



Evolución de Ventas y Expectativas de los Comerciantes

La Matanza

Febrero 2019 / Febrero 2018-Muestra de 703 Comercios

Observatorio Secretaría de la Producción



1. VENTAS POR RUBRO : -52%

LAS VENTAS CAEN -52% EN FEBRERO/19 VS UN 41% DE FEBRERO/18.

PRODUCTOS BÁSICOS COMO ALIMENTOS* CAEN AL -49% VS UN -40% EN FEBRERO/18. CADA VEZ PEOR.

Febrero 2019 / Febrero 2018



Hogar

Vestimenta
y accesorios

Alimentos

Cuidado
y salud

Otros



Mueblería
-66%



Bijouterie
-66%



Panadería
-51%



Farmacia
-54%



Librería
-58%



Bazar
-59%



Calzado
-57%



Carnicería
-51%



Perfumería
-49%



Kiosco
-46%



Ferretería
-50%



Indument.
-52%

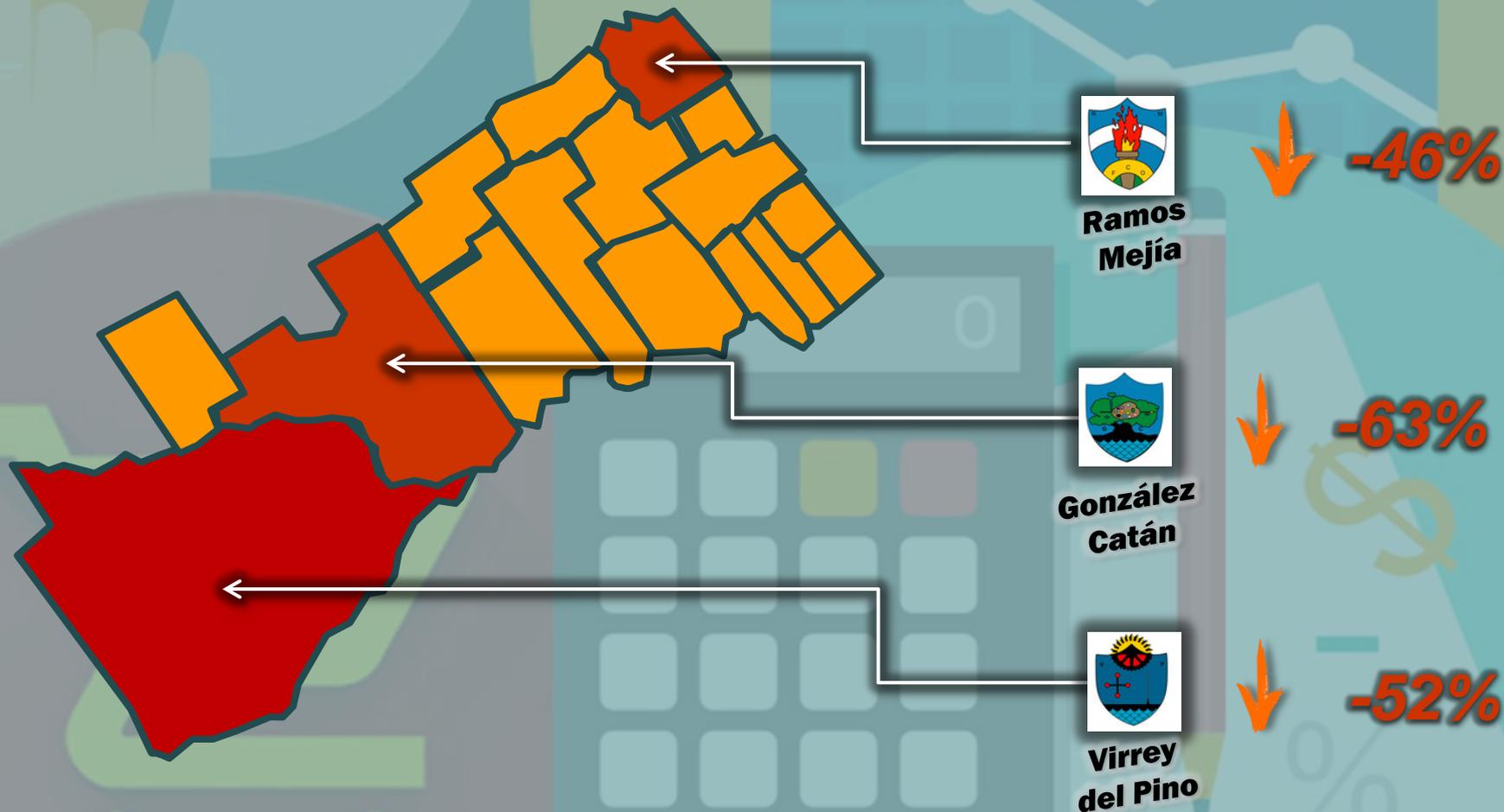


Verdulería
-46%

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

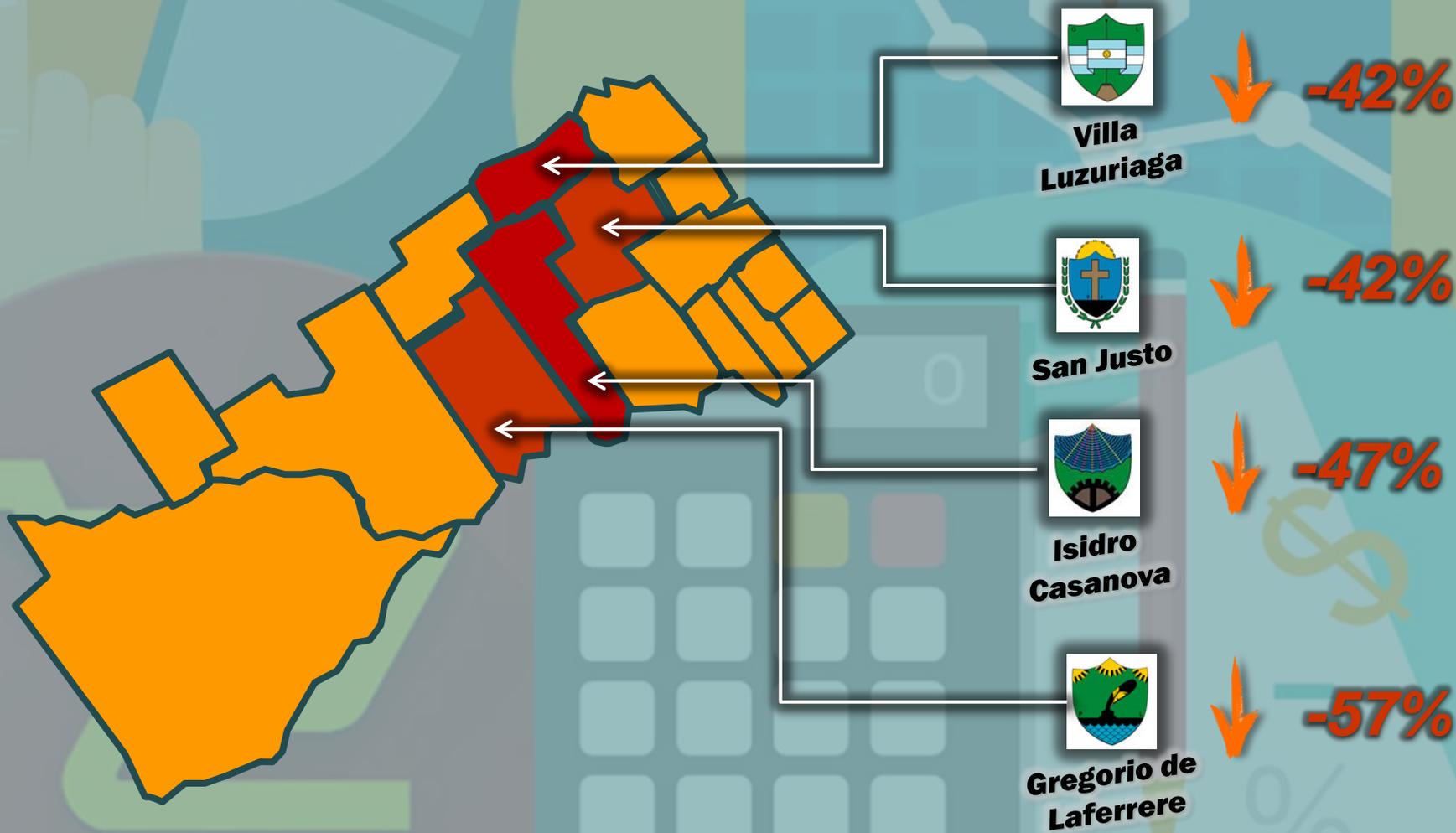
2. VENTAS POR LOCALIDAD I

Febrero 2019 / Febrero 2018



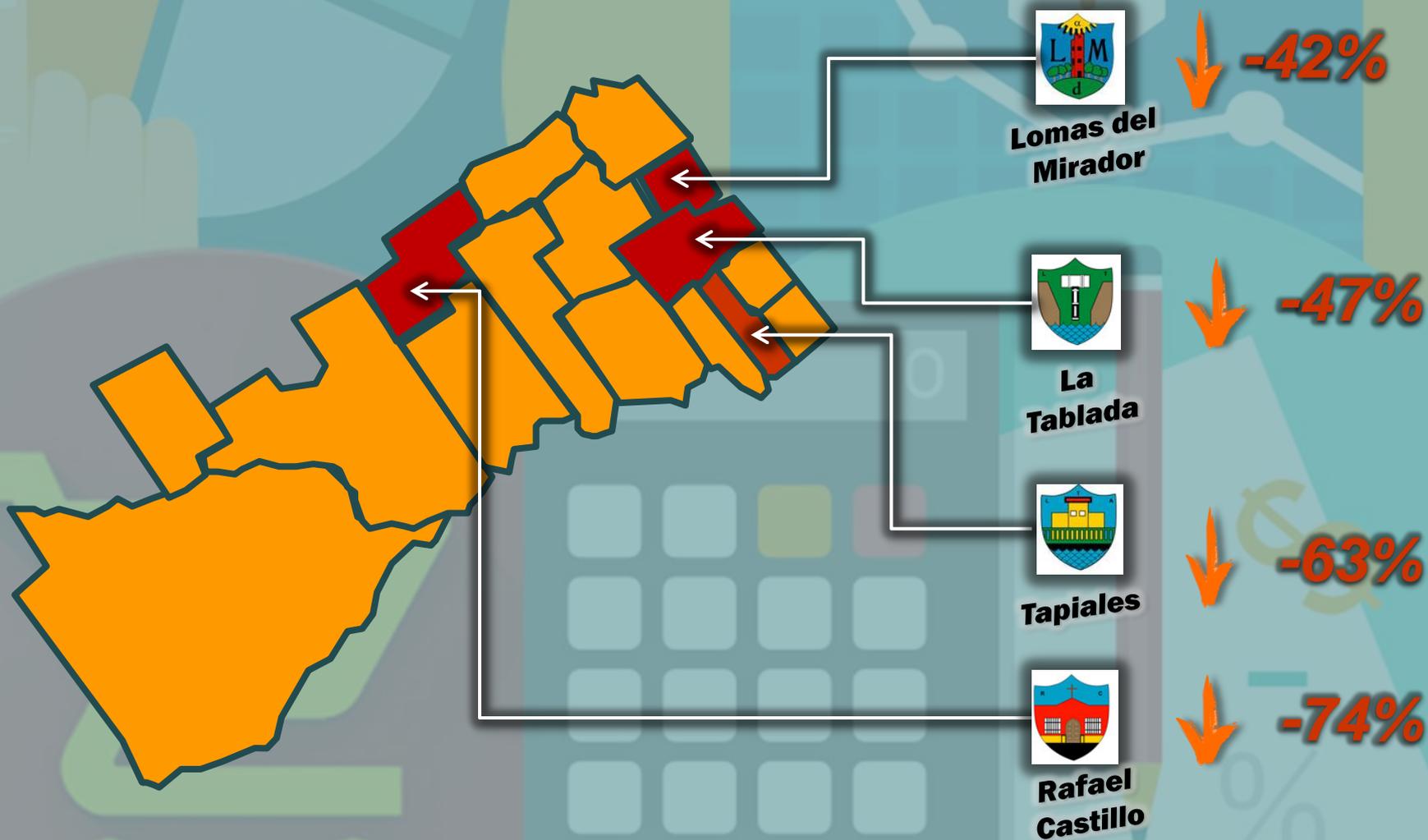
2. VENTAS POR LOCALIDAD II

Febrero 2019 / Febrero 2018



2. VENTAS POR LOCALIDAD III

Febrero 2019 / Febrero 2018



3. EMPEORAN LAS EXPECTATIVAS

