaderos de Autos	19.4%	45.2%	12.9%	22.6%
Carnicerías	12.5%	37.5%	37.5%	9.4%
Verdulerías	3.1%	43.8%	34.4%	15.6%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Qué tan importante resulta el volumen de venta de los días domingo para su negocio?

Casi **dos terceras partes (64.9%)** de los **483 comercios** relevados por ésta muestra – **pertenecientes a 15 rubros de actividad diferentes entre sí**-, dicen que para ellos **las ventas de domingo son importantes (35.5%), o muy importantes (29.4%)**.

En simultaneidad, el **23.4%** de los comerciantes consultados dice que las ventas dominicales (en volumen) **son poco importantes**, y un **10.8%** señala que **son nada importantes**.

Este estudio, al margen de sus resultados globales, está nítidamente surcado por **dos vectores** de análisis que exhiben **resultados diferenciados** a lo largo de todos sus temas de abordaje:

- 1) El **distrito** de pertenencia del contestante: **capital o conurbano**.

- 2) El **rubro de actividad** del contestante.

Formulada esta aclaración, veremos que el **64.9%** de comerciantes que dice que el volumen de venta dominical es **importante o muy importante** (párrafo 1 de ésta página), se descompone en un **54.9% de Capital** y un **70.1% del Gran Buenos Aires**.

Es decir, si bien **la noción de importancia** respecto del volumen de venta dominical es **mayoritaria** en Ciudad de Buenos Aires (54.9%), **en Gran Buenos Aires trepa hasta casi las tres cuartas partes de los consultados (70.1%)**.

Viéndolo ahora **desde los rubros de actividad** que desarrollan los consultados podremos observar lo siguiente:

PORCENTAJE DE MUY IMPORTANTE + IMPORTANTE

Rubros	Resultado General	Capital Federal	Conurbano
1º Fábrica de Pastas	100%	100%	100%
2º Heladerías	93.9%	90.9%	95.4%
3º Video Clubes	91.3%	81.8%	95.4%
4º Panaderías	89.7%	91.6%	88.9%
5º Remiserías	75.1%	63.6%	80.9%
6º Vinotecas	73.3%	40.0%	90.0%
7º Estaciones de Servicio	70.6%	63.6%	73.9%
8º Lavaderos de autos	64.6%	60.0%	66.7%
9º Locutorios	64.1%	66.7%	62.9%
10º Mercados y Almacenes	55.3%	36.4%	62.9%
11º Carnicerías	50.0%	36.4%	57.2%



Los únicos **rubros** que **no califican mayoritariamente** a las **ventas dominicales** como **muy importantes** o **importantes** son: **Verdulerías** (46.9%), (18.2% en capital y 61.9% en conurbano). **Venta de autos usados** (37.5%) (30% en capital y 42.9% en conurbano). **Inmobiliarias** (28.5%) (30% en capital y 27.8% en conurbano) y **Gimnasios** (11.1%) (0% en capital y 17.6% en conurbano).

La lectura de los resultados obtenidos frente a ésta **primera pregunta** obliga a una **inexcusable reflexión inicial**: el cierre dominical, **como medida masiva o totalizadora**, produciría un inocultable **daño económico** a las **Pymes** en general, y dentro de este sector, **distintas magnitudes de perjuicios económicos** conforme el **ámbito geográfico** de instalación de cada emprendimiento (capital o conurbano) y a su **ramo o rubro** de actividad.

Para un **análisis inicial más detallado** sobre el impacto **económico** que eventualmente produciría una medida como la que se analiza, alcanzará con empezar por reconocer las **notables diferencias globales** que se verifican entre capital y conurbano, y por rubro de actividad.

La muestra señala que existen situaciones de respuesta totalmente homogénea (fábricas de pastas); situaciones donde los rubros involucrados podrían resultar levemente más perjudicados en capital que en conurbano (locutorios, panaderías), y viceversa (heladerías, videoclubs, remiserías) o situaciones con marcadísimas diferencias de respuestas entre uno y otro distrito (vinotecas, mercados y almacenes, carnicerías, gimnasios).

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

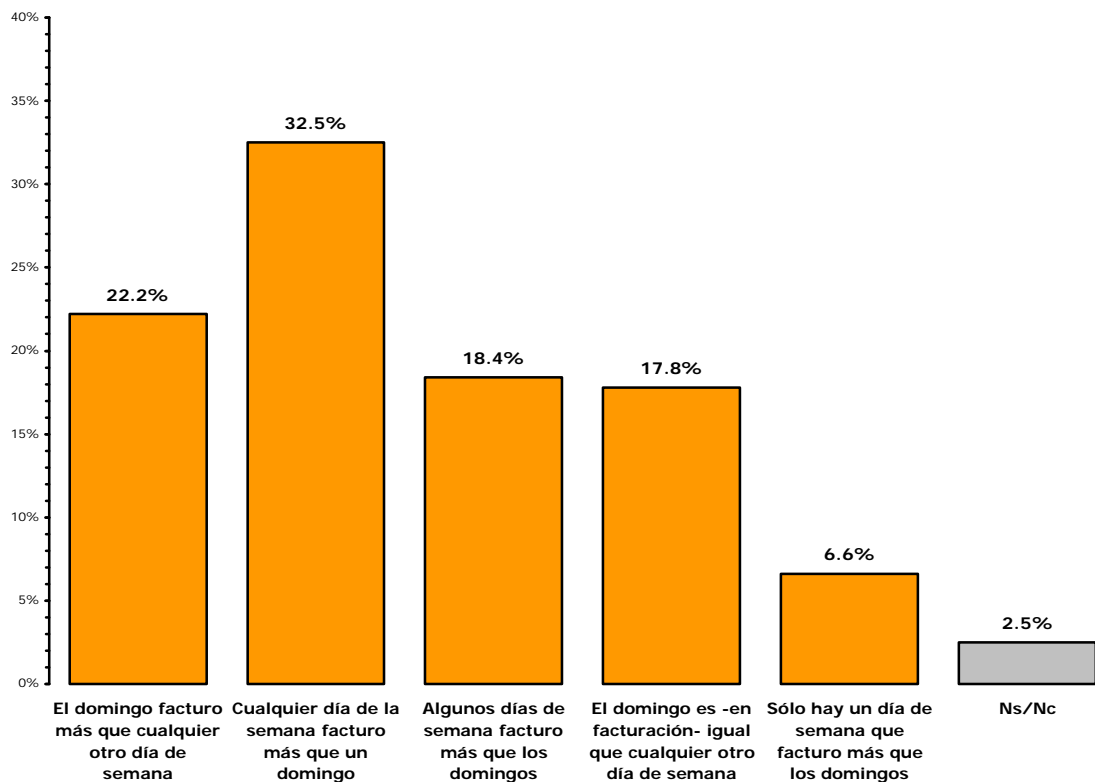


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Cómo resultan para su negocio -en términos de volumen facturado- las ventas de día domingo respecto de cualquier otro día de la semana?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
El domingo facturo más que cualquier otro día de semana	22.2%	22.1%	22.2%
Cualquier día de la semana facturo más que un domingo	42.6%	27.4%	32.5%
Algunos días de semana facturo más que los domingos	14.2%	20.6%	18.4%
El domingo es -en facturación- igual que cualquier otro día de semana	14.2%	19.6%	17.8%
Sólo hay un día de semana que facturo más que los domingos	4.9%	7.5%	6.6%
Ns/Nc	1.9%	2.8%	2.5%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Cómo resultan para su negocio -en términos de volumen facturado- las ventas de día domingo respecto de cualquier otro día de la semana?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	El domingo facturo más que cualquier otro día de semana	Cualquier día de la semana facturo más que un domingo	Algunos días de semana facturo más que los domingos	El domingo es -en facturación- igual que cualquier otro día	Sólo hay un día de semana que facturo más que los domingos
Fábrica de Pastas	64.5%	6.5%	12.9%	6.5%	6.5%
Panaderías	59.0%	10.3%	12.8%	5.1%	10.3%
Video Club (no cadenas)	48.5%		9.1%	15.2%	21.2%
Heladerías	39.4%	12.1%	15.2%	9.1%	24.2%
Vinotecas - Licorerías	26.7%	26.7%	20.0%	23.3%	3.3%
Lavaderos de Autos	25.8%	35.5%	19.4%	12.9%	3.2%
Estaciones de Servicio	14.7%	41.2%	20.6%	20.6%	2.9%
Locutorios - Internet	12.8%	30.8%	33.3%	17.9%	2.6%
Remiserías	9.4%	46.9%	18.8%	18.8%	6.3%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	7.9%	34.2%	23.7%	21.1%	7.9%
Carnicerías	6.3%	43.8%	31.3%	9.4%	3.1%
Venta de autos usados	4.2%	41.7%	25.0%	29.2%	
Gimnasios		63.0%	7.4%	25.9%	
Inmobiliarias		67.9%	10.7%	17.9%	3.6%
Verdulerías		43.8%	12.5%	40.6%	

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Cómo resultan para su negocio -en términos de volumen facturado- las ventas de día domingo respecto de cualquier otro día de la semana?

El **22.2%** de los comerciantes consultados dice que **"el domingo factura más que cualquier otro día de la semana"**.

Frente a ésta opción, los comerciantes de **capital y conurbano se expresaron en igual porcentualidad** (22.2 y 22.1% respectivamente).

Complementariamente, un **6.6%** de los consultados dice que **"solo hay un día de semana en el que factura más que los domingos"**. Ergo, para éste **6.6%**, el **domingo es el segundo día en facturación**. Este 6.6% se constituye con un 4.9% de comerciantes de capital y un 7.5% de conurbano.

Una tercera opción señala que para el **18.4%** de los consultados **"algunos días de semana se factura más que los domingos"**. Esta opción da idea de que el domingo es, **para el 18.4%, uno de los 3 o 4 días de mayor facturación de la semana**.

VISTO POR RUBROS

El día domingo es el **de mayor volumen de facturación** para el **64.5% de las fábricas de pastas**, para el **59% de las panaderías**, para el **48.5% de los videoclubs** y para el **39.4% de las heladerías**.

En contraposición, **carece de importancia**, en términos de volumen facturado,

para **gimnasios, inmobiliarias y verdulerías**.

Si nos detenemos en un análisis que conjuge los vectores **RUBRO- DISTRITO**, el domingo es el día de mayor volumen facturado para el **90.9%** de las **fábricas de pastas** de la capital y para el **50%** de las del conurbano.

Para el **83.3%** de las **panaderías** de Capital y para el **48.1%** del Conurbano.

Para el **36.4%** de los **videoclubs** de capital y para el **54.6%** del conurbano, y para el **36.4%** de las **heladerías** de capital y **40.9%** del conurbano.

