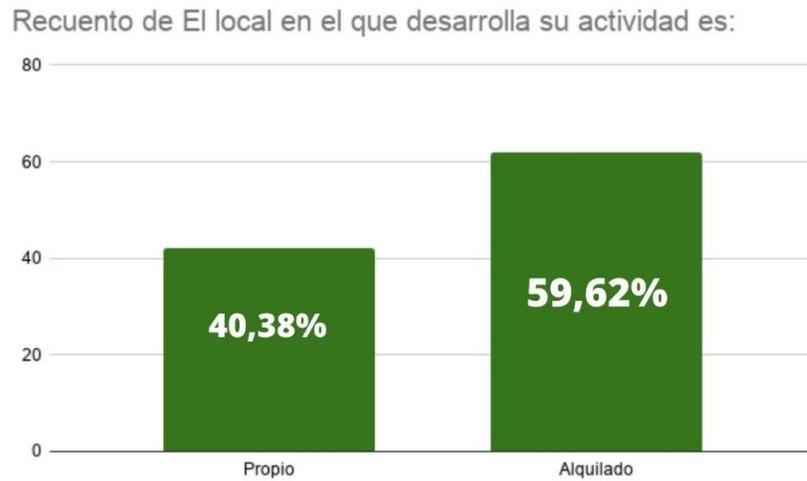


RECUESTO DE LAS ENCUESTAS – GRAFICOS

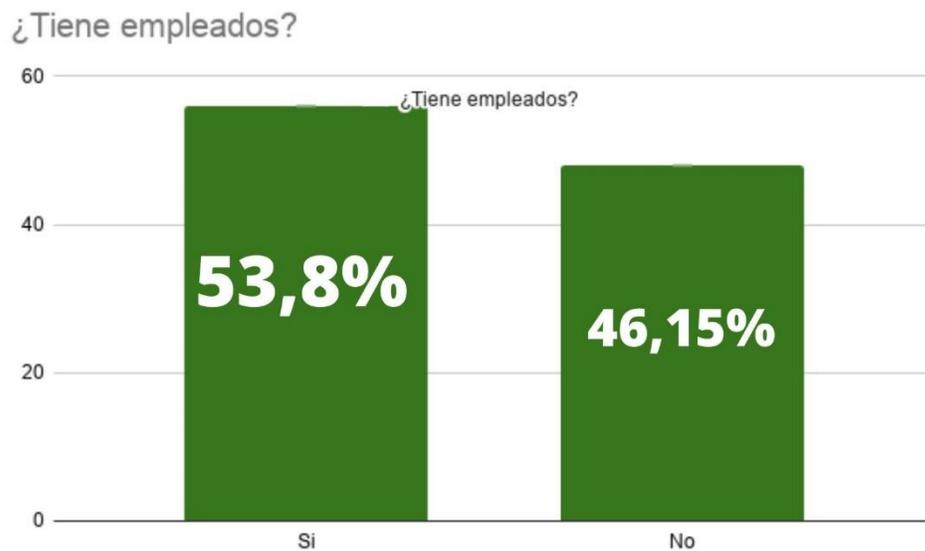
El resultado de la encuesta surge de la consulta a 104 comerciantes de la ciudad de Chacabuco que abarcaron 45 sub rubros.

SUB RUBROS	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
ALMACEN	5
AUTOMOTORES	3
BAZAR	1
CARNICERIA	2
CERVECERIA	1
CICLOMOTORES Y BICICLETAS	5
CORRALON DE MATERIALES	5
COTILLON	1
DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	2
ELECTRICIDAD	1
ELECTRODOMESTICOS	5
FERRETERIA	1
FORRAJERIA	4
GOMERIA	1
GRANJA	1
INFORMATICA Y TELECOMUNICACIONES	2
JUGUETERIA	1
KIOSCO	4
LIBRERÍA	5
MUEBLERIA	1
OPTICA	1
OTROS	15
PANADERIA	3
PERFUMERIA	1
PINTURERIA	2
RESPUESTO Y ACCESORIOS DE AUTOMOTORES	1
RESTAURANTE	3
ROPA, CALZADO E INDUMENTARIA	21
ROTISERIA	1
SUPERMERCADO	1
VERDULERIA	4

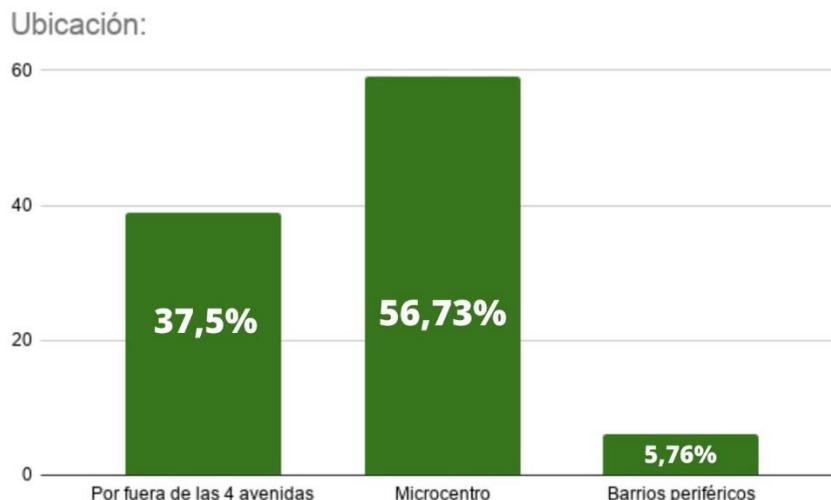
- **¿ALQUILA O ES PROPIETARIO?** El 59.62% de los encuestados alquilan el local donde desarrollan su actividad comercial, mientras que el 40,38% son propietarios.



