

OBSERVATORIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL MEDICIÓN COMERCIOS // Abril 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.

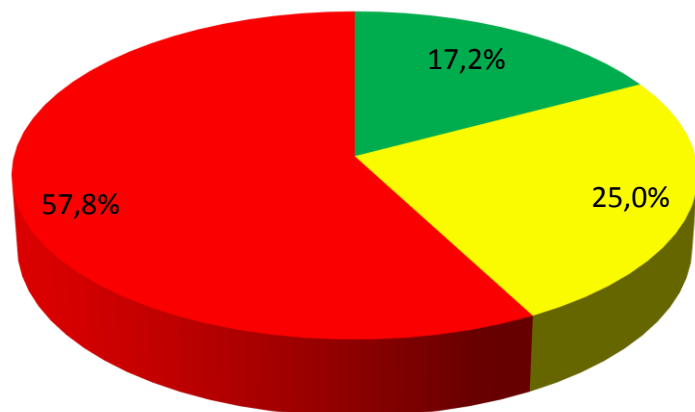
Sector / Rubro	Part %
Indumentaria/Calzado	14,7%
Supermercados y Almacenes	12,1%
Jugueterías/Regalería y bazar	9,5%
Electro/informatica/Telefonía	9,5%
Ferreterías y afines	9,5%
Farmacia y Perfumería	7,8%
Mueblerías y Colchonerías	6,9%
Librería	6,0%
Gastronomía	6,0%
OTROS DE ALIMENTACIÓN (Heladerías-vinerías-dietéticas-	5,2%
Joyería	4,3%
Neumáticos/Autos	3,4%
Óptica	1,9%
Otro	3,2%
TOTAL	100%

1. VOLUMEN DE VENTAS / EN UNIDADES

1.1 En relación al mes anterior

CASI 6 DE CADA 10 COMERCIOS RECONOCEN UNA CAÍDA EN EL VOLUMEN DE VENTAS EN UNIDADES EN ABRIL DE 2017 EN COMPARACIÓN CON EL MES ANTERIOR

LA EVOLUCIÓN GENERAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN VOLUMEN, PARA ESTE PERÍODO EN COMPARACIÓN AL MES ANTERIOR FUE DE UN -11.31%



