

Observatorio Comercial 2022

Mayo 2022



**perspectivas
sociales**



CCC
CÁMARA DE COMERCIO
DE CÓRDOBA



Lo más destacado

Los 5 puntos más destacados de Mayo

1

Mayo no fue un buen mes para la actividad comercial, como no lo había sido Abril, pero tampoco fue tan crítico como el anterior. En algunos indicadores se observa una desaceleración en la caída, aunque se está muy lejos aún de revertir la tendencia.

2

En relación al mes inmediatamente precedente, se vendieron un 6% menos de unidades, valor más acorde a los de Febrero y Marzo que al 11% de caída registrado en Abril.

3

Comparando sus ventas con las del mismo mes del año anterior, casi la mitad de los comerciantes manifiesta estar vendiendo menos, lo que en unidades se traduce en una caída del 7%.

Los 5 puntos más destacados de Mayo

4

Finalmente, el deterioro en unidades vendidas cuando se compara con lo que ocurría en el 2019, alcanza casi a un 13%.

5

La pérdida de rentabilidad es una constante mes a mes y, a pesar de una conducta generalizada de ajuste de precios, no parece estar resultando posible frenarla o acotarla.

Por segundo mes consecutivo, cayó 9% en relación al mes anterior e incluso subió con relación al año previo reflejando una caída interanual del 10%.



Análisis por sector

Indumentaria

Las ventas de Mayo estuvieron por debajo de lo esperado para los vendedores de indumentaria femenina y alcanzaron a cubrirla para los de indumentaria masculina e infantil. Sólo quienes comercializan ropa interior vendieron más de lo esperado.

Dentro del sector indumentaria existen diferentes valoraciones en relación a la evolución en el volumen de ventas de Mayo '22 vs. '21: cuatro de cada diez afirman estar vendiendo menos, un tercio, más, y un cuarto, igual. Nuevamente, en este caso, la ropa de mujer es la que muestra mayores contracciones, la de hombre se mantiene estable y sí han crecido en relación al año anterior la venta de ropa infantil y deportiva.

Cuando las ventas medidas en unidades se comparan con las del mes anterior, la caída es del 4% (dos puntos porcentuales menos que los que se registraron en Marzo contra Febrero); pero suben al 5% si se las compara con lo que el sector vendía hace un año (y acá, por el contrario, hay una aceleración en el ritmo de la caída). Analizadas las ventas a la luz del movimiento que tenía el sector en Mayo del '19, la caída es del 12%.

Al igual que en los meses anteriores, el aumento de precios fue general en el sector y nuevamente no alcanzó para frenar la pérdida de rentabilidad: 3% en relación a Abril y 8% con relación a Mayo '21; ambos valores menores a los del promedio de pérdida del comercio.

El ticket promedio rondó los \$6.622-.

Accesorios de moda

Sigue estable la relación entre expectativas y ventas: desde Marzo, un tercio logra vender lo esperado y dos tercios, menos. Probablemente este desacople entre las expectativas y la realidad se deba a que para más de la mitad, las ventas de este mes fueron menores a las del mismo mes del año pasado.

El 70% vende menos de lo que vendía en Mayo del 2019, antes de la irrupción de la pandemia de Covid.

Aunque la mayoría de los comerciantes del rubro consultados afirma que logró mantener sus ventas estables en relación a Abril '22, igual la evolución neta da un saldo negativo con una pérdida del 2% en unidades. No hay que perder de vista que en los dos meses anteriores las caídas habían sido del 15% y el 17%.

Si bien casi todos los comerciantes aplicaron aumentos a sus precios en Mayo, siguen perdiendo rentabilidad (muy por encima de las del sector) tanto en relación con el mes anterior como con el año anterior.

El ticket promedio bajó y fue de \$1.600.-

Deco/ Hogar

Es el rubro en donde mayor es la proporción de comerciantes que afirman que sus ventas estuvieron acordes a lo esperado.

Sin embargo, esto no tiene que interpretarse como que las expectativas cubiertas hayan sido de buenas ventas. De manera ininterrumpida desde Enero, la comparación interanual de las ventas muestra crecientes retracciones. Cada vez es más grande la proporción que afirma que venden menos unidades que el mismo mes del año anterior y en Mayo también es mayor el porcentaje de esa caída, 20%.

Un 80% afirma estar trabajando por debajo del movimiento que caracterizaba al sector antes de la pandemia (casi un cuarto menos de unidades comercializadas).

En este escenario tan negativo, la caída del 5% con relación a Abril es casi buena noticia, ya que pone fin a tres meses de contracciones de dos dígitos.

Si bien los comerciantes del sector aumentaron precios también en Mayo, esto sólo sirvió para achicar la pérdida de rentabilidad que fue de un 11% en relación a Abril y también de un 11% en relación al año anterior.

El ticket promedio fue de \$9.890.-

Estética y cuidado personal

Si bien siguen siendo mayoría los comerciantes que afirman no haber cubierto sus expectativas de ventas, creció hasta alcanzar un tercio el porcentaje de quienes vendieron en Mayo tanto como esperaban.

También es mayor la proporción de los que afirman estar vendiendo más que hace un año. Sin embargo, aquellos que manifiestan haber perdido ventas, lo hacen en mayores magnitudes, por lo que para el sector se detecta una caída interanual del 8%.

Comparando los niveles de actividad actuales con los anteriores a la pandemia, éstos siguen mostrando desaceleración de la actividad, pero por primera vez en lo que va del año, 4 de cada 10 afirman estar igual o por arriba del 2019 (aunque el neto arroje una caída del 7%).

En relación a Abril, la actividad en Mayo fue un 6% más baja.

Casi un 80% de los comerciantes subió sus precios en Mayo. La pérdida de rentabilidad intermensual trepó al 15%, un punto menos que el mes pasado. En perspectiva interanual, la contracción fue del 17%.

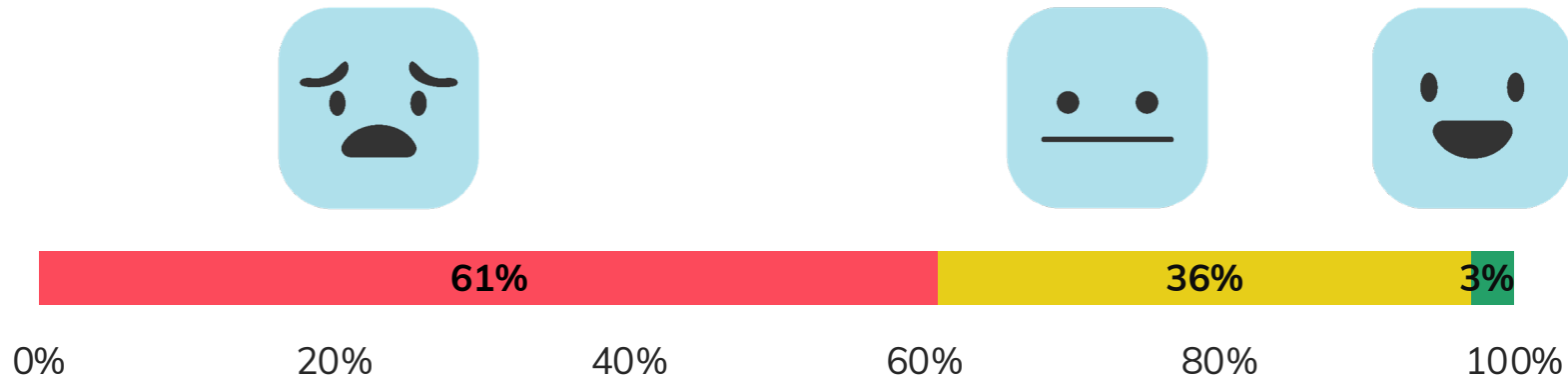
El ticket promedio fue de \$ 6.425.



La actividad comercial

Expectativas de ventas

“Teniendo en cuenta sus expectativas de ventas para el mes de Mayo, las ventas...”