Y para insistir sobre **la complejidad del tema sujeto a análisis**, es también el día de mayor nivel de facturación para el **38.1%** de los **lavaderos de autos** del conurbano, pero para **ninguno** de la capital.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

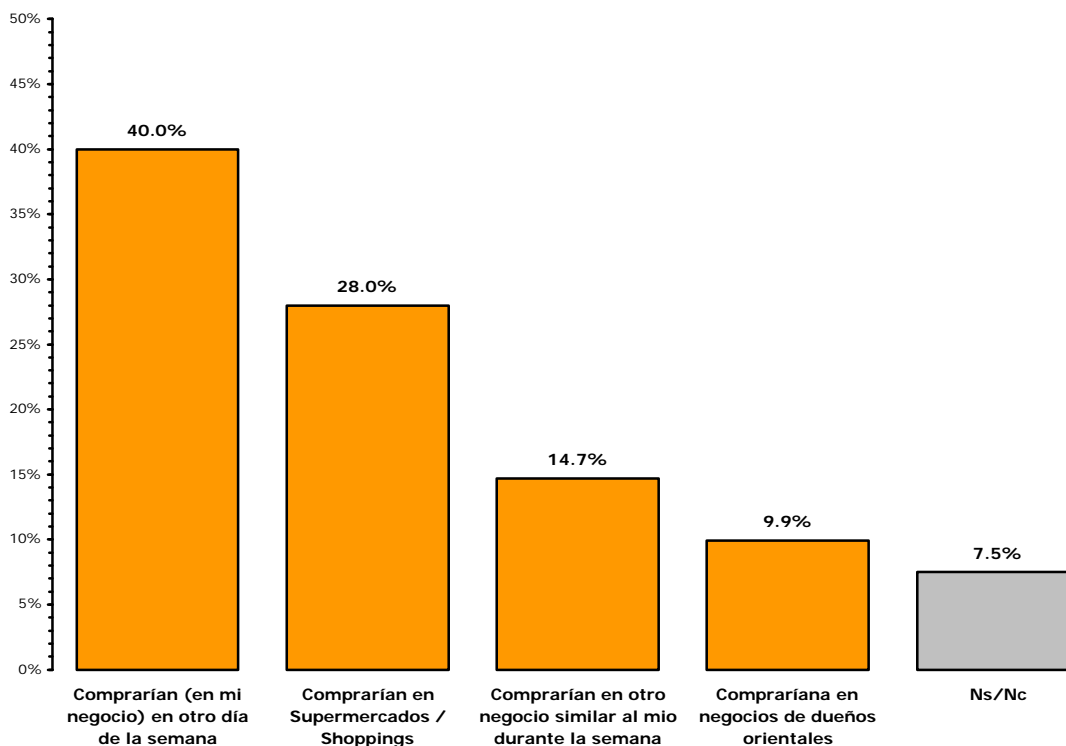


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Si usted, y todos los comerciantes, cerraran sus negocios los días domingo, ¿qué cree que harían sus clientes?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Comprarian (en mi negocio) en otro día de la semana	39.5%	40.2%	40.0%
Comprarian en Supermercados / Shoppings	29.0%	27.4%	28.0%
Comprarian en otro negocio similar al mio durante la semana	18.5%	12.8%	14.7%
Comprarian en negocios de dueños orientales	6.8%	11.5%	9.9%
Ns/Nc	6.2%	8.1%	7.5%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Si usted, y todos los comerciantes, cerraran sus negocios los días domingo, ¿qué cree que harían sus clientes?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Comprarian (en mi negocio) en otro día de la semana	Comprarian en Supermercados / Shoppings	Comprarian en otro negocio similar al mío durante la semana	Comprarian en negocios de dueños orientales	Ns/Nc
Heladerías	21.2%	36.4%	30.3%	9.1%	3.0%
Fábrica de Pastas	29.0%	51.6%	6.5%	3.2%	9.7%
Panaderías	23.1%	41.0%	17.9%	12.8%	5.1%
Locutorios - Internet	41.0%	25.6%	15.4%	12.8%	5.1%
Mercados - Supermercados - Almacenes *	26.3%	36.8%	2.6%	28.9%	5.3%
Inmobiliarias	71.4%	10.7%	10.7%		7.1%
Gimnasios	66.7%	7.4%	11.1%	7.4%	7.4%
Video Club (no cadenas)	39.4%	33.3%	27.3%		
Remiserías	25.0%	12.5%	15.6%	9.4%	37.5%
Estaciones de Servicio	38.2%	23.5%	20.6%	8.8%	8.8%
Vinotecas - Licorerías	16.7%	60.0%	13.3%	6.7%	3.3%
Venta de autos usados	79.2%	8.3%	8.3%		4.2%
Lavaderos de Autos	71.0%		16.1%	3.2%	9.7%
Carnicerías	31.3%	25.0%	15.6%	21.9%	6.3%
Verdulerías	43.8%	34.4%	6.3%	15.6%	

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Si usted, y todos los comerciantes, cerraran sus negocios los días domingo, ¿qué cree que harían sus clientes?

Esta pregunta, conforme a sus respuestas, es una de las más importantes de ésta medición.

El 40% de los comerciantes consultados cree que, si los domingos fuera obligatorio el cierre de TODOS los comercios, los clientes comprarían en sus mismos negocios en otro día de la semana.

Este punto de vista que implica que para este 40% no habría afectación económica de implementarse la medida, provoca una primera conclusión y exige una detenidísima observación.

La conclusión es que el 60% restante cree que, de no abrir los domingos, sufriría pérdida de volumen facturado no recuperable en otros días de la semana.

La observación radica en que quienes construyen el 40% que cree que no se verían perjudicados porque sus clientes les comprarían a ellos mismos en otros días de semana, pertenecen a rubros que comercializan productos que no se pueden adquirir (del mismo modo) en otros comercios (inmobiliarias, venta de autos usados, gimnasios) o, comerciantes que por cuestiones de localía, ausencia de competencia cercana, sistemas de comercialización basados en cuentas corrientes, hábitos, confianzas, asociaciones, etc. gozan de alguna fortaleza relativa (locutorios, video clubs, estaciones de servicio, lavaderos de autos, carnicerías, verdulerías).

A diferencia de ellos, el 60% de las vinotecas, el 51% de las fábricas de pastas, el 41% de las panaderías, el 36.8% de los mercados y almacenes y el 36.4% de las heladerías, entre otros, suponen que, de cerrar los domingos, sus clientes habituales se dirigirían hacia supermercados y shoppings.

Es obvio que, además, la pregunta ha desconcertado a más de un comerciante: el 37.5% de los empresarios de remiserías dice que, ante la eventualidad de un cierre dominical, no saben que harían sus clientes.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

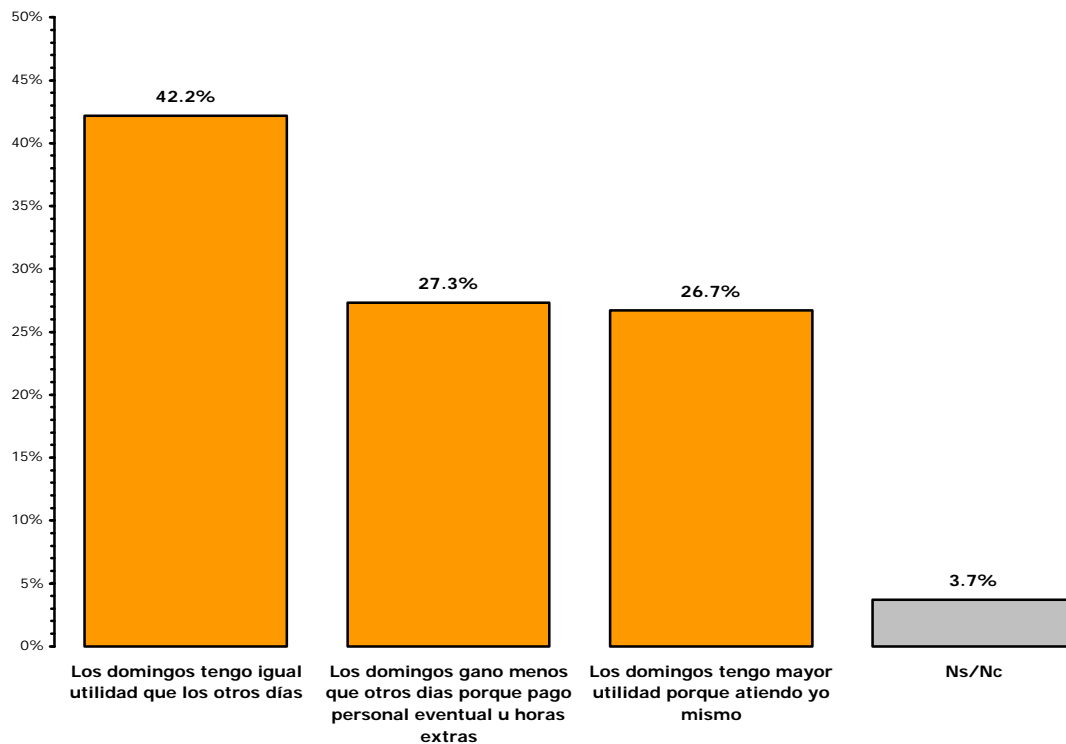


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Respecto de la rentabilidad originada en las ventas de domingo, ¿cuál de estas situaciones se asemeja más a su caso particular?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Los domingos tengo igual utilidad que los otros días	46.3%	40.2%	42.2%
Los domingos gano menos que otros días porque pago personal eventual u horas extras	30.9%	25.5%	27.3%
Los domingos tengo mayor utilidad porque atiendo yo mismo	21.6%	29.3%	26.7%
Ns/Nc	1.2%	5.0%	3.7%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Respecto de la rentabilidad originada en las ventas de domingo, ¿cuál de estas situaciones se asemeja más a su caso particular?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Los domingos tengo igual utilidad que los otros días	Los domingos gano menos que otros días porque pago personal eventual u horas extras	Los domingos tengo mayor utilidad porque atiendo yo mismo	Ns/Nc
Heladerías	39.4%	12.1%	42.4%	6.1%
Fábrica de Pastas	61.3%	9.7%	29.0%	
Panaderías	43.6%	7.7%	46.2%	2.6%
Locutorios - Internet	28.2%	35.9%	35.9%	
Mercados - Supermercados – Almacenes *	21.1%	23.7%	52.6%	2.6%
Inmobiliarias		57.1%	32.1%	10.7%
Gimnasios		70.4%	25.9%	3.7%
Video Club (no cadenas)	48.5%	6.1%	42.4%	3.0%
Remiserías	18.8%	31.3%	40.6%	9.4%
Estaciones de Servicio	14.7%	32.4%	50.0%	2.9%
Vinotecas - Licorerías	33.3%	6.7%	60.0%	
Venta de autos usados	16.7%	50.0%	25.0%	8.3%
Lavaderos de Autos	12.9%	38.7%	45.2%	3.2%
Carnicerías	28.1%	28.1%	37.5%	6.3%
Verdulerías	21.9%	18.8%	59.4%	

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Respecto de la rentabilidad originada en las ventas de domingo, ¿cuál de estas situaciones se asemeja más a su caso particular?

Si bien la mayoría (42.2%) de los comerciantes consultados señala que **“los domingos tienen igual utilidad que los otros días”** de la semana, las respuestas a ésta pregunta permiten introducirse, aunque más no sea levemente, en **la estructura laboral** de los días domingo.

Queda claro que un **27.3%** de los consultados, **los que dicen que los domingos ganan menos**, pagan horas extras o personal eventual.

Este dato no parece menor. **Algo mas de la cuarta parte de los negocios abiertos en días domingo estaría produciendo empleo** (formal o informal).

Queda claro también, que alrededor de **una cuarta parte de los comercios** abiertos en día domingo (**26.7%**) **es atendido por sus dueños**, y por lo tanto, produciendo mayores márgenes de utilidad.

En los comercios de ciudad de Buenos Aires habría mayor producción de empleo o pago de horas extras que en el conurbano (30.9% a 25.5%)

En el conurbano, mayor presencia de propietarios atendiendo la dominicalidad (21.6 a 29.3%).

Solo dos de los quince **rubros** comerciales comparados en la muestra **señalan**

mayoritariamente que los domingos tienen igual utilidad que los otros días: fábrica de pastas y video clubs. (¿estructura de producción y comercialización familiar?)

