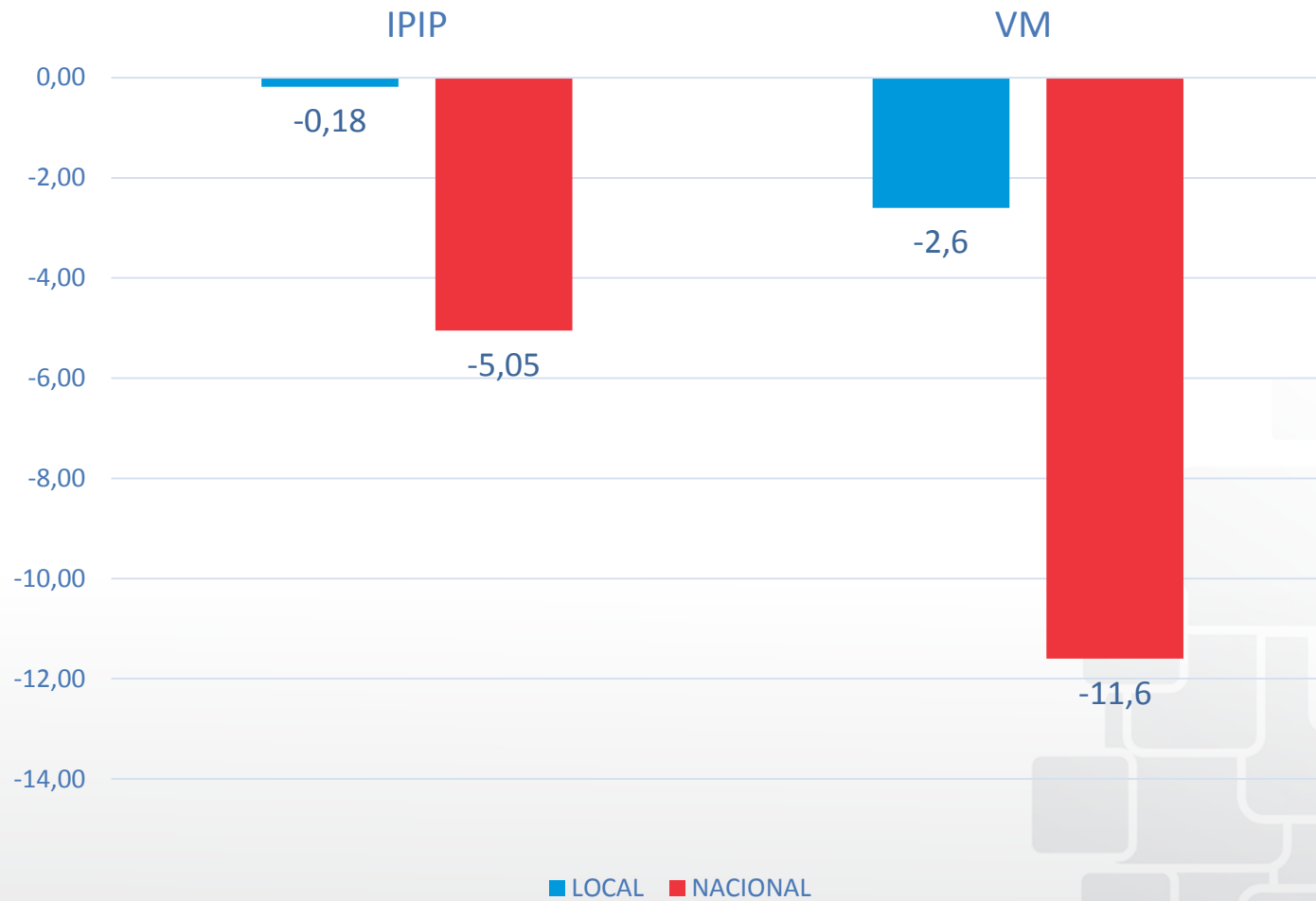




ESTADÍSTICAS ENERO 2019



ENERO



La producción de la Industria Pyme, mostro una disminución del 0,18% a nivel local, en tanto a nivel nacional la misma fue del 5,05%

Los empresarios sostienen que la rentabilidad en su industria fue positiva aunque menor que la esperada con respecto al año anterior. El sector no tuvo un buen inicio de año. En el mes de enero se registraron bajas en la producción de las diferentes pymes de la ciudad.

No obstante, en general consideran que las ventas aumentarán y podrán invertir para mejorar su rentabilidad mensual.

En cuanto a la capacidad instalada esta a un nivel del 80%.