Las ventas estuvieron por debajo de sus expectativas



Las ventas cubrieron sus expectativas



Las ventas superaron sus expectativas

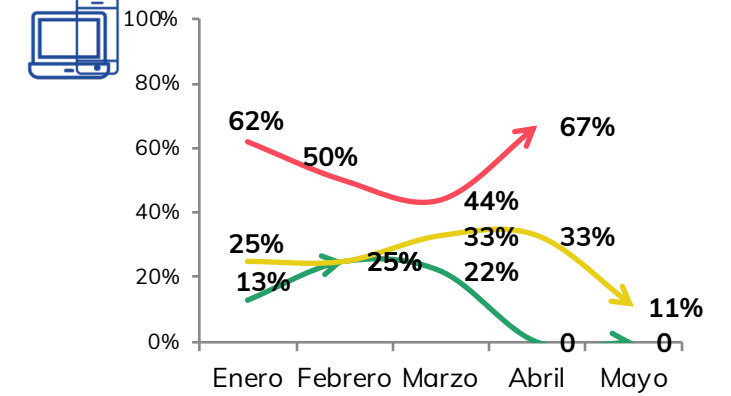
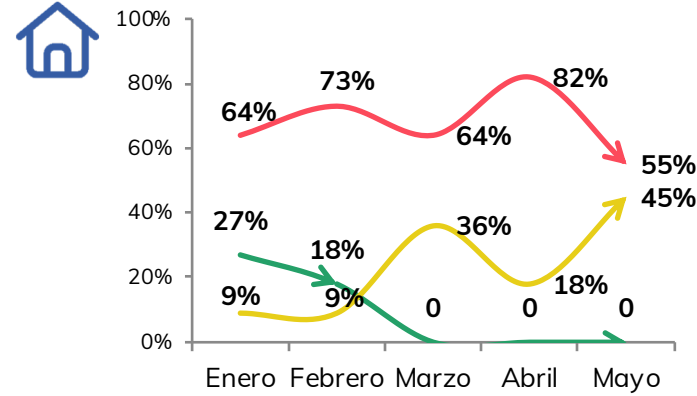
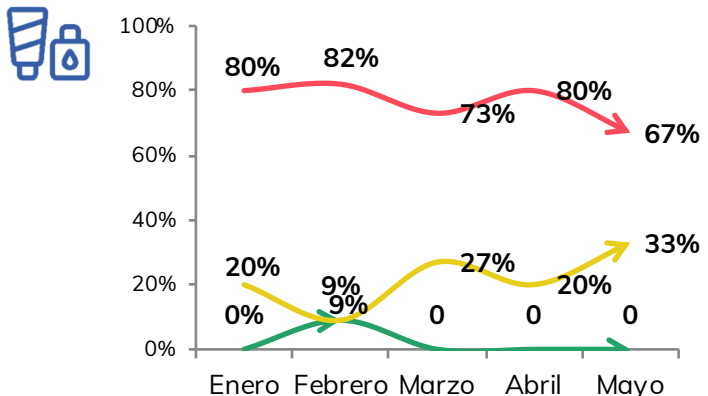
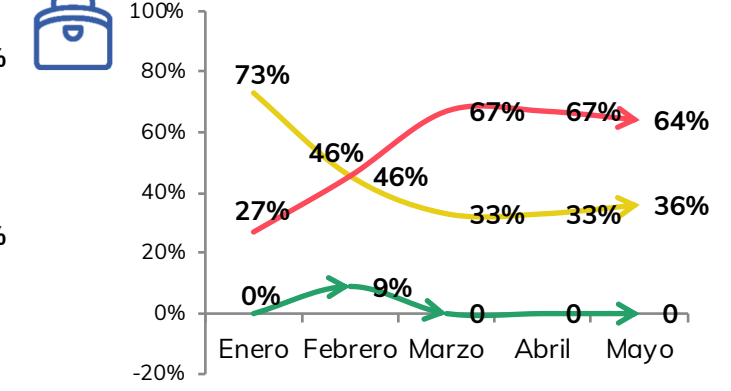
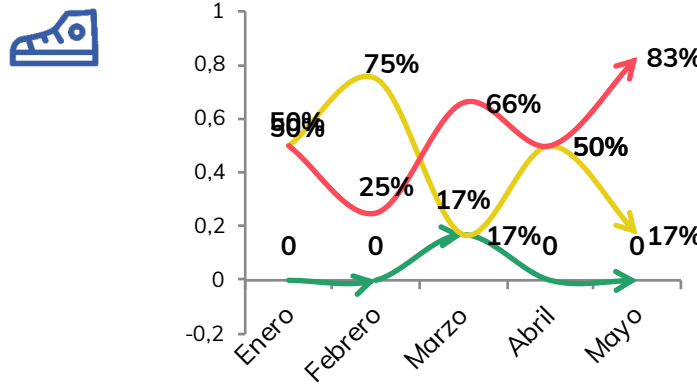
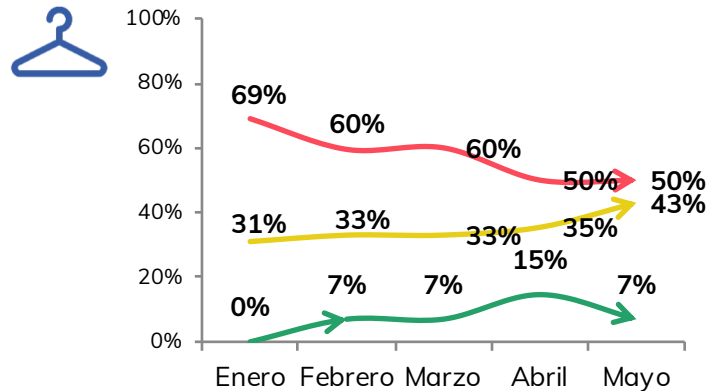
Por tercer mes consecutivo, las dos terceras partes de los comerciantes afirman que las ventas fueron más bajas de lo que esperaban.

*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Evolución de expectativas de ventas

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Las ventas estuvieron por debajo de sus expectativas



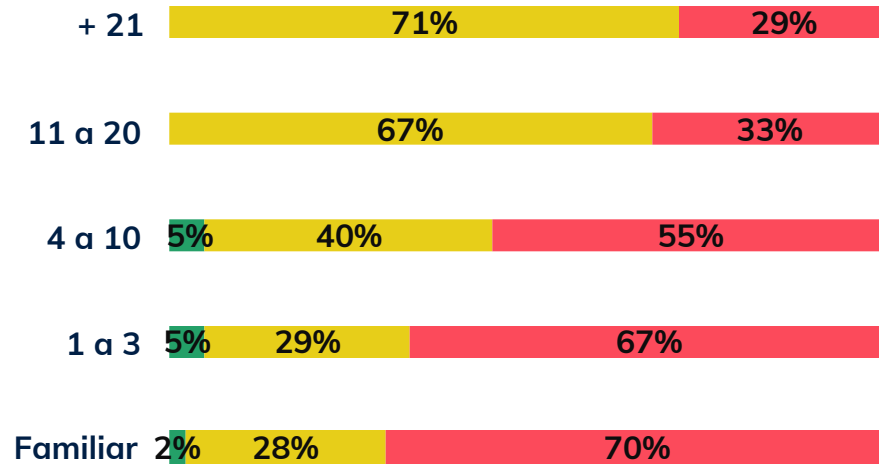
Las ventas cubrieron sus expectativas



Las ventas superaron sus expectativas

Expectativas de ventas según...

...cantidad de empleados



Los comercios grandes y los que forman parte de una cadena de tiendas (mayoritariamente a través de franquicias) son los que mes a mes tienen ventas que mejor cubren sus expectativas.



