

OBSERVATORIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL MEDICIÓN COMERCIOS // Febrero 2017

¿QUE ES EL OBSERVATORIO DE ACTIVIDAD COMERCIAL?

El Observatorio Comercial tiene como objetivo monitorear la actividad comercial de la ciudad de Córdoba. Y tener disponible información actualizada para el sector, a partir de la perspectiva de los diferentes actores que intervienen en el sector: Empresario, comerciantes, consumidores y otros factores políticos, sociales y económicos que intervienen en la dinámica comercial

Desarrollado por GDA Grupo Integrado de Marketing, 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 la Navidad 2016.

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:** 310 casos efectivos en cada medición.
- **Margen de Error y Nivel de Confianza:** +/- 5% y 95.5%
- **Técnica de Recolección e Instrumento:** Medición de Febrero 2017 / Encuesta Telefónica . Cuestionario Semi Estructurado.

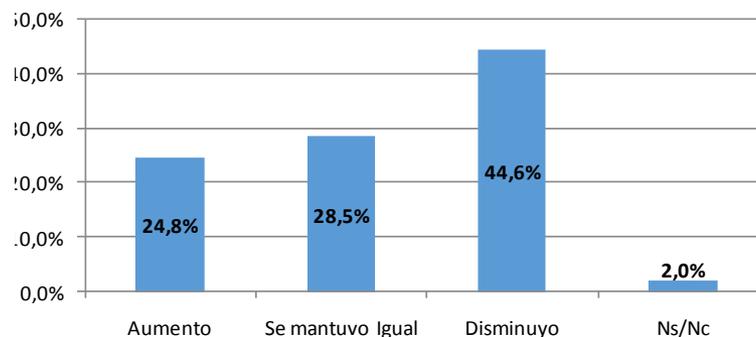
Sector/Rubro	Part.%
Indumentaria y Calzado	17,4%
Juguetería/Regalería/Bazar	10,7%
Supermercados y Almacenes	9,4%
Electro/informatica/Telefonía	9,1%
OTROS DE ALIMENTACIÓN (Heladerías-vinerías-dietéticas-etc)	8,1%
Mueblerías y Colchonerías	7,7%
Perfumería/farmacias	6,0%
Ferreterías y afines	5,7%
Gastronomía	5,4%
Neumáticos/Autos	5,0%
Librería	4,7%
Óptica	2,3%
Joyería	1,7%
Otros	6,7%
Total	100,0%

1. VOLUMEN DE VENTAS / EN UNIDADES

1.1 En relación al mes anterior

Volumen de Ventas

Feb17vs Ene 2017



 **-10.03%**

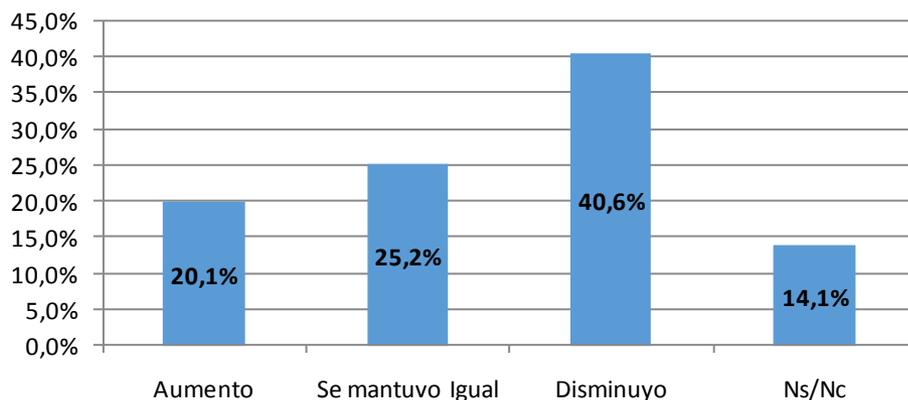
LA EVOLUCIÓN GENERAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN VOLUMEN, PARA EL MES DE FEBRERO 2017 EN COMPARACIÓN AL MES ANTERIOR FUE DE UN -10.03%