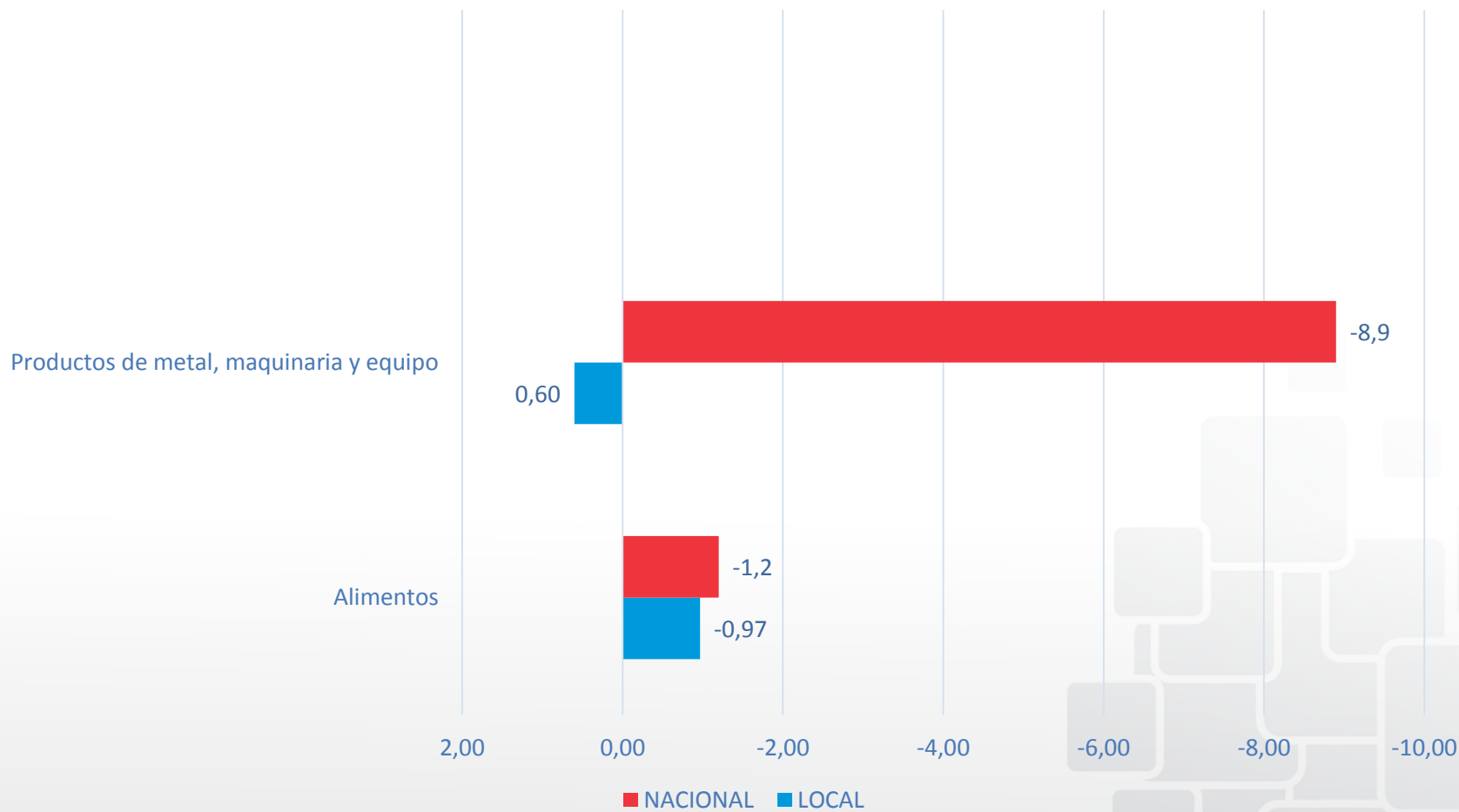


En cuanto a las posibles medidas que se pueden impactar positivamente en la reactivación de los distintos sectores se mencionaron las siguientes:

- Política económica estable, ya que la volatilidad ésta afecta tanto a las propias pymes como a la población de los alrededores.
- Acceso a financiamiento con tasas preferenciales para pymes.
- Generación de nuevos puestos de trabajo en lugar de planes sociales.
- Adecuar el costo de ingresos brutos.
- Disminuir costos laborales y reducir de tasa de interés.

Las bajas más acentuadas en la comparación anual se dieron en “Productos de metal, maquinaria y equipo” (8,9%), y “Alimentos y Bebidas” (1,2%). Sin embargo, localmente no hubo tanto impacto ya que en “Productos de metal, maquinaria y equipo” (0,6%), y “Alimentos y Bebidas” (0,97%).

IPIP - ENERO



Las Ventas Minoristas presentaron una disminución de 2,6% en la ciudad y 11,6% en el país

- En “Alimentos y Bebidas”, las ventas bajaron un 2,9% debido a la época de vacaciones. En consecuencia, los comerciantes buscaron alternativas como ofertas, busca de otros proveedores y la compra de otras mercaderías y marcas alternativas. Con respecto al porcentaje nacional, el índice local se encuentra 2,04% por encima del nacional.
- En “Bazar y regalos”, las ventas cayeron un 2,9% dado que hubo fuertes olas de calor y por el período de vacaciones. Las medidas que tomaron los comerciantes al respecto fueron la de publicitar más su local y productos, y además ofrecer descuentos. En cuanto al índice nacional, el porcentaje local tiene un 10,94% por encima del nacional.