Solo tres rubros, señalan mayoritariamente que **los domingos ganan menos, debido a personal eventual u horas extras: gimnasios, inmobiliarias y venta de autos usados.**

Nueve rubros, señalan que **los domingos ganan más debido a que trabajan los propios dueños: vinotecas, verdulerías, mercados y almacenes, estaciones de servicio, panaderías, lavaderos de autos, heladerías, remiserías y carnicerías.**

En el rubro **locutorios**, se observan, de forma homogénea, todas las formas y situaciones antes descriptas.

Revisemos un poco las **diferencias** que se establecen **entre distritos** (Capital – Conurbano) (solo algunos ejemplos)

- En el rubro **heladerías**, **“el domingo ganan más porque atiende yo mismo (el dueño)”**, es 63.6% en capital y 27.3% en conurbano.
- En el rubro **remiserías**, la misma opción se construye con 28.6% en conurbano y cero por ciento en capital.



- En rubro **fábrica de pastas**, “**el domingo gana menos porque...**” es cero por ciento en capital y 15% en conurbano.
- En el rubro **inmobiliaria**, la misma opción se exhibe con 90% en capital y 38.9 en conurbano.

-
- En el rubro **mercados y almacenes**, “**los domingos tengo igual utilidad que otros días**”, es 72.7% en capital y 44.4% en conurbano.
 - En el rubro **vinotecas**, la misma opción es 60% en capital y 60% en conurbano.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

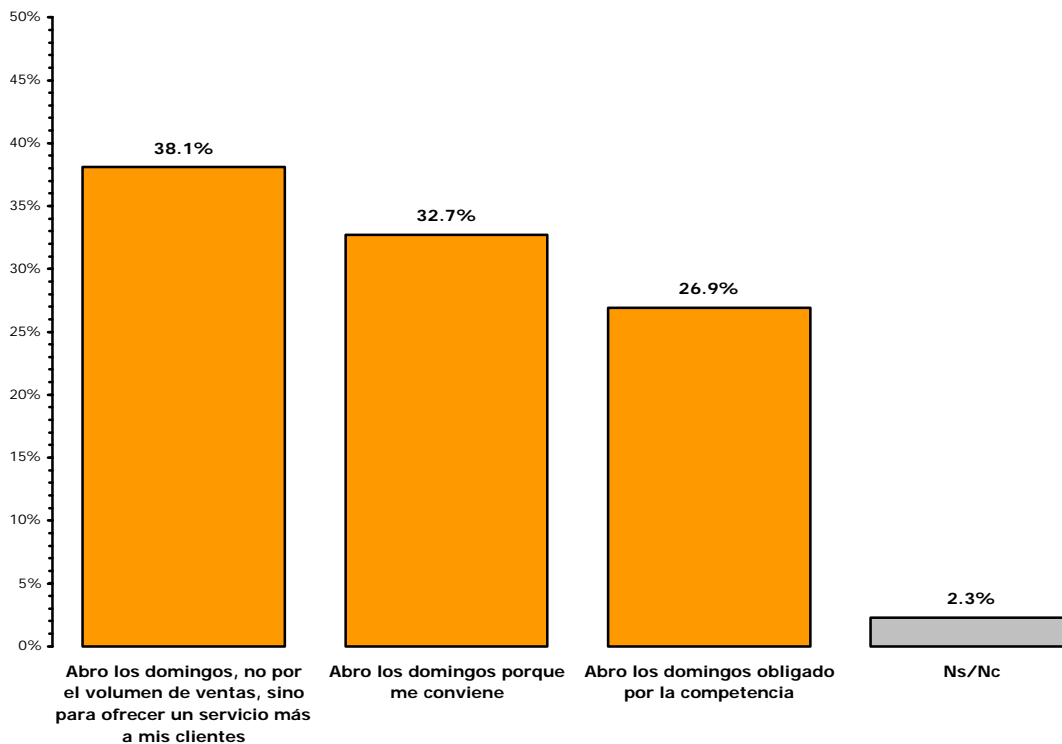


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

**Respecto de mantener su negocio abierto los días domingo,
¿cuál de estas ideas resulta más adecuada a su caso?**

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Abro los domingos, no por el volumen de ventas, sino para ofrecer un servicio más a mis clientes	43.2%	35.5%	38.1%
Abro los domingos porque me conviene	21.6%	38.3%	32.7%
Abro los domingos obligado por la competencia	34.6%	23.1%	26.9%
Ns/Nc	0.6%	3.1%	2.3%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

**Respecto de mantener su negocio abierto los días domingo,
¿cuál de estas ideas resulta más adecuada a su caso?**

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Abro los domingos, no por el volumen de ventas, sino para ofrecer un servicio más a mis clientes	Abro los domingos porque me conviene	Abro los domingos obligado por la competencia	Ns/Nc
Heladerías	33.3%	39.4%	27.3%	
Fábrica de Pastas	12.9%	77.4%	9.7%	
Panaderías	20.5%	64.1%	12.8%	2.6%
Locutorios – Internet	51.3%	25.6%	20.5%	2.6%
Mercados - Supermercados - Almacenes *	28.9%	31.6%	36.8%	2.6%
Inmobiliarias	71.4%	3.6%	10.7%	14.3%
Gimnasios	85.2%		14.8%	
Video Club (no cadenas)	12.1%	48.5%	36.4%	3.0%
Remiserías	59.4%	28.1%	12.5%	
Estaciones de Servicio	50.0%	20.6%	29.4%	
Vinotecas - Licorerías	43.3%	33.3%	23.3%	
Venta de autos usados	37.5%	29.2%	29.2%	4.2%
Lavaderos de Autos	29.0%	25.8%	41.9%	3.2%
Carnicerías	18.8%	28.1%	50.0%	3.1%
Verdulerías	31.3%	21.9%	46.9%	

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

**Respecto de mantener su negocio abierto los días domingo,
¿cuál de estas ideas resulta más adecuada a su caso?**

El **38.1%** de los comerciantes consultados dice que **“abre los negocios, no por el volumen de venta, sino para ofrecer un servicio más a sus clientes”**

Esta posición es **mucho mas marcada en capital** (43.2%) que en el conurbano (35.5%).

Los **rubros** que sostienen mas enfáticamente esta actitud comercial son: **gimnasios** (85.2%) (100% de capital y 76.5% de conurbano); **inmobiliarias** (71.4%) (100% en capital y 55.6% en conurbano); **remiserías** (59.4%) (72.7% en capital y 52.4% en conurbano); **locutorios** (51.3%) (58.3% en capital y 48.1% en conurbano); **estaciones de servicio** (50%) (45.5% en capital y 52.2% en conurbano) **vinotecas** (43.3%) (30% en capital y 50% en conurbano) y **venta de autos usados** (37.5%) (40% en capital y 35.7% en conurbano).

Un segundo grupo de opinantes (**32.7%**) dice que **“abre los domingos porque les conviene”**. Son el **21.6%** de los comerciantes consultados en **capital** y el **38.3%** de los del **conurbano**. Sostienen esta posición los siguientes **rubros: fábricas de pastas** (77.4%) (63.6% de capital y 85% de conurbano); **panaderías** (64.1%) (50% de capital y 70.4% de conurbano), **videoclubs** (48.5%) (18.2% de capital y 63.6% de conurbano) y **heladerías** (39.4%) (36.4% de capital y 40.9% de conurbano).

Un tercer grupo (**26.9%**) se agrupa en torno a la idea **“abro los domingos obligado por la competencia”**. Son el **34.6%** de los consultados en capital y el (**23.2%**) de los de conurbano.

Los **rubros** que caracterizan esta posición son: **carnicerías** (50%) (63.6% en capital y 42.9% en conurbano); **verdulerías** (46.9%) (63.6% en capital y 38.1% en conurbano); **lavaderos de autos** (41.9%) (60% en capital y 33.3% en conurbano) y **mercados y almacenes** (36.8%) (45.5% en capital y 33.3% en conurbano).

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

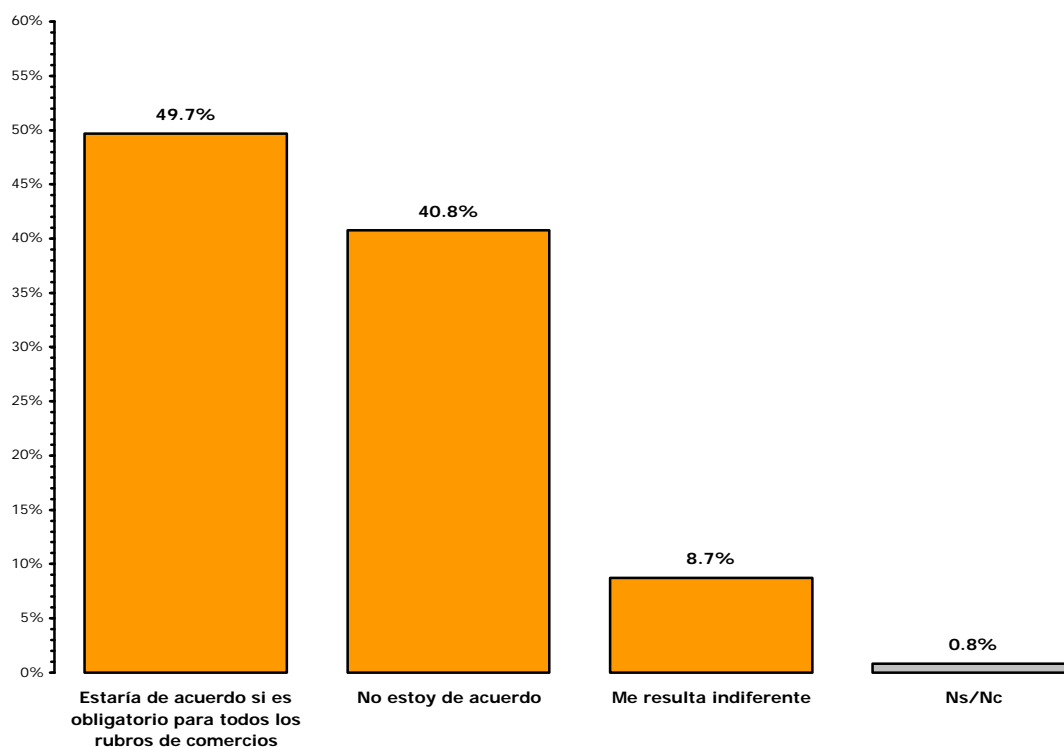


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Respecto de la promulgación de una ley que obligue a cerrar los días domingo, ¿cuál de estas ideas coincide mejor con su punto de vista?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Estaría de acuerdo si es obligatorio para todos los rubros de comercios	58.0%	45.5%	49.7%
No estoy de acuerdo	35.8%	43.3%	40.8%
Me resulta indiferente	6.2%	10.0%	8.7%
Ns/Nc		1.2%	0.8%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Respecto de la promulgación de una ley que obligue a cerrar los días domingo, ¿cuál de estas ideas coincide mejor con su punto de vista?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Estaría de acuerdo si es obligatorio para todos los rubros de comercios	No estoy de acuerdo	Me resulta indiferente	Ns/Nc
Heladerías	57.6%	36.4%	6.1%	
Fábrica de Pastas	29.0%	67.7%	3.2%	
Panaderías	41.0%	56.4%	2.6%	
Locutorios - Internet	35.9%	41.0%	23.1%	
Mercados - Supermercados – Almacenes *	55.3%	34.2%	7.9%	2.6%
Inmobiliarias	53.6%	28.6%	17.9%	
Gimnasios	63.0%	18.5%	14.8%	3.7%
Video Club (no cadenas)	42.4%	51.5%	6.1%	
Remiserías	40.6%	56.3%	3.1%	
Estaciones de Servicio	50.0%	41.2%	8.8%	
Vinotecas - Licorerías	56.7%	43.3%		
Venta de autos usados	58.3%	25.0%	16.7%	
Lavaderos de Autos	48.4%	45.2%	6.5%	
Carnicerías	62.5%	28.1%	6.3%	3.1%
Verdulerías	59.4%	28.1%	9.4%	3.1%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Respecto de la promulgación de una ley que obligue a cerrar los días domingo, ¿cuál de estas ideas coincide mejor con su punto de vista?