1.2 En relación al mismo mes del año anterior

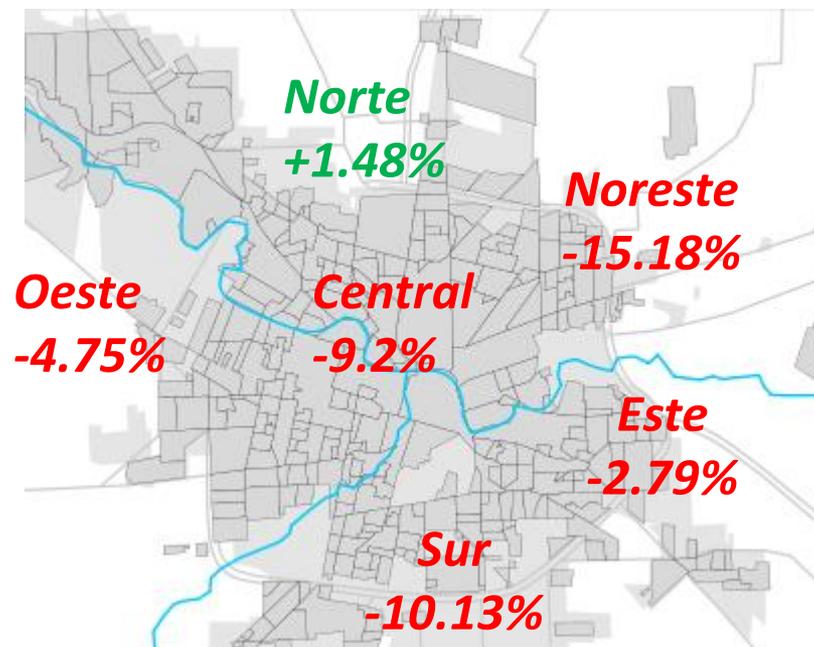
CASI 5 DE CADA 10 COMERCIOS RECONOCEN UNA CAÍDA EN EL VOLUMEN DE VENTAS EN FEBRERO DE 2017 EN COMPARACIÓN CON EL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

Volumen de Ventas

Feb17vs Feb 2016



 **-8.12%**



**LA EVOLUCIÓN POR CORREDORES MOSTRÓ DIFERENCIAS RELEVANTES
LA ZONA NORTE FUE LA QUE TUVO MEJOR EVOLUCIÓN CON UN +1.48 DE VARIACIÓN
INTERANUAL. MIENTRAS QUE EN LA ZONA SUR y NORESTE SE PRODUJO LA MAYOR
CONTRACCIÓN**

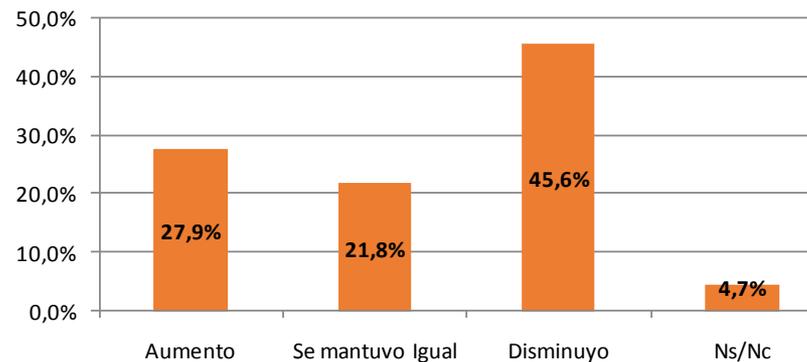
**Nota: Las Zonas Definidas se corresponden con la distribución de comercios
relevada por la CCC y SICFOS.**

