

**ENCUESTA PERMANENTE
CÁMARA EMPRESARIA DE TANDIL
INFORME DE RESULTADOS**

**I.S.F.T. N° 75 -
RESPONSABLE: CR. LISANDRO MARCOS
ENCUESTADORA: CECILIA ROQUET**

TANDIL- Enero 2010

Índice:

Introducción.....	Pág. 3
Tabulación global.....	Pág. 4
Segmentación de la muestra según el sector.....	Pág. 10
• sector indumentaria.....	Pág. 10
• sector gastronomía.....	Pág. 15
• artículos para el hogar	Pág. 20
• construcciones y afines.....	Pág. 25
Segmentación de la muestra según la antigüedad.....	Pág. 30
• entre 1 y 5 años.....	Pág. 30
• entre 5 y 10 años.....	Pág. 35
• mas de 10 años.....	Pág. 40
Conclusión.....	Pág. 45

Introducción:

Con el fin de brindar un análisis de la situación comercial de las empresas adheridas a la Cámara Empresaria de Tandil, para el período de diciembre de 2009, se han realizado las encuestas referidas a la situación actual de las mismas.

Dichos resultados nos permitirán ir visualizando cual es la situación en la que se encuentran los empresarios hoy.

En primer lugar se presenta una tabulación general que nos muestra cuales son las variables más relevantes, en un segundo lugar se realizó una segmentación por sectores (indumentaria; gastronómico; artículos del hogar; construcción y afines;) a los que pertenece cada empresa y en un tercer lugar la muestra será clasificada en base a los años de antigüedad que tenga la empresa en el rubro (entre 1 y 5 años; de 5 a 10 años; mas de 10 años).

Esta encuesta es realizada con una frecuencia mensual, dirigida a los responsables de las empresas dispuestas a colaborar.

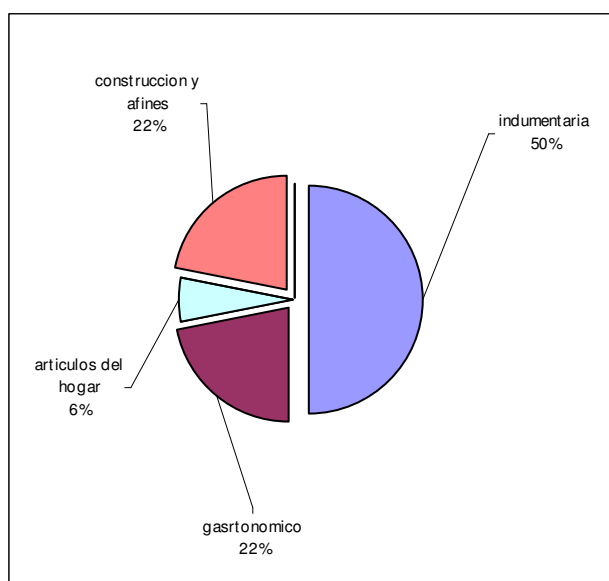
El análisis de los resultados obtenidos permitirá estudiar el comportamiento de la empresas en un corto plazo, dicho estudio procurara ser técnico y objetivo en base a las opiniones de los empresarios consultados.

Tabulación de forma global:

La siguiente información derivada de las encuestas nos muestran los siguientes indicadores de las variables analizadas.

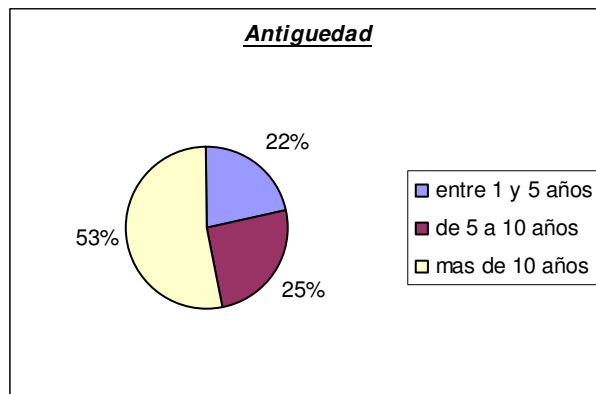
La muestra tomada fue realizada mayoritariamente al sector de indumentaria ya que esta representa el 50% de nuestra muestra total., luego continúan de igual manera el sector gastronómico y el de construcciones y afines con el 22% cada uno y finalmente el sector de artículos para el hogar con el 6%.

<i>a que sector pertenece</i>	<i>% del total</i>
indumentaria	50
gastronómico	22
compraventa de auto/motos	0
artículos del hogar	6
bazar/ ferretería	0
construcción y afines	22
servicios financieros	0
esparcimiento / entretenimiento	0



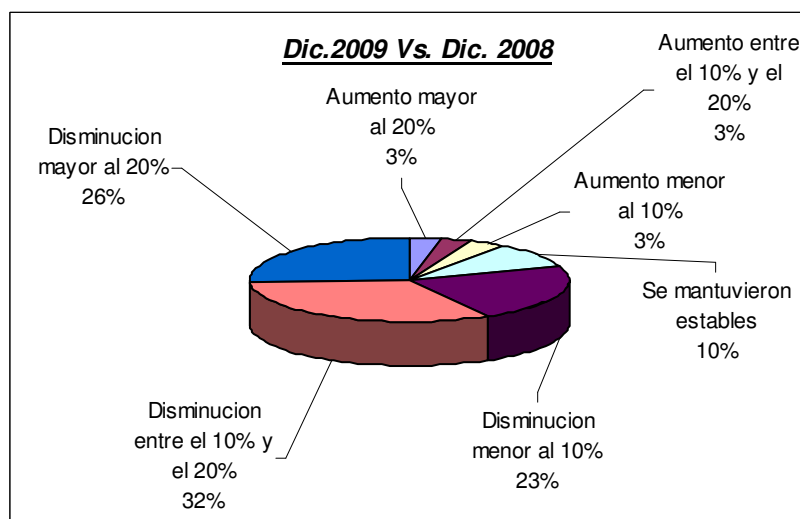
El siguiente cuadro muestra de manera clara que han sido entrevistadas empresas generalmente con una antigüedad mayor la los 10 años en el sector con un 53% seguidas por las que tienen una antigüedad entre 5 a 10 años con un 25% y las que tienen de 1 a 5 años con un 22%.

<i>antigüedad en el sector</i>	<i>% del total</i>
entre 1 y 5 años	22
de 5 a 10 años	25
mas de 10 años	53



El conjunto de los indicadores del comportamiento de las ventas (en unidad o volumen) comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008 nos muestran que las ventas han disminuido mayoritariamente, pudiéndose visualizar en el siguiente cuadro se obtuvo que el 32% obtuvo una disminución entre el 10% y el 20%, seguida por el 26% con una disminución mayor al 20%, el 23% con una disminución menor al 10%; en menor volumen se mantuvo estables el 10% y finalmente aumento menor a el 10%, aumento entre el 10% y 20%, aumento mayor a el 20% cada una con un 3% de nuestra muestra.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	3
Aumento entre el 10% y el 20%	3
Aumento menor al 10%	3
Se mantuvieron estables	10
Disminución menor al 10%	23
Disminución entre el 10% y el 20%	32
Disminución mayor al 20%	26



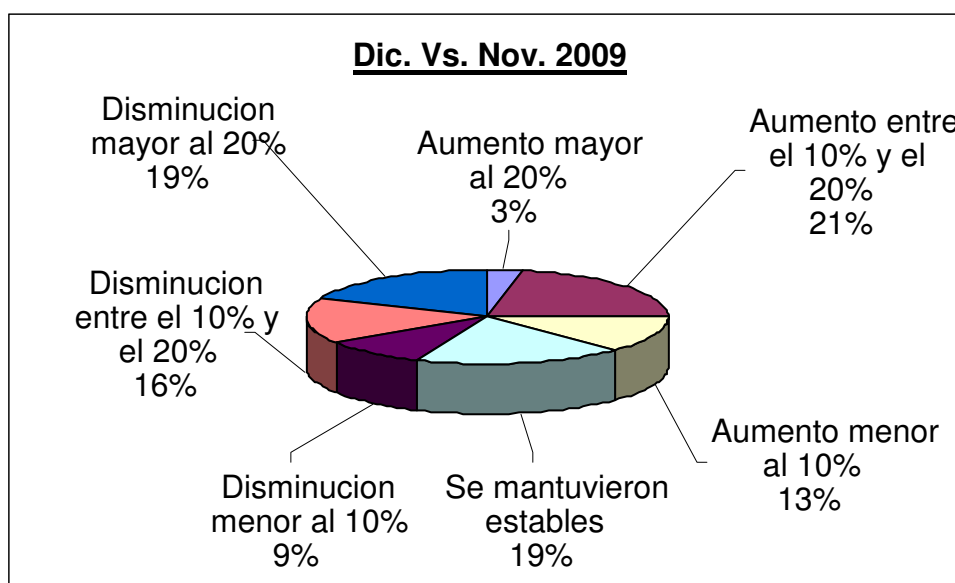
Obtenemos con la media que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con diciembre del 2008 es un rango cercano a la disminución menor al 10%. La moda es la disminución entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación indica que los datos se dispersan en un 58%.

dic. 2009 Vs. dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Moda	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2,5484	10	2,183143	1,4775461	57,979658
6	Aumento entre el 10% y el 20%					
5	Aumento menor al 10%					
4	Se mantuvieron estables					
3	Disminución menor al 10%					
2	Disminución entre el 10% y el 20%					
1	Disminución mayor al 20%					

En tanto a los resultados analizados para los meses de diciembre 2009 comparado con noviembre de 2009 hubo un aumento entre el 10% y el 20% para el 21% de la muestra; se mantuvo estable para el 19%; hubo una disminución mayor al 20% para el 19%; una disminución entre el 10% y el 20% para el 16%; una disminución menor a el 10% para el 9% y un aumento mayor a el 20% para el 3%.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	3
Aumento entre el 10% y el 20%	21
Aumento menor al 10%	13
Se mantuvieron estables	19
Disminución menor al 10%	9
Disminución entre el 10% y el 20%	16
Disminución mayor al 20%	19



Obtenemos con la media que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de diciembre del 2008 es un rango cercano a que se mantuvo estable. La moda es el aumento entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación indica que tengo datos que se dispersan en un 51%.