- Aumento
- Se mantuvo igual
- Disminuyó
-

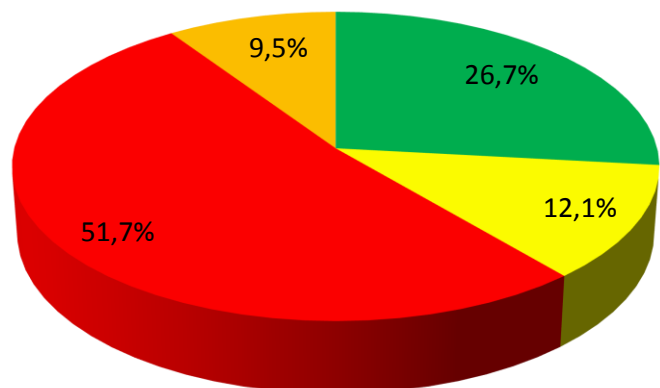


-11.31%

1.2 En relación al mismo mes del año anterior

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

LA EVOLUCIÓN INTERANUAL DEL SECTOR MINORISTA -EN UNIDADES- PARA ESTE PERÍODO FUE DE UN -6,8



- Aumento
- Se mantuvo igual
- Dsminuyo
- Ns/Nc

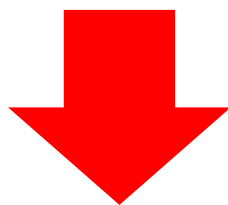


-6.8%

2. FACTURACIÓN

2.1 En relación al mes anterior


LA EVOLUCIÓN MENSUAL NETA DE VENTAS EN \$ PARA EL SECTOR,
FUE DE UN -8%



-8.33%

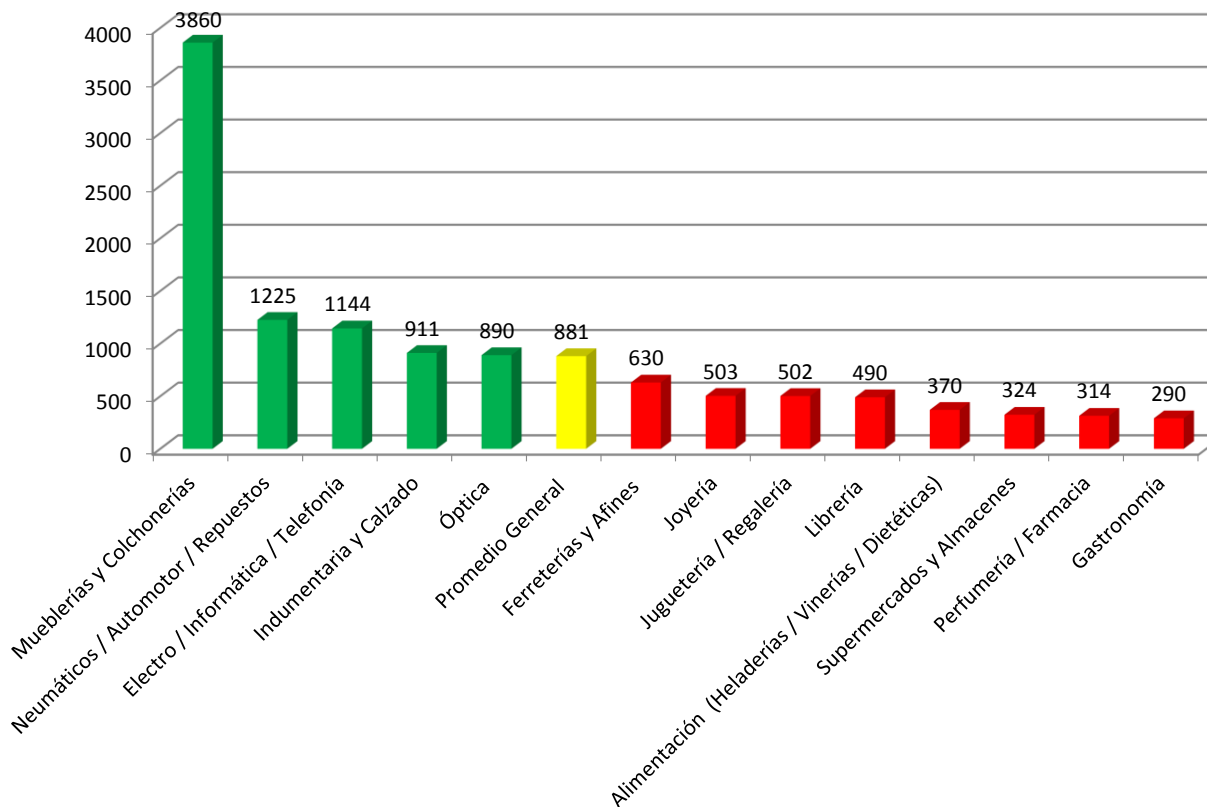
2.2 En relación al mismo mes del año anterior

