

OBSERVATORIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL OBSERVATORIO DE COMERCIOS

Febrero
2018

¿QUE ES EL OBSERVATORIO DE ACTIVIDAD COMERCIAL?

El Observatorio Comercial tiene como objetivo monitorear la actividad comercial de la ciudad de Córdoba, y así poder contar con información actualizada para el sector, a partir de la perspectiva de los diferentes actores que intervienen en el sector: empresarios, comerciantes, consumidores ; como así también evaluar los otros factores políticos, sociales y económicos que intervienen en la dinámica comercial.

Desarrollado por la consultora GRACIA DAPONTE, de manera exclusiva para la Cámara de Comercio de Córdoba y con financiamiento de ADEC a través del Fondo de Promoción de la Economía Local y Competitividad.

El Programa Anual incluye la realización de mediciones mensuales sobre el universo de comercios de ciudad de Córdoba, incluyendo las efemérides centrales.

A continuación se presentan resultados de la medición realizada para Febrero de 2018

METODOLOGÍA / FICHA TÉCNICA

- **Universo:** Comercios minoristas de la Ciudad de Córdoba.
- **Diseño Muestral :** Probabilístico. Polietápico. Por Conglomerado. Estratificado por sector y zona.
- **Elemento Muestral:** Dueños, socios o responsables del comercio.
- **Tamaño de la Muestra:** 150 casos efectivos en cada medición.
- **Técnica de Recolección e Instrumento:** Medición Febrero 2018 / Encuesta Telefónica . Cuestionario Semi Estructurado.

Sector / Rubro	Part %
Indumentaria/Calzado	16,0%
Jugueterías/Regalería y bazar	13,0%
Supermercados y Almacenes	13,0%
Electro/informática/Telefonía	10,0%
Ferreterías y afines	9,0%
Farmacia y Perfumería	7,0%
Librería	7,0%
Mueblerías y Colchonerías	6,0%
Neumáticos/Autos	5,0%
Gastronomía	4,0%
Otros	4,0%
Joyería	3,0%
Óptica	3,0%
TOTAL	100%

HIGHLIGHTS

LA ACTIVIDAD COMERCIAL DURANTE EL MES DE FEBRERO DE 2018 SE UBICÓ POR DEBAJO DE LOS RESULTADOS CONSEGUIDOS EL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

LA EVOLUCIÓN NETA INTERANUAL DE LA ACTIVIDAD FUE NEGATIVA REGISTRANDO UNA CAIDA DEL -1,7% (EN VOLUMEN)

43,3% DE LOS COMERCIOS DECLARAN QUE SU ACTIVIDAD TUVO UNA DISMINUCIÓN INTERANUAL EN VOLUMEN DURANTE ESTE PERÍODO

EL TICKET PROMEDIO FUE DE \$956

REGISTRANDO UN INCREMENTO DEL 4,8% RESPECTO AL INDICADOR DEL MES ANTERIOR

**6 DE CADA 10 OPERACIONES SE RESOLVIERON A TRAVÉS DE MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS:
Crédito + Débito.**

SE MANTIENEN LAS EXPECTATIVAS POSITIVAS PARA EL PRÓXIMO AÑO: 50% DE LOS COMERCIANTES CONSIDERA QUE LA ACTIVIDAD SERÁ MEJOR EN 2018, AUNQUE EL INDICADOR RETROCEDE 3 PUNTOS PORCENTUALES RESPECTO AL MES ANTERIOR.

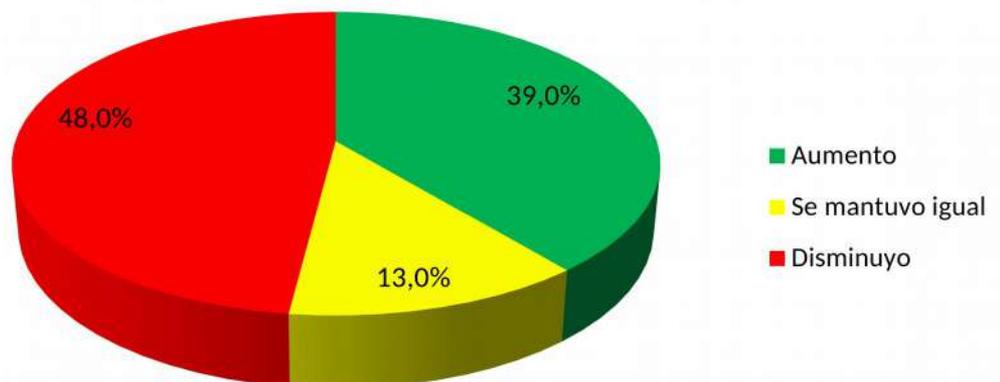
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS GENERALES

