



InfoComercial

Informe de Coyuntura de la Actividad Comercial y de Servicios en la provincia de Córdoba



AUTORIDADES

PRESIDENTE

EZEQUIEL CERESO – AERCA - Villa María

VICE-PRESIDENTE 1°

JAVIER DAMIANO – CECIS - Río Cuarto

VICE-PRESIDENTE 2°

FAUSTO BRANDOLÍN – C.C.I. - Jesús María

VICE-PRESIDENTE 3°

CRISTIAN SAVORETTI – C.C.I. - Oncativo

VICE-PRESIDENTE 4°

OSCAR VIDAL – CES– San Francisco

SECRETARIA

CECILIA PÉREZ CONTRERAS – CC - Alta Gracia

PRO SECRETARIA

MARÍA BELÉN GOY– CC – Colonia Caroya

TESORERO

SERGIO FRASSA – CCI – Villa del Rosario

PROTESORERO

GABRIEL MASSHEIMER – UCIS – LA FALDA

PRESENTACIÓN

El *Informe Comercial* de Indicadores de la Actividad Comercial y de Servicios en la provincia de Córdoba, se presenta en forma mensual y contiene la descripción y análisis de las principales variables que hacen a la actividad comercial y de servicios en la provincia para su difusión entre los actores institucionales y sociales vinculados a esta esfera.

Se incorpora, además, la combinación de la proyección de las expectativas de los propios agentes económicos que trabajan en cada rama de actividad.

Dirección Técnica: Dr. Efraín Molina
Coordinación operativa: Yanina Rodríguez



La Clave del mes

La Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), como parte integrante de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) consideró que la decisión del Gobierno nacional de implementar un congelamiento de precios de más de 1400 productos constituye una medida transitoria que debe conducir a un plan de estabilización en materia inflacionaria.

Las empresas tienen que mantener una estructura de gastos con cierto margen de rentabilidad. Si todos los costos (impositivos, de servicios, transporte, etc.) suben, no se puede mantener un precio fijo. Por eso habría que revisar la cadena productiva completa y no solo la disposición final, para que esta medida sea realmente efectiva.

Las pymes no son formadoras de precios; en cambio, resultan afectadas de manera recurrente ante el constante aumento de sus costos. En ese sentido, es importante preservar el capital de las pequeñas y medianas empresas, así como garantizar márgenes de rentabilidad, junto con una mayor accesibilidad al crédito, lo que proporcionaría a las empresas la posibilidad de seguir existiendo.



Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de octubre con un aumento de 5,8% frente a igual mes del año anterior, medido en unidades comercializadas, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

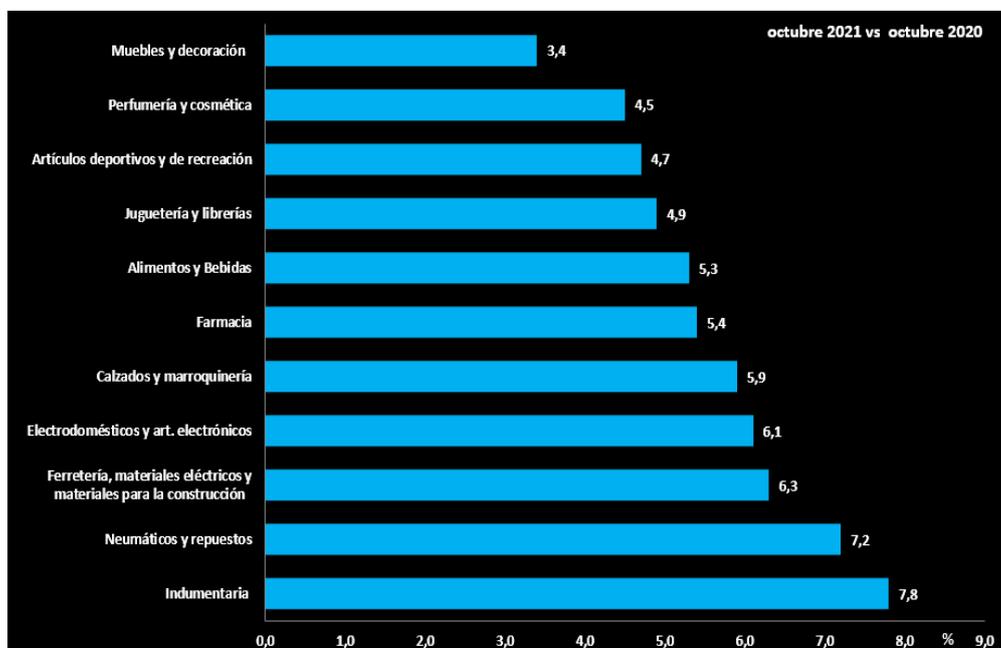
En esta oportunidad, fue determinante el movimiento comercial que se generó para la pasada celebración del Día de la Madre, una de las fechas comerciales más fuertes del año después de Navidad y Fin de Año.

