



# ***Evolución de Ventas y Expectativas de los Comerciantes***

**La Matanza**

***Diciembre 2018 / Diciembre 2017-Muestra de 701 Comercios***

***Observatorio Secretaría de la Producción***



# 1. VENTAS POR RUBRO : -51%

**LAS VENTAS CAEN -51% EN DICIEMBRE/18 PESE A LOS AGRESIVOS DESCUENTOS Y BONIFICACIONES. PRODUCTOS BÁSICOS COMO LOS ALIMENTOS\* CAEN AL -50% EN DICIEMBRE/18 VS UN -48% EN OCT/18. SE PROFUNDIZA LA CAÍDA.**

**Diciembre 2018 / Diciembre 2017**



**Hogar**

**Vestimenta  
y accesorios**

**Alimentos**

**Cuidado  
y salud**

**Otros**



**Mueblería**  
-66%



**Bijouterie**  
-56%



**Panadería**  
-52%



**Perfumería**  
-58%



**Librería**  
-53%



**Bazar**  
-56%



**Calzado**  
-56%



**Verdulería**  
-50%



**Farmacia**  
-57%



**Kiosco**  
-48%



**Ferretería**  
-45%



**Indument.**  
-51%

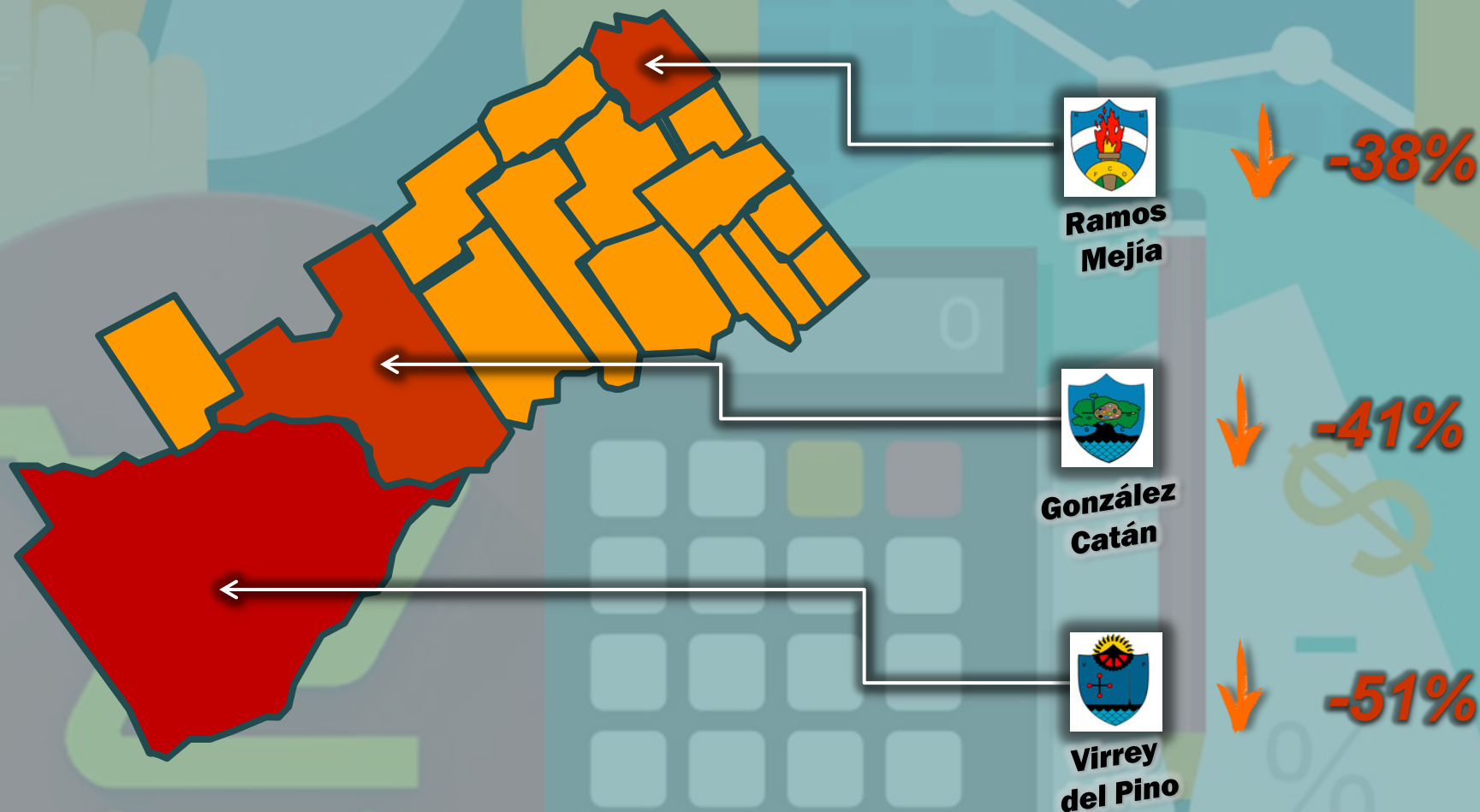


**Carnicería**  
-50%

\* Rubros incluidos en Alimentos: «Almacén, Verdulería, Panadería y Carnicería»