1. VOLUMEN DE VENTAS / EN UNIDADES

1.1 En relación al mes anterior

LA EVOLUCIÓN MENSUAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL PARA ESTE PERÍODO FUE POSITIVA:
CON UN CRECIMIENTO DEL 0,5%

5 DE CADA 10 COMERCIOS RECONOCEN HABER AUMENTADO O MANTENIDO SU
VOLUMEN DE VENTAS (EN UNIDADES)

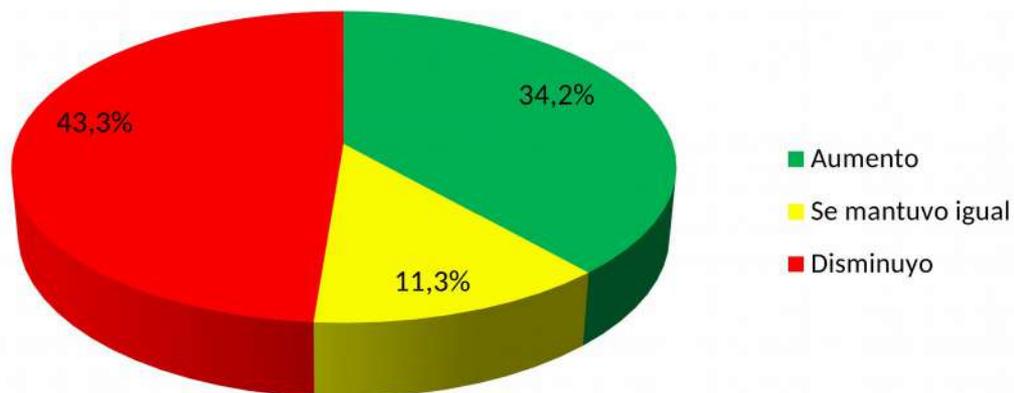


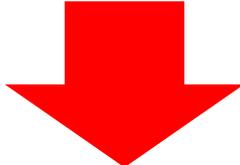
 +0,5%

1.2 Interanual En relación al mismo mes del año anterior

**LA EVOLUCIÓN INTERANUAL PARA EL MES DE FEBRERO FUE NEGATIVA,
REGISTRANDO UNA CAIDA DEL 1,7% (en volumen)**