Dic. 2009 Vs. Nov. 2009

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Moda	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	3,6875	7	3,589844	1,8946883	51,381378
6	Aumento entre el 10% y el 20%					
5	Aumento menor al 10%					
4	Se mantuvieron estables					
3	Disminución menor al 10%					
2	Disminución entre el 10% y el 20%					
1	Disminución mayor al 20%					

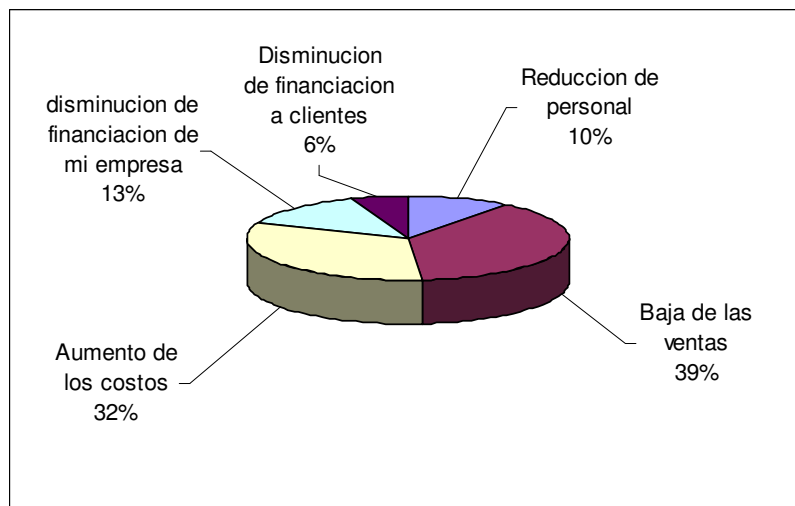
uno de los aspectos significativos en esta encuesta ha sido si los empresarios sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio para lo cual se obtuvo como respuesta la gran suma del 98% que respondieron que si y el 2% restante que no.

Impacto de la crisis		% del total
	si	98
	no	2



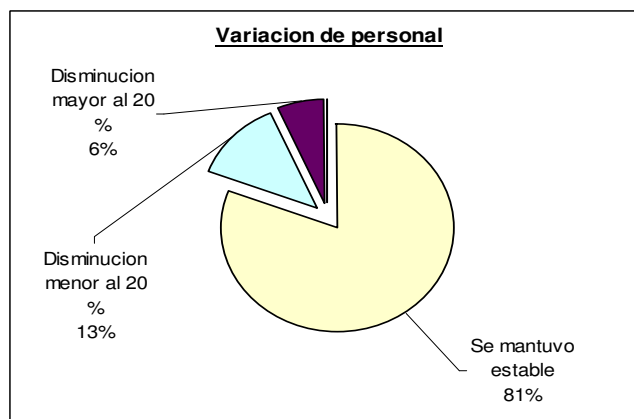
A tales resultados se procedió a indagar cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio para lo cual se obtuvo que bajaron las ventas para el 39% siguiéndolo de muy cerca el aumento de los costos para el 32% y en un menor volumen la disminución de financiación de sus empresas con el 13% seguido con una disminución de personal del 10% y ubicado en el último lugar una disminución en lo que es financiación a los clientes en un 6%.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	10
Baja de las ventas	39
Aumento de los costos	32
disminución de financiación de mi empresa	13
Disminución de financiación a clientes	6



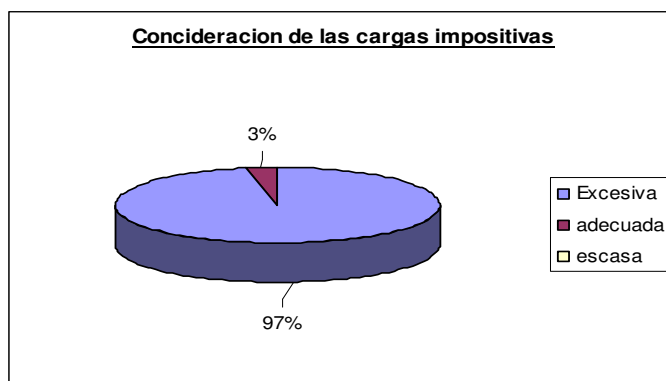
Seguidamente se hizo hincapié en determinar si hubo alguna variación de personal en el caso de ser esto afirmativo investigar en que magnitud, con lo cual hemos obtenido información relativamente positiva al ver que la mayoría mantuvo estable su personal representado con el 81%; seguido con una disminución de personal menor al 20% con un 13% y finalmente la disminución mayor al 20% con un 6%.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	81
Disminución menor al 20 %	13
Disminución mayor al 20 %	6



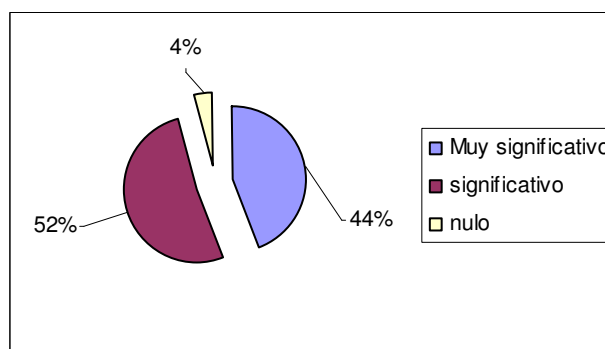
En el presente estudio el 97% de los empresarios encuestados reportaron que consideran las cargas impositivas a su criterio de forma excesiva y solo el 3% de ellos respondieron que son adecuadas.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	97
adecuada	3
escasa	0



Se busca investigar en que magnitud afecto el aumento de los servicios (luz, gas, alquileres, entre otros) en los distintos locales lo cual nos muestra que ha sido de manera significativa para el 52% de nuestros entrevistados; ha sido muy significativo para el 44%, y nula para el 4%.

Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	44
significativo	52
nulo	4



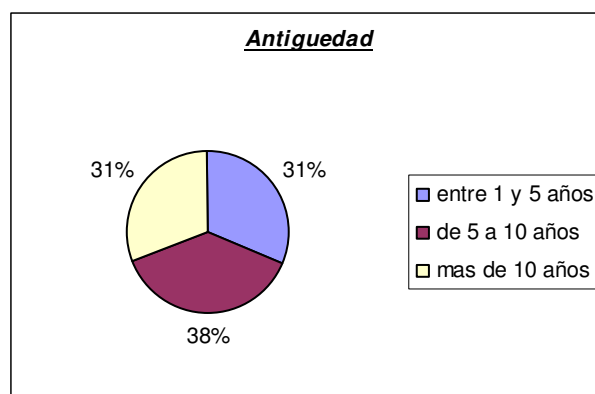
La muestra puede segmentarse según el sector al que pertenece cada empresa

Sectores de indumentaria, gastronomía, artículos del hogar y construcciones y afines, ya que son estos los sectores que se han entrevistado.

Sector indumentaria:

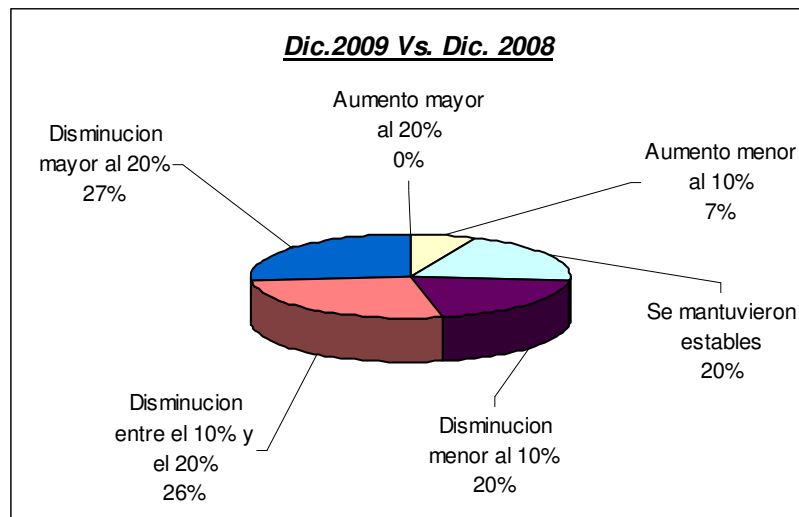
Se puede observar que, en este sector han sido entrevistadas empresas de diversas antigüedades; el 38% de los encuestados poseen una antigüedad entre 5 y 10 años; el 31% tienen entre 1 y 5 años de antigüedad, y el 31% restante tiene mas de 10 años de antigüedad.

antigüedad en el sector	% del total
entre 1 y 5 años	31
de 5 a 10 años	38
mas de 10 años	31



Los indicadores del comportamiento de las ventas, comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, en el sector de indumentaria muestran que las ventas mayoritariamente han disminuido, pudiéndose visualizar en el siguiente cuadro, se obtuvo una disminución mayor a el 20% para el 27% de la muestra seguido por disminución entre el 10% y el 20% con el 26% de la muestra , disminución menor a el 10% y se mantuvieron estables; cada una con el 20% de la muestra y finalmente aumento menor a el 10% para el 7% restante.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	% del total
Comportamiento de ventas:	
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	7
Se mantuvieron estables	20
Disminución menor al 10%	20
Disminución entre el 10% y el 20%	26
Disminución mayor al 20%	27



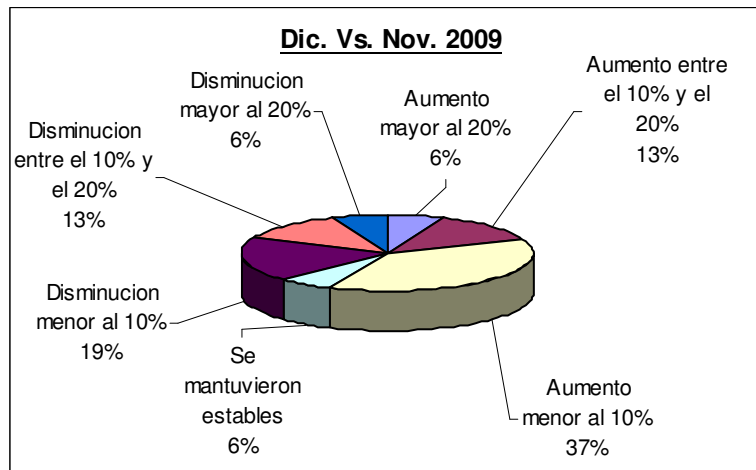
Obtenemos con la media que, el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre de 2009 con diciembre de 2008 es un rango de disminución entre el 10% y el 20%. La moda es la disminución entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación me indica que tengo datos que se dispersan en un 49%

Dic. 2009 Vs. Dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2	1,582222	1,2578642	49,652532
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

Los resultados para la comparación del mes de diciembre con el mes de noviembre, ambos del 2009, muestran un significativo aumento menor a el 10% representados con el 37% de nuestra muestra, una disminución menor a el 10% para el 19%, una disminución entre el 10% y el 20% y un aumento entre el 10% y el 20% cada uno con el 13% de la muestra y finalmente aumento mayor al 20%, se mantuvieron estables y disminución mayor a el 20% cada uno con el 6% de la muestra logrando la totalidad.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	6
Aumento entre el 10% y el 20%	13
Aumento menor al 10%	37
Se mantuvieron estables	6
Disminución menor al 10%	19
Disminución entre el 10% y el 20%	13
Disminución mayor al 20%	6



La media refleja que, el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, nos indica que las ventas se mantuvieron estables. Y el coeficiente de variación me indica que hay datos que se dispersan en un 39%.