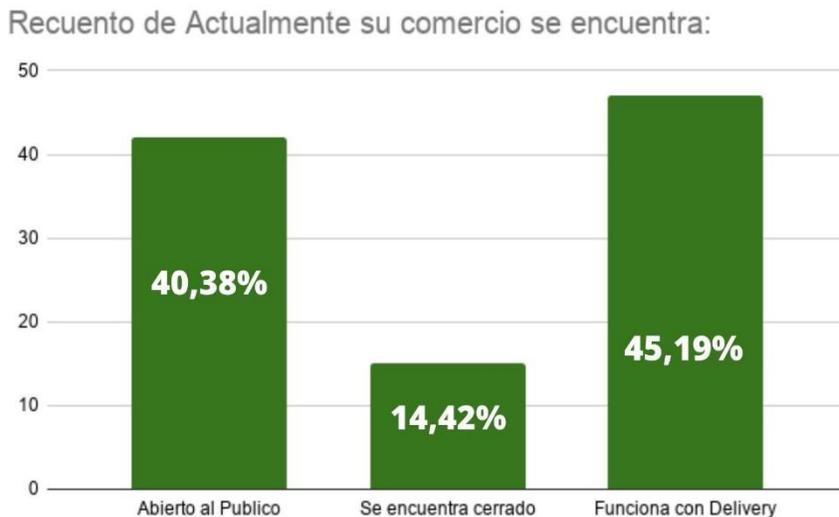
- **CUENTA CON EMPLEADO/S.** Consultados sobre si cuentan con empleado/s, EL 53,8% contestaron por SI, mientras que 46,15% por no.



- **UBICACIÓN DEL LOCAL.** Consultada la ubicación de su local comercial, el 56,73% se encuentran en el microcentro. Entiéndase a la zona comprendida dentro de las cuatro avenidas. El 37,5% se encuentran ubicados por fuera de las cuatro avenidas. Mientras que el 5,76% están en los barrios periféricos.

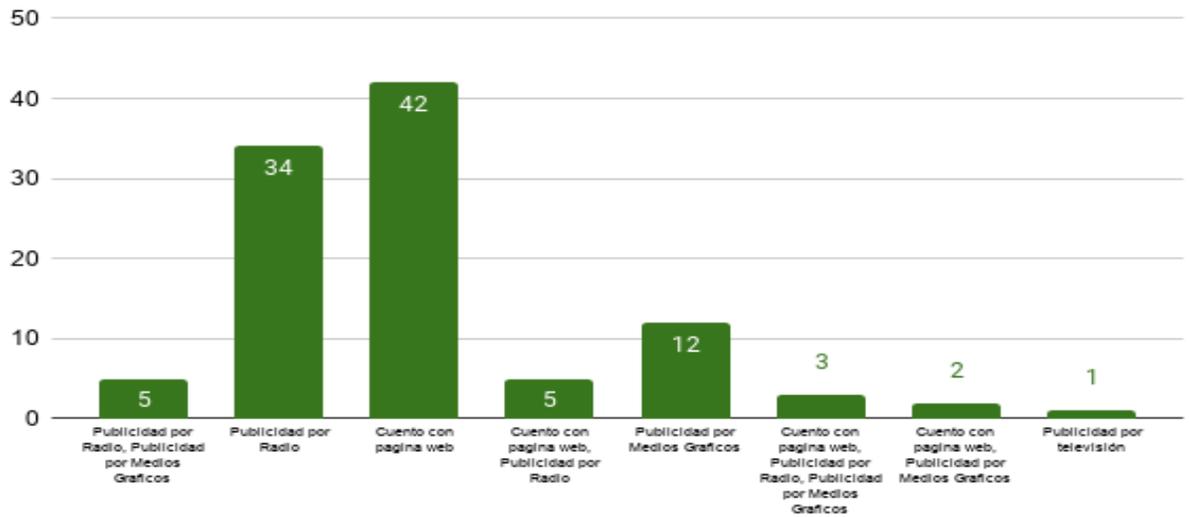


- **ABIERTO/CERRADO/DELIVERY.** Consultados sobre si su comercio se encuentra abierto, cerrado o funciona con modalidad delivery: el 40,38% están abierto al público; el 45,19% se encuentran funcionando por la modalidad delivery y el 14,42% restante están cerrados.