2. FACTURACIÓN

2.1 En relación al mes anterior

Factuación

Feb 2017 vs Ene 2017



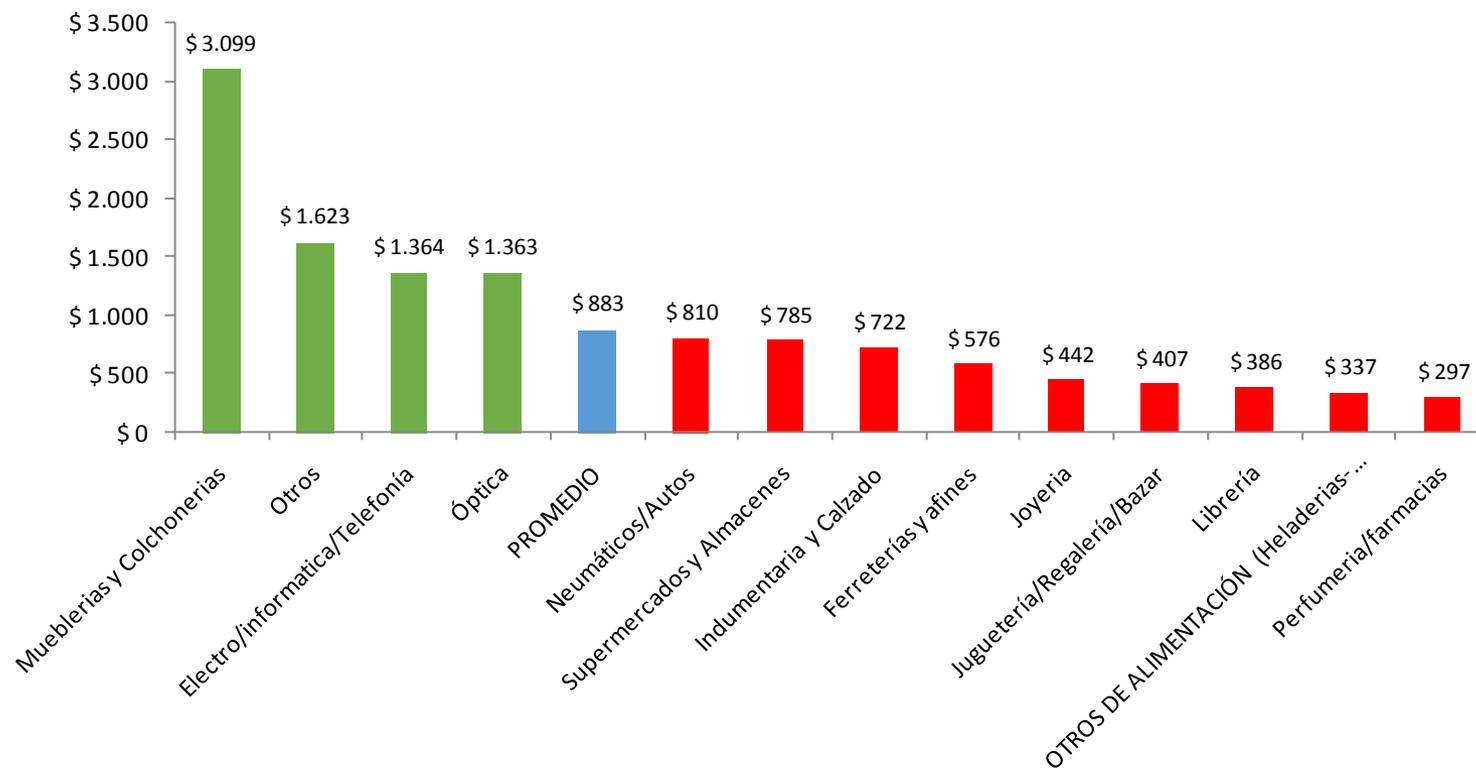
 -6.70%

2.2 En relación al mismo mes del año anterior



**TENIENDO EN CUENTA EL «EFECTO INFLACIÓN» A NIVEL INTERANUAL, EL VOLUMEN DE VENTA EN \$
MOSTRÓ UN CRECIMIENTO CASI DEL 15%**