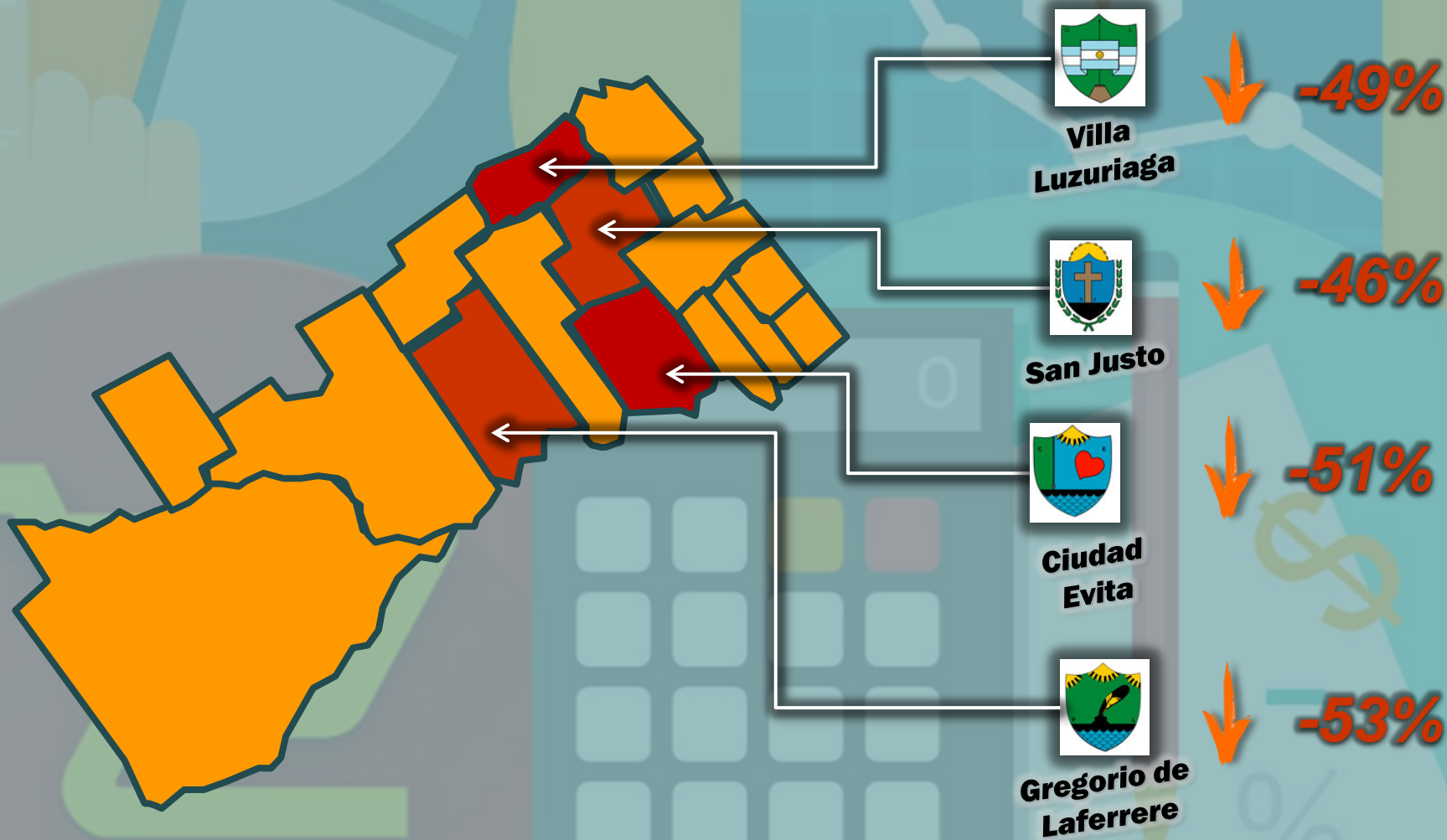
## 2. VENTAS POR LOCALIDAD I

Diciembre 2018 / Diciembre 2017



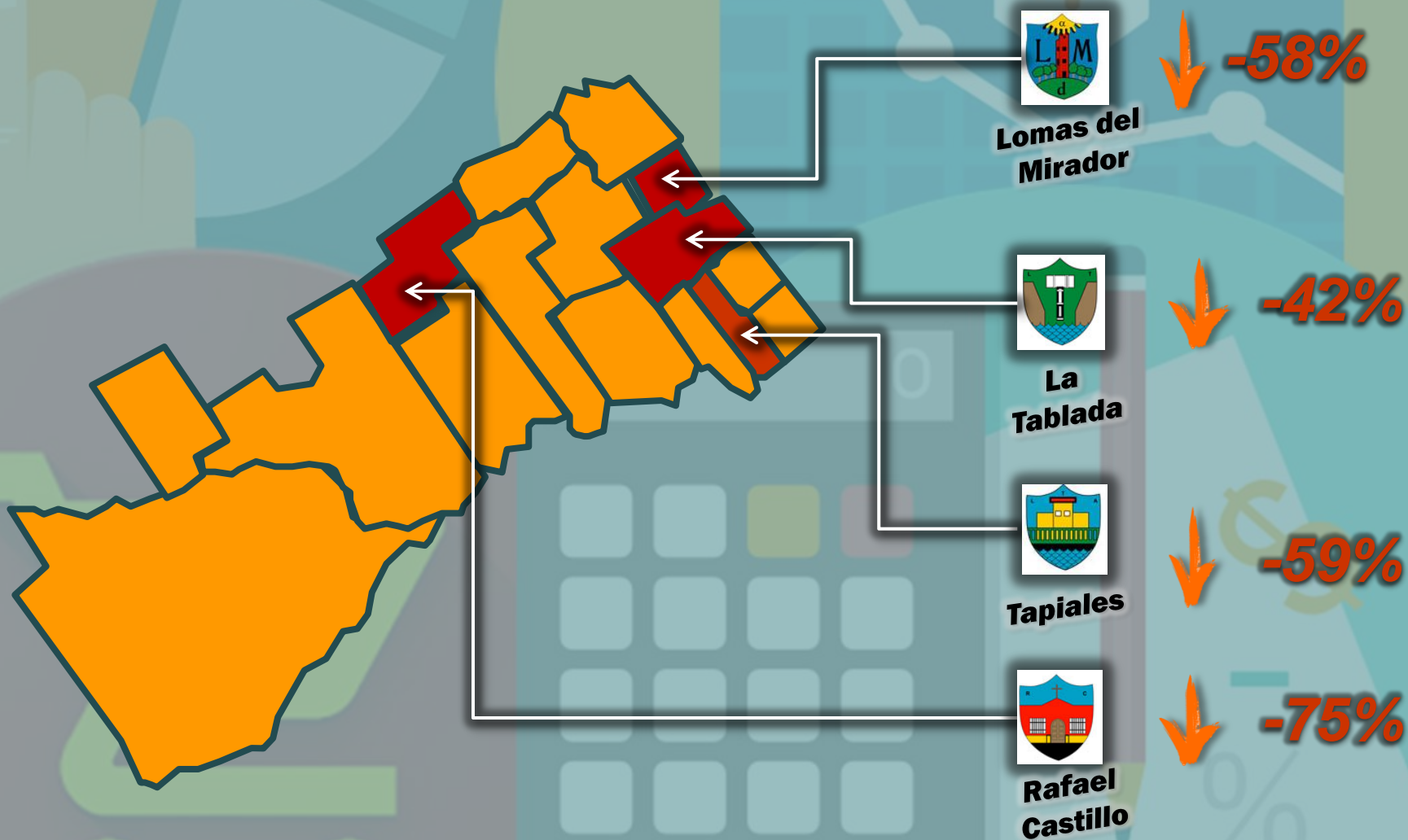
## 2. VENTAS POR LOCALIDAD II

Diciembre 2018 / Diciembre 2017



## 2. VENTAS POR LOCALIDAD III

Diciembre 2018 / Diciembre 2017



# 3. EMPEORAN LAS EXPECTATIVAS

Diciembre 2018 / Diciembre 2017

**VENTAS: LA CAÍDA DEL PODER DE COMPRA CONTINÚA. EN DICIEMBRE'18 LLEGÓ AL 91%**



Efecto Competencia