Dic. 2009 Vs. Nov. 2009

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	4,1875	2,652344	1,6286018	38,891983
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

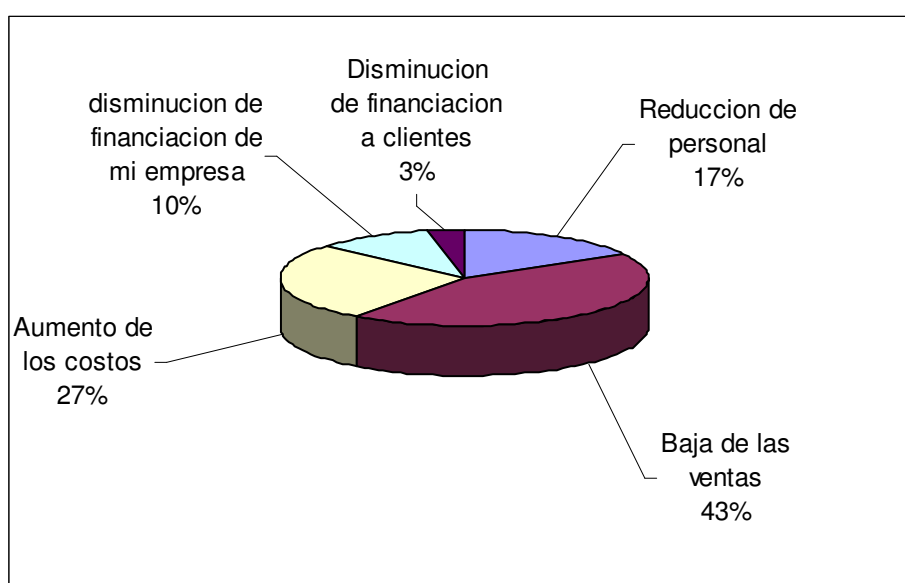
Otro aspecto que se ha tenido en cuenta, ha sido si, los empresarios del sector indumentaria sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio para lo cual se ha obtenido como respuesta del 97% de los entrevistados un si y el 3% restante que no.

Impacto de la crisis		% del total
	si	97
	no	3



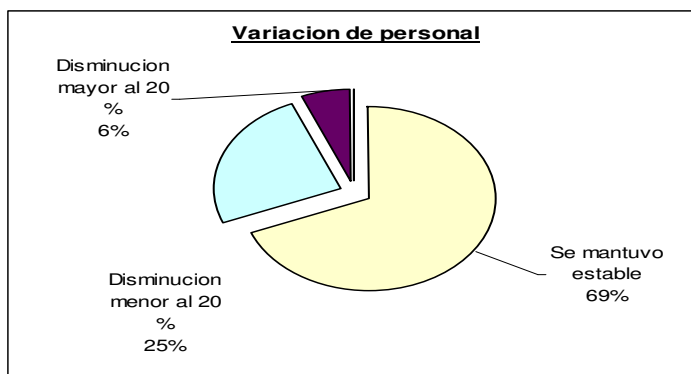
A partir de dichos resultados del impacto de la crisis, se indago cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio para lo cual se obtuvo que; bajaron las ventas para el 43% siguiéndolo el aumento de los costos con un 27% y en un menor volumen la reducción de personal con el 17%, disminución de financiación de la empresa con el 10% y disminución de financiación a clientes con el 3%.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	17
Baja de las ventas	43
Aumento de los costos	27
disminución de financiación de mi empresa	10
Disminución de financiación a clientes	3



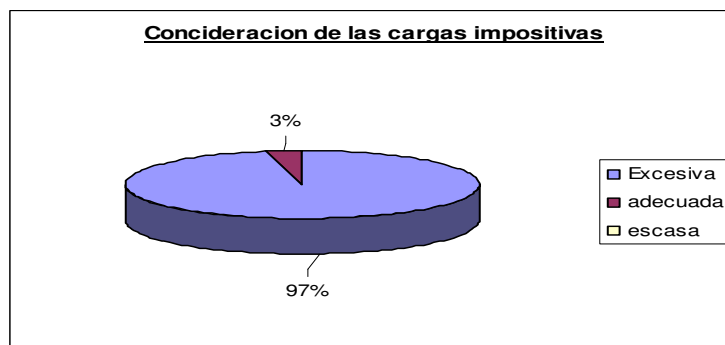
Investigando un poco mas si hubo o no variación en el personal, para el sector indumentaria, se obtuvo como resultado que el número de personal se mantuvo estable para el 69% de las empresas, disminuyo menos del 20% para el 25% y disminuyo mas del 20% para el 6%.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	69
Disminución menor al 20 %	25
Disminución mayor al 20 %	6



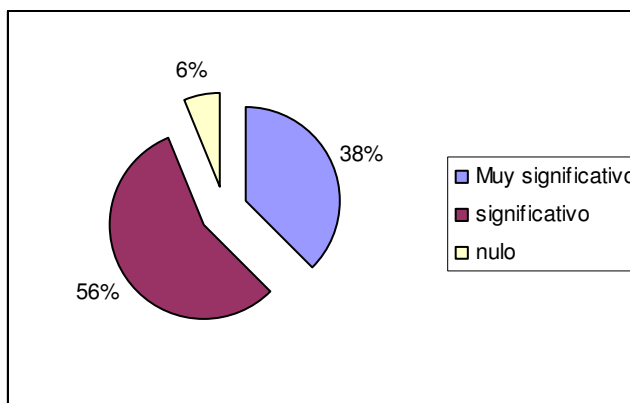
El 97% de los empresarios encuestados respondieron que, consideran a su criterio las cargas impositivas de forma excesiva y el 3% restante las considera adecuadas.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	97
adecuada	3
escasa	0



A su vez, se busca indagar en que magnitud afecto el aumento de los servicios, en los distintos locales lo cual nos muestra que ha sido de manera significativa para el 56% de los entrevistados; ha sido muy significativo para el 38% y nulo para el 6% restante.

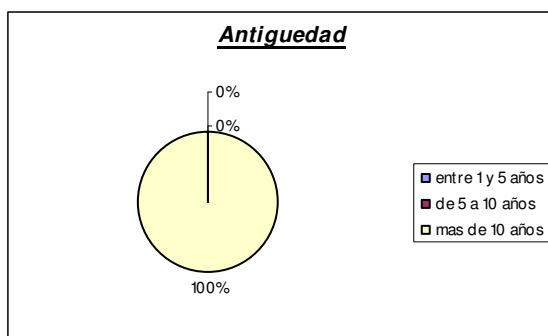
Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	38
significativo	56
nulo	6



Sector gastronómico :

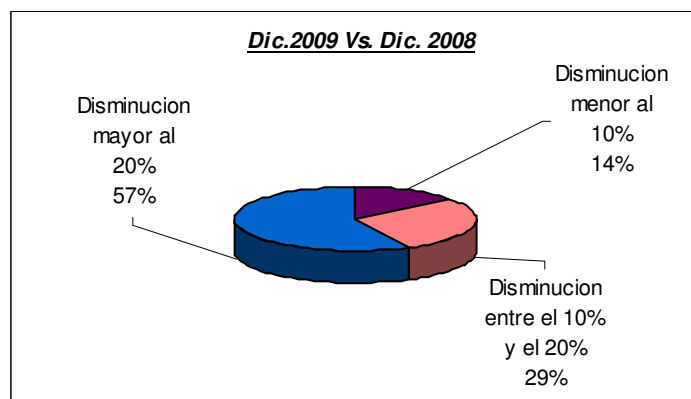
Se puede observar que en este sector han sido entrevistadas todas empresas con una antigüedad mayor a los 10 años.

antigüedad en el sector	% del total
entre 1 y 5 años	0
de 5 a 10 años	0
mas de 10 años	100



Los indicadores del comportamiento de las ventas, comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, en el sector de gastronomía muestran una gran disminución en las ventas y que el 57% obtuvo una disminución mayor a el 20%, el 29% obtuvo una disminución entre el 10% y el 20% y el 14% restante obtuvo una disminución menor a el 10%.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	% del total
Comportamiento de ventas:	
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	0
Disminución menor al 10%	14
Disminución entre el 10% y el 20%	29
Disminución mayor al 20%	57



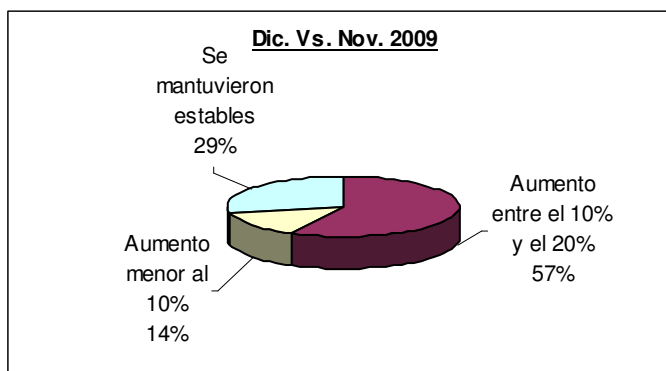
Se obtuvo con la media, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con diciembre del 2008, es un rango muy cercano a la disminución entre el 10% y el 20% y la disminución mayor a el 20%. Y el coeficiente de variación indica que tengo datos que se dispersan en un 46%.

Dic. 2009 Vs. Dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	1,5714	0,530612	0,7284314	46,354723
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

La comparación de los resultados del mes de diciembre con el mes de noviembre, ambos del 2009, muestran un aumento en las ventas entre el 10% y el 20% para el 57%, se mantuvieron estables para el 29% y aumento menor a el 10% para el 14%.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	57
Aumento menor al 10%	14
Se mantuvieron estables	29
Disminución menor al 10%	0
Disminución entre el 10% y el 20%	0
Disminución mayor al 20%	0



La media indica, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, es un rango muy cercano a aumento menor a el 10% Y el coeficiente de variación me indica que los datos se dispersan en un 16%

Dic. 2009 Vs. Nov. 2009

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	5,2857	0,77551	0,8806306	16,660578
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

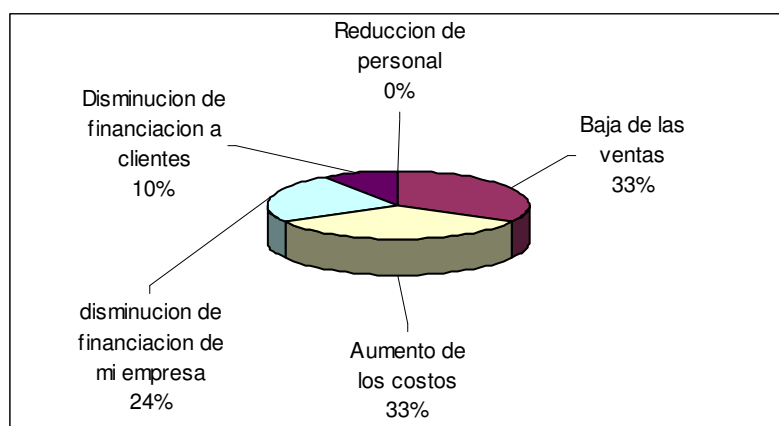
En cuanto al punto que hace referencia sobre si, los empresarios sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio, se obtuvo como respuesta del 100% de los entrevistados que si.