Las ventas estuvieron por debajo de sus expectativas



Las ventas cubrieron sus expectativas

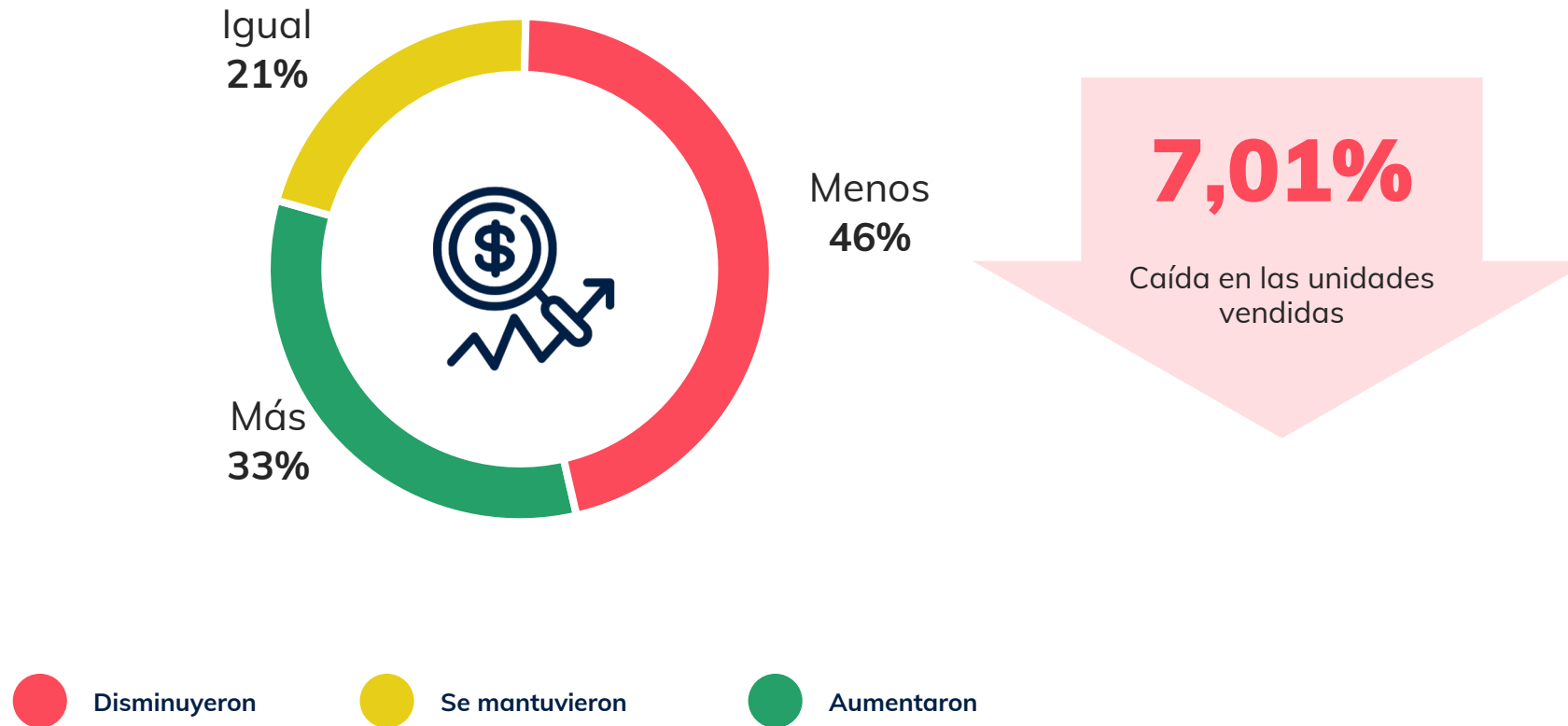


Las ventas superaron sus expectativas

*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo

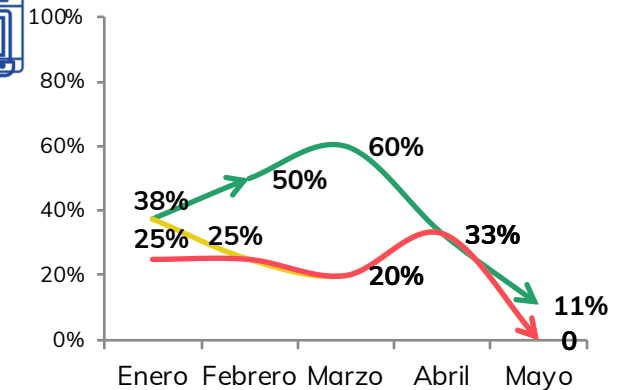
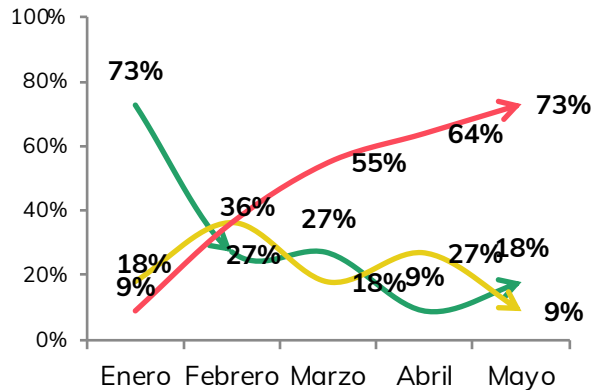
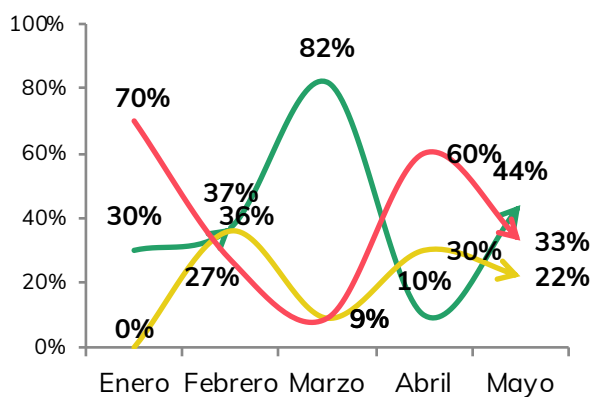
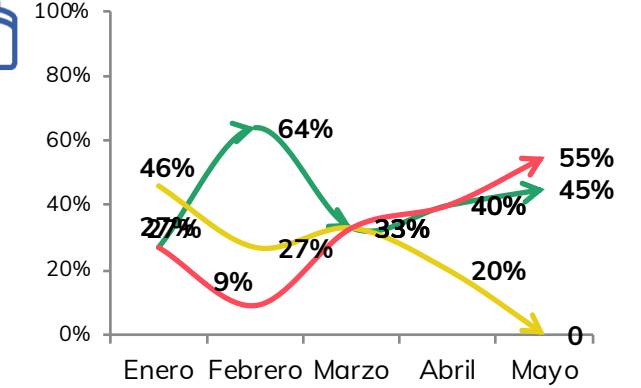
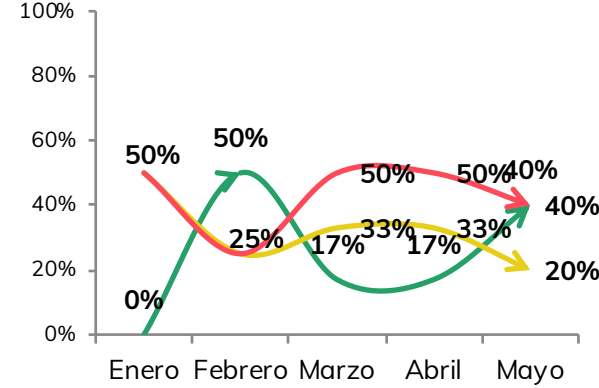
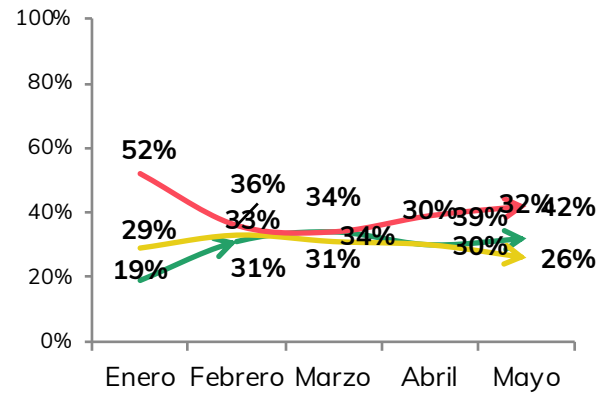
Volumen de ventas en unidades

Variación interanual Mayo '22 vs. Mayo '21



Evolución de volúmenes de ventas interanual

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyeron



Se mantuvieron



Aumentaron

Evolución de volúmenes de ventas interanual

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyó



Se mantuvo

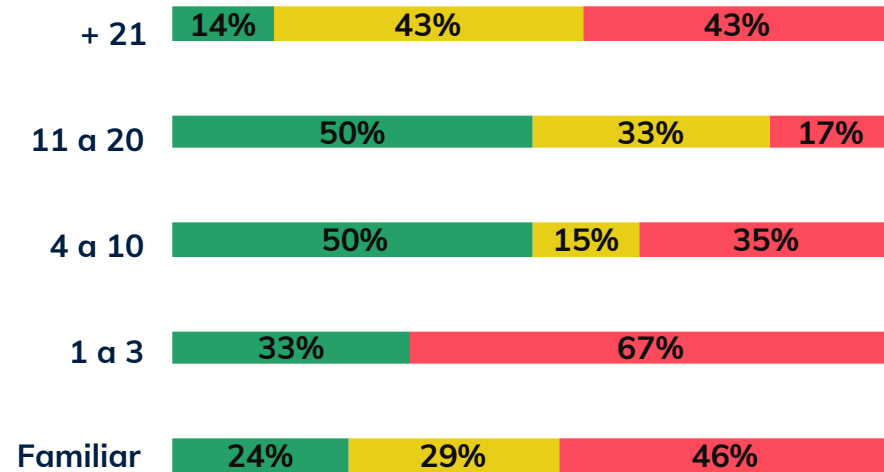


Aumentó

Volumen de ventas en unidades según...