Esta pregunta revela dos cosas importantes a tener en cuenta:

- a) Qué quienes estarían de acuerdo con el cierre dominical lo estarían **bajo condición** de cierre total para **TODOS** los comercios (49.7%)
- b) Que un **40.8%** de los comerciantes **NO** estaría de acuerdo **ni aún bajo esa condición**.

En un segundo nivel de análisis parecería que los **comerciantes de Capital** prestarían mayor acuerdo a ésta medida (a condición de total) que sus pares del conurbano (58% a 45.5%). En contraposición, los comerciantes **bonaerenses rechazan el cierre dominical** (aunque fuera total) con mayor énfasis que los porteños (43.3% a 35.8%).

Visto desde los **rubros** de actividad, los más predispuestos a un **cierre dominical masivo** son: **gimnasios** (63%) (100% en capital y 41.2% en conurbano); **carnicerías** (62.5%) (72.7% en capital y 57.1% en conurbano); **verdulerías** (59.4%) (81.8% en capital y 47.6% en conurbano); **venta de autos usados** (58.3%) (90% en capital y 35.7% en conurbano); **heladerías** (57.6%) (45.5% en capital y 63.3% en conurbano); **vinotecas** ((56.7%) (70% en capital y 50% en conurbano); **mercados y almacenes** (55.3%) (54.5% en capital y 55.6% en conurbano); **inmobiliarias** (53.6%) (70% en capital y 44.4% en conurbano) y **estaciones de servicio** (50%) (45.5% en capital y 52.2% en conurbano).

Los rubros marcadamente **en desacuerdo** con la idea de cierre (masivo o no), son los siguientes: **fábricas de pastas** (67.7%) (81.8% en capital y 60% en conurbano); **panaderías** (56.4%) (66.7% en capital y 52.4% en conurbano); **remiserías** (56.3%) (63.6% en capital y 52.4% en conurbano); **videoclubes** (51.5%) (27.3% en capital y 63.6% en conurbano) y **locutorios** (41%) (50% en capital y 37% en conurbano).

El rubro **lavadero de autos** registra casi un empate entre predispuestos y no predispuestos (48.4 a 45.2%), **aunque los que se niegan en conurbano** (52.4%) **casi duplican a quienes se niegan en capital** (30%).

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

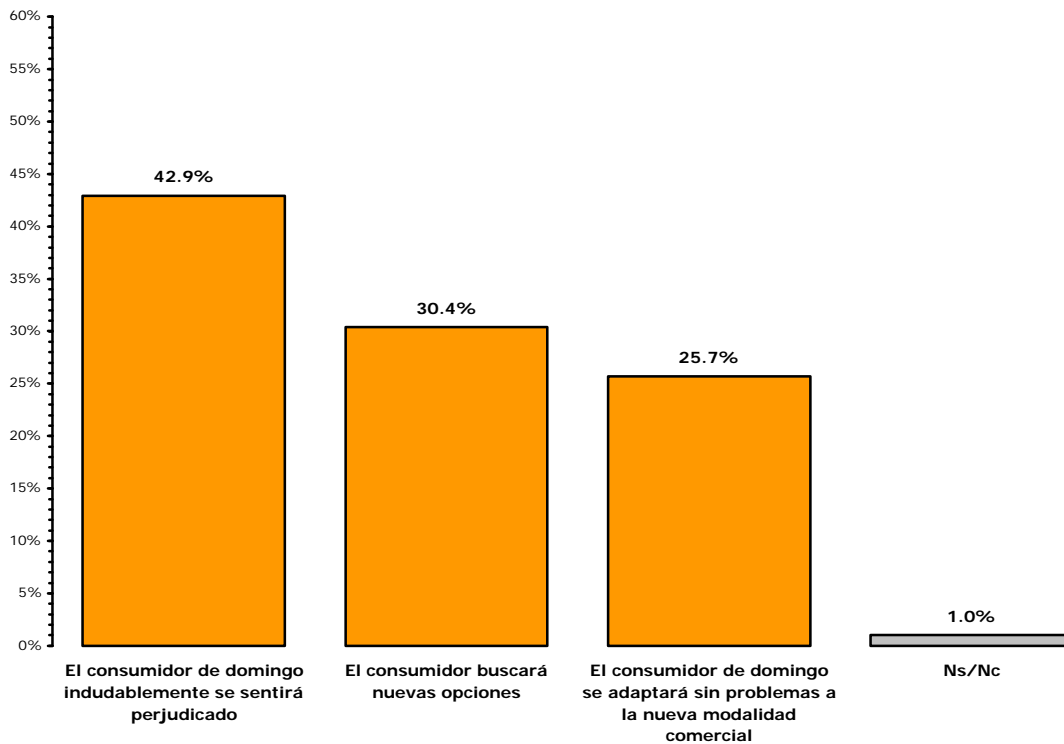


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Para el caso que finalmente se dispusiera el cierre de todos los locales comerciales los días domingos, ¿cuál es su punto de vista respecto del interés de los consumidores o compradores de días domingo?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
El consumidor de domingo indudablemente se sentirá perjudicado	42.0%	43.3%	42.9%
El consumidor buscará nuevas opciones	39.5%	25.9%	30.4%
El consumidor de domingo se adaptará sin problemas a la nueva modalidad comercial	18.5%	29.3%	25.7%
Ns/Nc		1.6%	1.0%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Para el caso que finalmente se dispusiera el cierre de todos los locales comerciales los días domingos, ¿cuál es su punto de vista respecto del interés de los consumidores o compradores de días domingo?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	El consumidor de domingo indudablemente se sentirá perjudicado	El consumidor buscará nuevas opciones	El consumidor de domingo se adaptará sin problemas a la nueva modalidad comercial	Ns/Nc
Heladerías	39.4%	36.4%	21.2%	3.0%
Fábrica de Pastas	58.1%	32.3%	9.7%	
Panaderías	53.8%	25.6%	20.5%	
Locutorios - Internet	41.0%	43.6%	15.4%	
Mercados - Supermercados - Almacenes *	34.2%	21.1%	42.1%	2.6%
Inmobiliarias	57.1%	21.4%	21.4%	
Gimnasios	51.9%	29.6%	18.5%	
Video Club (no cadenas)	39.4%	54.5%	3.0%	3.0%
Remiserías	56.3%	31.3%	12.5%	
Estaciones de Servicio	50.0%	11.8%	35.3%	2.9%
Vinotecas - Licorerías	36.7%	33.3%	30.0%	
Venta de autos usados	41.7%	16.7%	41.7%	
Lavaderos de Autos	38.7%	32.3%	29.0%	
Carnicerías	25.0%	31.3%	40.6%	3.1%
Verdulerías	21.9%	31.3%	46.9%	

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Para el caso que finalmente se dispusiera el cierre de todos los locales comerciales los días domingos, ¿cuál es su punto de vista respecto del interés de los consumidores o compradores de días domingo?

Casi el **43%** de los comerciantes que abren sus comercios los días domingo (en función de ello fueron encuestados) piensan que de imponerse una medida vinculada a la **obligatoriedad del cierre dominical, los consumidores se sentirán perjudicados**.

En éste aspecto, los comerciantes de capital y conurbano exhiben posiciones homogéneas (42% y 43.3% respectivamente).

Un **segundo grupo** de comerciantes, **compuesto por el 30.4% de los consultados**, tiende a pensar que los consumidores **“buscarán nuevas alternativas”**. Frente a ésta visión, los comerciantes de capital y conurbano exhiben notables diferencias de interpretación (39.5% y 25.9% respectivamente).

Por último, un **25.7%** de los consultados cree que los consumidores **“se adaptarán si problemas a la nueva modalidad comercial”**. Aquí también se exhiben notables contrastes entre las percepciones de los comerciantes de uno y otro distrito analizado (18.5% y 29.3% respectivamente).

En **nueve** de los quince **rubros** de actividad consultados por la muestra prevalece la idea de que el consumidor **“se sentirá perjudicado”**: **heladerías, fábricas de pastas, panaderías, inmobiliarias, gimnasios, remiserías, estaciones de servicio, vinotecas y lavaderos de autos**.

En **dos rubros**, prevalece la idea de que los consumidores **“buscarán nuevas opciones”**: **locutorios y videoclubs**, y en **tres rubros**, prevalece la visión de que el consumidor **“se adaptará sin problemas”**: **mercados y almacenes; carnicerías y verdulerías**.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

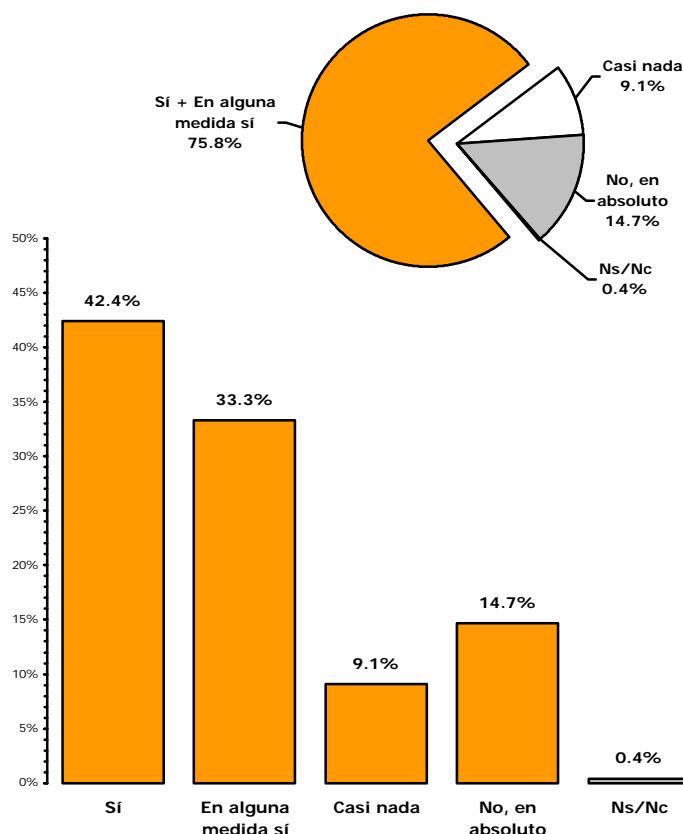


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Según su propia experiencia, el hecho de abrir los comercios los días domingo ¿perjudica el desarrollo de la vida familiar de los comerciantes?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Sí	41.4%	43.0%	42.4%
En alguna medida sí	43.2%	28.3%	33.3%
Casi nada	6.2%	10.6%	9.1%
No, en absoluto	9.3%	17.4%	14.7%
Ns/Nc		0.6%	0.4%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

El **75.7%** de los comerciantes consultados para ésta encuesta, **que conviene recordar, en todos los casos abren sus comercios los días domingo**, reconoce que el hecho de abrir sus comercios en días domingo **perjudica el desarrollo de la vida familiar**.

A ese porcentaje global (75.7%), se llega mediante la opinión del **84.6%** de los comerciantes consultados en **capital** y el **71.3%** de los consultados en el **conurbano bonaerense**.

En los quince rubros de actividad comparados, la opinión mayoritaria **coincide** con el resultado global referido a la pregunta.