Impacto de la crisis		% del total
	si	100
	no	0



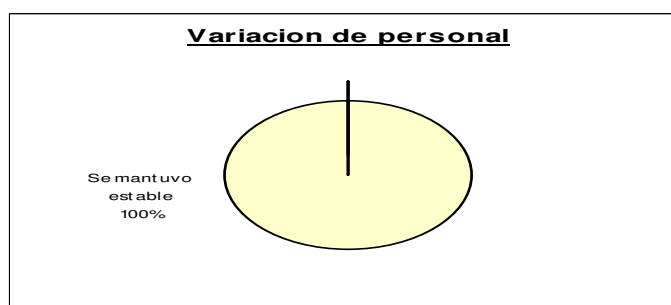
A partir de dichos resultados se procedió a indagar cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio, para lo cual se obtuvo que; aumentaron los costos con un 33% al igual que baja de las ventas con un 33% y en un menor volumen la disminución de financiación de sus empresas para el 24% y disminución de financiación a clientes con el 10%.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	0
Baja de las ventas	33
Aumento de los costos	33
disminución de financiación de mi empresa	24
Disminución de financiación a clientes	10



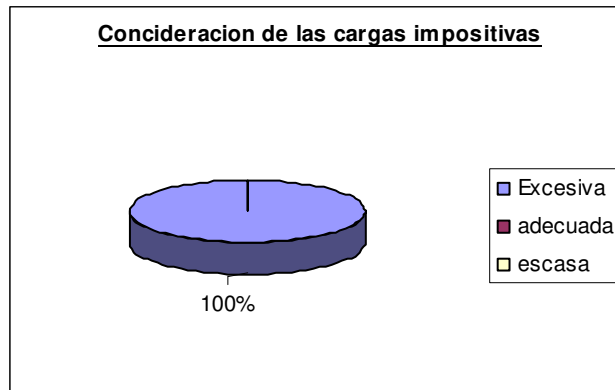
Estudiando los resultados, si hubo o no variación en el personal respecto de los periodos de diciembre del 2008 comparado con diciembre del 2009, para el sector gastronomía, se obtuvo como resultado que la totalidad del personal se mantuvo estable.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	100
Disminución menor al 20 %	0
Disminución mayor al 20 %	0



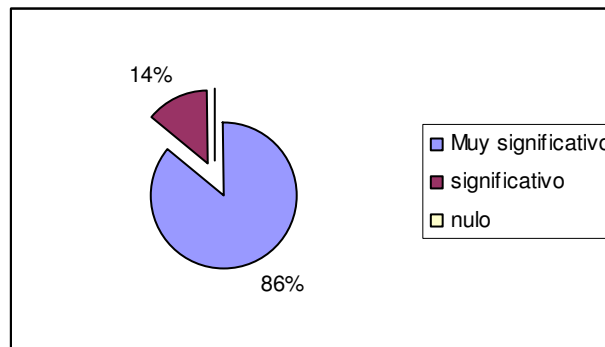
En la presente investigación, el 100% de los responsables de comercios gastronómicos reportaron que consideran las cargas impositivas a su criterio de forma excesivas.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	100
adecuada	0
escasa	0



Por ultimo se busco investigar, en que magnitud afecto el aumento de los servicios (luz, gas, alquileres, entre otros), en los distintos comercios gastronómicos lo cual muestra que ha sido de manera muy significativa para el 86% de nuestros entrevistados y significativa para el 14% restante.

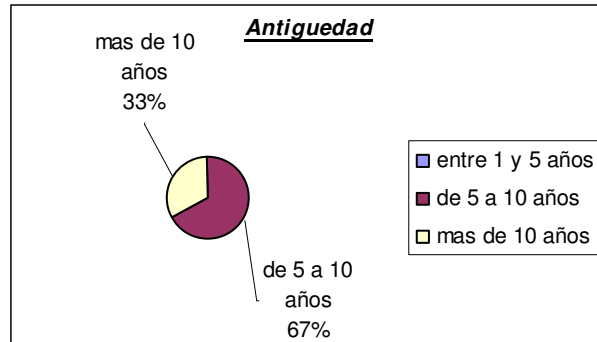
Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	86
significativo	14
nulo	0



Sector artículos para el hogar:

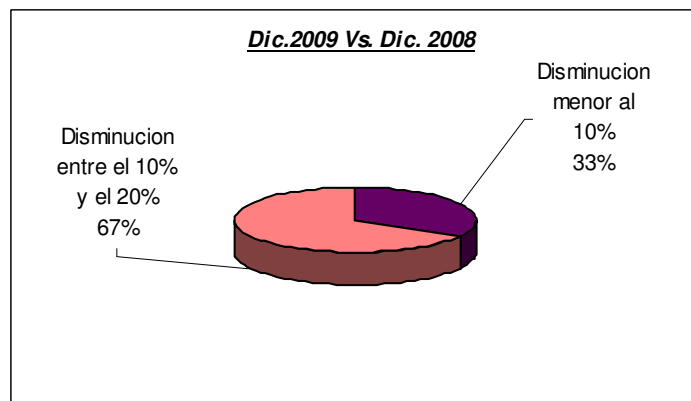
Se observa que, en este sector han sido entrevistadas empresas generalmente con una antigüedad entre 5 y 10 años ya que representan el 67%, y el 33% restante posee una antigüedad mayor a los 10 años.

antigüedad en el sector	% del total
entre 1 y 5 años	0
de 5 a 10 años	67
mas de 10 años	33



Los indicadores del comportamiento de las ventas, comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, en el sector de artículos para el hogar muestran que las ventas mayoritariamente han disminuido, pudiéndose visualizar en el siguiente cuadro, se obtuvo un 67% en la disminución entre el 10% y el 20% seguido por una disminución menor del 10%, para el 33% restante.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	0
Disminución menor al 10%	33
Disminución entre el 10% y el 20%	67
Disminución mayor al 20%	0



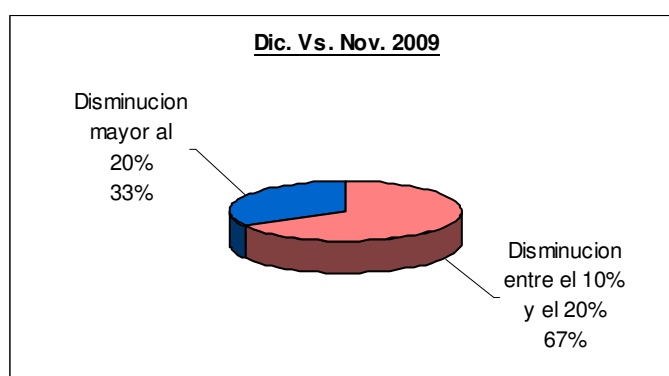
Obtenemos con la media que, el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre de 2009 con diciembre del 2008 es un rango muy cercano a la disminución menor al 10% y cercano a la disminución entre el 10% y el 20%. La moda es la disminución entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación me indica que tengo datos que se dispersan en un 20%

Dic. 2009 Vs. Dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2,5	0,25	0,5	20
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

Los resultados para la comparación del mes de diciembre con el mes de noviembre, ambos del 2009, muestran una significativa disminución entre el 10 y el 20% representados con el 67% de nuestra muestra y el 33% restante pertenece a una disminución mayor al 20% en el comportamiento de las ventas.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	0
Disminución menor al 10%	0
Disminución entre el 10% y el 20%	67
Disminución mayor al 20%	33



La media refleja que, el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, es un rango muy cercano a disminución menor al 10% y cercano a la disminución entre el 10% y el 20%. La moda es la disminución entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación me indica que hay datos que se dispersan en un 33%.

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	1,5	0,25	0,5	33,333333
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

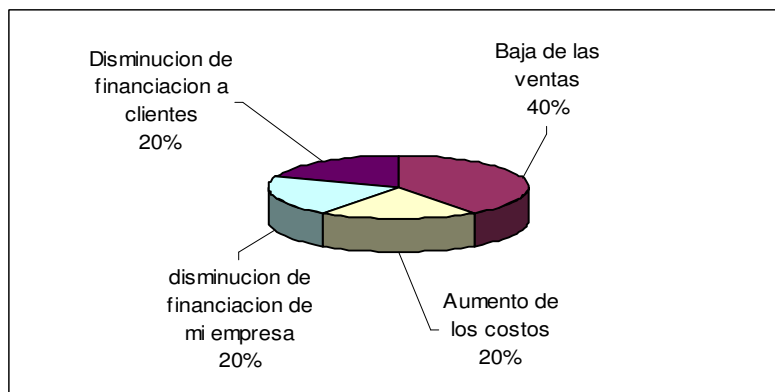
El aspecto que se ha tenido en cuenta, ha sido si, los empresarios del sector artículos del hogar sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio para lo cual se ha obtenido como respuesta del 100% de los entrevistados un si.

Impacto de la crisis		% del total
	si	100
	no	0



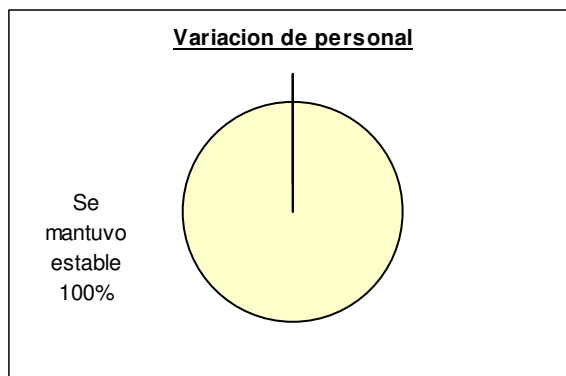
En este ítem se indaga cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio para lo cual se obtuvo que; bajaron las ventas para el 40% siguiéndolo el aumento de los costos, disminución de financiación de la empresa y disminución de financiación a clientes, cada uno con el 20%.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	0
Baja de las ventas	40
Aumento de los costos	20
disminución de financiación de mi empresa	20
Disminución de financiación a clientes	20



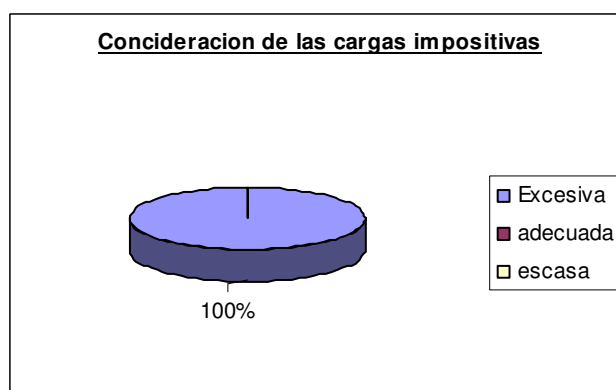
Investigando si hubo o no variación de personal, para el sector de artículos para el hogar, se obtuvo como resultado que se mantuvo estable para el 100% de las empresas.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	100
Disminución menor al 20 %	0
Disminución mayor al 20 %	0



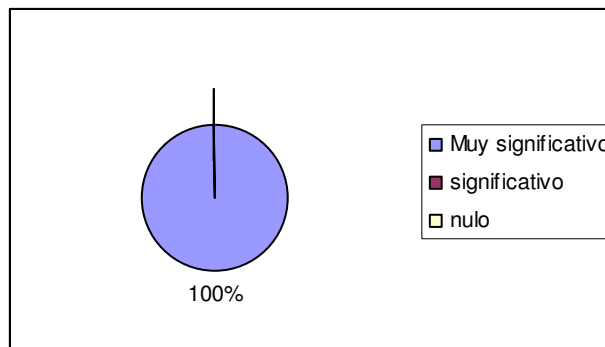
El 100% de los empresarios encuestados respondieron que, consideran a su criterio las cargas impositivas de forma excesiva.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	100
adecuada	0
escasa	0



Se busca indagar en que magnitud afecto el aumento de los servicios, en los distintos locales lo cual nos muestra que ha sido de manera muy significativa para el 100% de los entrevistados.