- En “Bijouteri”, las ventas aumentaron un 0,7% aunque lo esperado por los comerciantes era un aumento mayor con respecto al año anterior, el bajo aumento pudo darse por la época de vacaciones. En consecuencia, los comerciantes implementaron la venta por redes sociales e inversión en el local. Con respecto al porcentaje nacional, las ventas locales aumentaron y las nacionales bajaron un 14,9%.
- En “Calzado y marroquinería”, las ventas disminuyeron un 2,1% por un lado hay comerciantes que sufrieron más ésta caída debido al corte del tránsito sobre su calle debido al arreglo de esta y por las vacaciones. En otros casos, las ventas fueron satisfactorias por la época post fiestas y vacaciones.
- Las medidas tomadas para el aumento de ventas fueron: la implementación del posnet y la venta de mercadería más económica. En cuanto al índice nacional, las ventas bajaron un 14,8%, lo cual nos ubica un 12,7% por encima.

- En “Deportes”, las ventas cayeron un 5,7%, en consecuencia, al período de vacaciones. Debido a esto los comerciantes implementaron el uso de redes sociales, promociones, ofertas y descuentos. El porcentaje nacional cayó un 7,5%, comparado al local, nos encontramos un 1,8% por encima del nivel nacional.
- En “Electrodomésticos, artículos electrónicos, de computación y celulares”, las ventas se redujeron un 3,21% en la comparación al año anterior a nivel local. Sin embargo, la situación es mejor que el nivel nacional donde las ventas cayeron un 9,25%. La pérdida de poder adquisitivo de las familias debido a la crisis económica frenó muy fuerte la venta de los productos electrónicos. Para mejorar el volumen de ventas, los comercios aplican descuentos y ofertas a través de la venta online en sus páginas webs.

- En “Farmacia, Perfumería y Cosmética”, hubo un descenso de ventas del 2,85% en relación con el año 2018. En comparación con el volumen de ventas a nivel nacional, el cual disminuyó un 11, 8%, la situación local es más favorable. Uno de los motivos principales de esta baja es el aumento de los medicamentos para los adultos mayores, cuya obra social no cubre al 100%. Sin embargo, en temporada de vacaciones hubo un leve incremento de ventas.
- En “Ferreterías y materiales eléctricos” se produjo una reducción notable del 5,71% de las ventas a nivel local y 8,9% a nivel nacional en el período 2018/2019. Durante este período se vendieron artículos de temporada y hubo ventas recesivas. Los comerciantes locales para hacer frente a este descenso aplican cambios en las ofertas de ventas y controles más específicos en las compras.

- En “Joyería y Relojería” las ventas nacionales sufrieron un gran descenso durante el período 2018/2019 del 11,8%, lo cual afectó a los comercios locales, alcanzando un 2,14% en volumen de ventas. Para revertir esta situación, muchos comerciantes aplican descuentos e incorporan el uso de posnet.
- En “Juguetería y artículos escolares” las ventas disminuyeron un 8,3% a nivel nacional con respecto al año anterior, mientras que en los comercios locales la baja en ventas tuvo una retracción del 3,5%. Solo en el inicio escolar, las ventas alcanzaron valores aceptables. Para mejorar esta situación, los comerciantes de la ciudad buscan optimizar los precios mediante el cambio de proveedores, aumentar la publicidad a través de las redes sociales y realizar recorte de personal.

- En “Muebles de oficina y hogar”, las ventas disminuyeron un 2,1% tanto por la economía a nivel país como también por la época del año (vacaciones). Se implementó la venta online para lograr una mayor llegada al público como medida para contrarrestar la situación. Las ventas a nivel nacional bajaron un 14,3%, en comparación al local nos encontramos un 12,2% por encima.
- En “Materiales para la construcción”, la venta no tuvo variación debido que la población siempre está en continua construcción ya sea de viviendas o lugar de trabajos, así como también arreglos constantes. A nivel nacional la venta cayó un 10%.

- En “Neumáticos y repuestos de autos y motos”, las ventas a nivel local en este caso se mantuvieron, debido a que la población busca constantemente mantener en condiciones su medio de transporte que puede ser tanto familiar como también una herramienta de trabajo. Se ha notado que hubo reemplazo por marcas sustitutas de menor costo, pero aun así las ventas siguieron. A nivel nacional las ventas cayeron un 12,1%.
- En “Ropa de cama y textil”, las ventas a nivel local cayeron un 1,6% a comparación del nacional que cayó un -11,3%. Esto puede deberse a la crisis a nivel país.
- En “Indumentaria y lencería”, las ventas a nivel local bajaron un 3,6% a comparación de las nacionales que cayeron un 10,6%. Esto puede deberse a la época de vacaciones. Las implementaciones para mejorar son las publicaciones en redes sociales y descuentos en pago efectivo.

VM - ENERO