Variación interanual Mayo '22 vs. Mayo '21

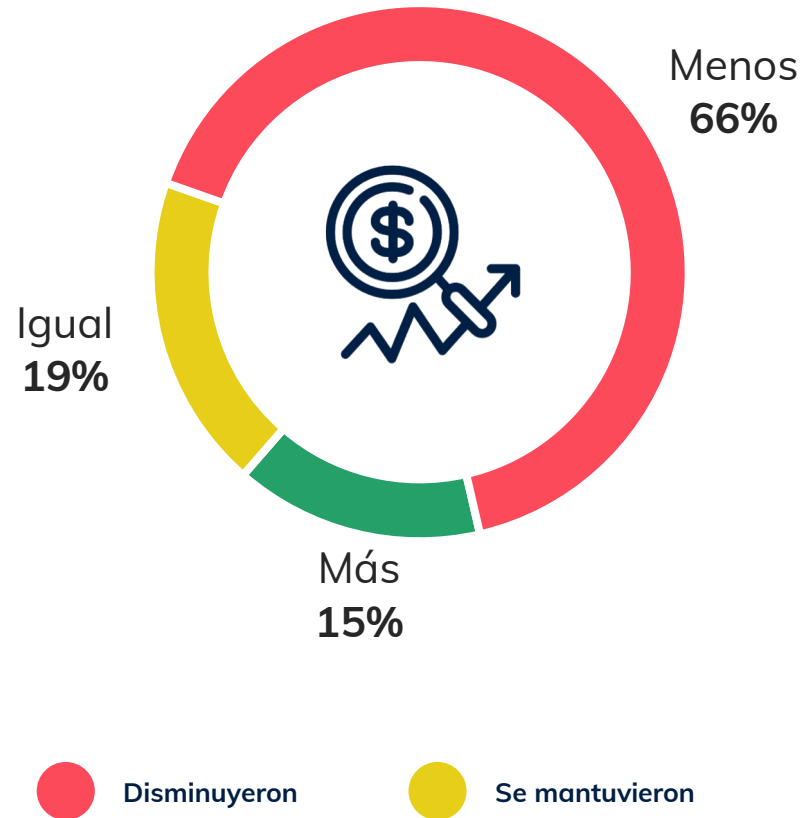
...cantidad de empleados



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo

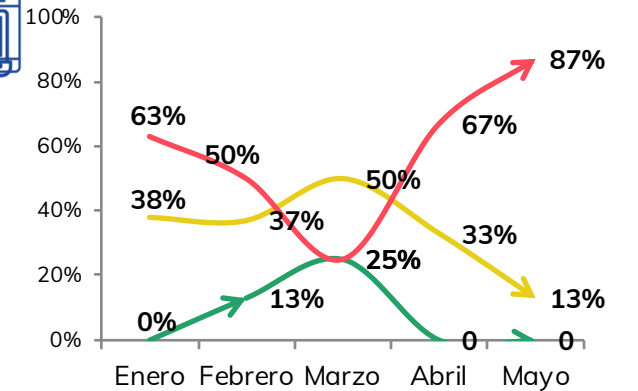
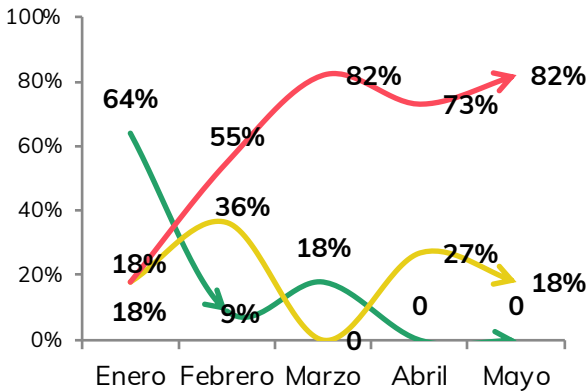
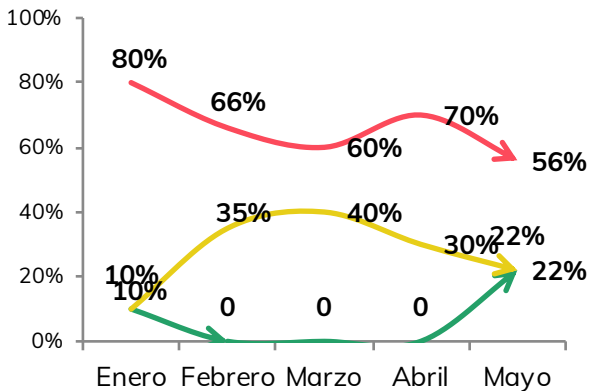
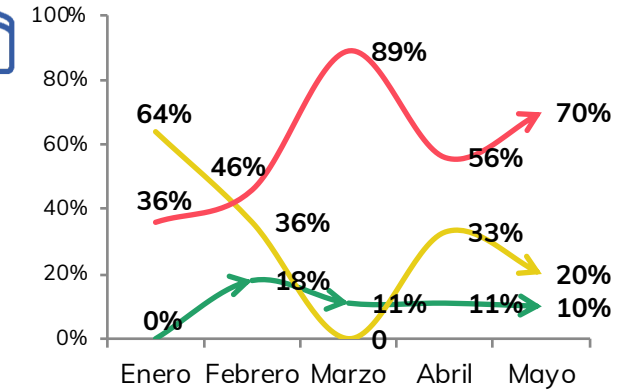
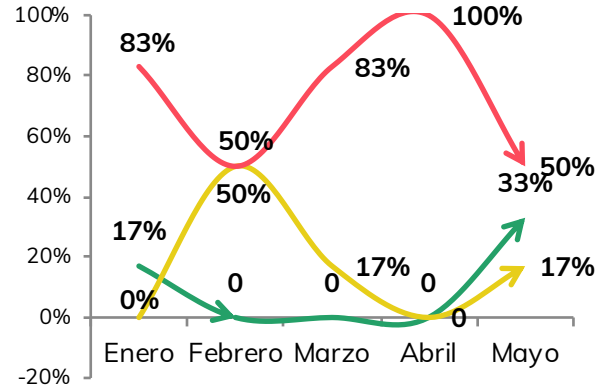
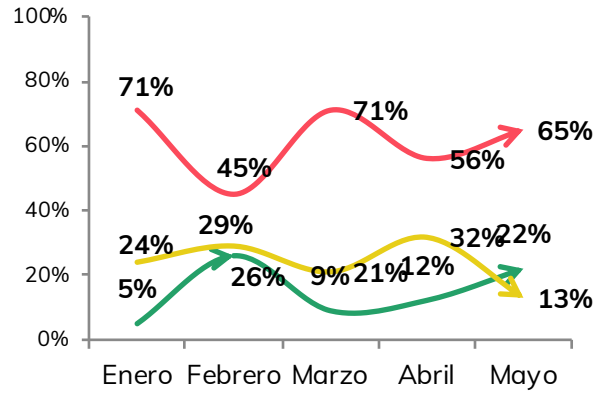
Volumen de ventas en unidades

Variación Mayo 2022 vs. Mayo 2019



Evolución de volúmenes de ventas prepandemia

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyeron



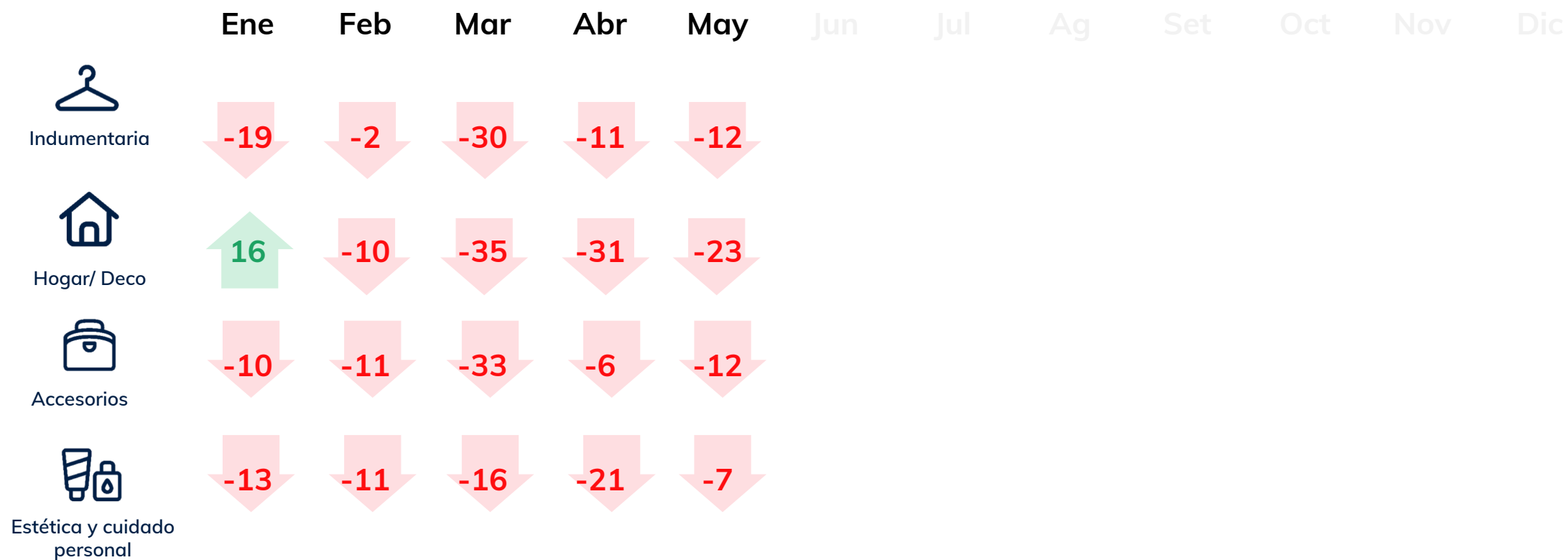
Se mantuvieron



Aumentaron

Evolución de volúmenes de ventas prepandemia

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyó



Se mantuvo

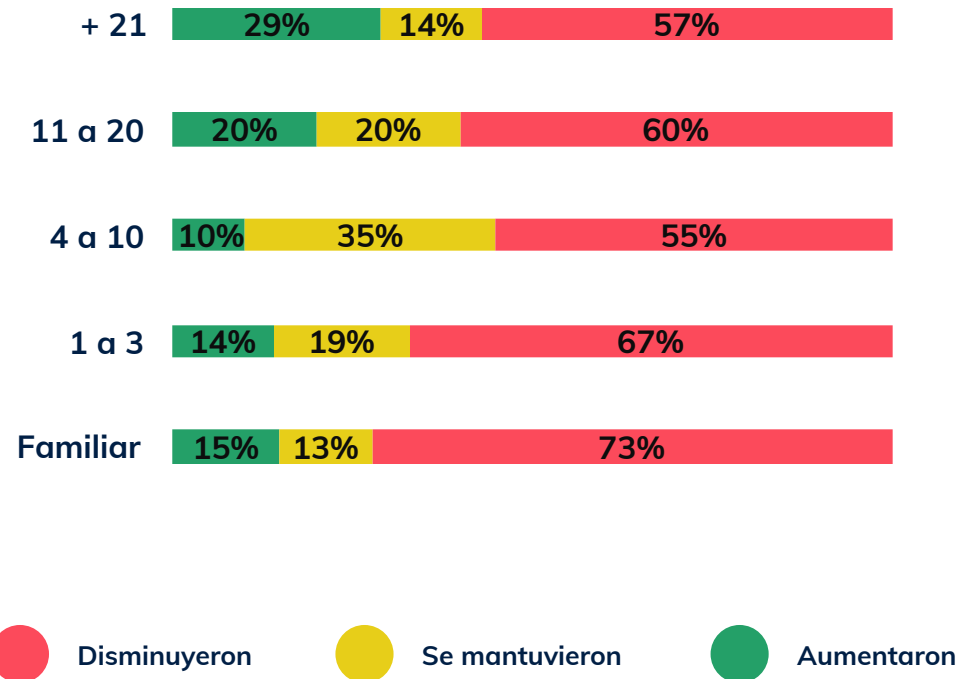


Aumentó

Volumen de ventas en unidades según...