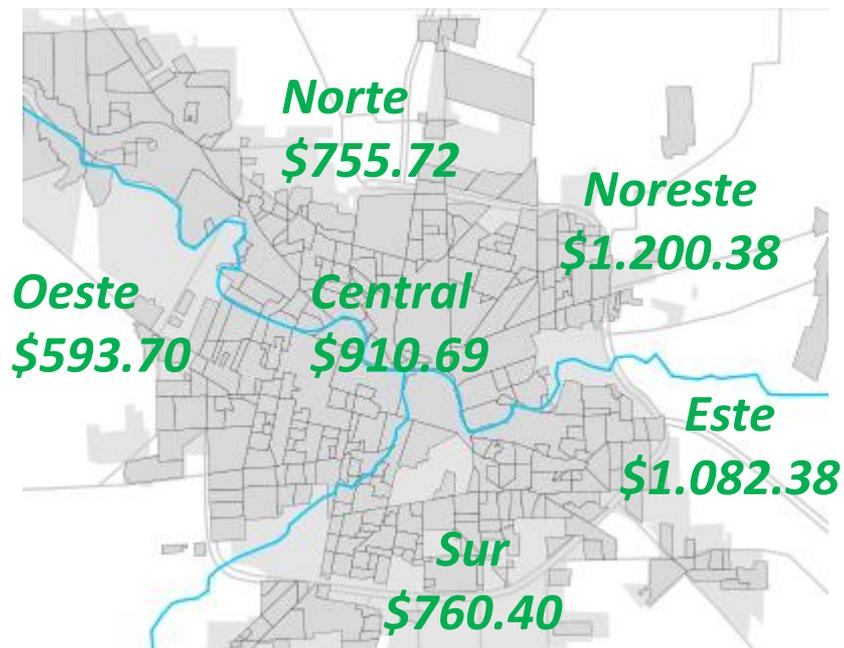
3. TICKET PROMEDIO



EL TICKET PROMEDIO SE UBICÓ EN \$883

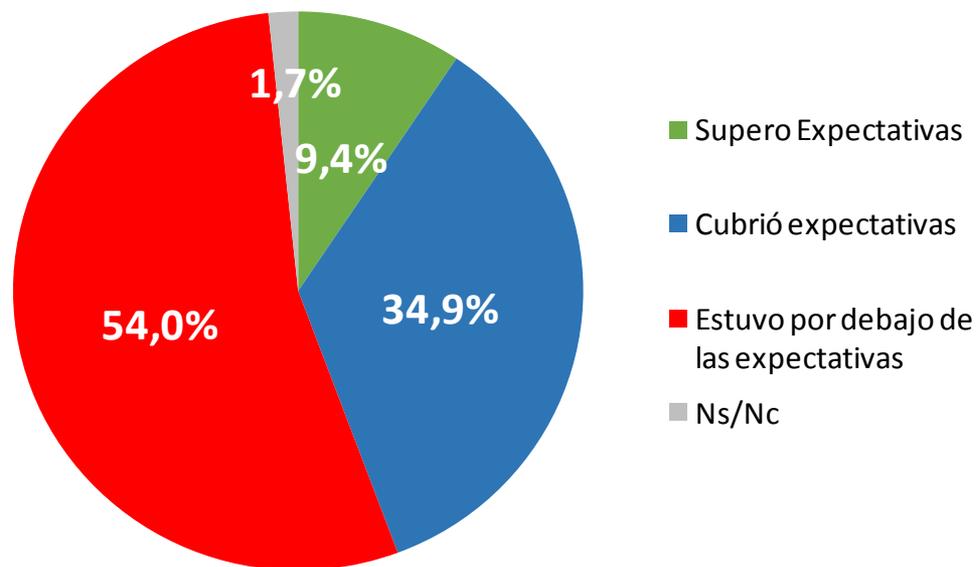
MUEBLERÍAS Y COLCHONERÍAS + ELECTRO /INFORMÁTICA /TELEFONIA Y OPTICA FUERON LOS DOS RUBROS CON MAYOR TP

EL TICKET PROMEDIO POR CORREDOR SE ORGANIZÓ DE LA SIGUIENTE MANERA



4. EXPECTATIVAS

Ventas en Febrero en relación a sus expectativas

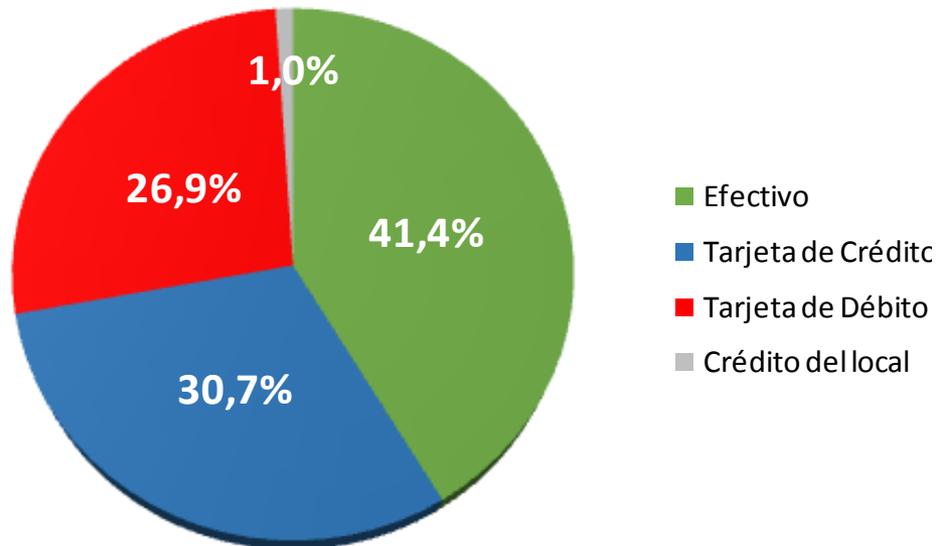


EL 54% DE LOS ENCUESTADOS CONSIDERÓ QUE LAS VENTAS DE ESTE MES ESTUVIERON POR DEBAJO DE LAS EXPECTATIVAS MIENTRAS QUE EN EL 35% LAS EXPECTATIVAS FUERON CUBIERTAS.