“Hay que tener en cuenta que el año pasado, debido a la pandemia, las reuniones sociales no estaban permitidas”, recordó el presidente de Fedecom, Ezequiel Cerezo, al hacer referencia al incremento que se registró en las ventas para la celebración del Día de la Madre (10,7% interanual), que sirvió de base para el desempeño comercial de todo el mes.

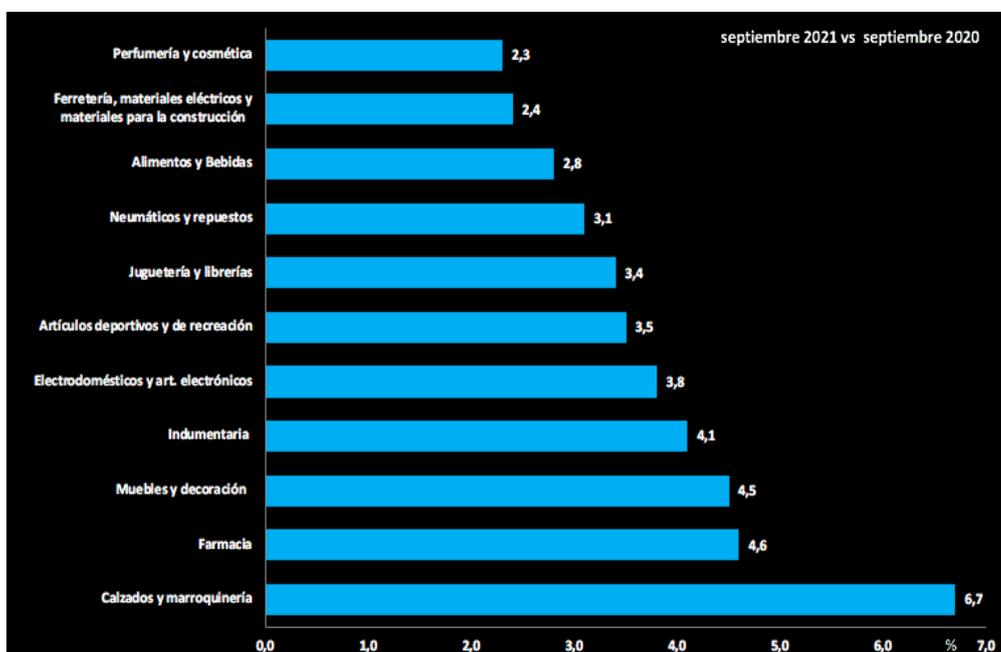
“También que todos los rubros de la actividad económica ya vienen trabajando con normalidad o sin restricciones”, agregó Cerezo.

Finalmente, añadió: “El desempeño despierta expectativas debido a que es la segunda mejora interanual genuina que se da de manera consecutiva”.

Panorama general



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.