Variación Mayo 2022 vs. Mayo 2019

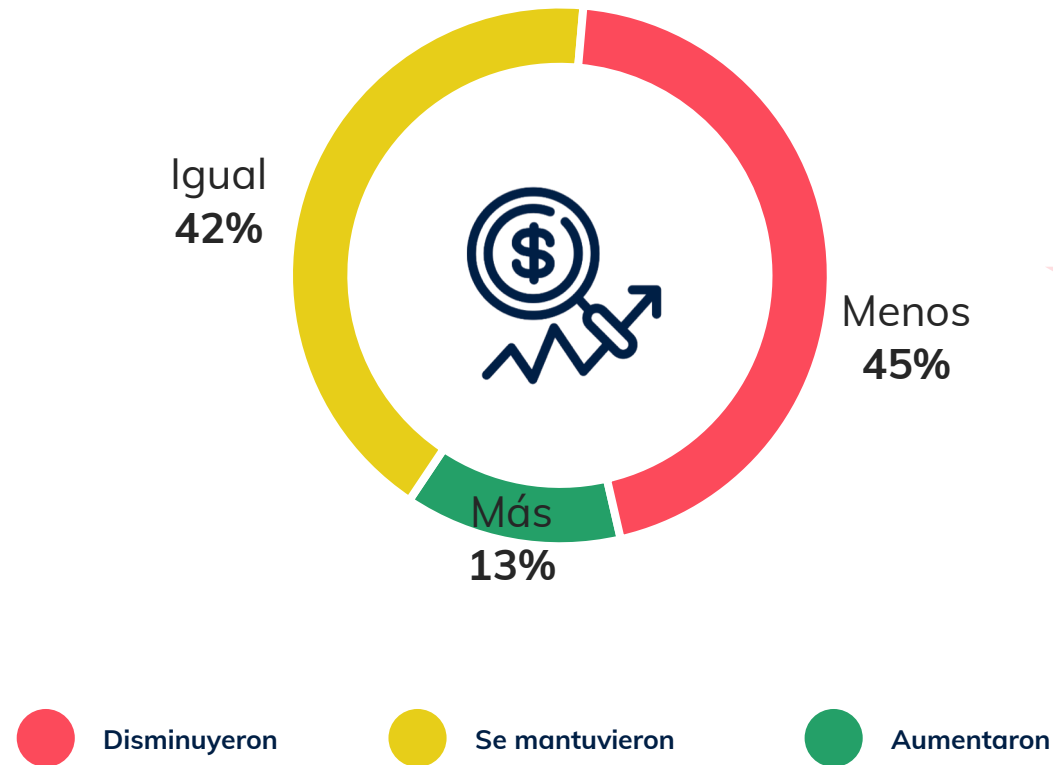
...cantidad de empleados



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo

Volumen de ventas en unidades

Variación intermensual Mayo 2022 vs. Abril 2022

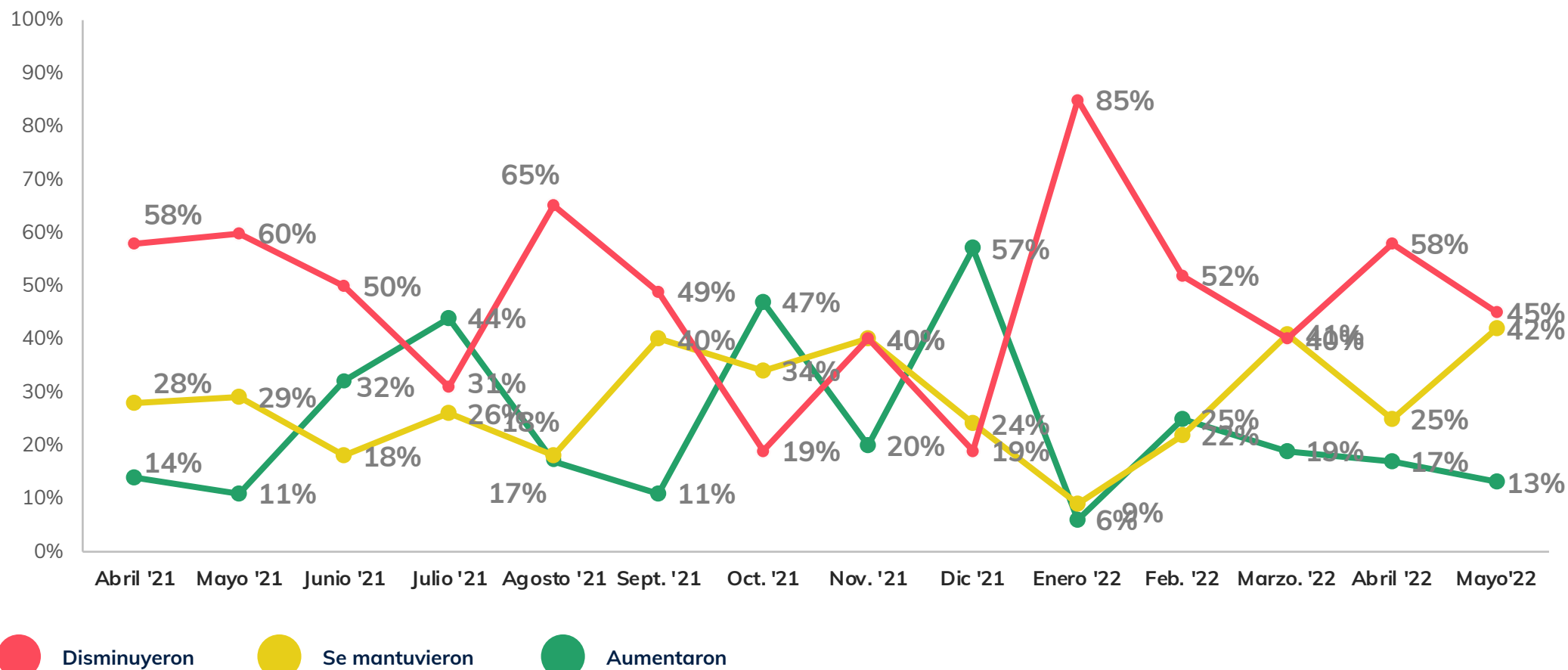


Tampoco en relación al mes inmediatamente anterior los comerciantes tuvieron una evolución favorable en sus ventas.



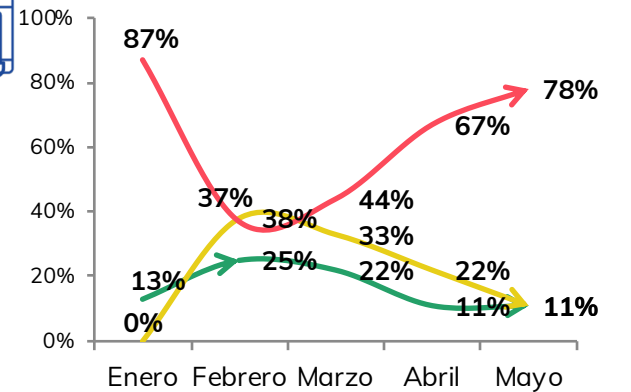
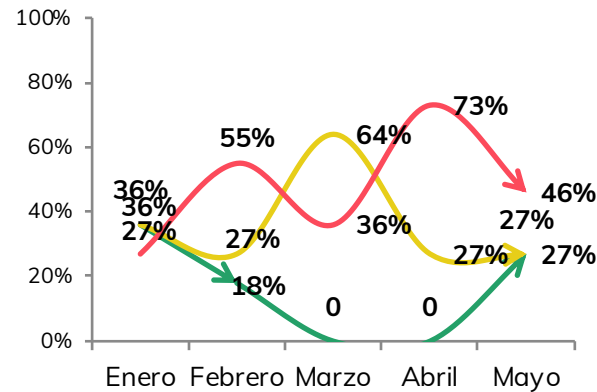
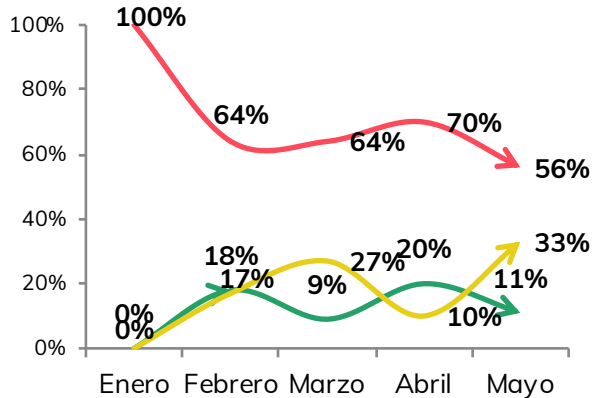
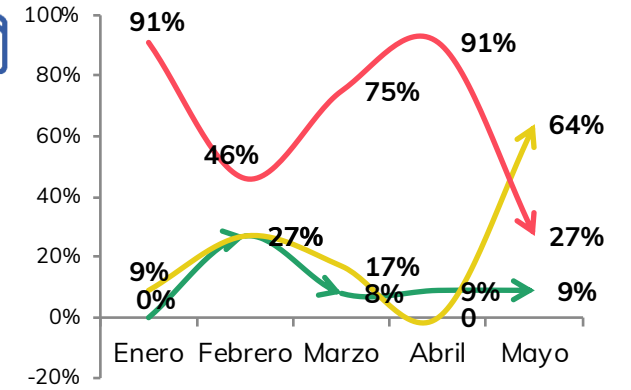
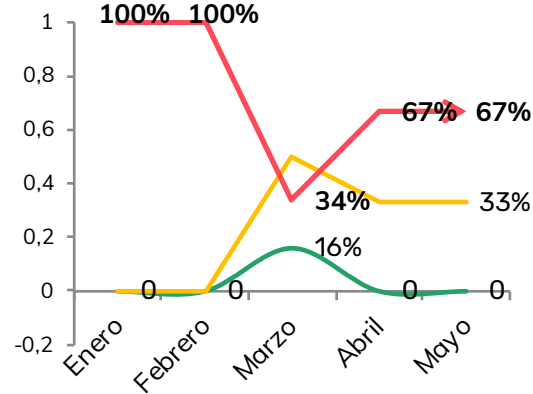
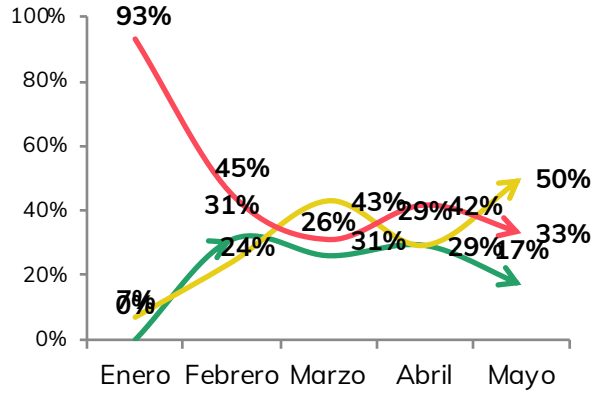
Evolución de ventas en unidades