5. FORMAS DE PAGO

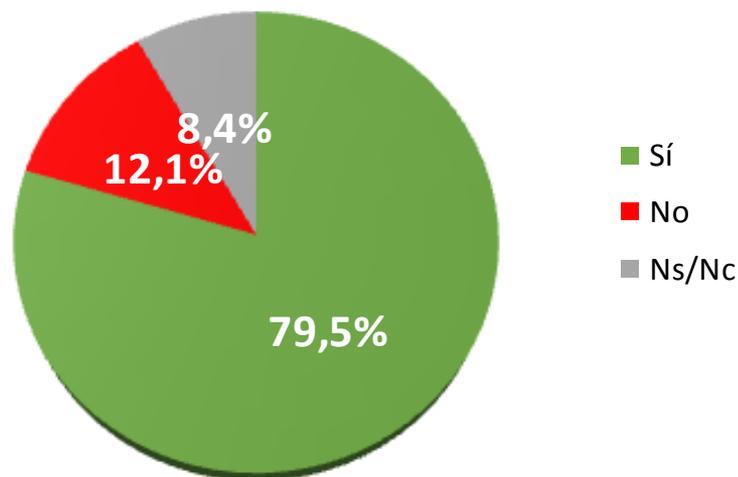
RESPECTO A LAS FORMAS DE PAGO: CASI EL 60% DE LAS COMPRAS SE EFECTIVIZARON A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS: CRÉDITO + DÉBITO

EL EFECTIVO CONCENTRÓ EL 41% DE LAS COMPRAS



6. PRECIOS TRANSPARENTES

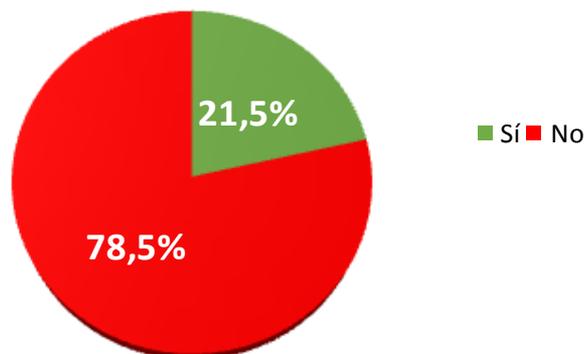
En su comercio se aplican las normativas
definidas para PRECIOS TRANSPARENTES?



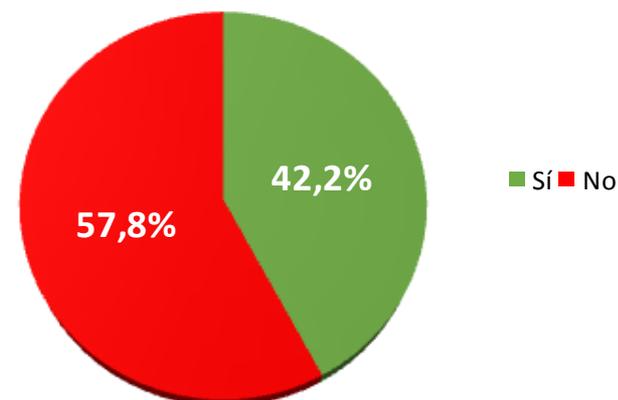
**8 DE CADA 10 COMERCIOS ENCUESTADOS APLICA LA NORMATIVA
DE «PRECIOS TRANSPARENTES»**

7. CALCULADORA CCC

Conoce CALCULADORA de PRECIOS
TRANSPARENTES desarrollada por la Cámara de
Comercio de Córdoba?