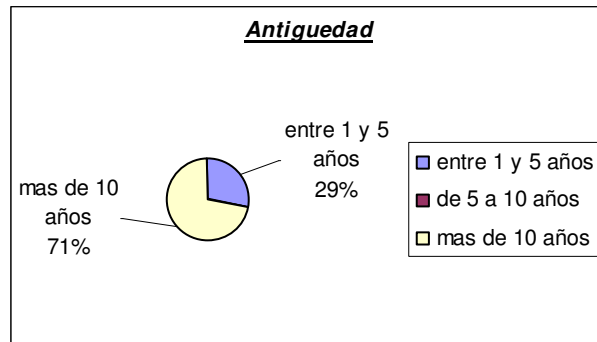
Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	100
significativo	0
nulo	0



Sector construcciones y afines:

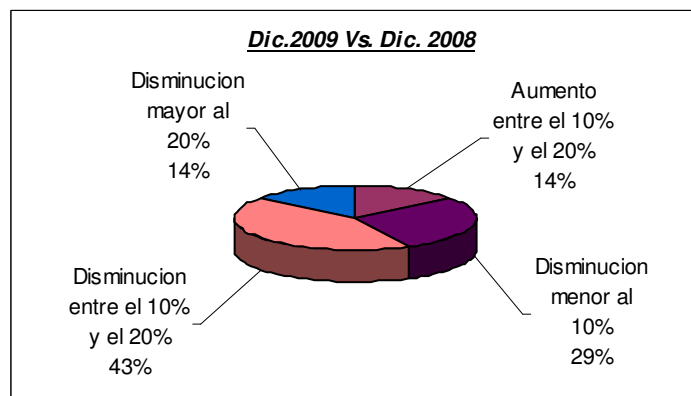
El siguiente grafico muestra que el sector de construcciones y afines analizado es el 71% mayor a 10 años de antigüedad y el 29% restante posee entre 1 a 5 años.

antigüedad en el sector	% del total
entre 1 y 5 años	29
de 5 a 10 años	0
mas de 10 años	71



Los indicadores del comportamiento de las ventas, comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, en el sector de construcciones y afines muestra que las ventas mayoritariamente han disminuido, pudiéndose visualizar en el siguiente cuadro, se obtuvo un 43% en la disminución entre el 10% y el 20%; un 29% en la disminución menor al 10%, 14% en la disminución mayor al 20% y el 14% restante obtuvo un aumento entre el 10% y el 20%.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	% del total
Comportamiento de ventas:	
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	14
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	0
Disminución menor al 10%	29
Disminución entre el 10% y el 20%	43
Disminución mayor al 20%	14



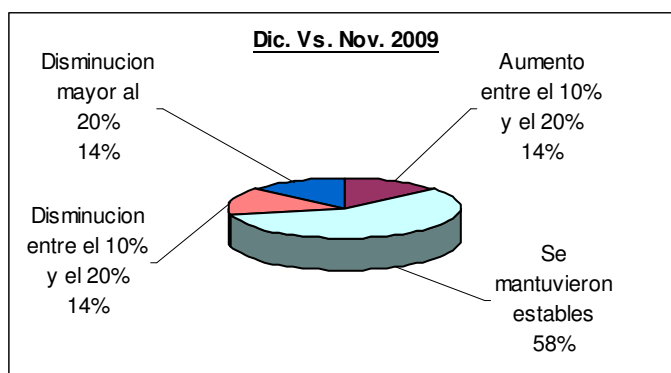
Obtenemos con la media, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con diciembre del 2008, es un rango muy cercano a la disminución menor al 10%. La moda es la disminución entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación me indica que tengo datos que se dispersan en un 54%

Dic. 2009 Vs. Dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2,7143	2,204082	1,484615	54,696341
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

Los resultados analizados, para los meses de diciembre comparado con noviembre de 2009 muestran que generalmente se mantuvieron estables ya que este representa el 58%; seguido del aumento entre el 10% y el 20%, la disminución entre el 10% y el 20% y la disminución mayor al 20%; cada uno de estos con el 14% de la muestra.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	14
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	58
Disminución menor al 10%	0
Disminución entre el 10% y el 20%	14
Disminución mayor al 20%	14



Se obtuvo con la media que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, es un rango de disminución menor al 10%. Y el coeficiente de variación indica que hay datos que se dispersan en un 42%.

Dic. 2009 Vs. Nov. 2009

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	3,5714	2,244898	1,4982984	41,952354
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

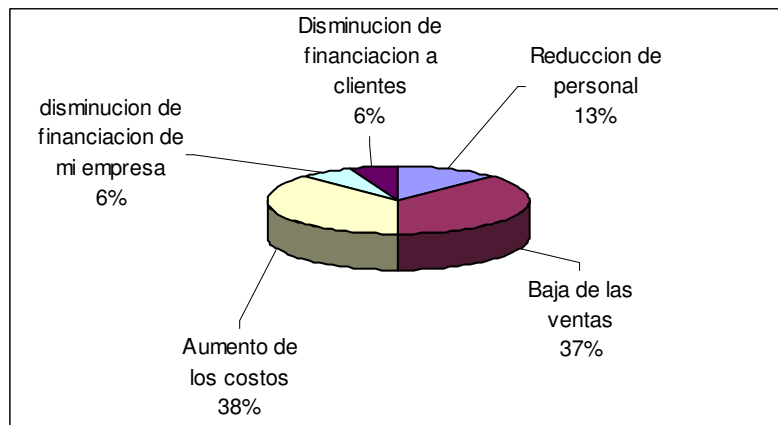
El siguiente ítem hace referencia a si, los empresarios del sector construcciones y afines sienten o creen que la crisis ha impactado en los resultados de su comercio, para lo cual se ha obtenido como respuesta una unanimidad del 100% que contestaron que si.

Impacto de la crisis		% del total
	si	100
	no	0



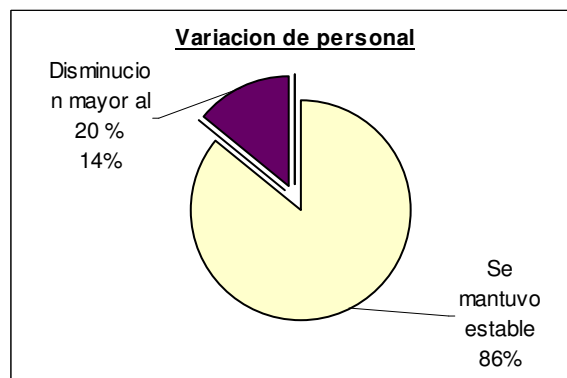
A partir de esta unanimidad del impacto de la crisis, se continua indagando cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio, para lo cual se lo obtuvo que; aumentaron los costos para el 38% siguiéndolo de igual manera con la baja de las ventas con un 37%; en un menor volumen la reducción de personal con un 13% y disminución de financiación de la empresa y hacia los clientes de igual manera con un 6% cada una.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	13
Baja de las ventas	37
Aumento de los costos	38
disminución de financiación de mi empresa	6
Disminución de financiación a clientes	6



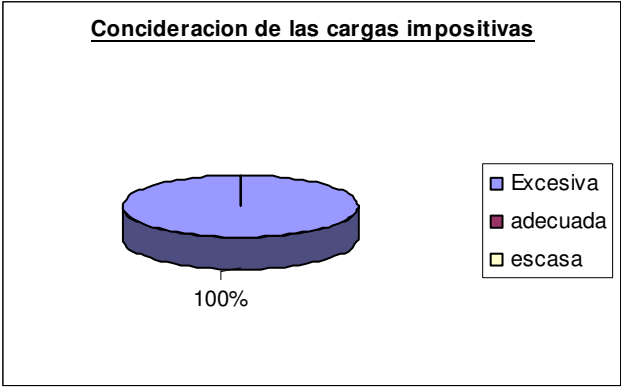
Profundizando en si hubo o no variación en el personal, para el sector construcciones y afines, se obtuvo como resultado que en su mayoría el personal contratado se a mantenido estable ya que representa el 86% de la muestra y el 14% restante pertenece a la disminución mayor al 20%.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	86
Disminución menor al 20 %	0
Disminución mayor al 20 %	14



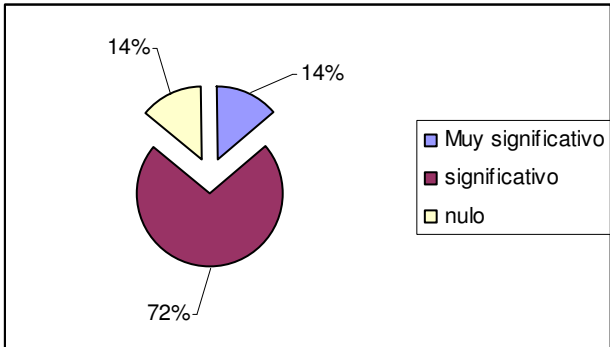
El 100% de los empresarios encuestados para este sector respondieron que consideran a su criterio y punto de vista las cargas impositivas de manera excesiva.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	100
adecuada	0
escasa	0



Como ultimo paso, para el sector de construcciones y afines se busca analizar en que magnitud afecto el aumento de los servicios (luz, gas, alquileres, entre otros) en las distintos negocios, lo cual muestra que ha sido de manera significativo para el 72% de los entrevistados, muy significativo para el 14% y nulo para el 14% restante..

Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	14
significativo	72
nulo	14



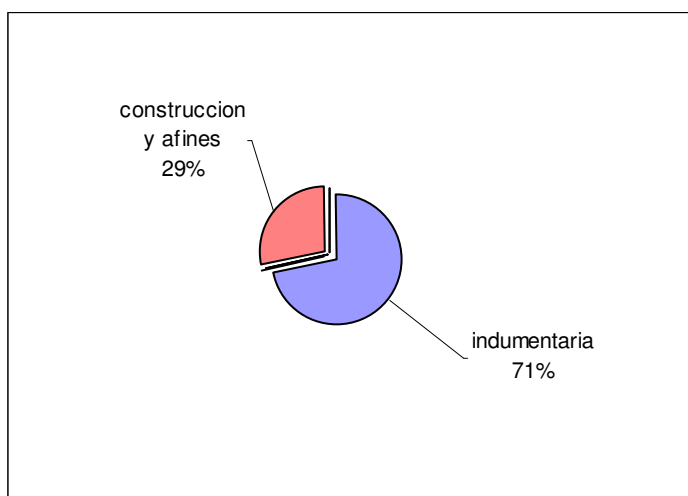
Tabulación según su antigüedad en el sector

En esta etapa del análisis, se segmentara la muestra de acuerdo a los años de antigüedad que posean los negocios en el sector al que pertenecen, se utilizaran para esto los parámetros de entre 1 y 5 años de antigüedad; entre 5 y 10 años de antigüedad y mayores a 5 años de antigüedad.

Entre 1 y 5 años:

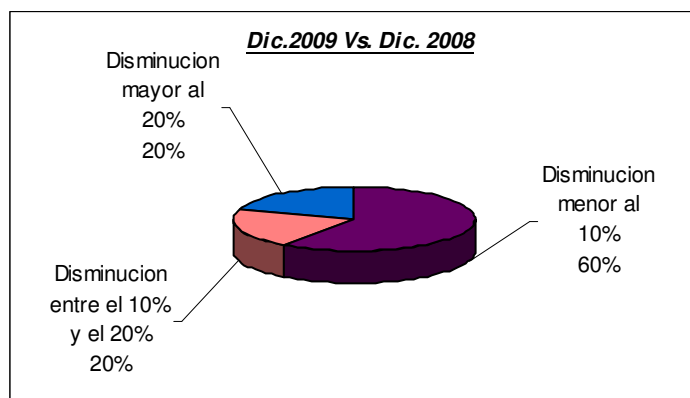
Las encuestas realizadas con una antigüedad entre 1 y 5 años fueron realizadas en gran parte al sector de indumentaria ya que esta representa el 71% de la muestra y el 29% restante pertenece al sector de construcciones y afines.

<i>a que sector pertenece</i>	<i>% del total</i>
indumentaria	71
gastronómico	0
compraventa de auto/motos	0
artículos del hogar	0
bazar/ ferretería	0
construcción y afines	29
servicios financieros	0
esparcimiento / entretenimiento	0



Los indicadores del comportamiento de las ventas, para las empresas que poseen menos de 5 años de antigüedad muestran que las ventas han disminuido menos del 10% para el 60% de la muestra; disminuyeron entre el 10% y el 20% para otro el 20% y disminuyeron mas del 20% para el 20% restante.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	
Comportamiento de ventas:	<i>% del total</i>
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	0
Disminución menor al 10%	60
Disminución entre el 10% y el 20%	20
Disminución mayor al 20%	20

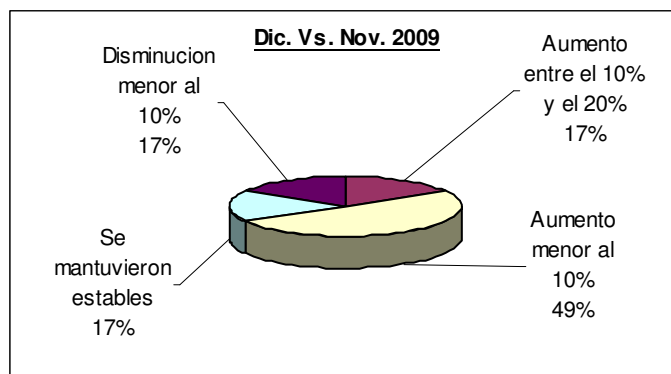


Obtenemos con la media, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con diciembre del 2008, es un rango de disminución entre el 10% y el 20%. Y el coeficiente de variación indica que hay datos que se dispersan en un 33%.

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2,4	0,64	0,8	33,333333
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

Los resultados para la comparación del mes de diciembre con el mes de noviembre, ambos del 2009, muestra una significativo aumento ya que hubo un aumento menor al 10% para el 49% de la muestra, aumento entre el 10% y el 20% para el 17%, se mantuvieron estables para otro 17% y disminución menor al 10% para el 17% restante.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	17
Aumento menor al 10%	49
Se mantuvieron estables	17
Disminución menor al 10%	17
Disminución entre el 10% y el 20%	0
Disminución mayor al 20%	0



Se obtiene con la media, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, es un rango cercano al aumento menor al 10%. Y el coeficiente de variación indica que hay datos que se dispersan en un 20%.

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	4,6667	0,888889	0,942809	20,203051
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

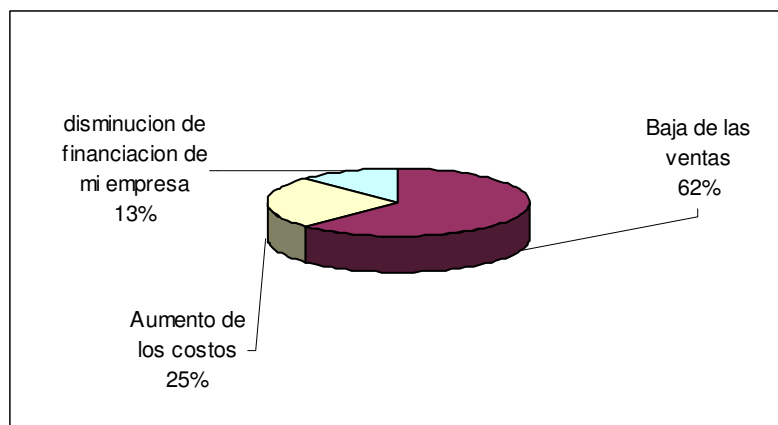
Otro aspecto que se ha tenido en cuenta en esta entrevista, ha sido, si los responsables de las empresas sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio, para lo cual hemos obtenido un si como una única respuesta, es decir que el 100% de nuestra muestra respondió de forma afirmativa.

Impacto de la crisis		% del total
	si	100
	no	0



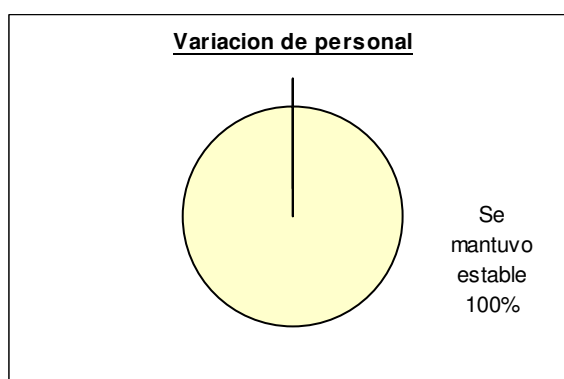
A tales resultados, se estudia cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio para lo cual se obtuvo que, bajaron las ventas con un 62%; aumentaron los costos para un 25% y en un menor volumen la disminución de financiación de sus empresas con el 13%.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	0
Baja de las ventas	62
Aumento de los costos	25
disminución de financiación de mi empresa	13
Disminución de financiación a clientes	0



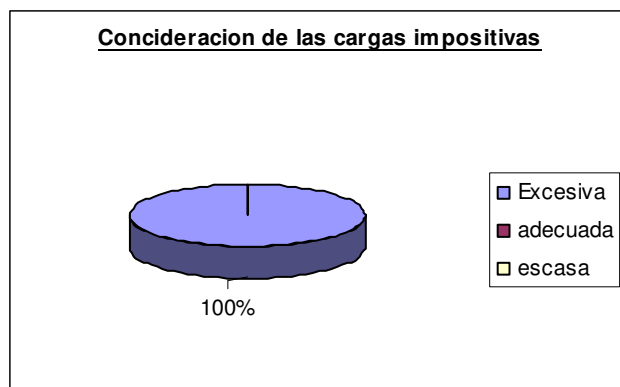
Seguidamente se indago si hubo alguna variación de personal, en el caso de ser esto afirmativo investigar en que magnitud, con lo cual se ha obtenido información relativamente positiva al ver que el 100% de las entrevistas dieron como resultado que el personal se mantuvo estable.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	100
Disminución menor al 20 %	0
Disminución mayor al 20 %	0



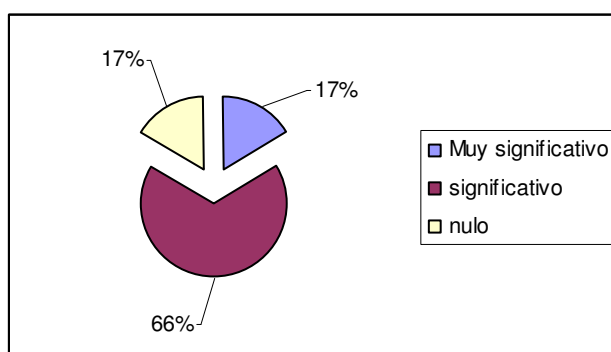
El 100% de los empresarios encuestados con una antigüedad entre el 1 y 5 años respondieron que consideran a su criterio las cargas impositivas de forma excesiva.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	100
adecuada	0
escasa	0



En el estudio de averiguación, sobre en que magnitud afecto el aumento de los servicios (luz, gas, alquileres, entre otros) en los distintos negocios se obtuvo como resultado que ha sido de manera significativo para el 66% de nuestra muestra, muy significativo para el 17% y nulo para el 17% restante..