Evolución variación intermensual



Evolución de volúmenes de ventas intermensual

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyeron



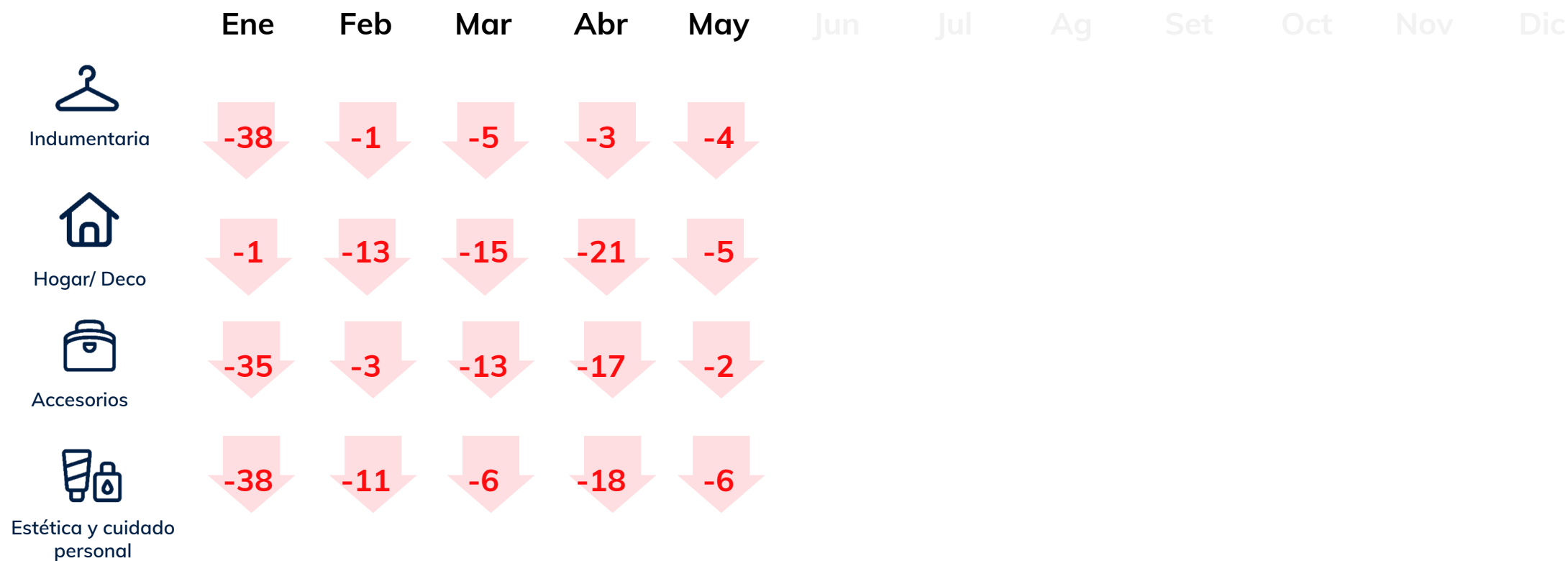
Se mantuvieron



Aumentaron

Evolución de volúmenes de ventas intermensual

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyó



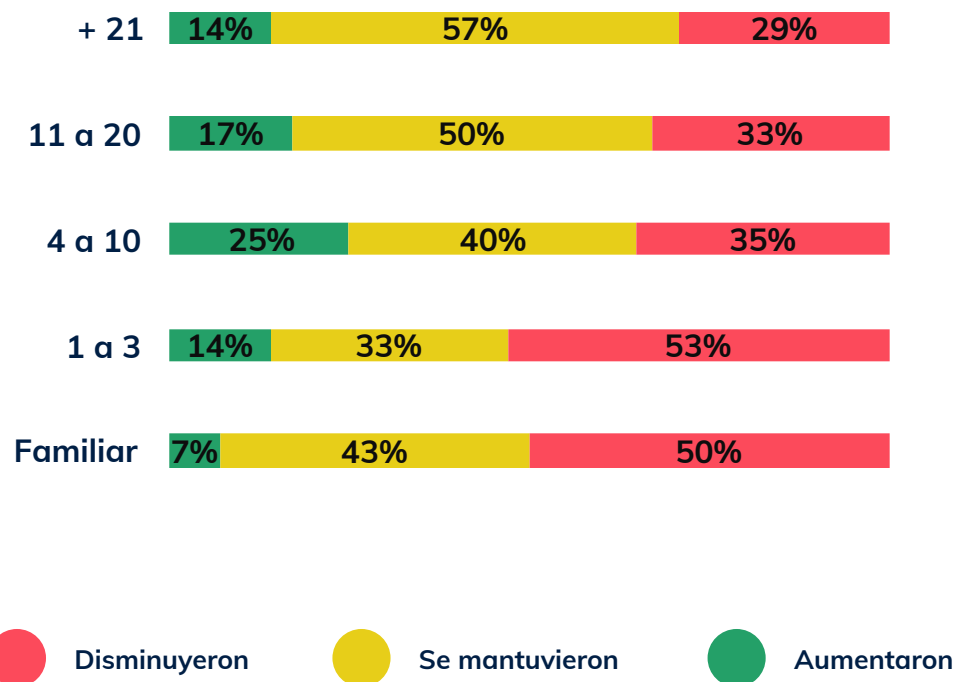
Se mantuvo



Aumentó

Evolución de volúmenes de ventas intermensual

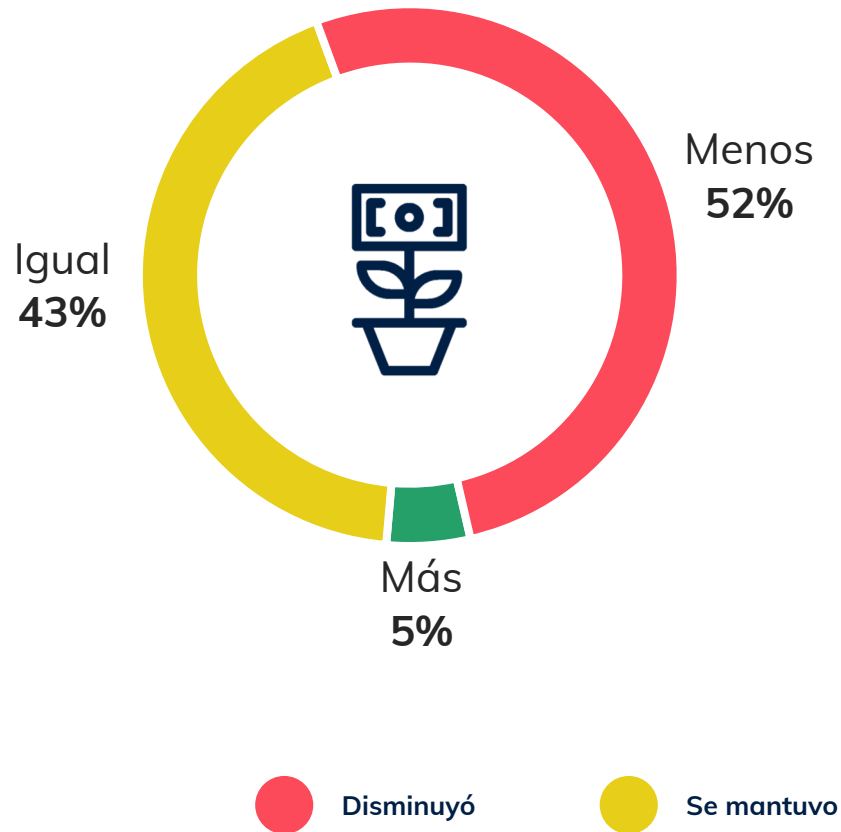
...cantidad de empleados



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo

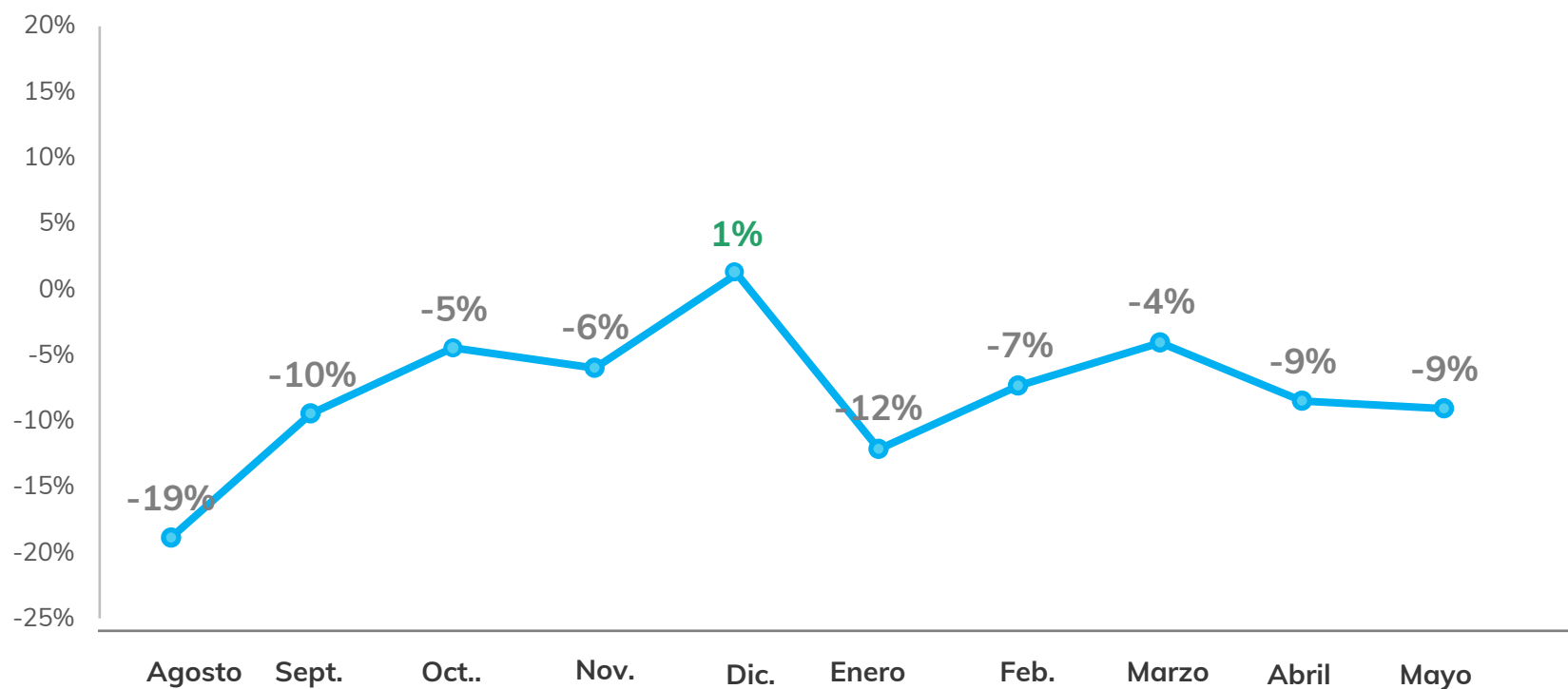
Volumen de la rentabilidad

Variación intermensual Mayo 2022 vs. Abril 2022



Evolución de la rentabilidad

Evolución variación intermensual

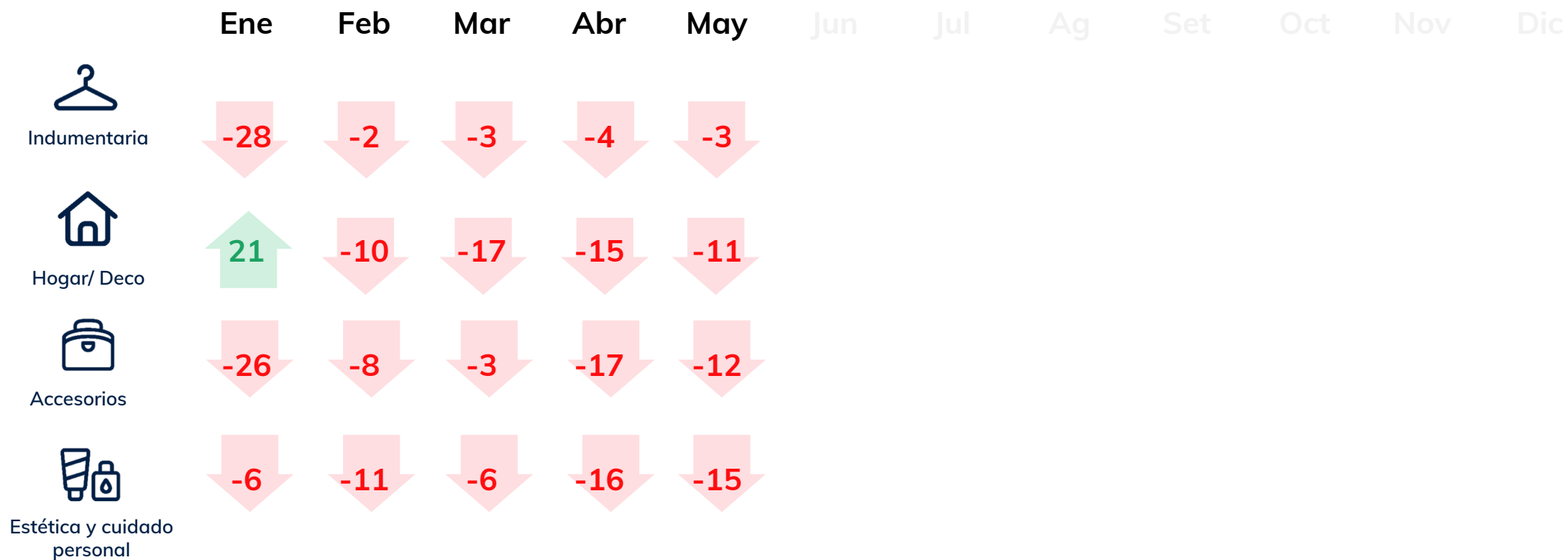


La pérdida de rentabilidad es una constante entre los comerciantes cordobeses.