Es probable que alguna parte de quienes optaron por las respuestas **"casi nada"** o **"no en absoluto"**, estén respondiendo en base a que sus emprendimientos comerciales sean a la vez **emprendimientos familiares**.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Según su propia experiencia, el hecho de abrir los comercios los días domingo ¿perjudica el desarrollo de la vida familiar de los comerciantes?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Sí	En alguna medida Sí	Casi nada	No, en absoluto	Ns/Nc
Heladerías	42.4%	30.3%		27.3%	
Fábrica de Pastas	38.7%	22.6%	19.4%	19.4%	
Panaderías	41.0%	25.6%	5.1%	25.6%	2.6%
Locutorios - Internet	46.2%	25.6%	10.3%	17.9%	
Mercados - Supermercados – Almacenes *	47.4%	28.9%	2.6%	18.4%	2.6%
Inmobiliarias	28.6%	46.4%	7.1%	17.9%	
Gimnasios	40.7%	40.7%	14.8%	3.7%	
Video Club (no cadenas)	45.5%	30.3%	9.1%	15.2%	
Remiserías	50.0%	31.3%	9.4%	9.4%	
Estaciones de Servicio	32.4%	44.1%	14.7%	8.8%	
Vinotecas - Licorerías	36.7%	36.7%	6.7%	20.0%	
Venta de autos usados	29.2%	54.2%	8.3%	8.3%	
Lavaderos de Autos	41.9%	38.7%	12.9%	6.5%	
Carnicerías	59.4%	31.3%		9.4%	
Verdulerías	50.0%	25.0%	18.8%	6.3%	

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

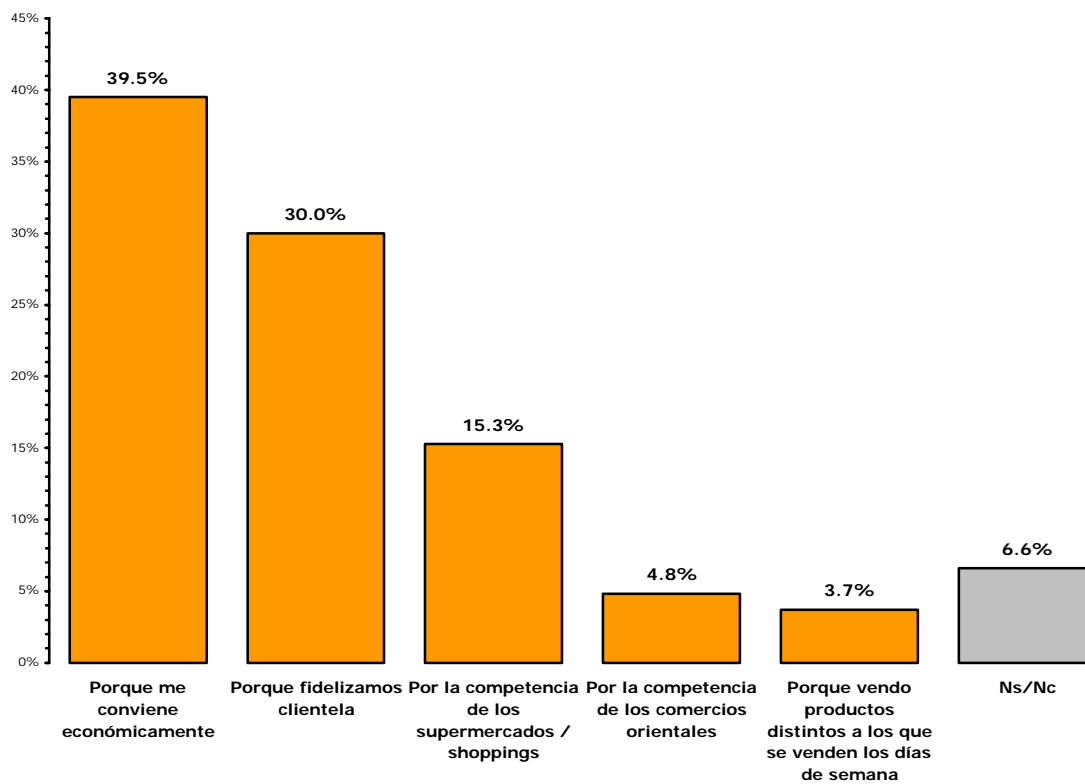


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Por cuál de estos motivos abre su comercio los días domingo?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Porque me conviene económicamente	32.1%	43.3%	39.5%
Porque fidelizamos clientela	39.5%	25.2%	30.0%
Por la competencia de los supermercados / shoppings	17.3%	14.3%	15.3%
Por la competencia de los comercios orientales	6.2%	4.0%	4.8%
Porque vendo productos distintos a los que se venden los días de semana	3.7%	3.7%	3.7%
Ns/Nc	1.2%	9.3%	6.6%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Por cuál de estos motivos abre su comercio los días domingo?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Porque me conviene económicamente	Porque fidelizamos clientela	Por la competencia de los supermercados / shop-	Por la competencia de los comercios orientales	Porque vendo productos distintos a los que se venden los días de semana	Ns/Nc
Heladerías	57.6%	15.2%	15.2%		6.1%	6.1%
Fábrica de Pastas	64.5%	6.5%	6.5%		12.9%	9.7%
Panaderías	66.7%	15.4%	12.8%	2.6%	2.6%	
Locutorios - Internet	46.2%	41.0%	2.6%		2.6%	7.7%
Mercados - Supermercados - Almacenes *	31.6%	10.5%	23.7%	26.3%	2.6%	5.3%
Inmobiliarias	7.1%	64.3%			7.1%	21.4%
Gimnasios		77.8%	3.7%	3.7%		14.8%
Video Club (no cadenas)	57.6%	15.2%	18.2%	3.0%	3.0%	3.0%
Remiserías	31.3%	53.1%	9.4%	3.1%		3.1%
Estaciones de Servicio	38.2%	44.1%	5.9%		5.9%	5.9%
Vinotecas - Licorerías	36.7%	20.0%	33.3%		6.7%	3.3%
Venta de autos usados	33.3%	41.7%	12.5%			12.5%
Lavaderos de Autos	38.7%	41.9%	16.1%			3.2%
Carnicerías	31.3%	9.4%	31.3%	12.5%	6.3%	9.4%
Verdulerías	34.4%	12.5%	37.5%	15.6%		

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Por cuál de estos motivos abre su comercio los días domingo?

El **39.5%** de los consultados dice que abre los domingos **"porque les conviene económicamente"**.

Son el **32.1%** de los comerciantes de capital y el **43.3%** de los del conurbano.

El **segundo grupo** en volumen porcentual (**30%**), dice que abre **"para fidelizar clientela"**.

Por debajo de ellos un **15.3%** dice que abre **"debido a la competencia de supermercados y shoppings"**. 17.3% de los consultados en capital y 14.3% de los de conurbano.

Y más abajo aún, con guarismo prácticamente insignificante como **para establecer razón**, un **4.8%** dice que abre **"debido a la competencia de comerciantes orientales"**. Son 6.2% en capital y 4% en el conurbano.

Complementariamente, un **3.7%**, idéntico en capital y conurbano, dice que abre porque **"vende productos distintos a los de los otros días de la semana"**.

Veamos que sucede en cada rubro:

En los rubros **heladería, video clubs, vinotecas y carnicerías**, prevalece la opción **"abro porque me conviene"**, pero la **segunda razón** en importancia porcentual es **"por la competencia de supermercados y shoppings"**.

Distinto es el caso del rubro **fábrica de pastas**, donde también prevalece **"abro por-**

que me conviene", pero la **segunda razón** es **"porque vendo productos distintos a los que se venden otros días de semana"**.

También distinta es la visión del rubro **mercados y almacenes**. Prevalece **"abro porque me conviene"**, pero la **segunda razón** es **"debido a la competencia de comercios orientales"**.

El caso del rubro **verdulerías** es también diferente. Allí la **primera razón** es **"debido a la competencia de supermercados y shoppings"**.

En los rubros: **inmobiliarias, gimnasios, remiserías, estaciones de servicio, venta de autos usados y lavaderos de autos**, prevalece **"la fidelización de la clientela"**.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

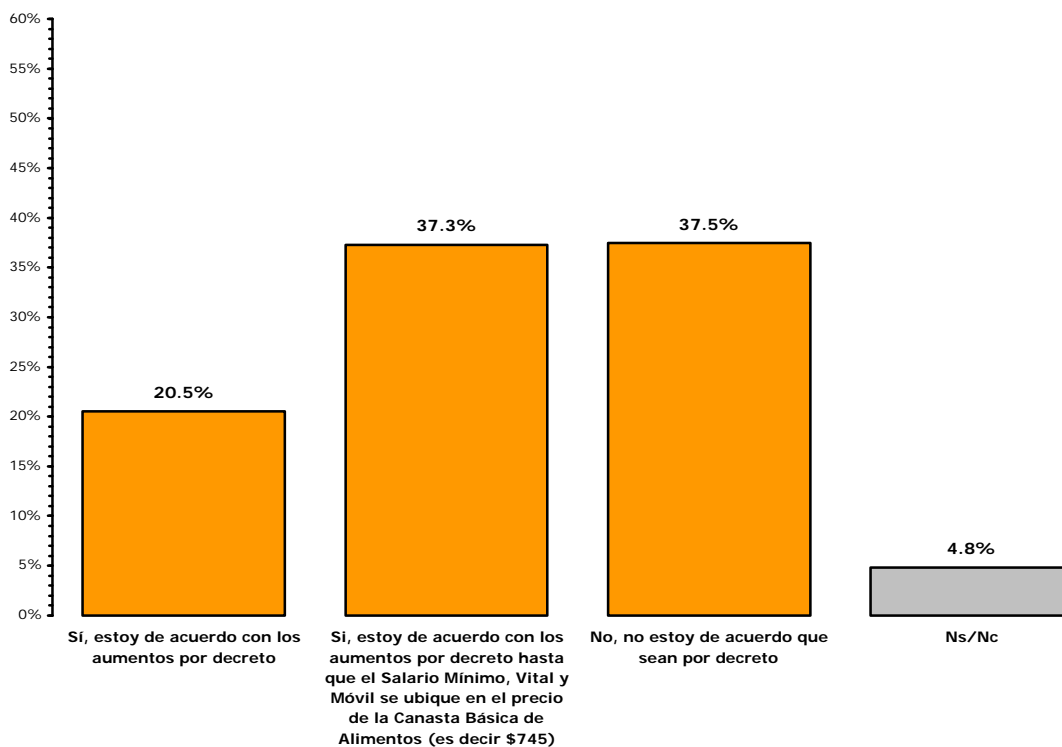


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Está de acuerdo con los aumentos de salarios por decreto del Poder Ejecutivo Nacional?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Si, estoy de acuerdo con los aumentos por decreto	25.3%	18.1%	20.5%
Si, estoy de acuerdo con los aumentos por decreto hasta que el Salario Mínimo, Vital y Móvil se ubique en el precio de la Canasta Básica de Alimentos (es decir \$745)	40.7%	35.5%	37.3%
No, no estoy de acuerdo que sean por decreto	30.9%	40.8%	37.5%
Ns/Nc	3.1%	5.6%	4.8%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Está de acuerdo con los aumentos de salarios por decreto del Poder Ejecutivo Nacional?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Sí, estoy de acuerdo con los aumentos por decreto	Sí, estoy de acuerdo con los aumentos hasta que el Salario Mínimo, Vital y Móvil se ubique en el precio de la Canasta Básica de Alimentos (es decir \$745)	No, no estoy de acuerdo que sean por decreto	Ns/Nc
Heladerías	12.1%	42.4%	39.4%	6.1%
Fábrica de Pastas	22.6%	19.4%	54.8%	3.2%
Panaderías	20.5%	25.6%	46.2%	7.7%
Locutorios - Internet	30.8%	38.5%	28.2%	2.6%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	21.1%	39.5%	34.2%	5.3%
Inmobiliarias	7.1%	53.6%	28.6%	10.7%
Gimnasios	22.2%	48.1%	29.6%	
Video Club (no cadenas)	21.2%	30.3%	42.4%	6.1%
Remiserías	18.8%	43.8%	37.5%	
Estaciones de Servicio	26.5%	32.4%	35.3%	5.9%
Vinotecas - Licorerías	30.0%	40.0%	30.0%	
Venta de autos usados	16.7%	37.5%	37.5%	8.3%
Lavaderos de Autos	19.4%	35.5%	45.2%	
Carnicerías	12.5%	43.8%	40.6%	3.1%
Verdulerías	21.9%	34.4%	31.3%	12.5%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Está de acuerdo con los aumentos de salarios por decreto del Poder Ejecutivo Nacional?