**A NIVEL INTERANUAL, EL VOLUMEN DE VENTA EN \$ MOSTRÓ UN
CRECIMIENTO SUPERIOR AL 12%**



+12,2%

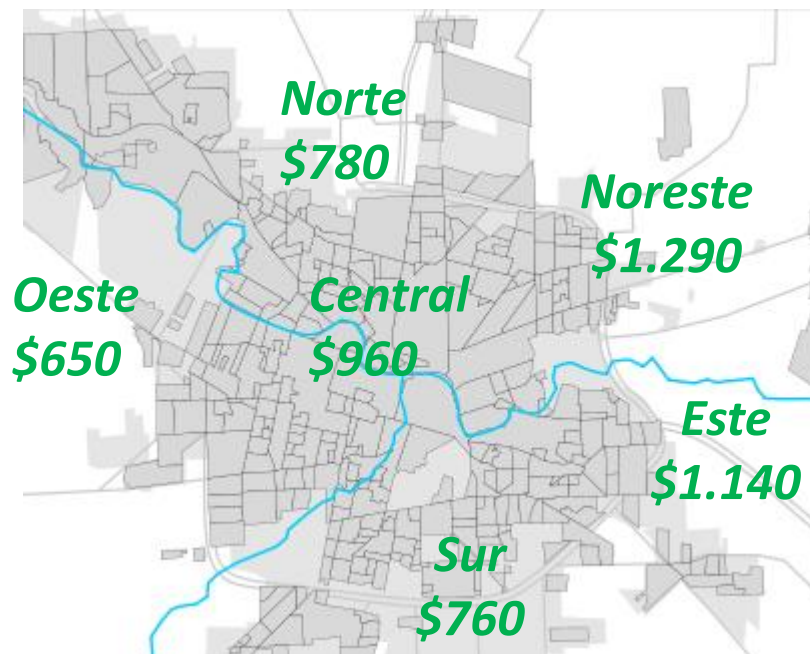
3. TICKET PROMEDIO



EL TICKET PROMEDIO SE UBICÓ EN \$881

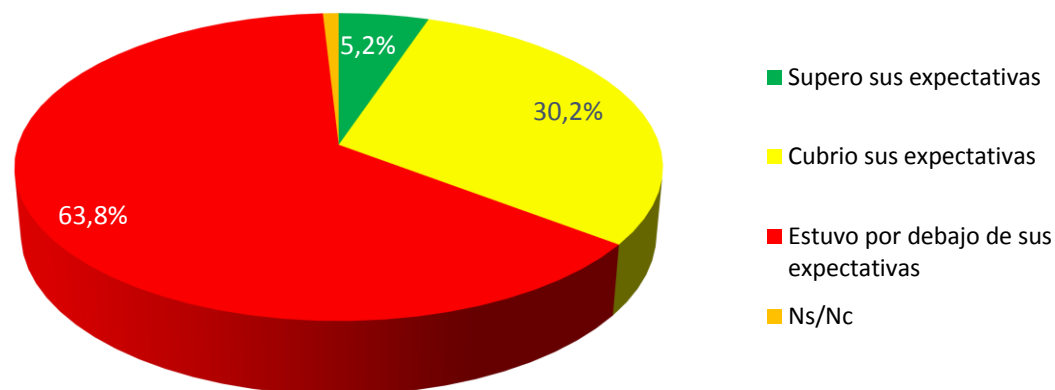
**MUEBLERÍAS Y COLCHONERÍAS + NEUMÁTICOS Y AUTOMOTOR + ELECTRO / INFORMÁTICA / TELEFONIA
FUERON LOS DOS RUBROS CON MAYOR TP**