Febrero 2019 / Febrero 2018

VENTAS: LA CAÍDA DEL PODER DE COMPRA CONTINÚA. EN FEBRERO'19 LLEGÓ AL 93% VS AL 84% DE FEB'18



Efecto Competencia **7%**

93% Caída Poder de Compra

FUERTE AUMENTO DE DESPIDOS DE PERSONAL EN COMERCIOS: EN FEB/19 LLEGÓ AL 59% VS 34% EN FEB/18



Despidieron **59%**

41% No despidieron

EL 65% DE LOS COMERCIANTES TIENE MALAS EXPECTATIVAS RESPECTO A SU FUTURO VS. UN 55% EN FEB/18. LAS POSITIVAS CAEN AL 1% VS EL 6% EN FEB/18



65% Mala

1% Buena

4. ANEXO

LAS VENTAS CAEN -52% EN FEBRERO/19 VS EL 41% DE FEB/18.

PRODUCTOS BÁSICOS COMO ALIMENTOS* CAEN AL -49% VS UN -40% EN FEBRERO/18.

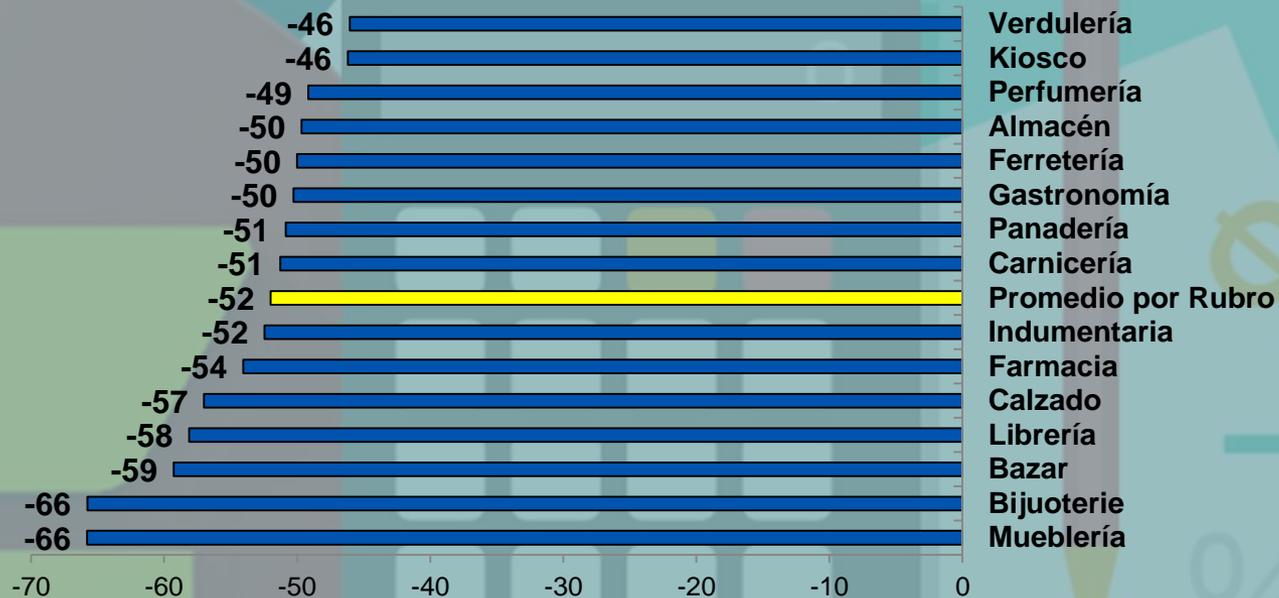
CADA VEZ PEOR.

Febrero 2019 / Febrero 2018

A. La caída de ventas continúa fuertemente : -52%

Indumentaria, farmacia, calzado, librería, bazar, bijouterie, 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

Febrero 2019 / Febrero 2018

B. En localidades como Virrey del Pino, Laferrere, Tapiales, Catán y Castillo, las fuertes caídas por menor poder de compra continúan siendo cada vez más notorias.