Evolución de rentabilidad intermensual

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyó



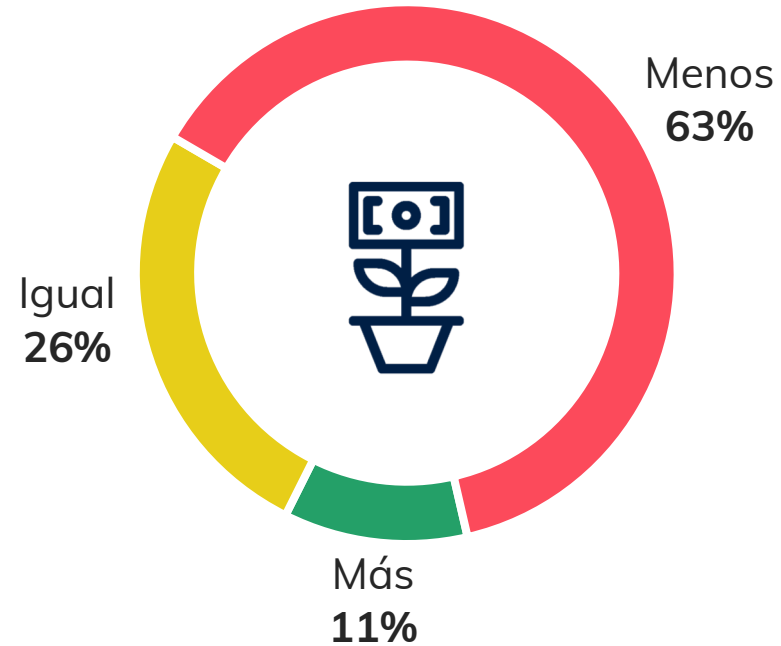
Se mantuvo



Aumentó

Volumen de la rentabilidad

Variación interanual Mayo 2022 vs. Mayo 2021



Disminuyó



Se mantuvo

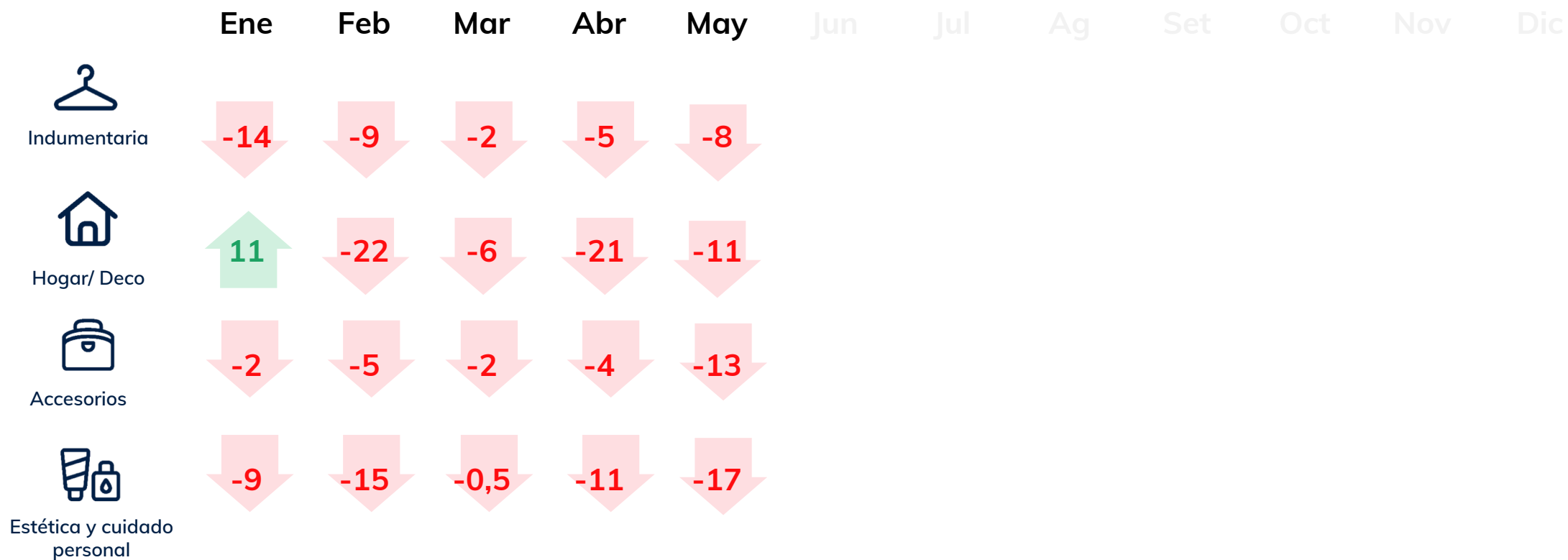


Aumentó



Evolución de la rentabilidad interanual

Rubro de actividad



*Puede sumar más de 100% por efecto del redondeo



Disminuyó



Se mantuvo



Aumentó

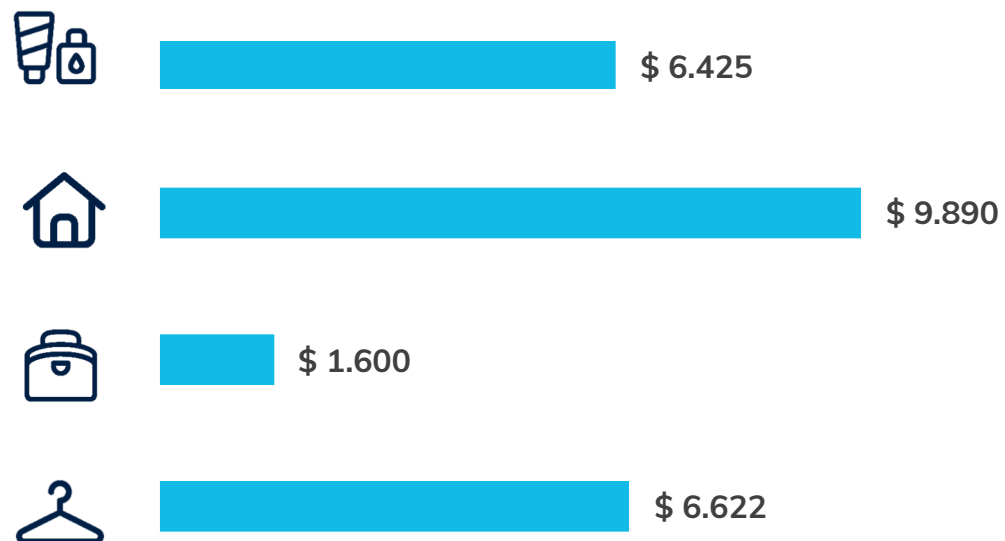
Ticket promedio

Según rubro de actividad



El ticket promedio en
Mayo fue de

\$6.905

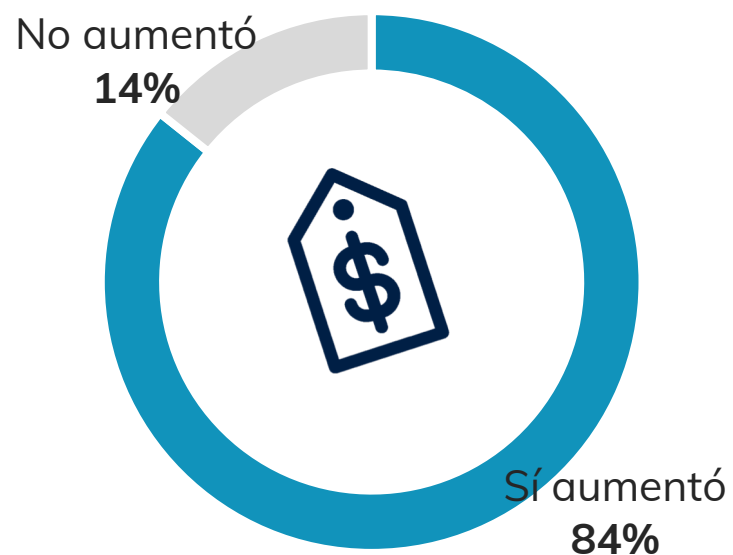




La política de precios

Aumento de precio

El mes pasado, ¿aumentó precios?



 81%

 82%

 91%

 78%



Metodología y perfil de respondentes

Ficha técnica

Universo:

Comercios minoristas de la Ciudad de Córdoba.

Diseño Muestral:

Probabilístico. Estratificado por sector y zona.

Elemento muestral:

Dueños, socios o responsables de comercios.

Tamaño de la muestra:

107 encuestas completas

Instrumento:

Cuestionario con preguntas cerradas, semi estructuradas y abiertas.

Técnica de recolección:

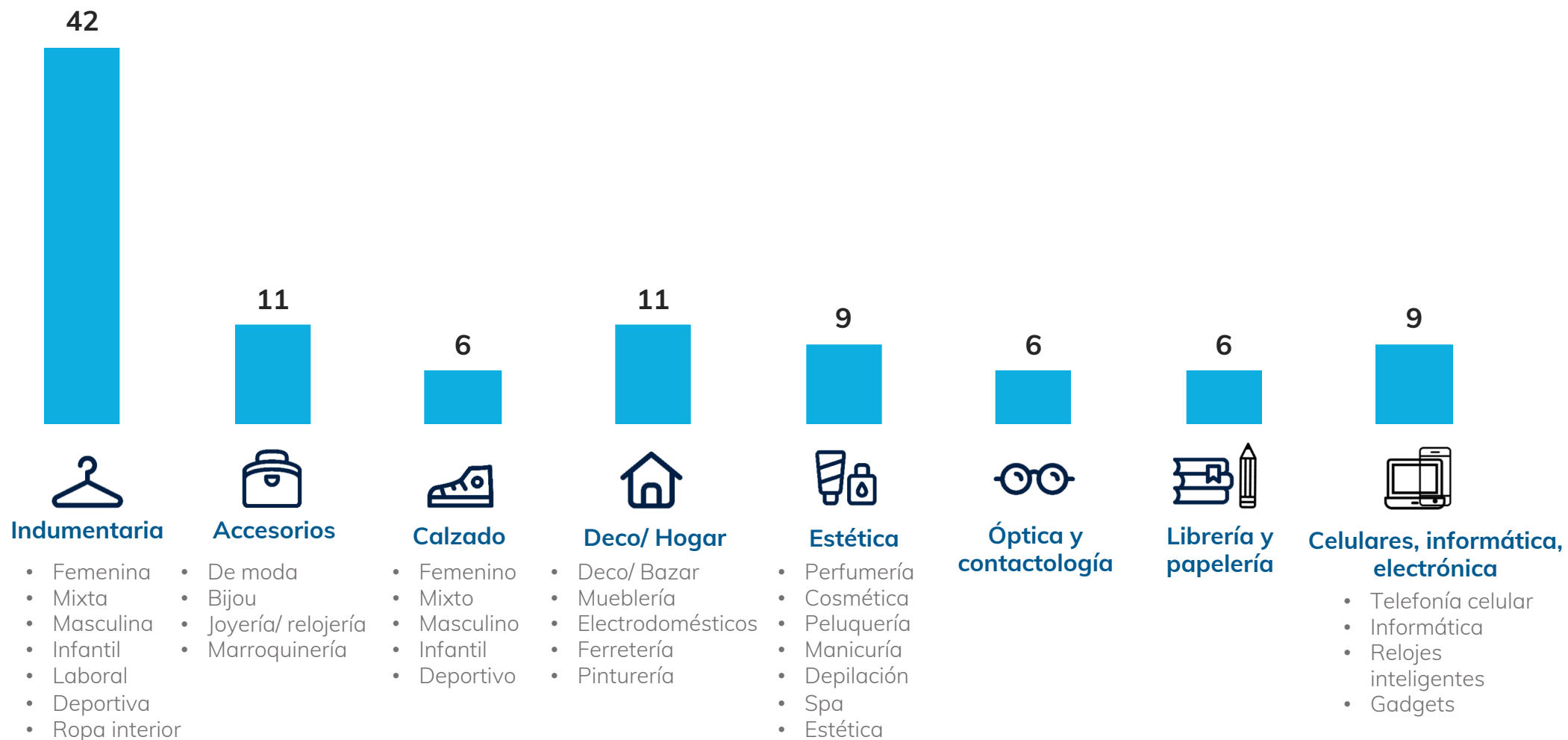
Encuesta telefónica.

Fecha de relevamiento:

24 al 30 de Mayo 2022.



Rubro de actividad



Valores expresados en unidades y no en porcentajes

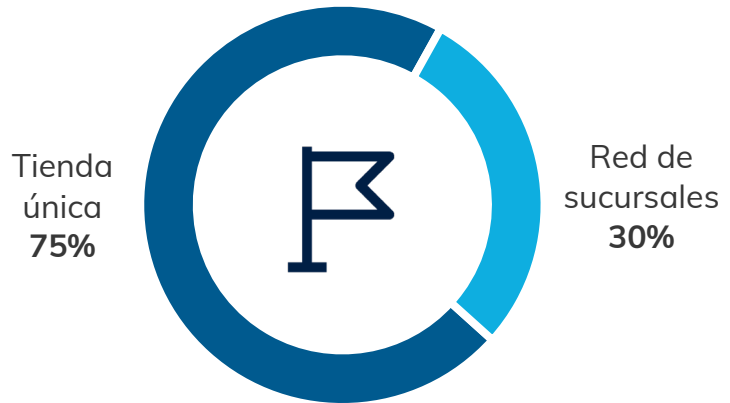
Localización



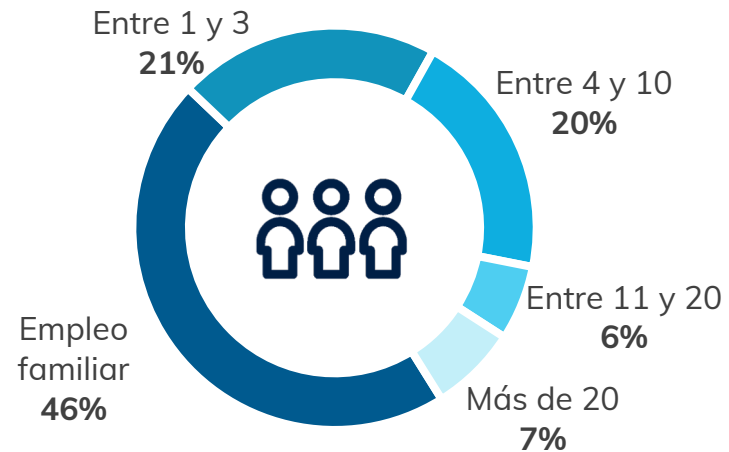
*Puede sumar más de 100% por redondeo

Características

Cantidad de tiendas



Cantidad de empleados



Modelo de franquicias



*Puede sumar más de 100% por redondeo

Muchas gracias