**MAS DEL 40% DE LOS COMERCIOS RECONOCEN HABER DISMINUIDO EL VOLUMEN
DE VENTAS EN UNIDADES PARA ESTE PERÍODO**

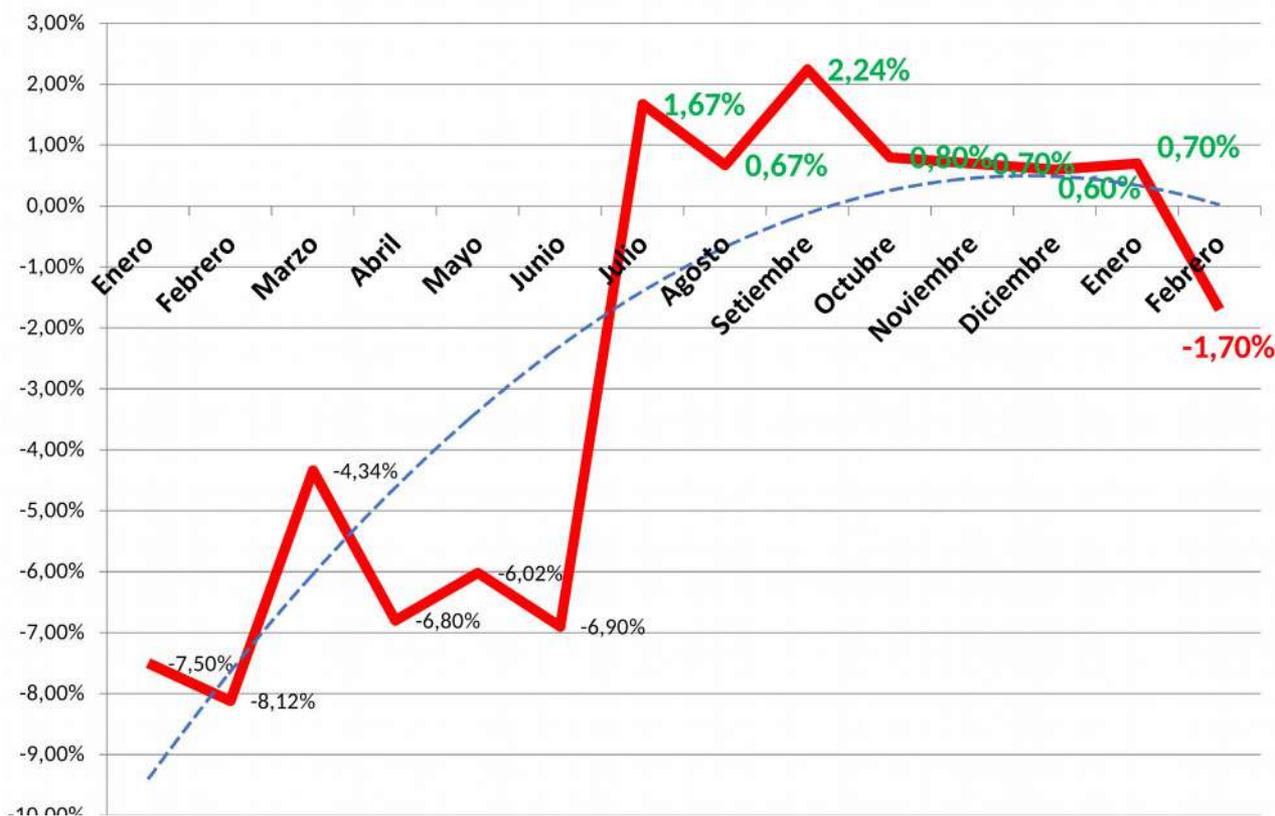


 **-1,7%**

EVOLUCIÓN 2017-2018

Variación interanual de las ventas en unidades/volumen

SE DETIENE LA EVOLUCIÓN POSITIVA REGISTRADA EN LOS ÚLTIMOS 7 MESES, LUEGO DEL PICO ALCANZADO DE SETIEMBRE DE 2017



2. FACTURACIÓN Intermensual e Interanual

LA EVOLUCIÓN MENSUAL DE LAS VENTAS EN \$ PARA EL SECTOR,
MOSTRÓ UN RESULTADO POSITIVO : 2,5%

 +2,5%

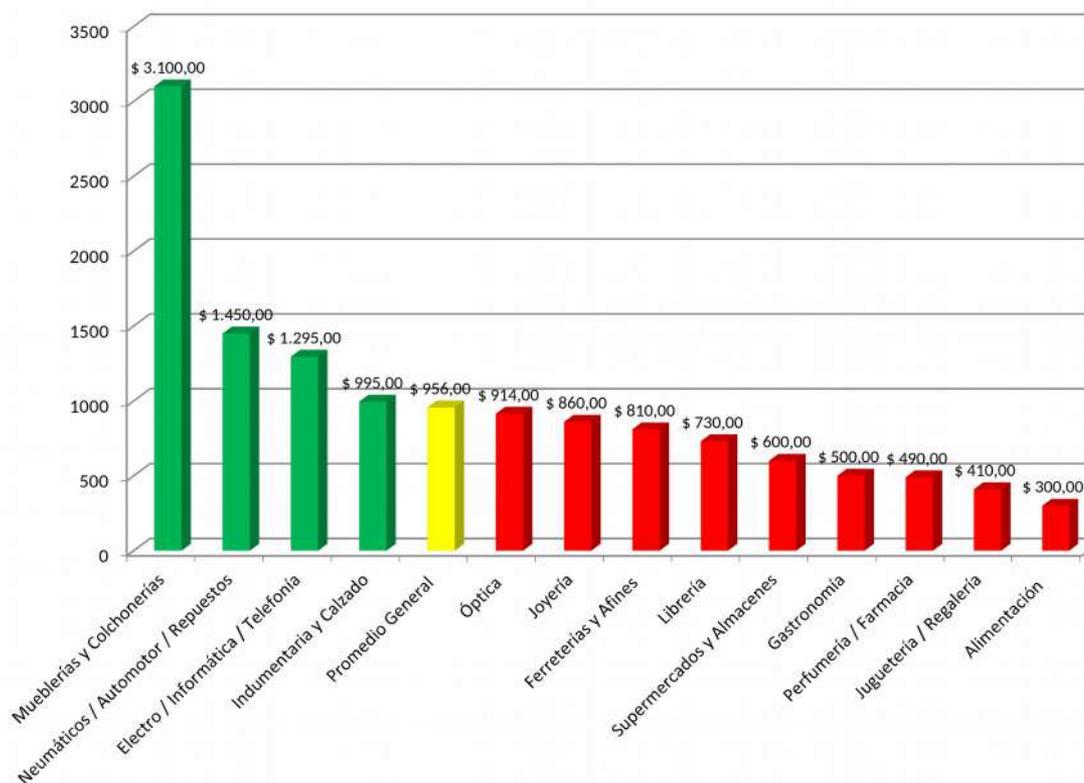
A NIVEL INTERANUAL LA FACTURACIÓN REGISTRÓ
UN CRECIMIENTO DEL 12,5%