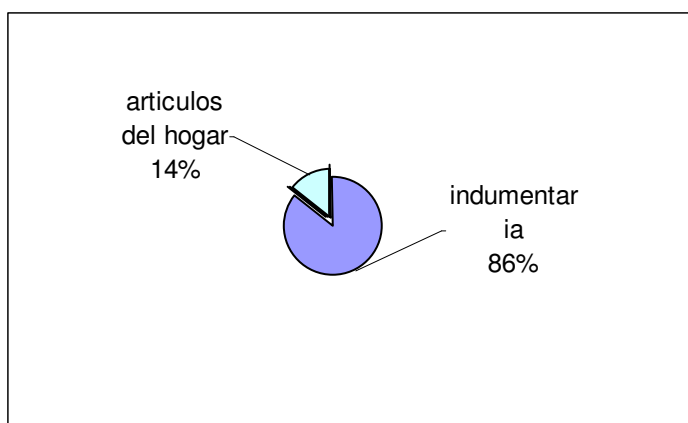
Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	17
significativo	66
nulo	17



Entre 5 y 10 años:

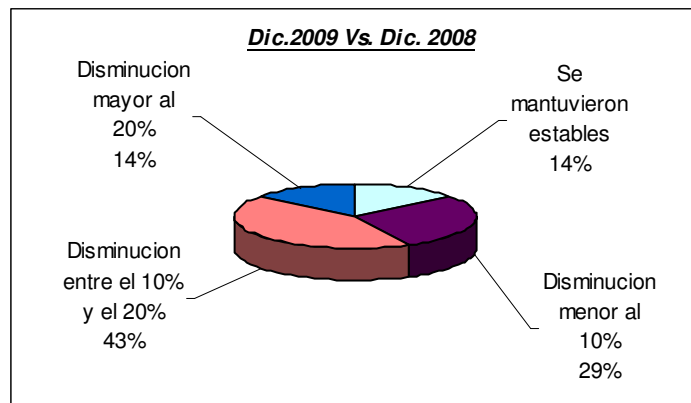
Las encuestas realizadas a los comercios con una antigüedad entre 5 y 10 años pertenecen; el 86% al sector de indumentaria, y el 14% restante a el sector artículos para el hogar.

a que sector pertenece	% del total
indumentaria	86
gastronómico	0
compraventa de auto/motos	0
artículos del hogar	14
bazar/ ferretería	0
construcción y afines	0
servicios financieros	0
esparcimiento / entretenimiento	0



El comportamiento de las ventas, comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, para las empresas que poseen entre 5 y 10 años de antigüedad muestran que las ventas han disminuido entre el 10% y el 20% para el 43%, han disminuido menos del 10% para el 29%, se mantuvieron estables para el 14% y disminuyeron en más del 20% para el 14% restante.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	0
Se mantuvieron estables	14
Disminución menor al 10%	29
Disminución entre el 10% y el 20%	43
Disminución mayor al 20%	14



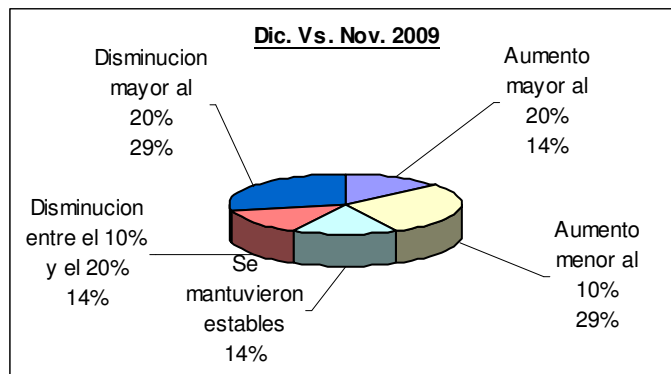
Obtenemos con la media que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con diciembre del 2008, es un rangote disminución entre un 10% y un 20%. Y el coeficiente de variación me indica que hay datos que se dispersan en un 37%.

Dic. 2009 Vs. Dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2,4286	0,816327	0,9035079	37,203267
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

La comparación de los resultados del mes de diciembre con el mes de noviembre del 2009, muestra una igualdad respecto de las variables aumento menor al 10% y disminución entre el 10% y el 20%, cada una de estas con el 29% de nuestra muestra, seguido de el aumento mayor al 20%, estabilidad y disminución entre el 10% y el 20%; cada uno con el 14% de la muestra, es decir que en términos generales los resultados obtenidos fueron relativamente positivos.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	14
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	29
Se mantuvieron estables	14
Disminución menor al 10%	0
Disminución entre el 10% y el 20%	14
Disminución mayor al 20%	29



Obtenemos con la media que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, es un rango cercano a la disminución menor al 10% y que se mantuvieron estables. Y el coeficiente de variación me indica que hay datos que se dispersan en un 60%.

Dic. 2009 Vs. Nov. 2009

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Moda	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	3,5714	2	4,530612	2,1285235	59,598658
6	Aumento entre el 10% y el 20%					
5	Aumento menor al 10%					
4	Se mantuvieron estables					
3	Disminución menor al 10%					
2	Disminución entre el 10% y el 20%					
1	Disminución mayor al 20%					

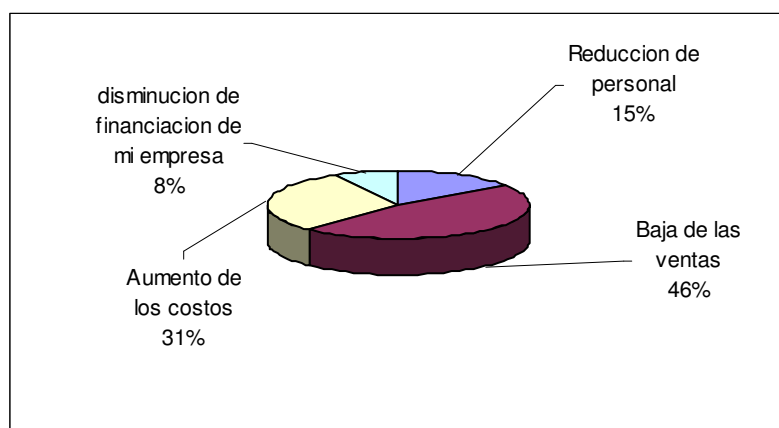
En cuanto al punto sobre si, los comerciantes sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio se ha obtenido como respuesta del 91% que si y el 9% restante que no.

Impacto de la crisis		% del total
	si	91
	no	9



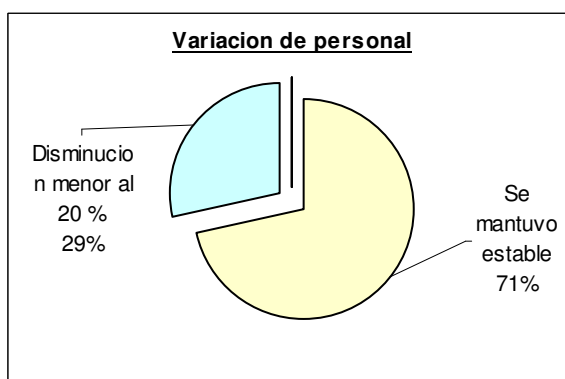
Con estos resultados; se indaga cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio, para lo cual se obtuvo que bajaron las ventas para el 46%, aumentaron los costos representados por el 31% siguiéndolo la reducción de personal con el 15% y en un menor volumen la disminución de financiación de sus empresas con el 8%.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	15
Baja de las ventas	46
Aumento de los costos	31
disminución de financiación de mi empresa	8
Disminución de financiación a clientes	0



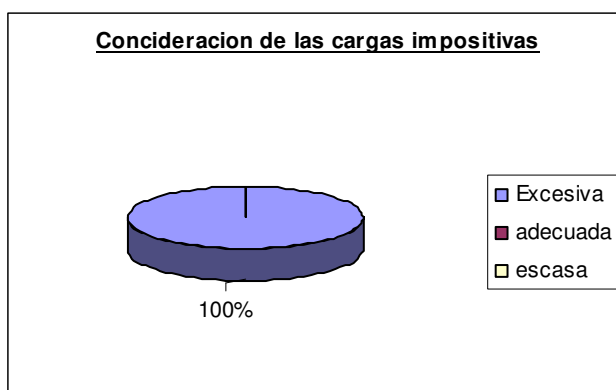
Profundizando en si hubo o no variación en el personal, se obtuvo como resultado que se mantuvo estable en el 71% y hubo una disminución menor al 20% para el 29% restante.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	71
Disminución menor al 20 %	29
Disminución mayor al 20 %	0



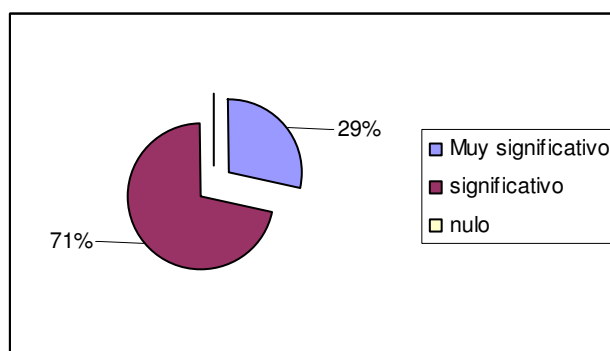
En el presente estudio el 100% de los empresarios encuestados reportaron que consideran las cargas impositivas a su criterio de forma excesiva.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	100
adecuada	0
escasa	0



En los análisis realizados sobre; en que magnitud afecto el aumento de los servicios (luz, gas, alquileres, entre otros) en los distintos locales, se muestra que ha sido de manera significativa para el 71% de los entrevistados y ha sido muy significativo para el otro 29%.

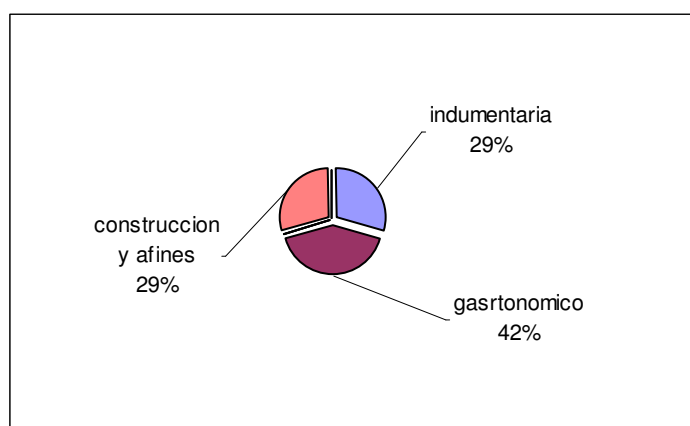
Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	29
significativo	71
nulo	0



Mas de 10 años:

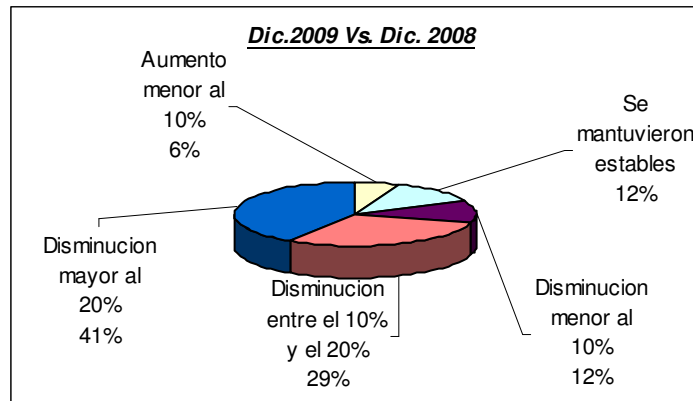
Las encuestas realizadas a negocios con una antigüedad mayor a los 10 años fueron del 42% el sector gastronómico; el 29% del sector construcciones y afines y el 29 % perteneciente a el sector indumentaria.

a que sector pertenece	% del total
indumentaria	29
gastronómico	42
compraventa de auto/motos	0
artículos del hogar	0
bazar/ ferretería	0
construcción y afines	29
servicios financieros	0
esparcimiento / entretenimiento	0



El análisis del comportamiento de las ventas comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, muestran que las ventas mayoritariamente han disminuido, pudiéndose visualizar en el siguiente cuadro, se obtuvo un 41% en la disminución mayor al 20%; 29% en la disminución entre el 10% y el 20%; 12% en disminución menor al 10%, el 12% se mantuvo estable y el 6% restante obtuvo un aumento menor al 10%.

dic. 2009 Vs. dic. 2008	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	0
Aumento menor al 10%	6
Se mantuvieron estables	12
Disminución menor al 10%	12
Disminución entre el 10% y el 20%	29
Disminución mayor al 20%	41



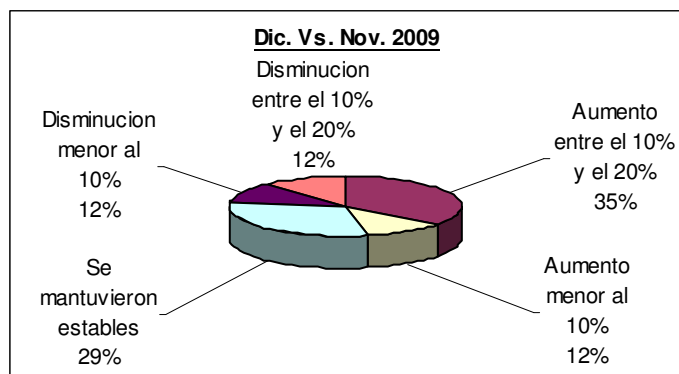
Obtenemos con la media, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con diciembre del 2008, es un rango cercano a disminución entre un 10% y un 20%. Y el coeficiente de variación indica, que hay datos que se dispersan en un 58%.