Ventas en La Matanza por Localidad - en %



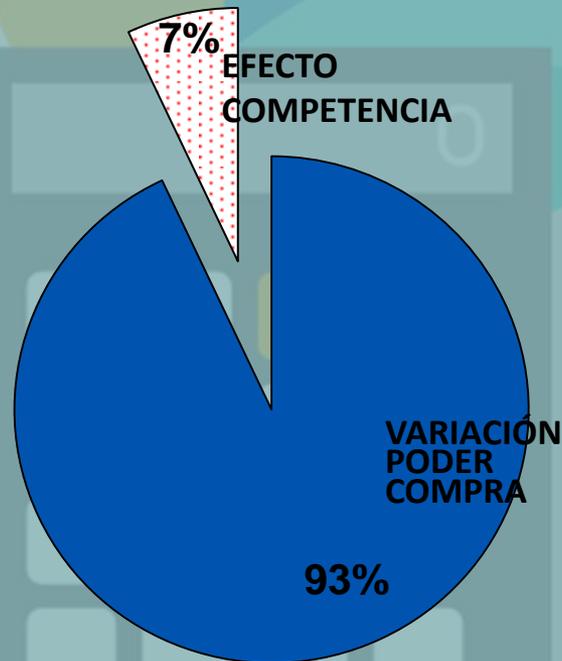
4. ANEXO

Febrero 2019 / Febrero 2018

- C. El 93% de los comerciantes dice que sus ventas bajan por el menor poder de compra de sus clientes, y el 7% por el «Efecto Competencia».

Motivos de la disminución de las ventas

Relevamiento Febrero 2019



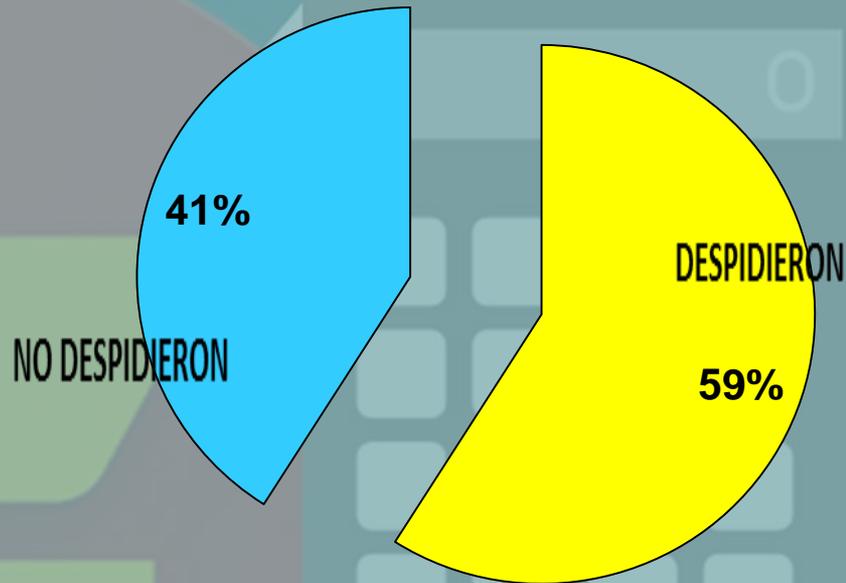
4. ANEXO

Febrero 2019 / Febrero 2018

- D. El 41% de los locales encuestados son atendidos por sus dueños y no tienen empleados. De los restantes locales visitados, el 59% tuvo que despedir personal en los últimos doce meses. Ese guarismo llegaba al 34% en Feb/18

Comercios que realizaron despidos de personal

Relevamiento Febrero 2019



4. ANEXO

Febrero 2019 / Febrero 2018

E. La incertidumbre y el pesimismo continúan predominando y caen las expectativas positivas. El 65% de los comerciantes tiene malas expectativas respecto a su futuro vs el 55% de Feb/18. Apenas el 1% cree que la situación será buena en los próximos tres meses. En Feb/18 este guarismo era del 6%.

Expectativas de los Comerciantes

Relevamiento Febrero 2019