9%

91% Caída Poder de Compra

**FUERTE AUMENTO DE DESPIDOS DE PERSONAL EN COMERCIOS: EN DIC/18 LLEGÓ AL 38% VS 30% EN OCT/18**



Despidieron 38%

62% No despidieron

**EL 64% DE LOS COMERCIANTES TIENE MALAS EXPECTATIVAS RESPECTO A SU FUTURO, Y LAS POSITIVAS VUELVEN A CAER : EN DIC/18 3% VS UN 5% OCT/18**



64% Mala

3% Buena

# 4. ANEXO

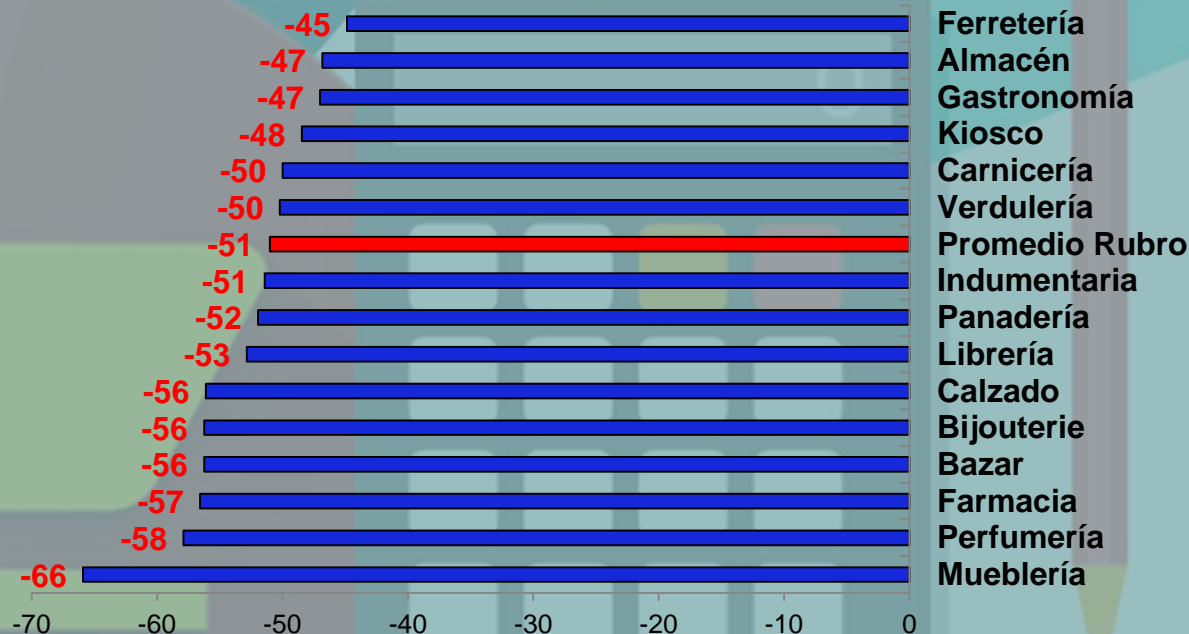
**LAS VENTAS CAEN -51% EN DICIEMBRE/18 PESE A LOS AGRESIVOS DESCUENTOS Y BONIFICACIONES. PRODUCTOS BÁSICOS COMO LOS ALIMENTOS\* CAEN AL -50% EN DICIEMBRE/18 VS UN -48% EN OCT/18. SE PROFUNDIZA LA CAÍDA.**

*Diciembre 2018 / Diciembre 2017*

## A. Continúa la fuerte caída de ventas: -51%

Calzado, bijouterie, bazar, farmacia, perfumería y mueblería entre los que más bajan.