 +12,5%

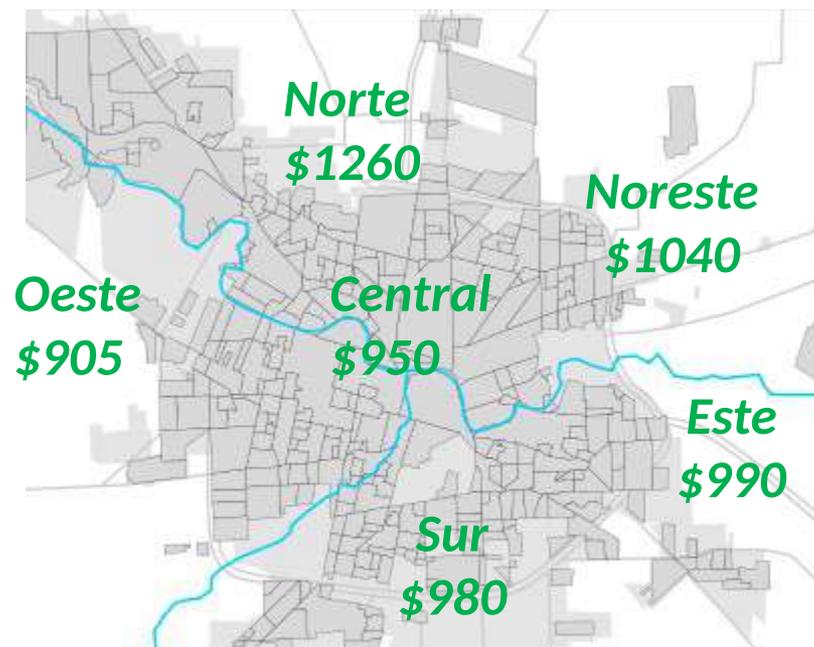
3. TICKET PROMEDIO

SE UBICÓ EN \$956, UNA VARIACIÓN DEL 4,8% RESPECTO AL MES ANTERIOR

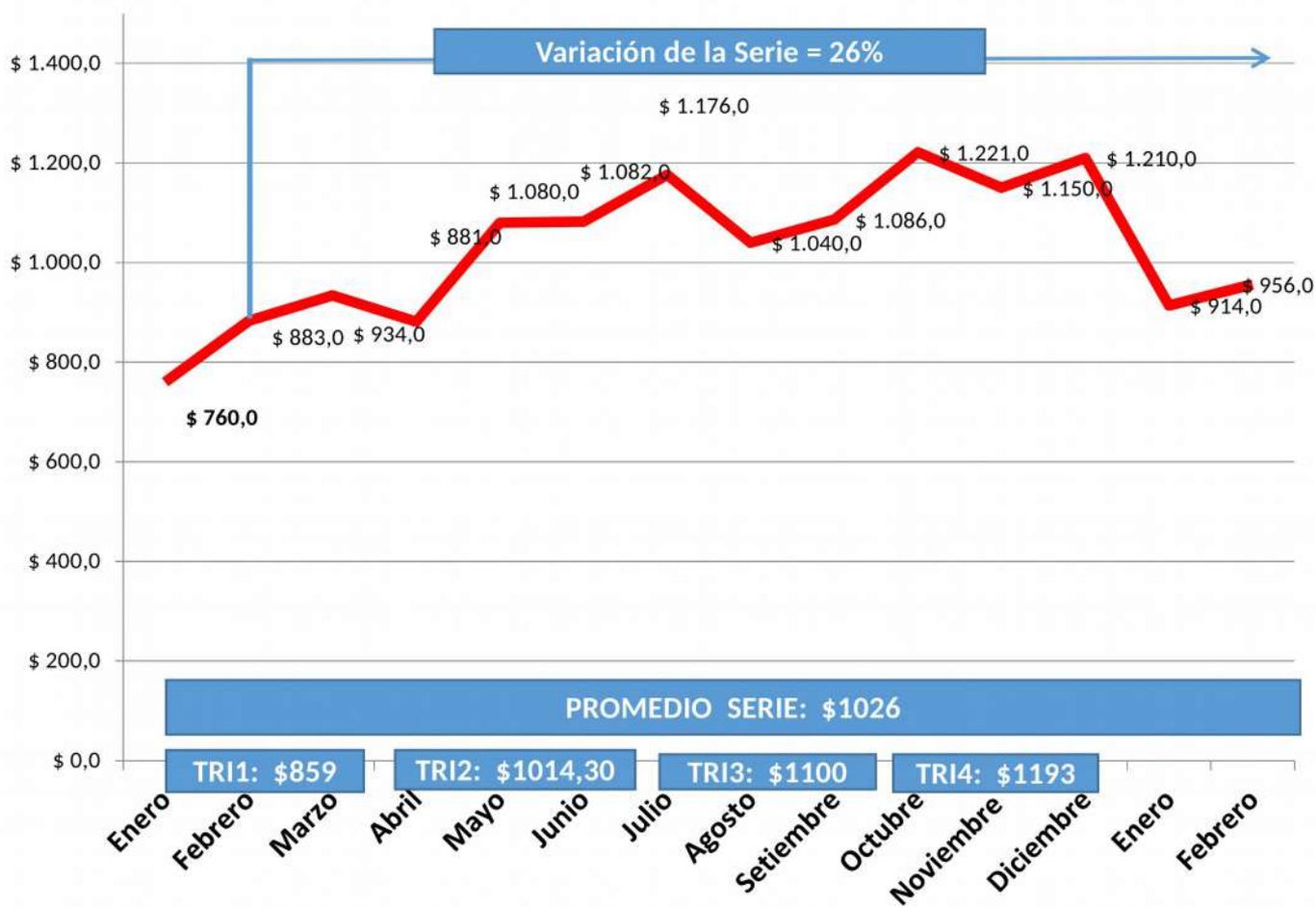
MUEBLERÍAS - COLCHONERÍAS, NEUMÁTICOS Y ELECTRO - TECNOLOGÍA FUERON LOS TRES RUBROS CON MAYOR TP CON VALORES QUE SE UBICARON POR ENCIMA DE LOS \$1200