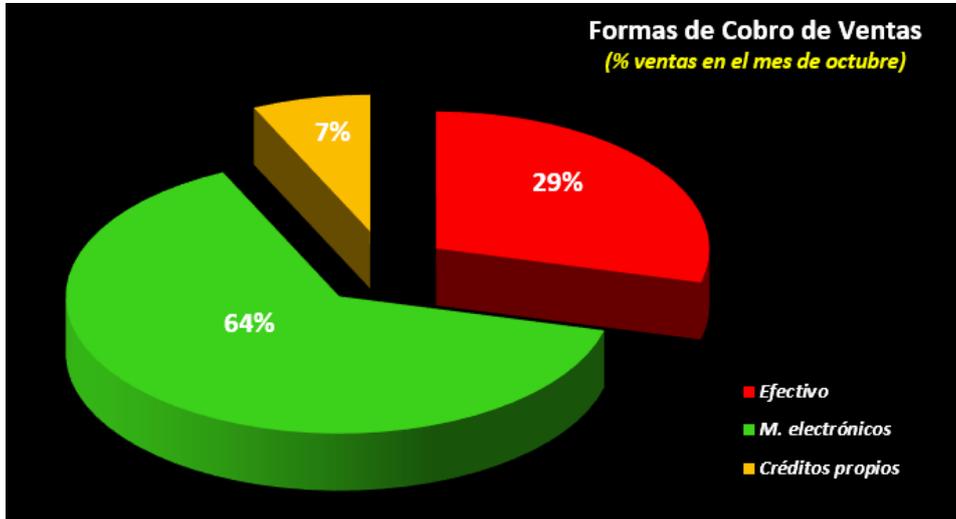
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de octubre con un aumento de 5,8% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En octubre de 2020, respecto a octubre de 2019, las ventas habían caído 15,9%.

De los 11 rubros relevados por la entidad, todos ellos mostraron valores positivos en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas.

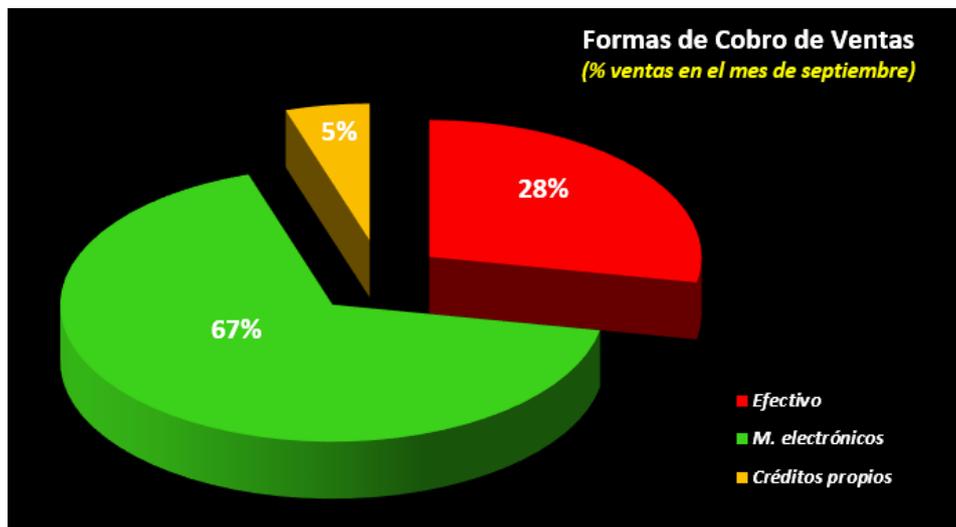
Comportamiento por rubros:

Alimentos y bebidas 5,3%;
Artículos deportivos y de recreación 4,7%;
Calzados y marroquinería 5,9%;
Electrodomésticos y artículos electrónicos 6,1%;
Farmacia 5,4%;
Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción 6,3%;
Indumentaria 7,8%;
Juguetería y librerías 4,9%;
Muebles y decoración 3,4%;
Neumáticos y repuestos 7,2%;
Perfumería y cosmética 4,5%.

Formas de cobro de ventas



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.

Aspectos Técnicos

Universo: comercios adheridos a Cámaras y Centros Comerciales de FEDECOM, localizados en las principales localidades del interior provincial.

Muestra: 380 casos.

Unidad de respuesta: propietarios, encargados o gerentes de cada comercio.

Método de relevamiento: encuesta de opinión electrónica.

Período de Relevamiento: 25 al 30 de cada mes.

Al analizar la forma en que se cobraron las ventas por parte de los comerciantes durante los meses de septiembre y octubre, se observa que el componente de **Medios electrónicos** (débito y crédito) se colocó en primer término con un porcentaje que pasó del 67% al 64%.

Efectivo, aumentó respecto al mes anterior del 28 al 29%. Mientras créditos propios, también aumentó del 5% al 7% del total.