Ventas en La Matanza por Rubro - en %



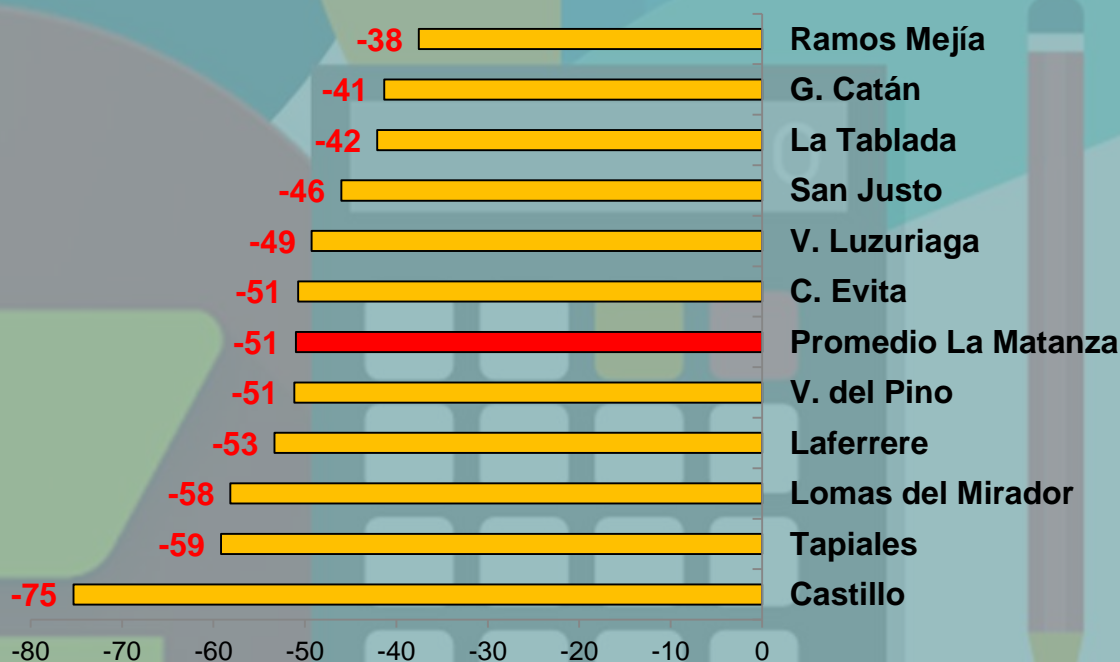
\* Rubros incluidos en Alimentos: «Almacén, Verdulería, Panadería y Carnicería»

# 4. ANEXO

*Diciembre 2018 / Diciembre 2017*

**B. En localidades como Virrey del Pino, Laferrere, Lomas del Mirador, Tapiales y Castillo, las fuertes caídas por menor poder de compra se hacen más notorias.**

## Ventas en La Matanza por Localidad - en %





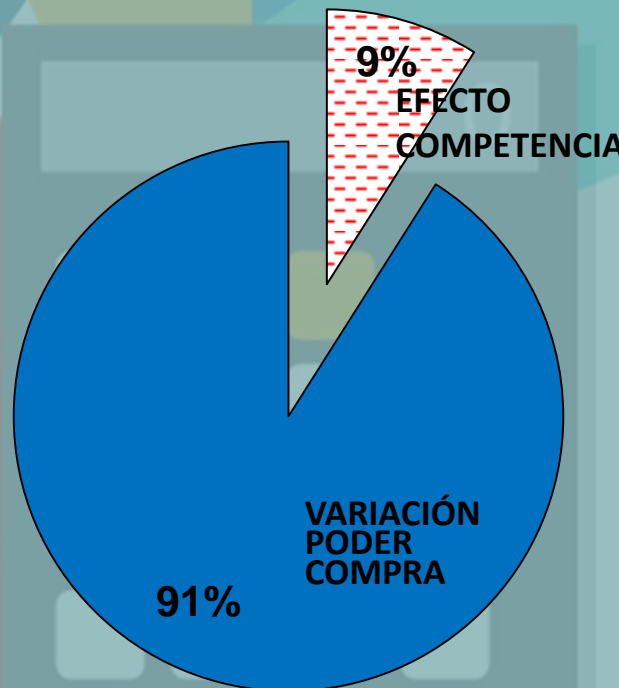
# 4. ANEXO

*Diciembre 2018 / Diciembre 2017*

- C. El 91% de los comerciantes dice que sus ventas bajan por el menor poder de compra de sus clientes, y el 9% por el «Efecto Competencia».