La mayoría de los comercios consultados (**57.8%**) **está de acuerdo** con que los **incrementos salariales** se produzcan por vía de decreto del Poder Ejecutivo Nacional.

Un **20.5%**, **sin aditamentos, está de acuerdo**. Son el 25.3% de comerciantes de la capital y el 18.1% del conurbano.

Un **37.3%**, está de acuerdo con ese mecanismo **pero solo hasta el momento en que** el salario mínimo, vital y móvil **se equipare** al precio de la Canasta Básica de Alimentos, que al momento de realización de la encuesta se ubicaba en \$ 745 y al cierre de la misma asciende a \$761. Estos últimos, son el **40.7%** de consultados en la capital y el **35.5%** del conurbano.

En paralelo, el **37.5%** de los consultados dice que **NO está de acuerdo** con los aumentos por decreto. Son el 30.9% de los comerciantes de capital y el 40.8% del conurbano. El **"NO estoy de acuerdo"** prevalece en los **rubros: fábrica de pastas, panaderías, videoclubs, estaciones de servicio y lavaderos de autos.**

En sentido contrario, la opción **"Si, estoy de acuerdo hasta que..."**, prevalece porcentualmente en **heladerías, locutorios, mercados y almacenes, inmobiliarias, gimnasios, remiserías, vinotecas, carnicerías y verdulerías.**

La opción **"Si, estoy de acuerdo"**, no prevalece porcentualmente en ningún rubro, aunque en **locutorios** y **vinotecas** alcanza 30 puntos porcentuales.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

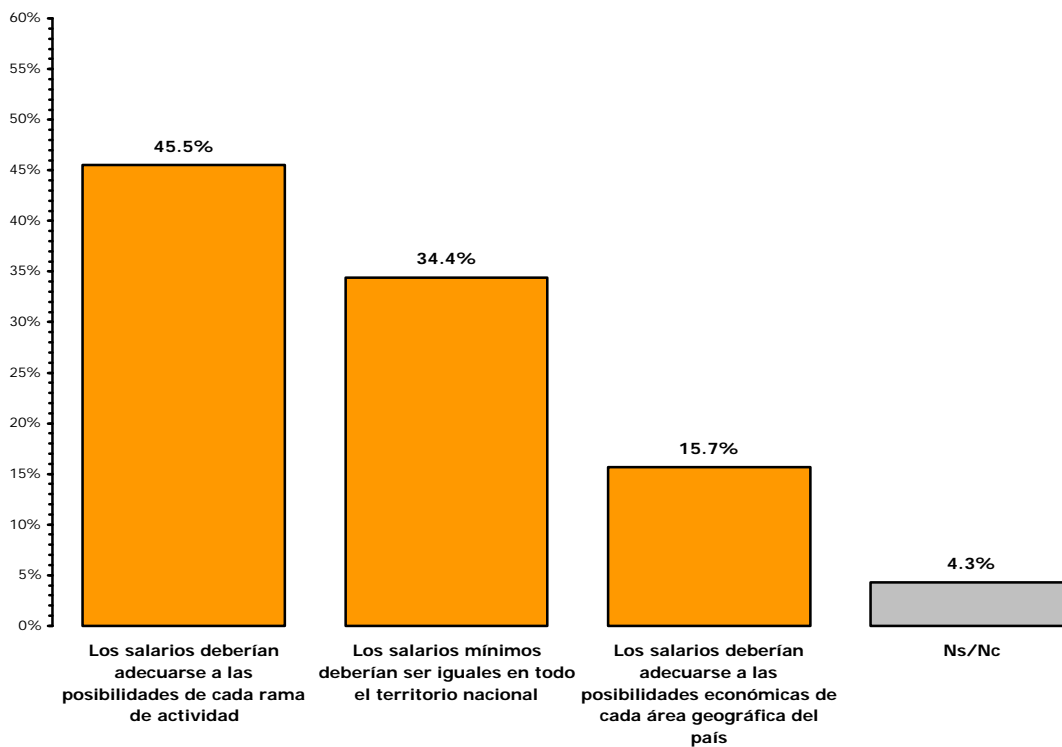


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Cómo piensa que debería ser el régimen salarial en la República Argentina?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Los salarios deberían adecuarse a las posibilidades de cada rama de actividad	43.8%	46.4%	45.5%
Los salarios mínimos deberían ser iguales en todo el territorio nacional	43.8%	29.6%	34.4%
Los salarios deberían adecuarse a las posibilidades económicas de cada área geográfica del país	11.1%	18.1%	15.7%
Ns/Nc	1.2%	5.9%	4.3%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Cómo piensa que debería ser el régimen salarial en la República Argentina?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Los salarios deberían adecuarse a las posibilidades de cada rama de actividad	Los salarios mínimos deberían ser iguales en todo el territorio nacional	Los salarios deberían adecuarse a las posibilidades económicas de cada área geográfica del país	Ns/Nc
Heladerías	51.5%	21.2%	18.2%	9.1%
Fábrica de Pastas	41.9%	35.5%	22.6%	
Panaderías	41.0%	41.0%	10.3%	7.7%
Locutorios - Internet	41.0%	41.0%	15.4%	2.6%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	36.8%	36.8%	23.7%	2.6%
Inmobiliarias	46.4%	39.3%	10.7%	3.6%
Gimnasios	55.6%	40.7%	3.7%	
Video Club (no cadenas)	42.4%	27.3%	24.2%	6.1%
Remiserías	34.4%	37.5%	28.1%	
Estaciones de Servicio	47.1%	38.2%	11.8%	2.9%
Vinotecas - Licorerías	56.7%	23.3%	13.3%	6.7%
Venta de autos usados	50.0%	33.3%	8.3%	8.3%
Lavaderos de Autos	67.7%	22.6%	9.7%	
Carnicerías	43.8%	31.3%	18.8%	6.3%
Verdulerías	34.4%	43.8%	12.5%	9.4%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Cómo piensa que debería ser el régimen salarial en la República Argentina?

El mayor porcentaje de los comerciantes consultados para ésta muestra (**45.5%**) cree y afirma que **“los salarios deberían adecuarse a la posibilidades de cada rama de actividad”**. Esta visión es **muy pareja** en capital y conurbano (43.8% y 46.4% respectivamente).

En paralelo, un **34.4%** de los consultados afirman que **“los salarios mínimos deberían ser iguales en todo el territorio nacional”**. Frente a ésta opción los porteños son más (43.8% a 29.6% respectivamente).

Por último, un **15.7%** sostiene que los salarios **“deberían adecuarse a las posibilidades económicas de cada área geográfica del país”**. Aquí prevalecen los comerciantes bonaerenses (18.1% a 11.1%).

La idea de un sistema salarial adecuado a las posibilidades de cada **rama de actividad** prevalece en rubros como: **heladerías, fábricas de pastas, inmobiliarias, gimnasios, videoclubes, estaciones de servicio, vinotecas, venta de autos usados, lavaderos de autos y carnicerías.**

La idea de **salarios iguales** en todo el país prevalece en **remiserías y verdulerías.**

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

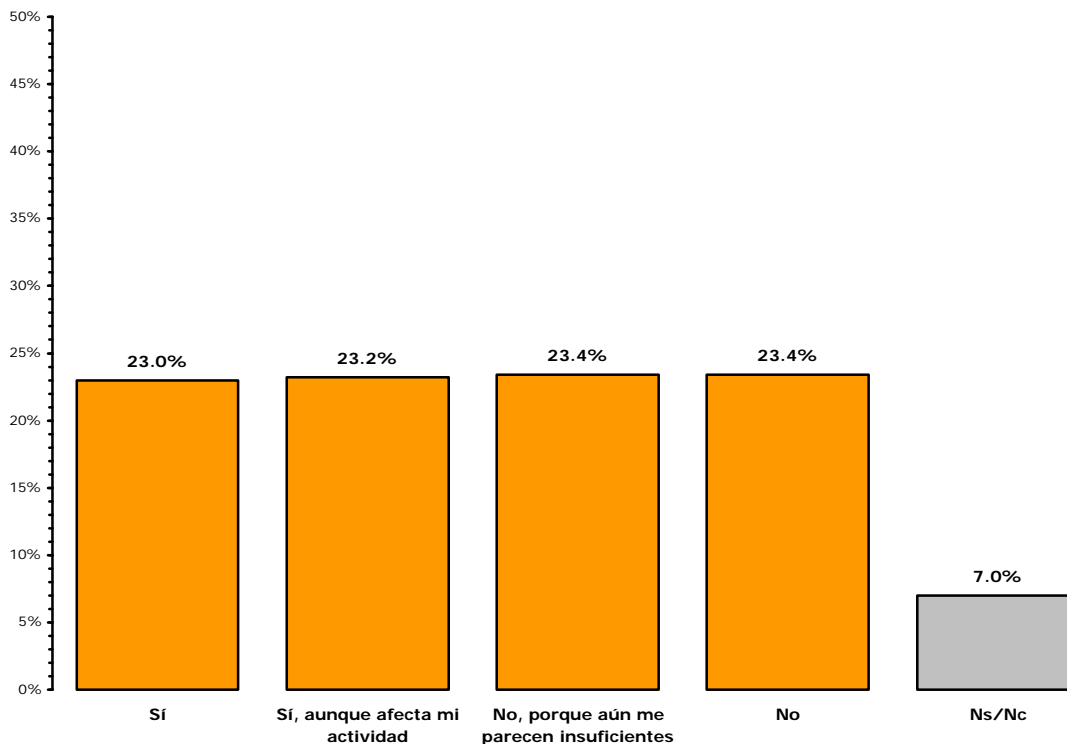


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Le parecen equitativos y/o razonables para el trabajador los aumentos otorgados por decreto del Poder ejecutivo Nacional?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Sí	27.2%	20.9%	23.0%
Sí, aunque afecta mi actividad	26.5%	21.5%	23.2%
No, porque aún me parecen insuficientes	23.5%	23.4%	23.4%
No	19.8%	25.2%	23.4%
Ns/Nc	3.1%	9.0%	7.0%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Jacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Le parecen equitativos y/o razonables para el trabajador los aumentos otorgados por decreto del Poder ejecutivo Nacional?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Sí	Sí, aunque afecta mi actividad	No, porque aún me parecen insuficientes	No	Ns/Nc
Heladerías	21.2%	15.2%	30.3%	24.2%	9.1%
Fábrica de Pastas	29.0%	12.9%	19.4%	32.3%	6.5%
Panaderías	20.5%	30.8%	12.8%	23.1%	12.8%
Locutorios - Internet	33.3%	20.5%	17.9%	23.1%	5.1%
Mercados - Supermercados - Almacenes *	28.9%	21.1%	18.4%	26.3%	5.3%
Inmobiliarias	21.4%	17.9%	35.7%	25.0%	
Gimnasios	11.1%	37.0%	18.5%	29.6%	3.7%
Video Club (no cadenas)	24.2%	30.3%	18.2%	18.2%	9.1%
Remiserías	21.9%	9.4%	31.3%	21.9%	15.6%
Estaciones de Servicio	29.4%	17.6%	23.5%	23.5%	5.9%
Vinotecas - Licorerías	23.3%	26.7%	23.3%	23.3%	3.3%
Venta de autos usados	25.0%	20.8%	20.8%	25.0%	8.3%
Lavaderos de Autos	12.9%	64.5%	16.1%	6.5%	
Carnicerías	12.5%	15.6%	40.6%	28.1%	3.1%
Verdulerías	25.0%	9.4%	28.1%	21.9%	15.6%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Le parecen equitativos y/o razonables para el trabajador los aumentos otorgados por decreto del Poder ejecutivo Nacional?