**EL TICKET PROMEDIO POR CORREDOR
SE ORGANIZÓ DE LA SIGUIENTE MANERA:**

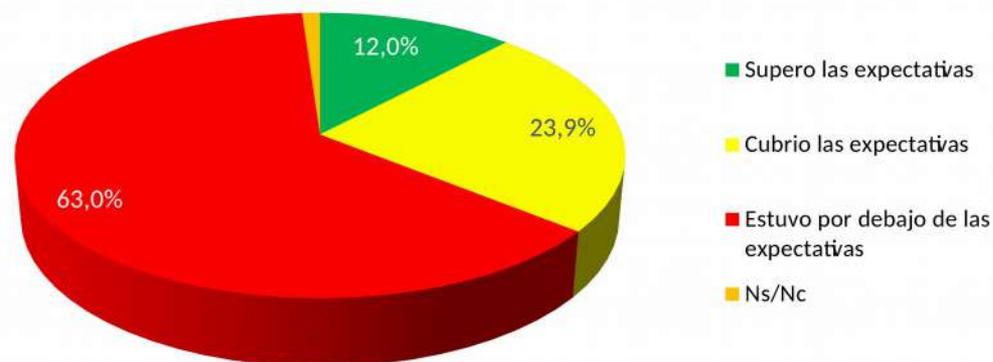


EVOLUCIÓN 2017-2018 Ticket Promedio General



4. EXPECTATIVAS DE VENTA

Desempeño de las ventas en FEBRERO en relación a sus expectativas

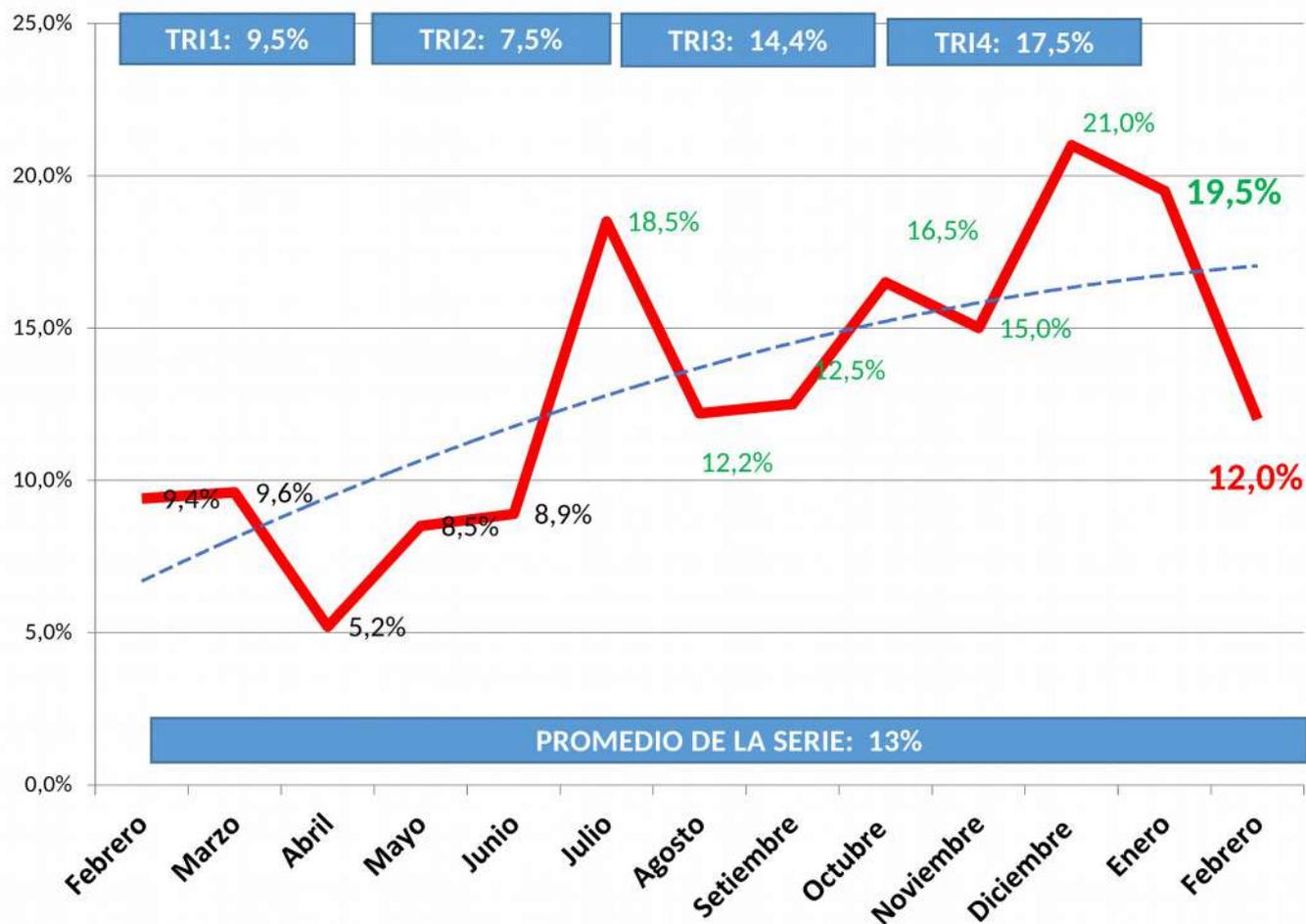


EL 40% DE LOS COMERCIOS CONSIDERÓ QUE LAS VENTAS DE ESTE MES CUBRIERON (28,3 %) O SUPERARON (12 %) SUS EXPECTATIVAS.