## Motivos de la disminución de las ventas

*Relevamiento Diciembre 2018*



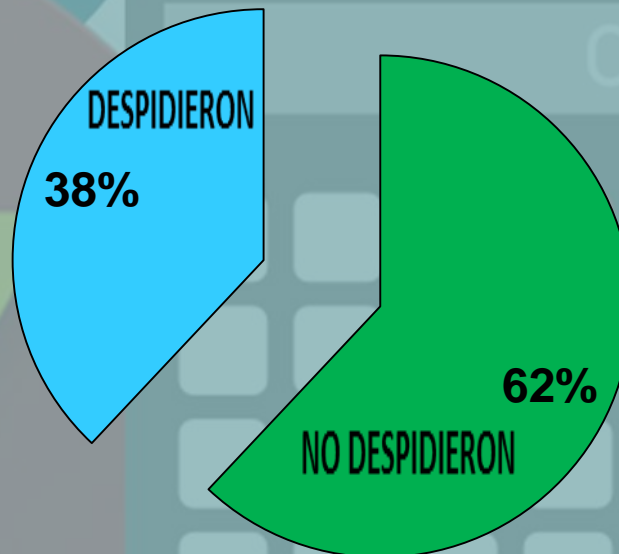
# 4. ANEXO

*Diciembre 2018 / Diciembre 2017*

- D. Un tercio de los locales encuestados son atendidos por sus dueños y no tienen empleados. De los restantes locales visitados, el 38% tuvo que despedir personal en los últimos doce meses.**

## Comercios que realizaron despidos de personal

*Relevamiento Diciembre 2018*



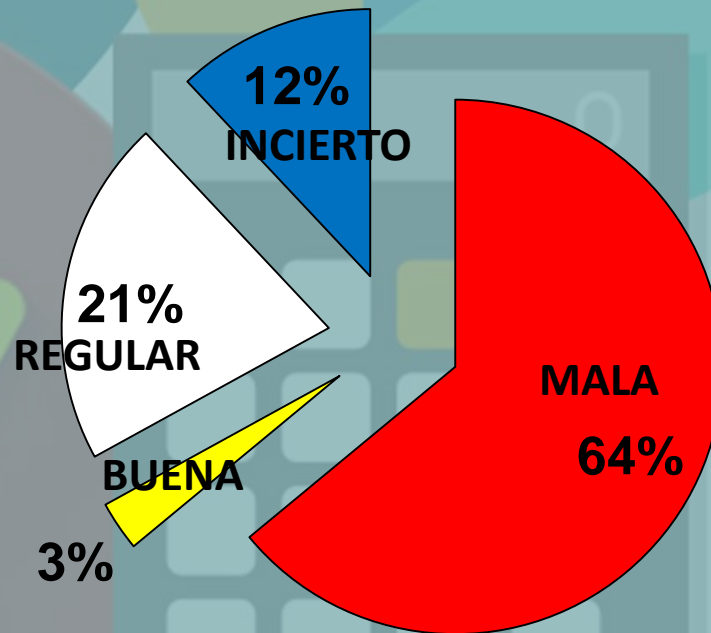
# 4. ANEXO

*Diciembre 2018 / Diciembre 2017*

**E. La incertidumbre y el pesimismo continúan predominando. El 64% de los comerciantes tiene malas expectativas respecto a su futuro, y sólo el 3% cree que la situación será buena en los próximos tres meses.**

## Expectativas de los Comerciantes

*Relevamiento Diciembre 2018*



## 4. ANEXO

En La Matanza cierran 9 comercios por día.

(Enero 2019, fuente ONG Defendamos Buenos Aires)