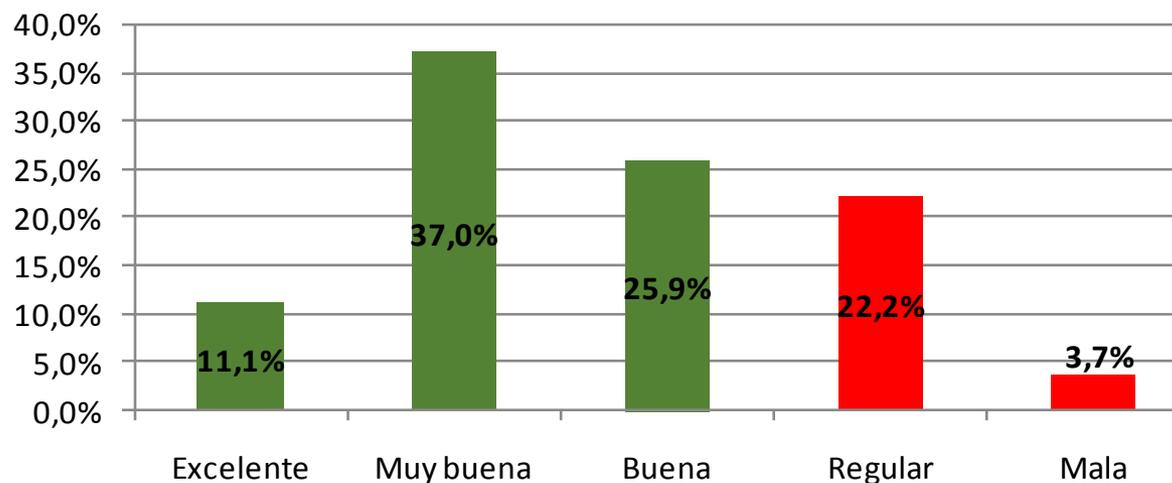
Ud. Usó la CALCULADORA DE PRECIOS
TRANSPARENTES?



EL 80% DE LOS COMERCIOS DESCONOCE LA HERRAMIENTA AL MOMENTO DE LA MEDICIÓN

**SOBRE EL UNIVERSO DE COMERCIOS QUE SI CONOCÍAN:
SE REGISTRÓ UNA BUENA TASA DE USO**

**¿Cómo califica la utilidad de esta
herramienta, Ud. diría que es excelente, muy
buena, buena, regular, mala o muy mala?**

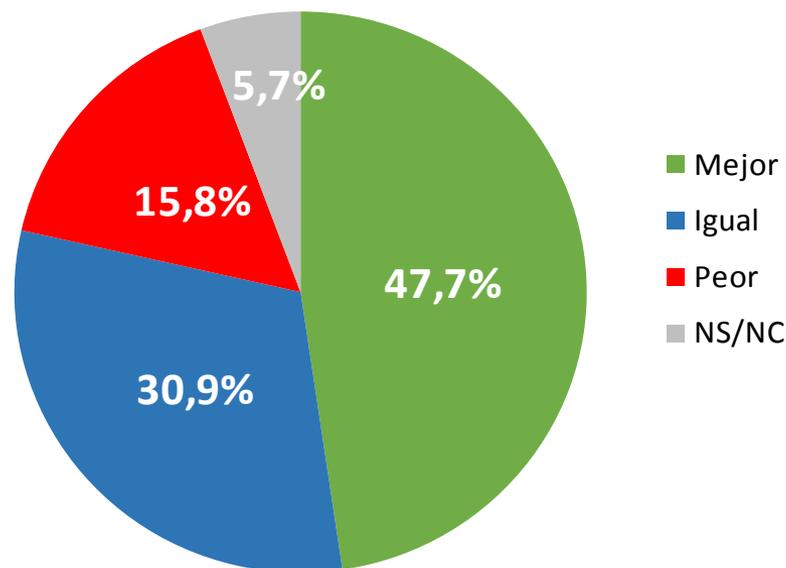


LA VALORACIÓN GENERAL SOBRE LA CALCULADORA ES MUY BUENA

75% DE LAS RESPUESTAS SE CONCENTRAN SOBRE LAS CATEGORÍAS POSITIVAS DE LA ESCALA

8. EXPECTATIVAS 2017 VS 2016

¿Cómo considera que va a ser el año 2017 en relación al 2016?



**SE MANTIENE AÚN UNA EXPECTATIVA POSITIVA CON LA EVOLUCIÓN DEL CORTO PLAZO
CASI EL 50% DE LOS COMERCIOS CONSIDERA QUE EL 2017 SERÁ MEJOR.**

**PERO HAY QUE TENER EN CUENTA LA PROPORCIÓN DE ENCUESTADOS QUE YA SE UBICAN EN EL
BLOQUE DE EXPECTATIVAS NEGATIVAS, QUE ASCIENDE AL 16%.**