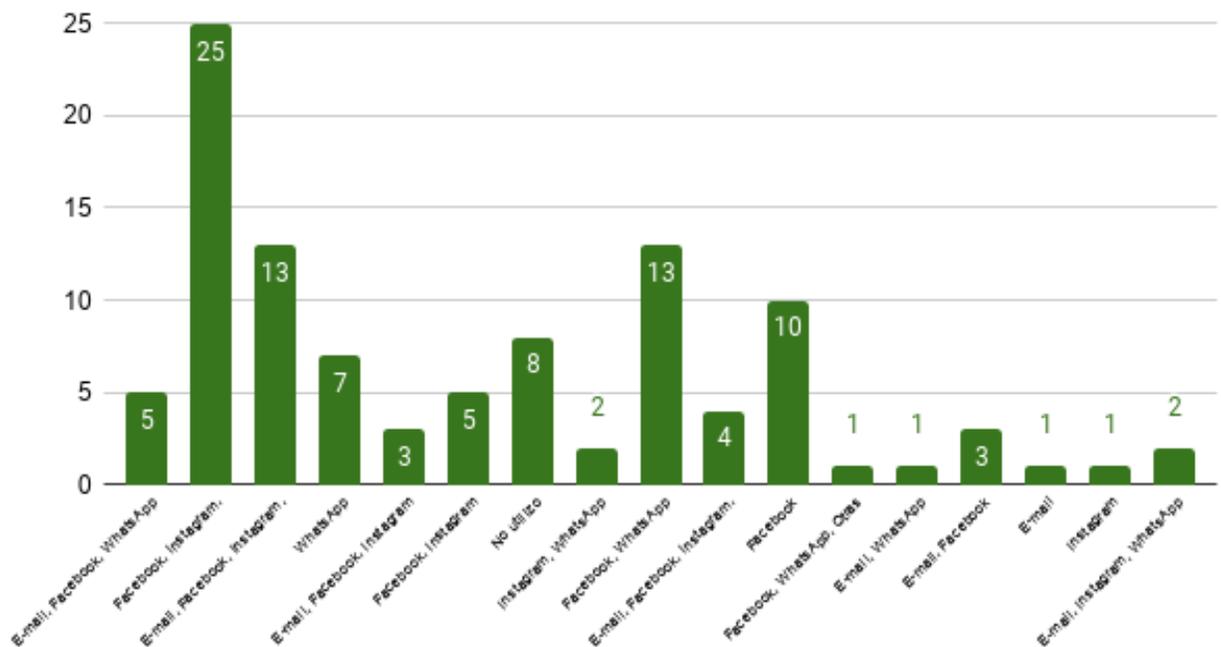
- **MEDIOS DE DIFUSION.** Consultados sobre el medio o medios de difusión que utilizan, uno solo lo hace por televisión, 12 solo lo hacen por medios gráficos, 34 solo lo hacen por medios radiales, 42 comercios cuentan con página web únicamente; 2 publicitan por página web y medios gráficos, 3 por página web, radio y medios gráficos; 5 los hacen por página web y medios radiales y 5 por radio y medios gráficos.

¿Utiliza algún medio de difusión?

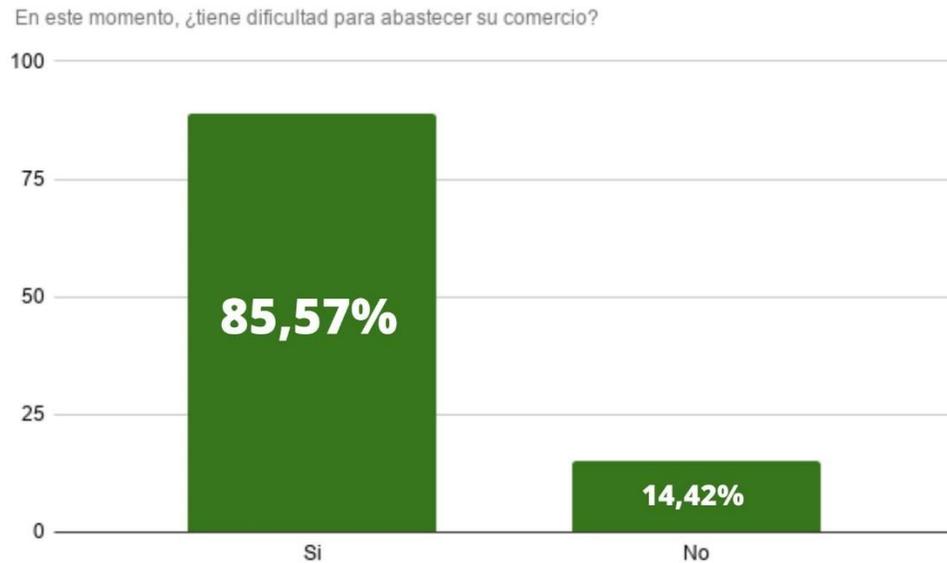


- **REDES.** Ocho comerciantes no utilizan redes sociales. Las más utilizadas Facebook, WhatsApp e Instagram. Los restantes se ven reflejados en el siguiente gráfico:

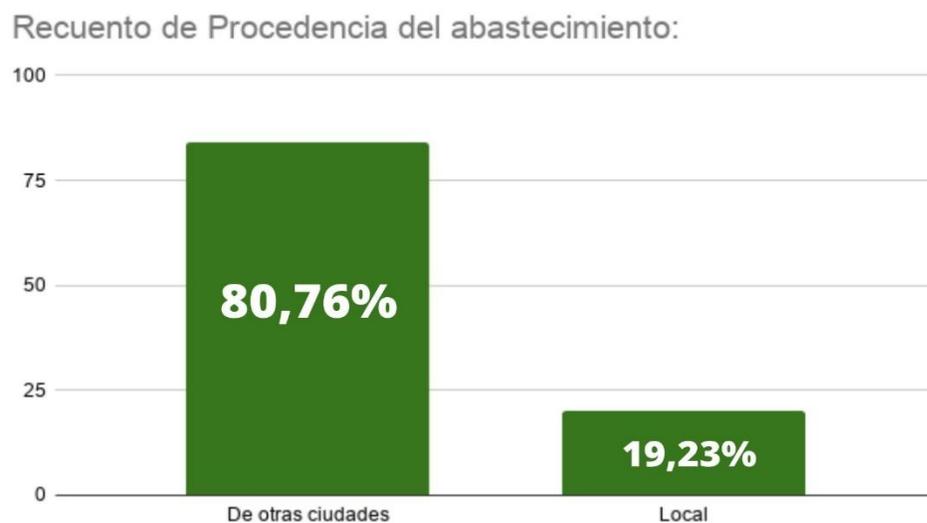
¿Utiliza redes sociales?



- **ABASTECIMIENTO.** Se consultó sobre si el comercio presenta dificultades con su abastecimiento. Como resultado, el 85,57% tienen problemas con su abastecimiento. El 14,42% restante manifiestan no tenerlo.

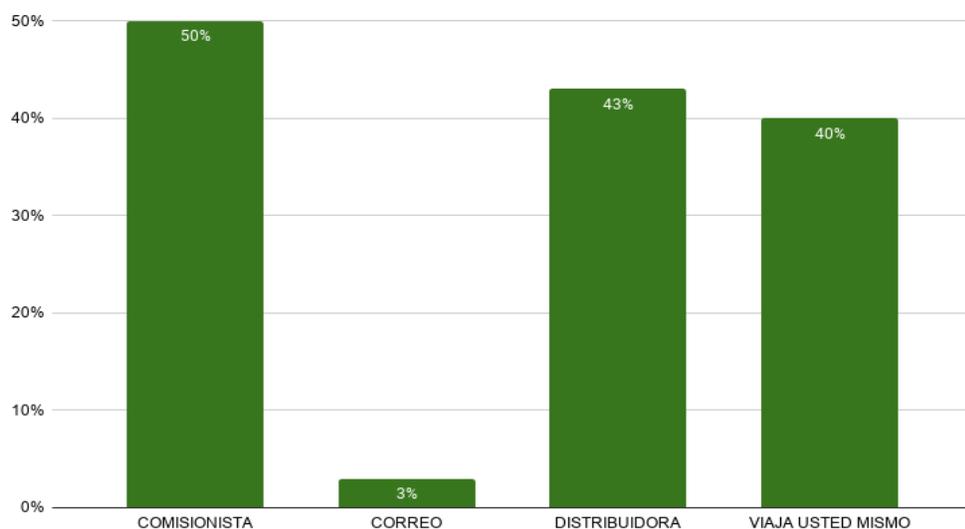
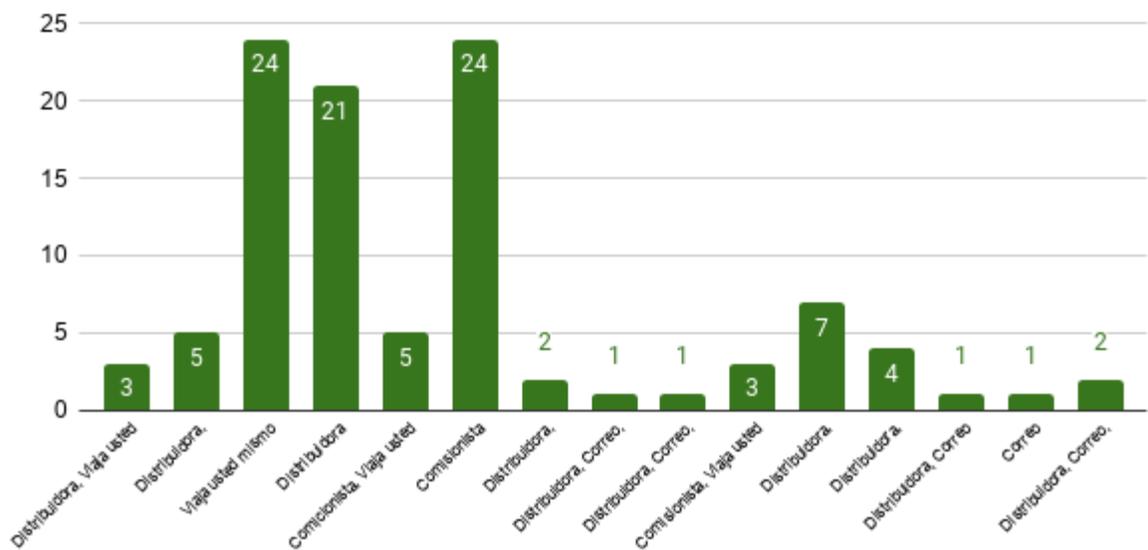


- **PROCEDENCIA DE PRODUCTOS Y/O MERCADERIA PARA EL ABASTECIMIENTO.** El 80,76% reciben abastecimiento de otras ciudades. Mientras que el 19,23% únicamente lo hacen de la ciudad de Chacabuco.