EL TICKET PROMEDIO POR CORREDOR SE ORGANIZÓ DE LA SIGUIENTE MANERA



4. EXPECTATIVAS

Ventas en Marzo en relación a sus expectativas

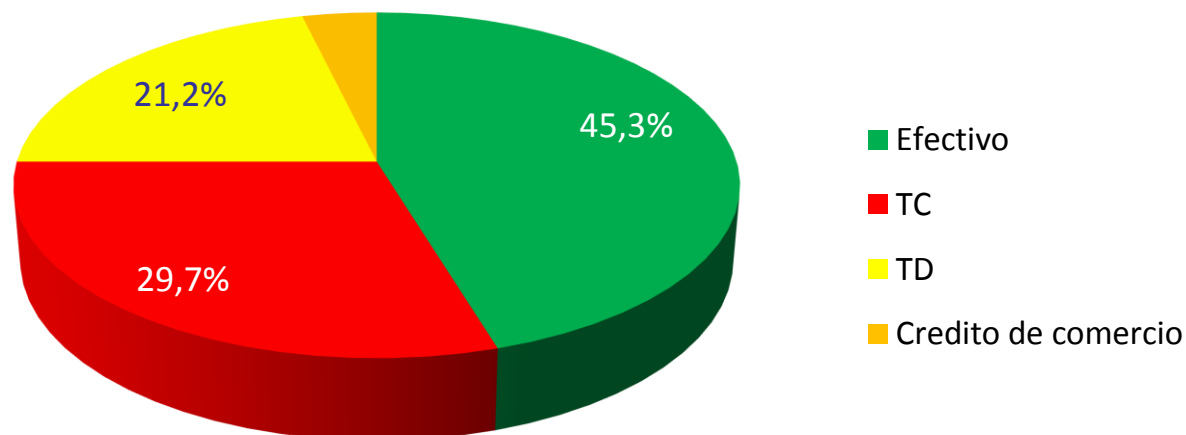


EL 64% DE LOS ENCUESTADOS CONSIDERÓ QUE LAS VENTAS DE ESTE MES ESTUVIERON POR DEBAJO DE LAS EXPECTATIVAS MIENTRAS QUE EN EL 30% LAS EXPECTATIVAS FUERON CUBIERTAS.

5. FORMAS DE PAGO

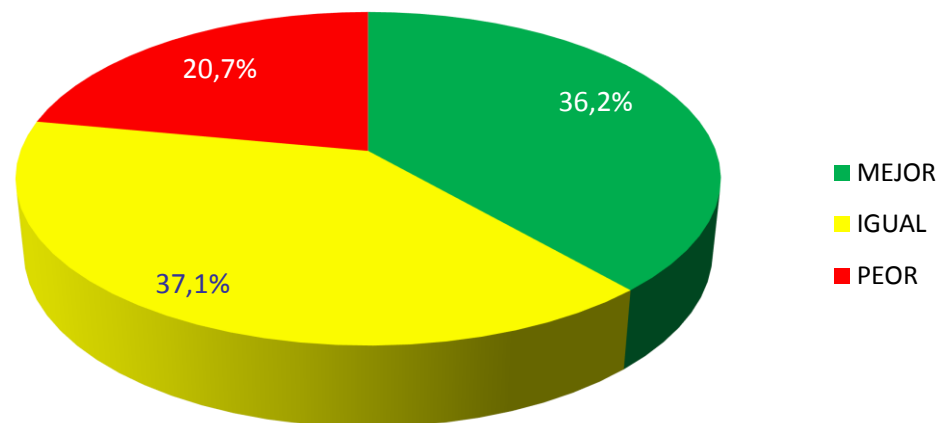
RESPECTO A LAS FORMAS DE PAGO: MAS DEL 50% DE LAS COMPRAS SE EFECTIVIZARON A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS: CRÉDITO + DÉBITO

EL EFECTIVO CONCENTRÓ MAS DEL 45% DE LAS COMPRAS, AUMENTANDO SU PARTICIPACIÓN EN 7 PUNTOS PORCENTUALES RESPECTO AL MES ANTERIOR



6. EXPECTATIVAS 2017 VS 2016

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



**DISMINUYE LA EXPECTATIVA POSITIVA CON LA EVOLUCIÓN DEL CORTO PLAZO
EL 36% DE LOS COMERCIOS CONSIDERA QUE EL 2017 SERÁ MEJOR: 14 PUNTOS PORCENTUALES POR
DEBAJO DE LA MEDICIÓN ANTERIOR**

**DE TODAS MANERAS TAMBIÉN DISMINUYE EL % DE ENCUESTADOS QUE SE UBICAN EN LA
DIMENSIÓN NEGATIVA DE LA ESCALA: EL % QUE CONSIDERA QUE ESTE AÑO SERÁ «PEOR» QUE EL
2016 SE UBICA EN EL 20,7% MIENTRAS QUE EN EL MES DE MARZO SUPERÓ EL 24%**