La gran mayoría de los comerciantes consultados (**69.6%**) opina que **los aumentos salariales** otorgados por vía de decretos PEN son **equitativos y razonables para los trabajadores**.

El **69.6%** señalado se descompone en tres variantes muy interesantes de analizar:

- a) Una tercera parte (**23%**) dice "simplemente" **que le parecen equitativos y/o razonables**. Son el 27.2% de los consultados en capital y el 20.9% de los de conurbano. Aunque cueste creerlo ésta afirmación **simple pero rotunda** es la posición más **conservadora** de éste segmento.
- b) **Mucho más lejos** que los anteriores fue el **23.2%** que también dice **SI**, **"aunque afecte a mis actividades específicas"**. Son el 26.5% de los consultados en capital y el 21.5% de los de conurbano.
- c) Ni que hablar, respecto de los dos subgrupos anteriores, del **23.4%** que dice que **NO** le parecen equitativos o razonables, **"porque aún son insuficientes"**. Son el 23.5% de los consultados en capital y el 23.4% de los de conurbano (absolutamente homogéneos).

La posición del **primer subgrupo**, los del **SI simple**, prevalece en **locutorios, mercados y almacenes, estaciones de servicio y venta de autos usados**, aunque en éste

último rubro empatando porcentualmente con el **NO** rotundo.

La posición del **segundo subgrupo**, el de **"SI, aunque afecta mi actividad"**, prevalece en **panaderías, gimnasios, video-clubes, vinotecas y lavaderos de autos**.

La posición del **tercer subgrupo**, aquellos que dicen **"NO porque aún me parecen insuficientes"**, prevalece en **heladerías, inmobiliarias, remiserías, carnicerías y verdulerías**.

En **contraposición** a éstos tres subgrupos mencionados, un **23.4%** de los consultados dice que los aumentos otorgados por decretos PEN **no les parecen equitativos o razonables**. Son el 19.8% de los comerciantes de capital y el 25.2% de los del conurbano. Esta posición prevalece solamente en el rubro **fábrica de pastas**.

Un "primer" análisis de éstos resultados invita a insinuar que la noción de **sueldo digno** podría estar tomando cuerpo entre comerciantes absolutamente ligados a las posibilidades del **mercado interno**, y que ese cierto grado de conciencia **se impone** incluso a las dificultades que podría originar tener que abo-
narlo.

De ser así, las organizaciones gremiales de empresarios Pymes podrían tener algo que decir respecto de la discusión que la UIA y la CGT están tramitando en relación al valor del salario.

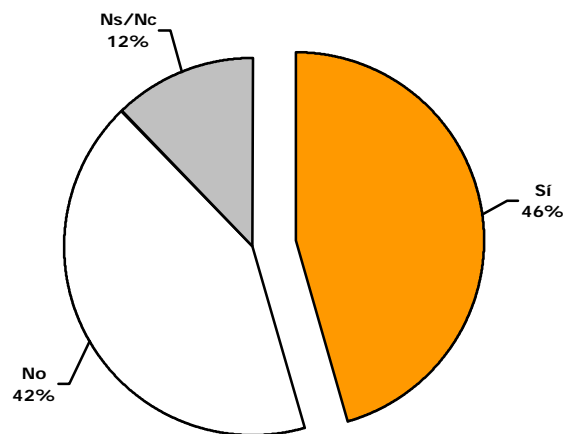


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Dentro de su rubro de actividad, ¿resultan tolerables sin mayores daños para una rentabilidad normal, los aumentos salariales concedidos hasta ahora por vía de decreto del Poder Ejecutivo Nacional?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Sí	54.9%	40.8%	45.5%
No	40.1%	43.3%	42.2%
Ns/Nc	4.9%	15.9%	12.2%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Dentro de su rubro de actividad, ¿resultan tolerables sin mayores daños para una rentabilidad normal, los aumentos salariales concedidos hasta ahora por vía de decreto del Poder Ejecutivo Nacional?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Sí	No	Ns/Nc
Heladerías	36.4%	45.5%	18.2%
Fábrica de Pastas	64.5%	29.0%	6.5%
Panaderías	48.7%	41.0%	10.3%
Locutorios - Internet	59.0%	35.9%	5.1%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	42.1%	36.8%	21.1%
Inmobiliarias	60.7%	32.1%	7.1%
Gimnasios	48.1%	48.1%	3.7%
Video Club (no cadenas)	45.5%	36.4%	18.2%
Remiserías	37.5%	43.8%	18.8%
Estaciones de Servicio	55.9%	41.2%	2.9%
Vinotecas - Licorerías	36.7%	46.7%	16.7%
Venta de autos usados	50.0%	41.7%	8.3%
Lavaderos de Autos	32.3%	64.5%	3.2%
Carnicerías	31.3%	53.1%	15.6%
Verdulerías	34.4%	40.6%	25.0%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

Dentro de su rubro de actividad, ¿resultan tolerables sin mayores daños para una rentabilidad normal, los aumentos salariales concedidos hasta ahora por vía de decreto del Poder Ejecutivo Nacional?

El **45.5%** de los comerciantes consultados dice que los **aumentos salariales** concedidos hasta ahora por vía de decretos PEN, **“les resultan tolerables sin mayor daño para una rentabilidad normal”**. Son el 54.9% de los comerciantes de capital y el 40.8% de los de conurbano.

En contraposición, un **42.2%** dice que **“no les resultan tolerables”**. Son el 40.1% de los comerciantes de capital y 43.3% de los de conurbano.

Si bien las cifras porcentuales alcanzadas por ambas opciones (SI y NO) son **equilibradas** (45.5% a 42.2%), la posición **SI** prevalece en ocho rubros, y en cinco de ellos con guarismos de entre el 50 y 64.5% de las respuestas. Veamos: **fábrica de pastas** (64.5%), **inmobiliarias** (60.7%), **locutorios** (59%), **estaciones de servicio** (55.9%), **venta de autos usados** (50%), **panaderías** (48.7%), **videoclubes** (45.5%) y **mercados y almacenes** (42.1%).

En el rubro **gimnasios**, el SI y el NO empatan en 48.1%.

La posición del **NO** prevalece en seis rubros. En dos de ellos con porcentualidad mayor a 50%. Veamos: **lavaderos de autos** (64.5%), **carnicerías** (53.1%), **vinotecas** (46.7%), **heladerías** (45.5%), **remiserías** (43.8%) y **verdulerías** (40.6%).

Frente a ésta pregunta se observa una **importante porcentualidad** en la opción **No sabe / No contesta** (12.1%).

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

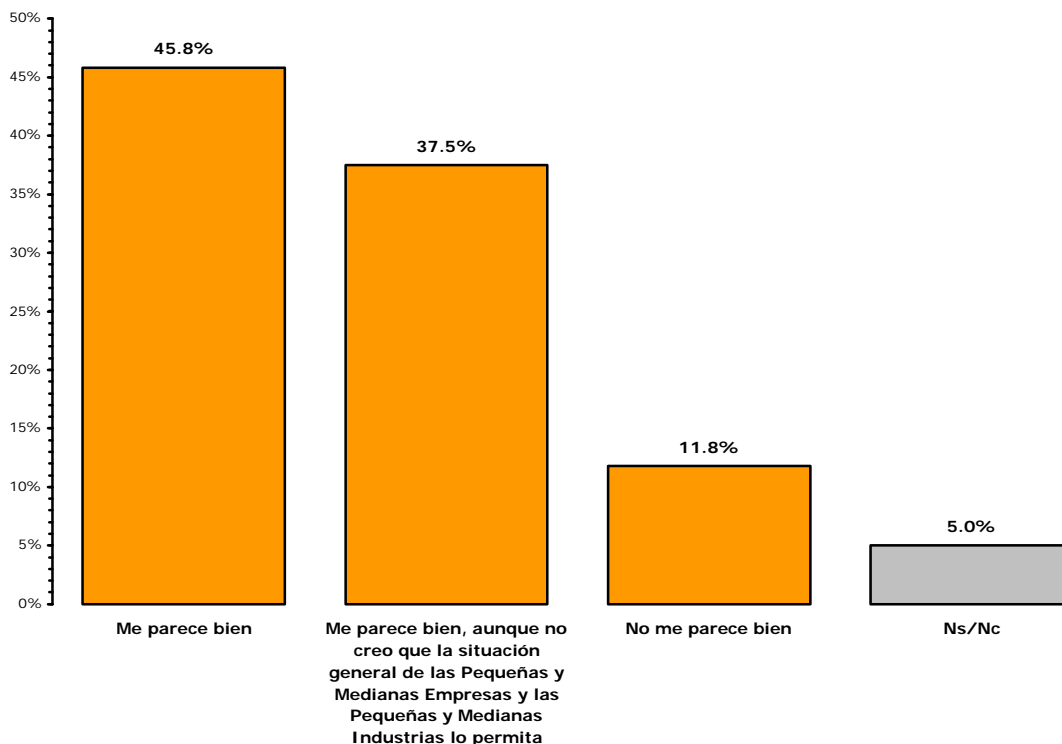


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Qué le parece la idea de que el salario Mínimo, Vital y Móvil se equipare al precio de la Canasta Básica de Alimentos (para una familia tipo el precio es de \$745)?

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Me parece bien	47.5%	44.9%	45.8%
Me parece bien, aunque no creo que la situación general de las Pequeñas y Medianas Empresas y las Pequeñas y Medianas Industrias lo permita	38.9%	36.8%	37.5%
No me parece bien	11.1%	12.1%	11.8%
Ns/Nc	2.5%	6.2%	5.0%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Qué le parece la idea de que el salario Mínimo, Vital y Móvil se equipare al precio de la Canasta Básica de Alimentos (para una familia tipo el precio es de \$745)?

Desagregado por rubro comercial encuestado

	Me parece bien	Me parece bien, aunque no creo que la situación general de las Pequeñas y Medianas Empresas y las Pequeñas y Medianas Industrias lo permita	No me parece bien	Ns/Nc
Heladerías	51.5%	33.3%	12.1%	3.0%
Fábrica de Pastas	41.9%	35.5%	19.4%	3.2%
Panaderías	48.7%	35.9%	12.8%	2.6%
Locutorios - Internet	51.3%	38.5%	7.7%	2.6%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	55.3%	36.8%	5.3%	2.6%
Inmobiliarias	42.9%	35.7%	21.4%	
Gimnasios	40.7%	33.3%	22.2%	3.7%
Video Club (no cadenas)	57.6%	30.3%	9.1%	3.0%
Remiserías	56.3%	25.0%	12.5%	6.3%
Estaciones de Servicio	41.2%	41.2%	11.8%	5.9%
Vinotecas - Licorerías	40.0%	46.7%	10.0%	3.3%
Venta de autos usados	37.5%	37.5%	16.7%	8.3%
Lavaderos de Autos	29.0%	67.7%		3.2%
Carnicerías	40.6%	31.3%	18.8%	9.4%
Verdulerías	43.8%	34.4%	3.1%	18.8%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

¿Qué le parece la idea de que el salario Mínimo, Vital y Móvil se equipare al precio de la Canasta Básica de Alimentos (para una familia tipo el precio es de \$745)?