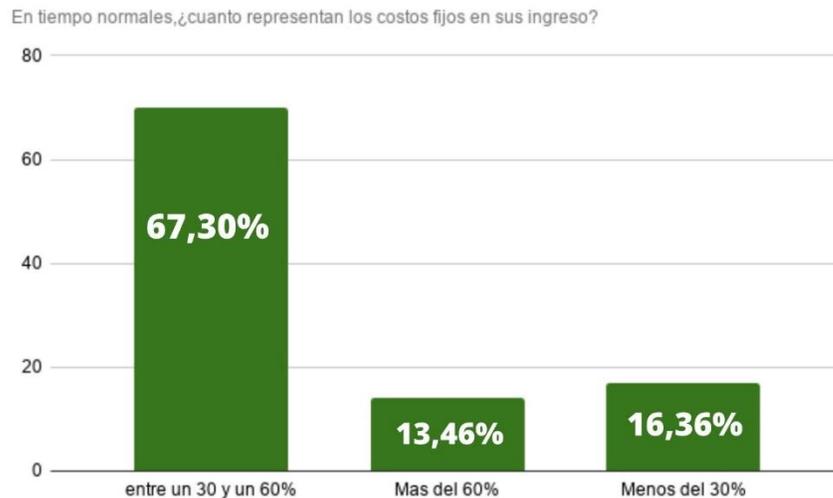


- **¿COMO RECIBEN SU MERCADERIA?** La respuesta permitió marcar una o varias opciones. Entre los que solo marcaron una, hay 24 comerciantes que reciben sus productos o mercaderías por medio de comisionistas; 24 viajan a otras localidades a comprarlos; 21 reciben sólo por distribuidora; y 1 solo recibe por correo únicamente. Además, entre los que marcaron más de una opción, 8 se abastecen por medio de comisionistas y viajan ellos mismos. 12 por distribuidoras y comisionistas. 6 reciben de distribuidoras, comisionistas y viajan. 1 por distribuidora y correo. 3 por distribuidora, correo y comisionista. 3 por distribuidora y viajan ellos.

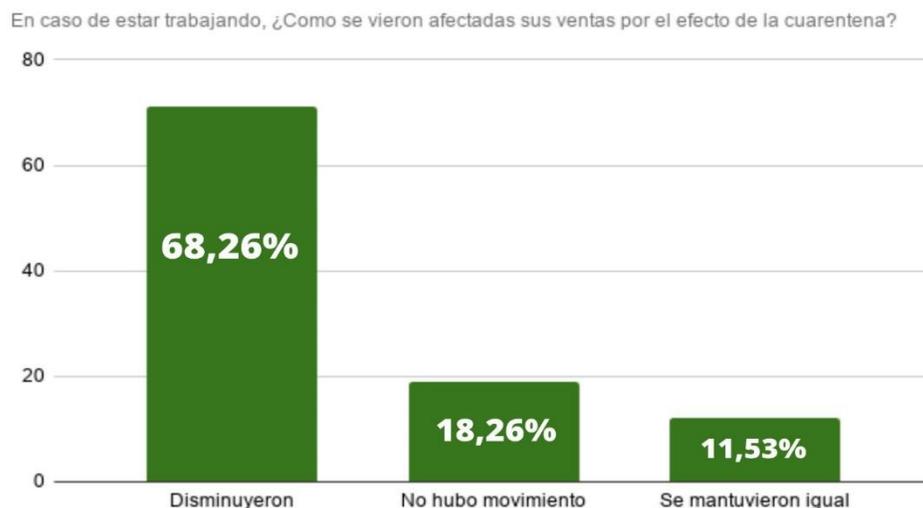
Recuento de ¿Por qué medio se abastece? (Elija la/las opción/es que considere)