MIENTRAS QUE PARA 6 DE CADA 10 ENCUESTADOS LAS VENTAS ESTUVIERON POR DEBAJO DE SUS EXPECTATIVAS.

EVOLUCIÓN GENERAL

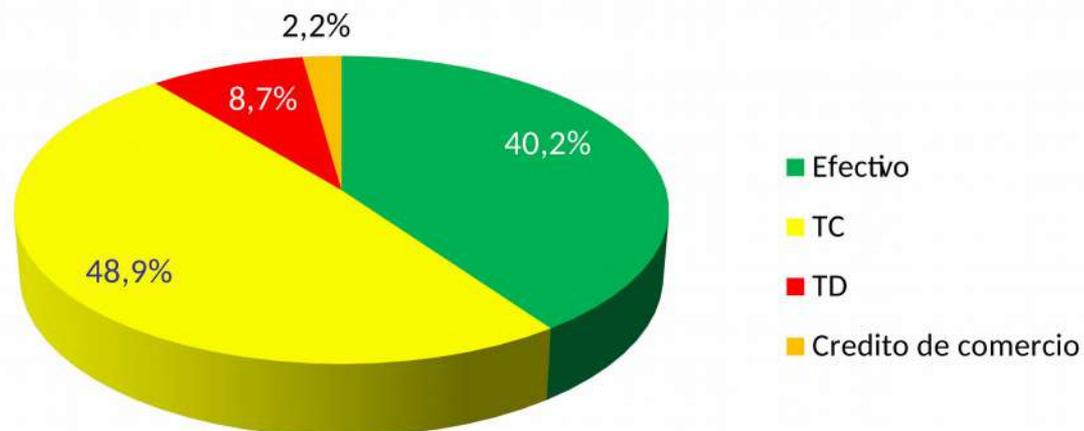
% de comercios que «Superaron su Expectativa de venta mensual»



5. FORMAS DE PAGO

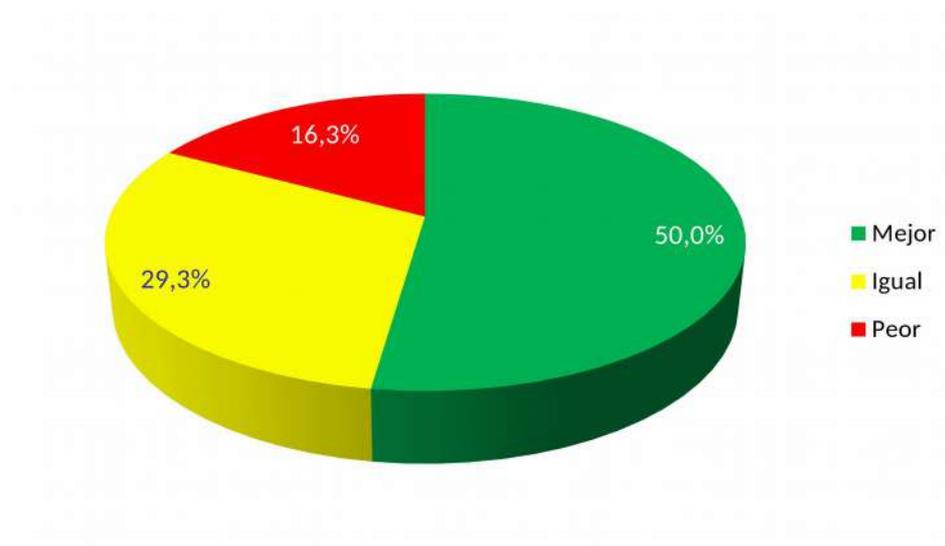
**CASI EL 58 % DE LAS COMPRAS SE EFECTIVIZARON A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS:
CRÉDITO + DÉBITO**

**EL EFECTIVO CONCENTRÓ EL 40% DE LAS OPERACIONES,
DISMINUYENDO SU PARTICIPACIÓN RESPECTO AL MES ANTERIOR**



6. EXPECTATIVAS

¿Cómo considera que va a ser este año en relación al año anterior?

