

Departamento de Investigaciones Económicas y Sociales San Martín 2819 – CP (S3000SFI)
Santa Fe – Argentina Tel: (0342) 4558578 - E – mail: dies@centrocomercialsf.com.ar

RELEVAMIENTO VENTAS FEBRERO 2019

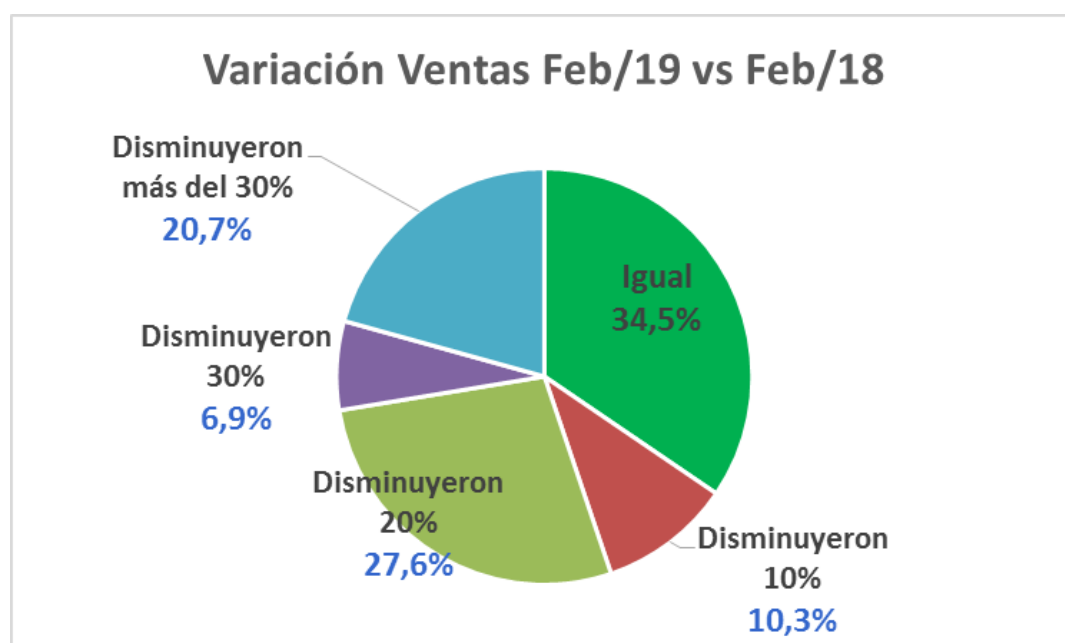
Comparación interanual

Al realizar las habituales encuestas al comercio minorista local sobre el comportamiento de las ventas en la ciudad de Santa Fe, comenzamos con las comparaciones interanuales, es decir el mes de **Febrero 2019**, con respecto a Febrero 2018.

Debemos reconocer que, al poner en contexto la situación económica general, las respuestas obtenidas no generaron muchas sorpresas de nuestra parte, por cuanto la actividad continúa notoriamente deprimida, mostrando índices de caída constantes y permanentes en el tiempo.

Recordamos que en el relevamiento anterior, correspondiente a Enero/19, había llamado la atención la inexistencia de comercios que *vendieron más* o que *vendieron igual*, limitándose ese informe a mensurar las caídas, por cuanto todos los comercios consultados habían respondido haber *vendido menos*.

En esta oportunidad, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, por lo menos reapareció la franja de aquellos que *“vendieron igual”* que hace un año, es decir que, a pesar de la coyuntura, sostuvieron niveles de ventas interanuales.



Se advierte que un **34,5%** reconoció ventas similares a Febrero/18, y un **65,4%** declaró haber vendido menos, aunque en distintos porcentajes de caídas, llegando incluso un **20,7%** a informar caídas de más de 30% en su comparación interanual.

Entre los comentarios recibidos, se destacan:

- ✓ *El mes comenzó bien, pero luego volvieron a paralizarse las ventas;*
- ✓ *Los consumidores (que pueden hacerlo) priorizan el pago en efectivo, en detrimento del uso de Tarjetas de Crédito, más aún en cuotas (por los recargos), y con el objetivo de acceder a descuentos.*
- ✓ *Los consumidores siguen siendo cautos a la hora de tomar decisiones de compra, buscando precios u ofertas;*
- ✓ *Continuaron las fuertes acciones de promoción, liquidaciones, ofertas, etc. por parte de los comerciantes, aún resignando rentabilidad.*

Expectativas para próximos meses

Consultados acerca de sus expectativas para el corto plazo, es decir para los próximos meses, las respuestas fueron las siguientes:

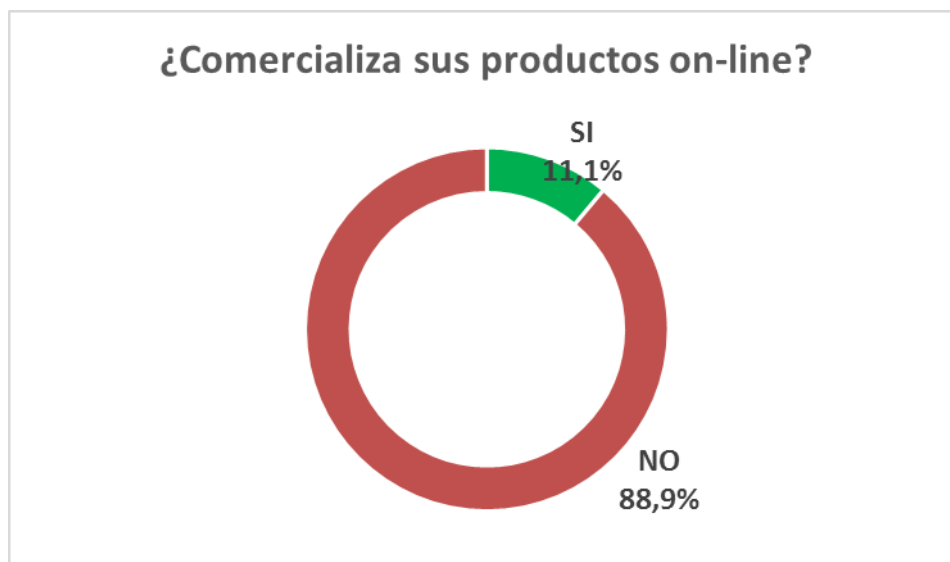


Se advierte que la respuesta predominante (**49,6%**) fue que “*se mantendrán*”, aclarando que, en tal caso, los niveles de ventas esperados continuarán deprimidos como en la actualidad, interpretándose como la resignación y aceptación de un “*amesetamiento*” de la actividad.

Un **11,7%** prefiere no arriesgar pronósticos (señal de incertidumbre); un **16,8%** cree que podrán incrementarse (algunos comercios vinculados a sus ventas “*de temporada*”) y un **21,9%** cree que continuarán descendiendo.

Comercialización on line

Habiendo advertido el desarrollo y crecimiento de los negocios on line, en esta oportunidad consultamos si realizaban comercialización on line de sus productos, obteniéndose estas respuestas:



Advertimos que el porcentaje de comercios que aún no ha ingresado a esa modalidad es considerable (**88,9%**) confirmando de tal manera que es un aspecto a tener en cuenta muy especialmente por cuanto es la tendencia que se está manifestando claramente en la actualidad aunque -como ya lo expresamos- creemos que debe generar una especie de “nueva Unidad de Negocios”, para complementar y no para reemplazar o sustituir la actividad de las tiendas tradicionales.

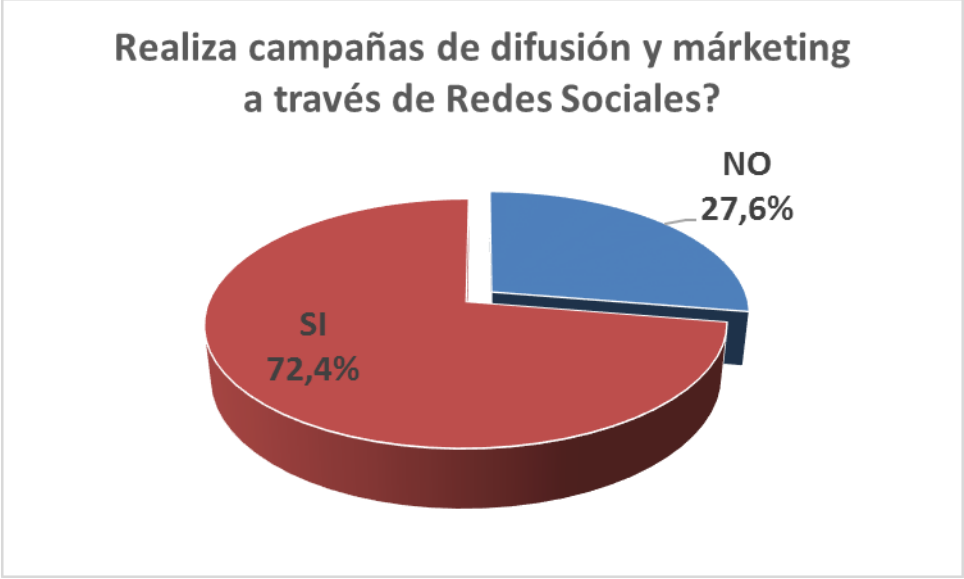
Entre las causas esgrimidas por aquellos comerciantes que aún no han ingresado en esta operatoria, sobresalieron nítidamente las siguientes respuestas:

- ✓ *Falta de recursos*
- ✓ *Carencia de personal especializado para atender esa franja*
- ✓ *Falta de organización interna para la gestión*

En este punto cabe recordar que nuestra Entidad cuenta con una plataforma gratuita y profesionales especializados para brindar apoyo al comercio pyme.

Actividad en Redes Sociales

Contrariamente a lo analizado en el punto anterior, cuando consultamos si realizaban campañas de márketing o difusión de sus productos a través de Redes Sociales, las respuestas obtenidas fueron contundentes, como se muestra en el siguiente gráfico:



Vemos que un **72,4%** contestó afirmativamente, destacándose que (en todos los casos) hicieron mención a las mismas Redes Sociales: Instagram y Facebook.

Santa Fe, Marzo de 2019