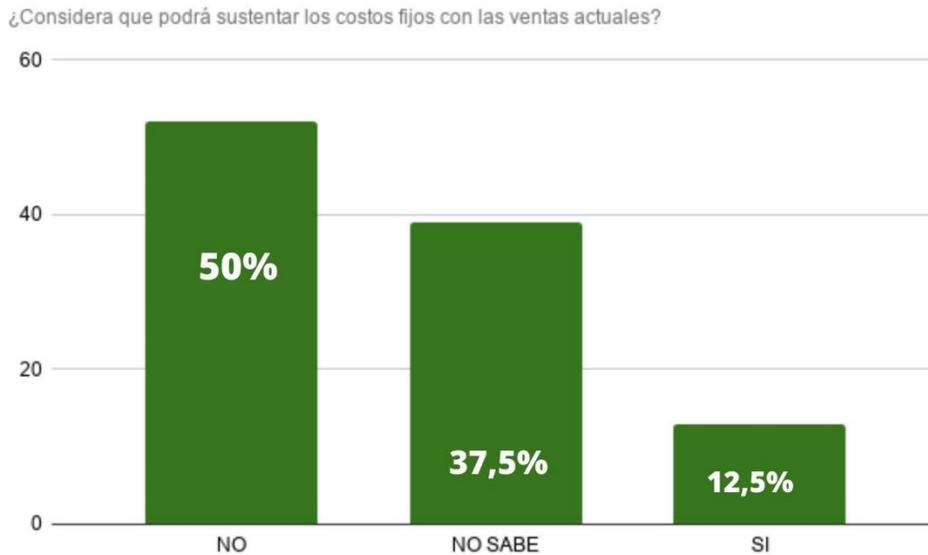
- **% DE COSTOS FIJOS EN SUS INGRESOS HABITUALES.** Se consultó cual es el porcentaje de sus costos fijos en los ingresos mensuales en tiempos normales. Aquí, el 16,36% de los comerciantes manifiestan que en tiempos normales sus costos fijos están por debajo del 30% de sus ingresos mensuales. Mientras que el 67,30% manifestaron que sus costos fijos oscilan entre un 30% y un 60% de sus ingresos mensuales. Los restantes (13,46%) más de un 60%.



- **GANANCIAS.** Durante el Aislamiento Social disminuyeron las ganancias de 71 comerciantes (68,26%). 19 declaran “no movimiento” (18,26%). 12 manifestaron que sus ganancias se mantuvieron igual (11,53%)

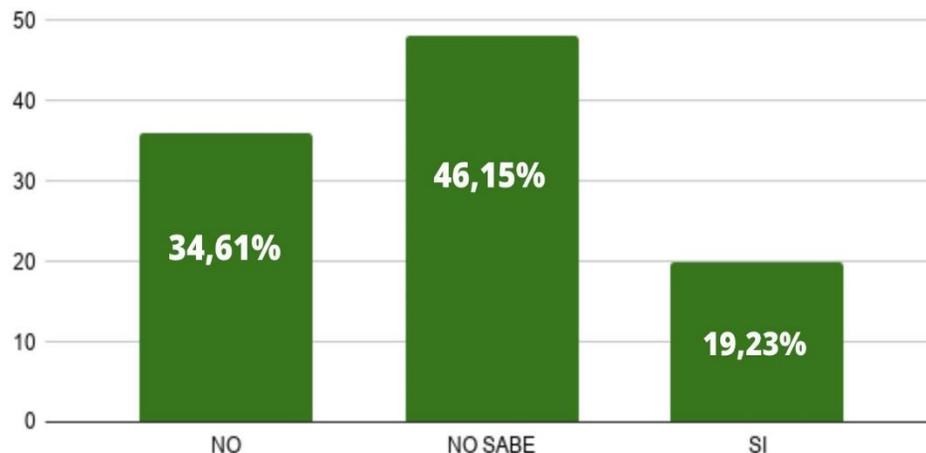


- **EXPECTATIVAS DE COSTOS FIJOS.** El 50% considera que no podrá mantener sus costos fijos con el nivel de ventas actual. El 12,5% dice que sí podrá hacerlo. Por otro lado, el 37,5% expresa incertidumbre. .



- **EXPECTATIVAS DE CONTINUIDAD DEL NEGOCIO.** Consultados, el 19,23% consideran que en estas condiciones podrán sostener su negocio. El 34,61% dice que NO y el 46,15% expresa incertidumbre.

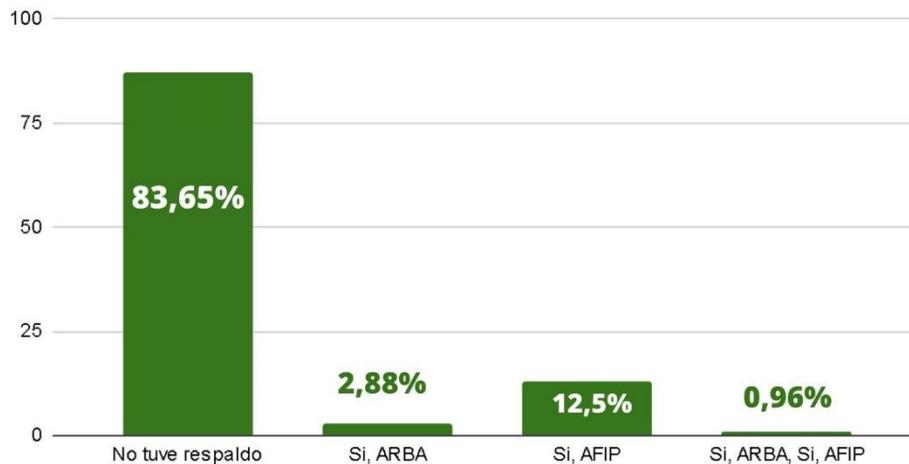
Recuento de En estas condiciones, ¿Considera que podrá sostener su negocio?