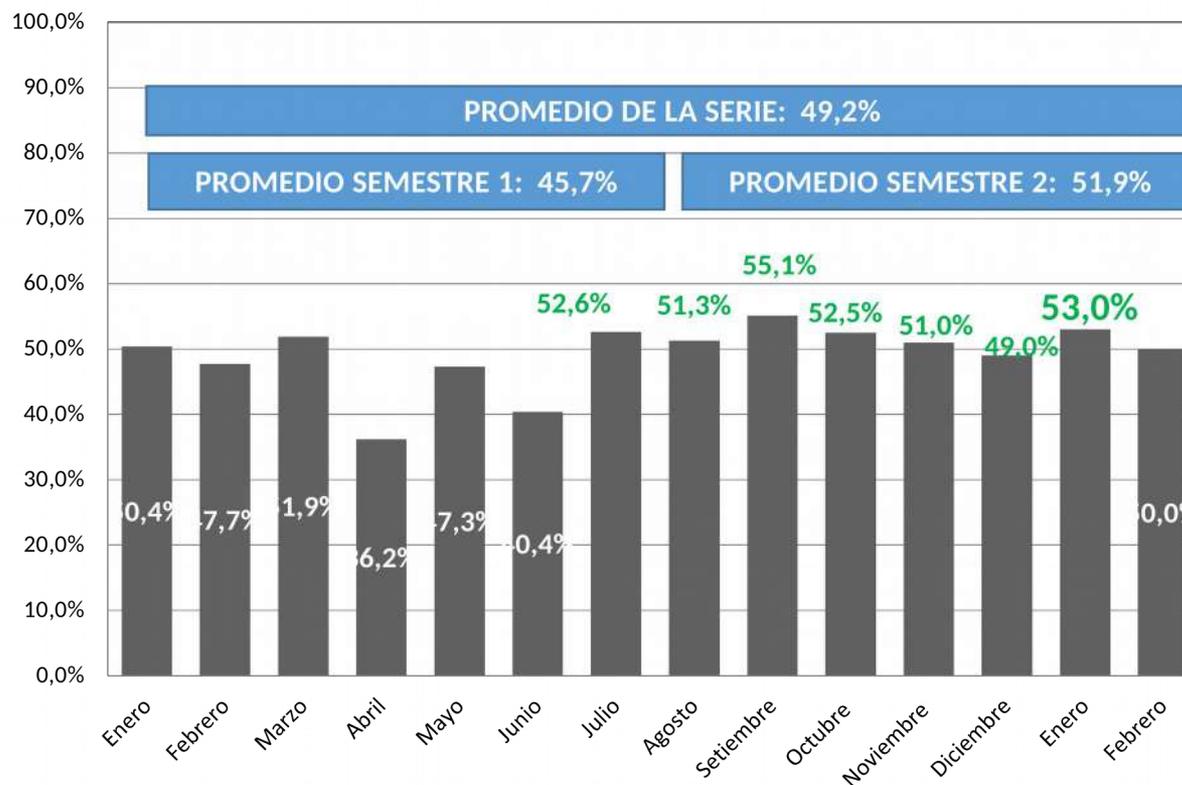


**SE MANTIENE ESTABLE EL % DE ENCUESTADOS CON EXPECTATIVAS POSITIVAS PARA EL CORTO PLAZO:
50% CONSIDERA QUE 2018 SERÁ MEJOR QUE 2017**

**SE INCREMENTA NUEVAMENTE EL % DE COMERCIOS CON UNA MIRADA NEGATIVA
SOBRE LA EVOLUCIÓN ANUAL (FEBRERO 16,3% vs ENERO 14,3%)**

SE SOSTIENE AÚN LA RECUPERACIÓN INICIADA EN EL MES DE JULIO DE 2017 CON VALORES SUPERIORES AL 49% EN EL INDICADOR, AUNQUE RETROCEDE 3 PUNTOS RESPECTO AL MES ANTERIOR.

Expectativa Corto Plazo "EL PRÓXIMO AÑO SERA MEJOR"





**MUCHAS
GRACIAS**