Dic. 2009 Vs. Dic. 2008

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	2,1176	1,515571	1,2310853	58,134582
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

Observando los resultados, para la comparación del mes de diciembre con el mes de noviembre del 2009, muestra que hubo una disminución entre el 10% y el 20% para el 35%, se mantuvieron estables las ventas para el 29%; hubo disminución menor a el 10%, disminuyeron entre el 10% y el 20% y aumentaron en menos de un 10%; cada una con el 12% de la muestra.

dic.2009 Vs. nov. 2009	
Comportamiento de ventas:	% del total
Aumento mayor al 20%	0
Aumento entre el 10% y el 20%	35
Aumento menor al 10%	12
Se mantuvieron estables	29
Disminución menor al 10%	12
Disminución entre el 10% y el 20%	12
Disminución mayor al 20%	0



Obtenemos con la media, que el rango del comportamiento de las ventas comparadas de diciembre del 2009 con las de noviembre del 2009, es un rango muy cercano a que se mantuvieron estables. Y el coeficiente de variación indica que hay datos que se dispersan en un 31%.

Dic. 2009 Vs. Nov. 2009

Valor	Comportamiento de ventas:	Media	Varianza	Desv. Est.	Coef. Var.
7	Aumento mayor al 20%	4,4706	1,896194	1,3770235	30,801842
6	Aumento entre el 10% y el 20%				
5	Aumento menor al 10%				
4	Se mantuvieron estables				
3	Disminución menor al 10%				
2	Disminución entre el 10% y el 20%				
1	Disminución mayor al 20%				

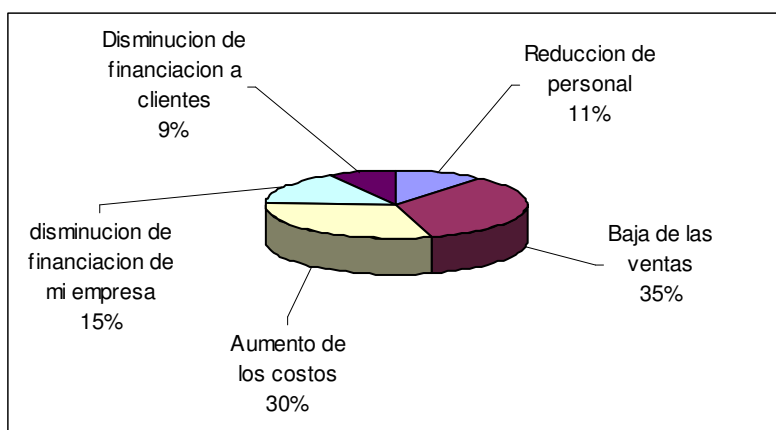
Respecto al ítem que hace referencia sobre si los empresarios sienten o creen, que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio, se obtuvo como respuesta del 100% de los entrevistados que respondieron que si.

Impacto de la crisis		% del total
	si	100
	no	0



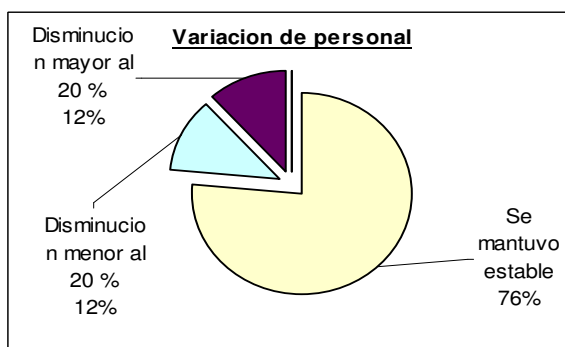
Se continuo averiguando cuales fueron las formas en que esta se reflejo en su negocio, para lo cual se obtuvo que; bajaron las ventas para el 35%, aumentaron los costos con un 30% siguiéndolo la disminución de financiación de sus empresas con el 15% , la reducción de personal con el 11% y finalmente con el 9% de la muestra le disminución de financiación a clientes.

Reflejos del impacto de la crisis	% del total
Reducción de personal	11
Baja de las ventas	35
Aumento de los costos	30
disminución de financiación de mi empresa	15
Disminución de financiación a clientes	9



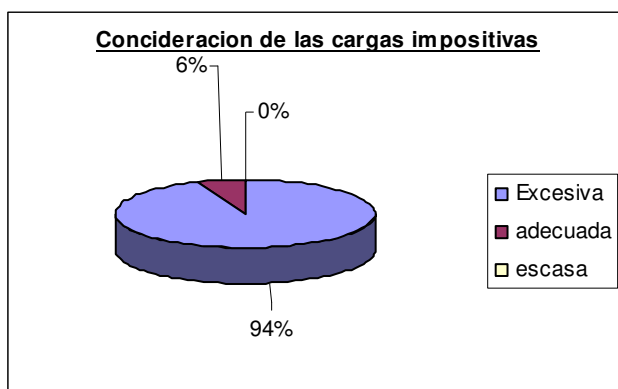
Analizando si hubo o no variación en el personal, para los comercios con mas de 10 años de antigüedad, se obtuvo como resultado que mayoritariamente el número de personal se mantuvo estable con el 76%; el 12% corresponde a la variable disminución menor al 20%.y el 12% restante pertenece a la disminución mayor al 20%.

Variación del personal nov. 2008 Vs. 2009	% del total
Aumento mayor al 20 %	0
Aumento menor al 20%	0
Se mantuvo estable	76
Disminución menor al 20 %	12
Disminución mayor al 20 %	12



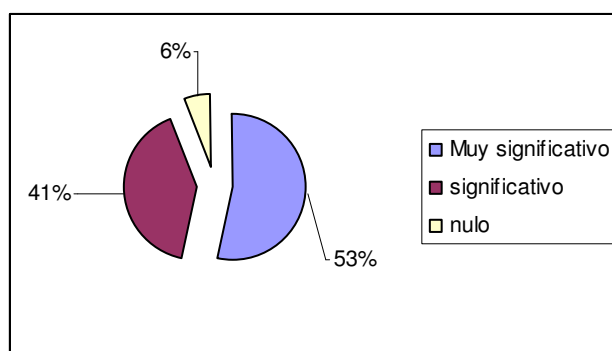
El 94% de los empresarios encuestados para este sector, respondieron que consideran a su criterio y punto de vista las cargas impositivas de manera excesiva, y el 6% restante las consideran de forma adecuada.

Consideración de las cargas impositivas	% del total
Excesiva	94
adecuada	6
escasa	0



Por ultimo, se busca examinar en que grado afecto el aumento de los servicios en los distintos comercios, lo cual muestra que ha sido de manera muy significativa para el 53% de los entrevistados; ha sido significativo para el 41% y nulo para el 6% restante.

Impacto de aumento de servicios	% del total
Muy significativo	53
significativo	41
nulo	6



Conclusión:

Los resultados de la presente encuesta permanente, para el periodo de diciembre del 2009, se realizaron con el propósito de brindar información de la situación comercial de las empresas adheridas a la Cámara Empresaria de Tandil.

Se analizaron los datos obtenidos de forma técnica y objetiva, para poder llegar al análisis final de los resultados.

La información derivada, de las encuestas tabuladas de manera global, muestra que se realizó mayoritariamente en el sector de indumentaria ya que este representa el 50% de nuestra muestra total; luego continúan el sector gastronómico con el 22% al igual que el sector de construcciones y afines con el 22% y el sector de artículos para el hogar con el 6%.

Dichas empresas, poseen generalmente una antigüedad mayor a los 10 años, destacándose el sector de gastronomía. El conjunto de los indicadores del comportamiento de las ventas (en unidad o volumen), comparando el mes de diciembre de 2009 con el mes de diciembre de 2008, muestran que las ventas han disminuido en términos generales, y más significativamente en el sector de gastronomía y artículos para el hogar. En tanto al análisis, para los meses de diciembre comparado con noviembre de 2009, hubo pequeño aumento en las ventas entre el 10% y el 20% para el 21% de la muestra analizada, viéndose beneficiados los sectores de gastronomía y de indumentaria. Otro aspecto que fue considerado es; si los empresarios sienten o creen que la crisis ha impactado de alguna manera en su comercio, para lo cual se obtuvo como respuesta la gran suma del 98% que respondieron que si y el 2% restante que no, el cual pertenece a el sector de indumentaria, a tales resultados se procedió a indagar cuales fueron las formas en que esta se reflejó en su negocio, y los más significativos fueron la baja de las ventas con el 39% y el aumento de los costos con el 32%. En torno a , este tema se hizo hincapié en determinar si hubo alguna variación de personal y en que magnitud, con lo cual hemos obtenido información relativamente positiva, al ver que la mayoría mantuvo estable su personal, solo se registro un bajo porcentaje de disminución para una pequeña

parte del sector de indumentaria y el de construcciones y afines. El 97% de los empresarios encuestados reportaron que consideran las cargas impositivas a su criterio de forma excesiva, dicho porcentaje representa la totalidad del sector gastronomía; artículos para el hogar; construcciones y afines y la mayor parte del sector indumentaria. Por otro lado, se busco investigar en que magnitud afecto el aumento de los servicios (luz, gas, alquileres, entre otros), en los distintos locales; lo cual muestra que para mas de la mitad de los comercios entrevistados es significativa, con excepción del sector de artículos para el hogar que contestaron el 100% muy significativa y gran parte del sector de gastronomía que en su mayoría contesto muy significativa.

A modo de resumen puede indicarse que, los datos brindados por los comerciantes dan mayoritariamente resultados negativos, ya que el volumen de las ventas generales ha disminuido para el periodo de diciembre 2009 vs. 2008; en tanto al periodo diciembre vs. noviembre se muestra un pequeño aumento. La gran mayoría siente el impacto de la crisis y especialmente con el aumento de los costos y la baja de las ventas; las cargas impositivas son consideradas excesivas y el aumento en los servicios significativo.