Recuento de En estas condiciones, ¿Considera que podrá sostener su negocio?

- **ENTES RECAUDADORES.** Consultados sobre si consideran haber tenido respaldo de los entes recaudadores en el vencimiento de los tributos, 83,65% consideran no haber tenido respuesta de ningún organismo recaudador; el 12,5% consideraron recibir respuesta de AFIP únicamente; el 2,88% consideraron tener respuesta de Arba únicamente; y el 0,96% solo de ambos organismos recaudadores.

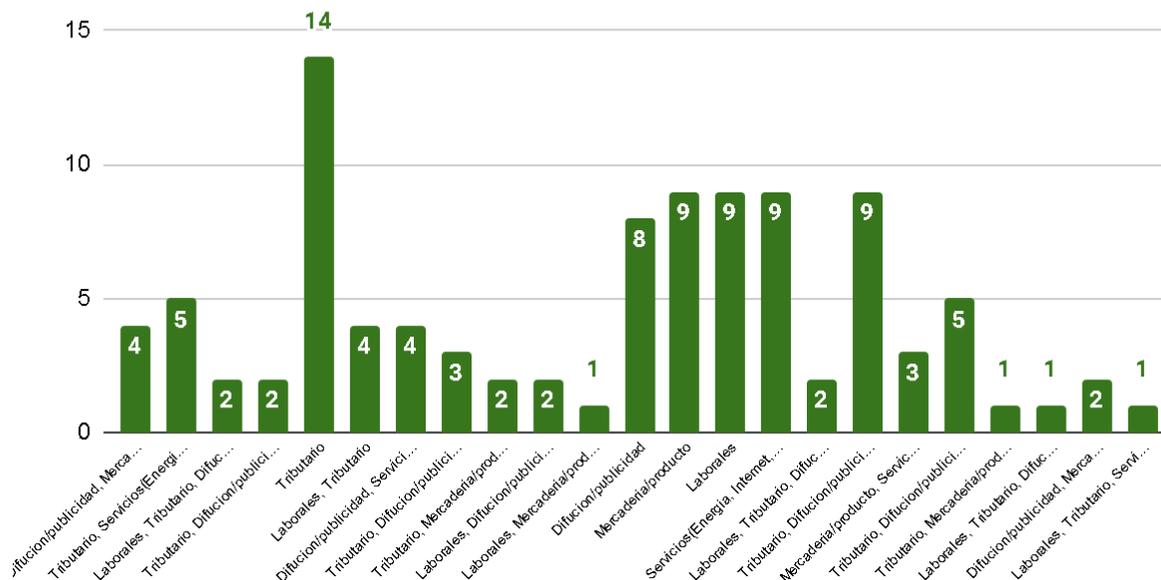
¿Tuvo respaldo de los entes recaudadores ante el vencimiento de tributos? (Elija la/las opción/es que considere)



- **RECORTES.** En caso de tener que emplear recortes, se presentaron:
 - 49 comerciantes solo optaron por una opción, de los cuales: 8 comerciantes solo lo harían en difusión y publicidad; 9 solo recortarían en mercadería y productos; 9 solo consideran recortar en servicios; 9 lo harían en laborales y; 14 solo en costos tributarios.
 - 55 comerciantes conjugaron más de una opción de recorte, los mismos de mayor a menor quedan posicionados de la siguiente manera: 53 comerciantes contemplan el recorte de tributos, 41 en publicidad, 34 en servicios, y 32 en productos.

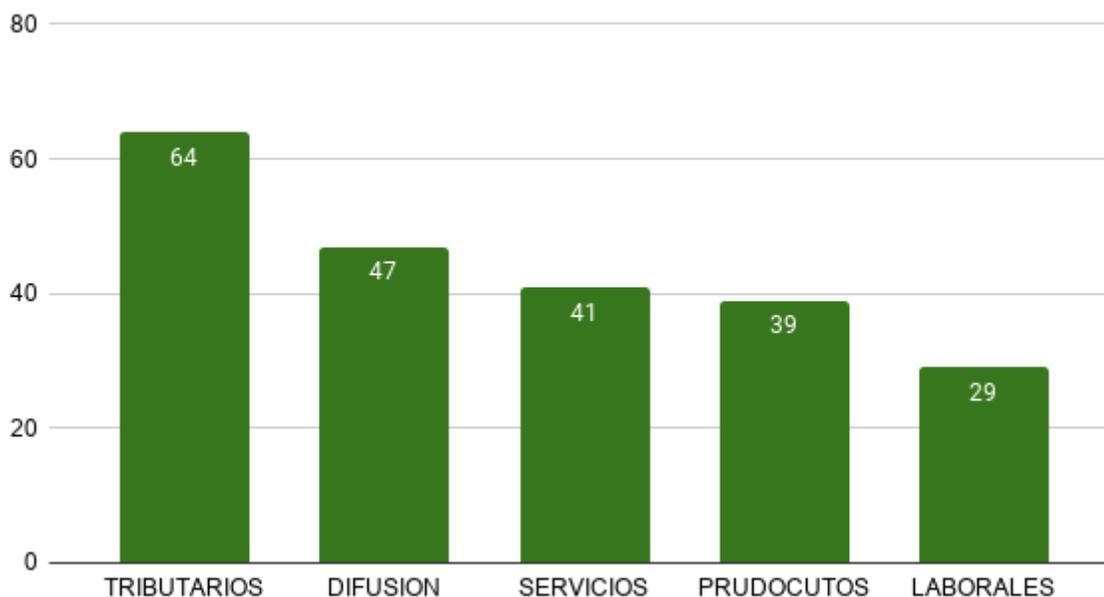
En total, cada opción arroja los siguientes números: 67 comerciantes, de manera exclusiva o conjugada a otras opciones piensan en recortar costos tributarios. 49 difusión y publicidad. 43 recortarían servicios. 41 en mercadería y productos y 31 en laborales.