Solo a un **11.8%** de los comerciantes consultados **"No les parece bien"** que el **salario** mínimo, vital y móvil **se equipare** a la **canasta básica de alimentos**, que para una familia tipo alcanza (al momento de las entrevistas) a **\$745** (hoy es \$760,54). Son el 11.1% de los comerciantes de capital y el 12.1% de los de conurbano.

Al **83.3%** de los consultados la idea **"les parece bien"**.

El **83.3%** de los comerciantes **que acuerdan con esa idea** se dividen en **dos subgrupos**. El primero y mayoritario (45.8%) opta por un **"me parece bien"** a secas. El segundo (37.5%) señala que más allá de su acuerdo **"no cree que la situación de las Pymes lo permita"**.

El **"me parece bien"** a secas, impone su porcentualidad en **once** de los quince rubros comparados y en cinco de ellos con guarismo superior al 50%. Veamos: **videoclubes** (57.6%), **remiserías** (56.3%), **mercados y almacenes** (55.3%), **heladerías** (51.5%), **locutorios** (51.3%), **panaderías** (48.7%), **verdulerías** (43.8%), **inmobiliarias** (42.9%), **fábrica de pastas** (41.9%), **gimnasios** (40.7%) y **carnicerías** (40.6%).

En **dos rubros**, **estaciones de servicio y venta de autos usados**, el **"SI"** y el **"me parece bien pero..."**, empatan (en 41.2% y 37.5% respectivamente).

Y en **dos rubros** gana el **"me parece bien, pero..."**: **lavaderos de autos** (67.7%) y **vinotecas** (46.7%).

La opción **"no me parece bien"** no logra imponerse en ninguno de los rubros, aunque logra una altura porcentual significativa en **gimnasios** (22.2%) e **inmobiliarias** (21.4%)

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

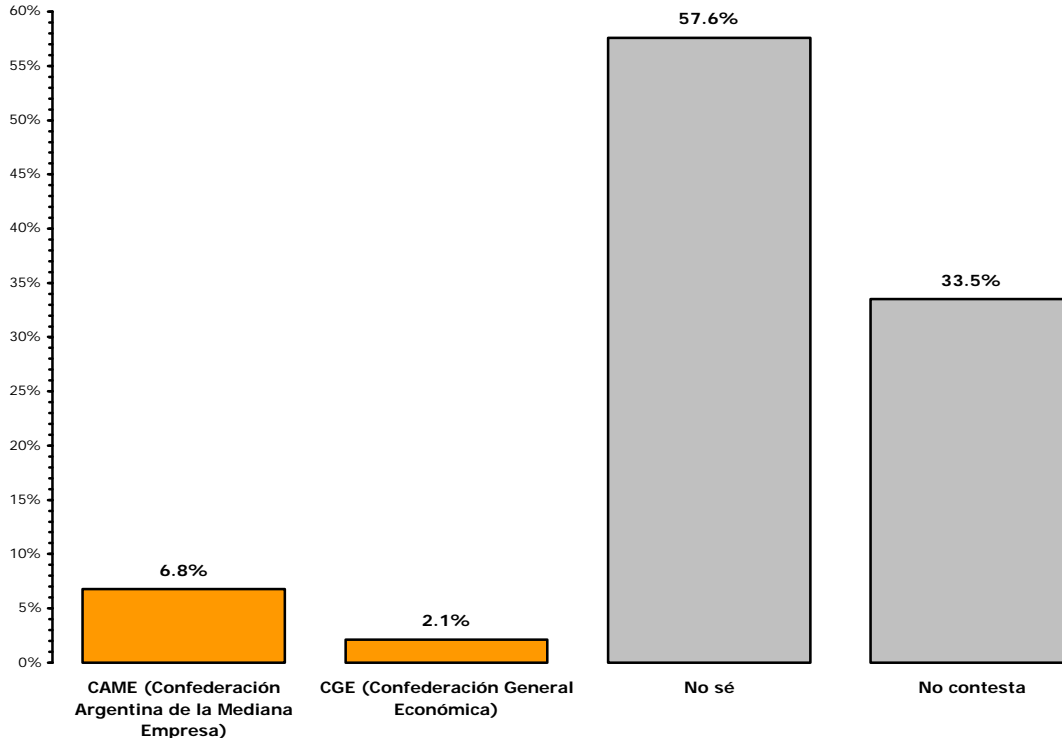


ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

La cámara de su rubro de actividad está afiliada a:

Desagregado por localidad y total

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
CAME (Confederación Argentina de la Mediana Empresa)	9.9%	5.3%	6.8%
CGE (Confederación General Económica)	3.1%	1.6%	2.1%
No sé	56.2%	58.3%	57.6%
No contesta	30.9%	34.9%	33.5%
Total	100%	100%	100%



FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

La cámara de su rubro de actividad está afiliada a:

Desagregado por rubro comercial encuestado

	CAME (Confederación Argentina de la Mediana Empresa)	CGE (Confederación General Económica)	No sé	No contesta
Heladerías	6.1%		75.8%	18.2%
Fábrica de Pastas	19.4%	6.5%	32.3%	41.9%
Panaderías	5.1%	2.6%	61.5%	30.8%
Locutorios - Internet	2.6%		82.1%	15.4%
Mercados - Mini-Mercados - Almacenes	5.3%	2.6%	50.0%	42.1%
Inmobiliarias	3.6%	7.1%	50.0%	39.3%
Gimnasios	7.4%		74.1%	18.5%
Video Club (no cadenas)	3.0%	3.0%	60.6%	33.3%
Remiserías			71.9%	28.1%
Estaciones de Servicio	11.8%	2.9%	55.9%	29.4%
Vinotecas - Licorerías	10.0%	3.3%	43.3%	43.3%
Venta de autos usados	12.5%		33.3%	54.2%
Lavaderos de Autos	12.9%		45.2%	41.9%
Carnicerías	6.3%	3.1%	50.0%	40.6%
Verdulerías			65.6%	34.4%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

En negritas: porcentualidad que prevalece

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

- COMERCIOS QUE ESTAN AFILIADOS A ALGUNA DE DOS LAS CAMARAS EMPRESARIALES -

¿Se siente bien representado por su cámara empresarial?

		Capital	GBA	Total		
¿Se siente bien representado por su cámara empresarial?	Sí 14.1%	Los que están afiliados a:	CAME	38.9%	20.0%	25.0%
			CGE	5.6%	6.0%	5.9%
			No sé	44g.4%	50.0%	48.5%
			No contesta	11.1%	24.0%	20.6%
			Total	100.0%	100.0%	100.0%
	No 27.5%	Los que están afiliados a:	CAME	8.6%	5.1%	6.0%
			CGE	2.9%	2.0%	2.3%
			No sé	82.9%	79.6%	80.5%
			No contesta	5.7%	13.3%	11.3%
			Total	100.0%	100.0%	100.0%
	Ns/Nc 58.4%	Los que están afiliados a:	CAME	5.5%	1.2%	2.8%
			CGE	2.8%		1.1%
No sé			49.5%	48.6%	48.9%	
No contesta			42.2%	50.3%	47.2%	
Total			100.0%	100.0%	100.0%	

El **91.1%** de los comerciantes consultados **NO sabe** o **No puede contestar** a que Cámara Gremial Empresarial está adherida su sector de actividad.

En los cuadros de páginas **15.0** y **16.0** se puede observar **hasta que grado de absurdo** llega el nivel de confusión, desconocimiento o imposibilidad de responder.

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

FICHA TECNICA

Cantidad de Comercios Encuestados

Desagregados por Rubro Comercial y Localidad

Rubros	Capital		GBA		Total	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
Panaderías	12	7.4%	27	8.4%	39	8.1%
Locutorios - Internet	12	7.4%	27	8.4%	39	8.1%
Mercados - Supermercados – Almacenes *	11	6.8%	27	8.4%	38	7.9%
Estaciones de Servicio	11	6.8%	23	7.2%	34	7.0%
Heladerías	11	6.8%	22	6.9%	33	6.8%
Video Club (no cadenas)	11	6.8%	22	6.9%	33	6.8%
Remiserías	11	6.8%	21	6.5%	32	6.6%
Carnicerías	11	6.8%	21	6.5%	32	6.6%
Verdulerías	11	6.8%	21	6.5%	32	6.6%
Fábrica de Pastas	11	6.8%	20	6.2%	31	6.4%
Lavaderos de Autos	10	6.2%	21	6.5%	31	6.4%
Vinotecas - Licorerías	10	6.2%	20	6.2%	30	6.2%
Inmobiliarias	10	6.2%	18	5.6%	28	5.8%
Gimnasios	10	6.2%	17	5.3%	27	5.6%
Venta de autos usados	10	6.2%	14	4.4%	24	5.0%
Total	162	100.0%	321	100.0%	483	100.0%

* de Barrio, fueron excluidos hipermercados de grandes cadenas

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA**FICHA TECNICA****Sexo de los encuestados**

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Masculino	74.7%	65.7%	68.7%
Femenino	23.5%	31.5%	28.8%
No contesta	1.9%	2.8%	2.5%
Total	100%	100%	100%

Nivel de Estudio de los encuestados

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
No asisti		0.9%	0.6%
Primario Completo	21.0%	19.9%	20.3%
Secundario Completo	56.2%	55.5%	55.7%
Terciario Completo	10.5%	12.1%	11.6%
Universitario Completo	6.8%	7.8%	7.5%
No contesta	5.6%	3.7%	4.3%
Total	100%	100%	100%

¿Tiene empleados a su cargo?

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Si	66.0%	60.7%	62.5%
No	29.0%	34.6%	32.7%
No contesta	4.9%	4.7%	4.8%
Total	100%	100%	100%

¿Es propietario del local donde desarrolla su actividad comercial?

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Si	25.3%	32.4%	30.0%
No	69.8%	61.7%	64.4%
No contesta	4.9%	5.9%	5.6%
Total	100%	100%	100%

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.



ENCUESTA DE OPINION AREA METROPOLITANA

FICHA TECNICA

Edad de los encuestados

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
18 - 30	18.5%	26.8%	24.0%
31 - 40	27.2%	25.5%	26.1%
41 - 50	25.9%	19.3%	21.5%
51 - 60	16.0%	18.1%	17.4%
61 - 70	8.6%	5.6%	6.6%
71 y más	1.2%	0.6%	0.8%
No contesta	2.5%	4.0%	3.5%
Total	100%	100%	100%

¿Posee computadora en su casa?

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Sí	60.5%	54.2%	56.3%
No	34.6%	38.6%	37.3%
No contesta	4.9%	7.2%	6.4%
Total	100%	100%	100%

¿Utiliza los servicios de Internet?

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Sí	56.2%	50.2%	52.2%
No	37.0%	41.4%	40.0%
No contesta	6.8%	8.4%	7.9%
Total	100%	100%	100%

¿Posee automóvil?

Opciones	CAPITAL	GBA	TOTAL
Sí	59.3%	58.3%	58.6%
No	32.1%	34.9%	34.0%
No contesta	8.6%	6.9%	7.5%
Total	100%	100%	100%

FUENTE: Jorge Giacobbe & Asociados Consultores.