En caso de recortar costo, ¿Cual seria el primero? (Elija la/las opción/es que considere)



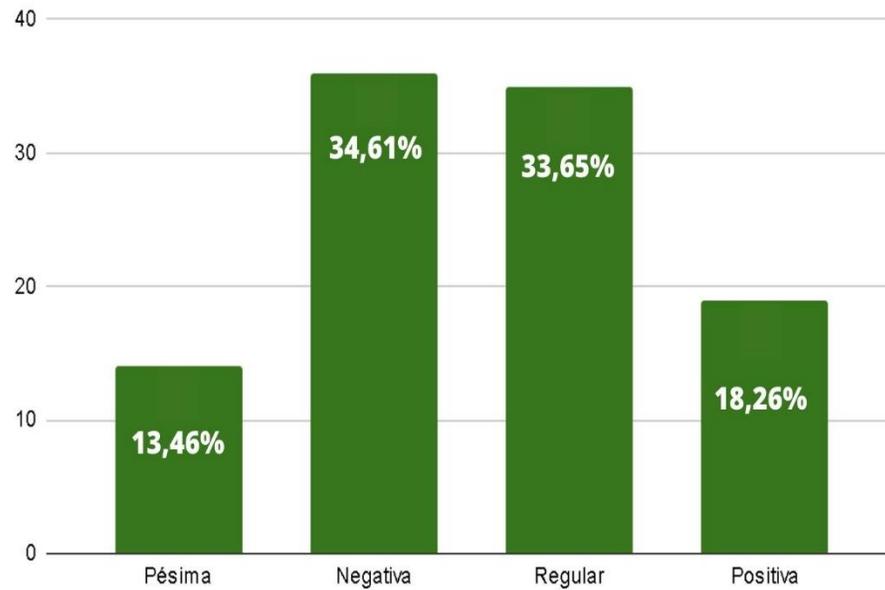
El siguiente gráfico expresa qué % obtuvo cada opción, indistintamente de cómo se la eligió, es decir, de manera exclusiva o conjugada a otra u otras.

VALORES EN % DE CADA COSTO A RECORTAR



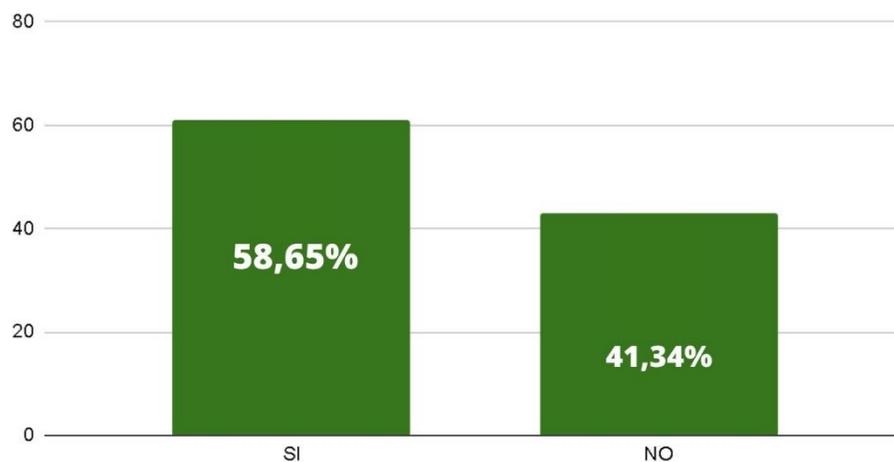
- **EXPECTATIVAS POST CUARENTENA.** El 13,46% de los comerciantes tiene una expectativa pésima sobre la post cuarentena; el 34,61% tiene una expectativa negativa; el 33,65% regular; y el 18,26% la consideran positiva.

¿Que expectativa tiene sobre la post cuarentena?



- **ASISTENCIA FINANCIERA CREDITICIA.** El 41,34% no requirieron ni piensan requerir asistencia crediticia y/o financiera, mientras que el 58,65% la requirieron o requerirán.

¿Requiere o requerirá asistencia "financiera/crediticia" durante la cuarentena?



- **CONOCIMIENTO DE HERRAMIENTAS ESTATALES.** El 30,76% NO conoce herramientas estatales y/o bancarias para sobrellevar la situación. Por otro lado, el 69,23% dice que SI.

