

InfoComercial

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



AUTORIDADES

PRESIDENTE

FAUSTO BRANDOLIN - CCI - Jesús María

VICE-PRESIDENTE 1°

MAXIMILIANO DAURIA - CC - Bell Ville

VICE-PRESIDENTE 2°

HÉCTOR MANSILLA - CC - Las Varillas

VICE-PRESIDENTA 3°

MARCELA SILEONI - CC - Oncativo

SECRETARIA

MICAELA GOYTEA - CC - Freyre

TESORERO

JAVIER DAMIANO - CECIS - Río Cuarto

VOCALES TITULARES

GERARDO GARCÍA - CC - Cruz del Eje

ALEJANDRA LELOUTRE - CC - Mina Clavero

JOSÉ SALA - CC - Villa General Belgrano

VOCALES SUPLENTE

JUAN CARLOS JACOBO - AERCA - Villa María

MATÍAS BERTOLA - CC - Miramar

CLAUDIANA GABAGLIO - CECISA - Río Tercero

PRESENTACIÓN

El Informe de Indicadores de la Actividad Comercial en la provincia de Córdoba, se presenta en forma mensual y contiene la descripción y análisis de las principales variables del sector, para su difusión entre los actores institucionales y sociales vinculados a esta esfera.

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



La Clave del mes

Con el objeto de que las Cámaras y Centros Comerciales cordobeses puedan continuar brindando herramientas a las pymes adheridas, la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom) presenta – en acuerdo con el Banco Macro – una serie de beneficios exclusivos para sus asociados.

Un paquete Macro Comercio con cuenta corriente en pesos, o cuenta especial en pesos y dólares, y tarjeta de crédito y cuentas adicionales opcionales y con bonificaciones. Diferentes soluciones de cobro (payway, viüMi, Modo, Macro click depago, entre otros).

Créditos al instante o líneas especiales para clientes mipymes. Facilidades para el pago de sueldos con beneficios para el negocio y los empleados. Un programa con beneficios Y hasta cursos y talleres con tips financieros.

La implementación de los beneficios será a través de cada entidad local. Por ello, las Cámaras y Centros Comerciales interesados deberán enviar un correo a fedecom@fedecom.org.ar solicitando la vinculación con el oficial de cuentas correspondiente para poder generar una reunión con sus asociados y brindarles la información detallada.

Editorial

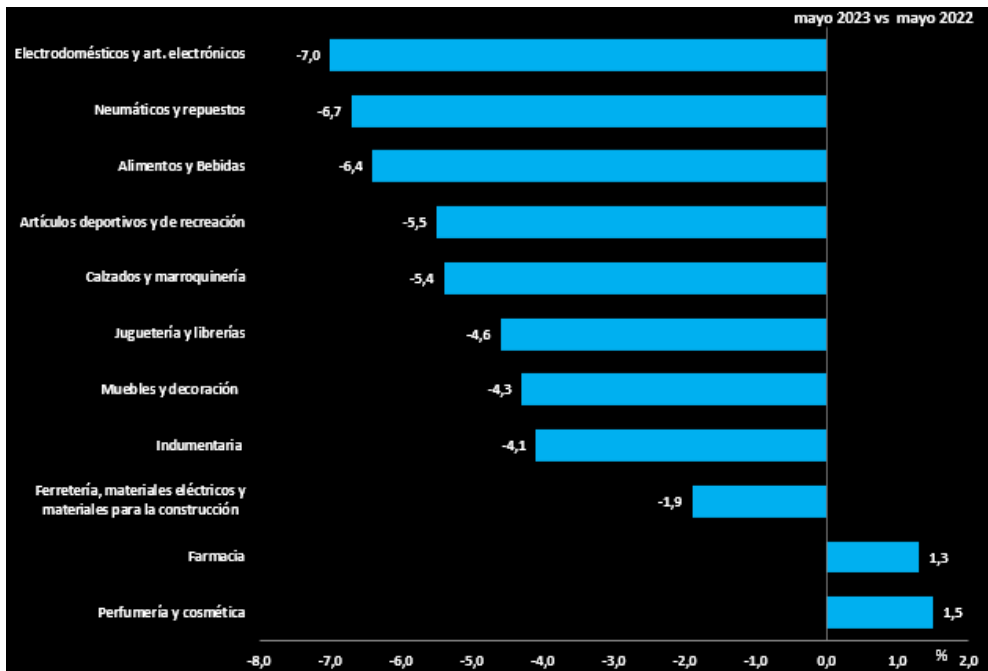
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de mayo con una caída del 4,8% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

Con este dato, ya son 12 los meses de bajas interanuales consecutivas. Vale recordar que en mayo de 2022, respecto a mayo de 2021, las ventas habían aumentado 2,5%.

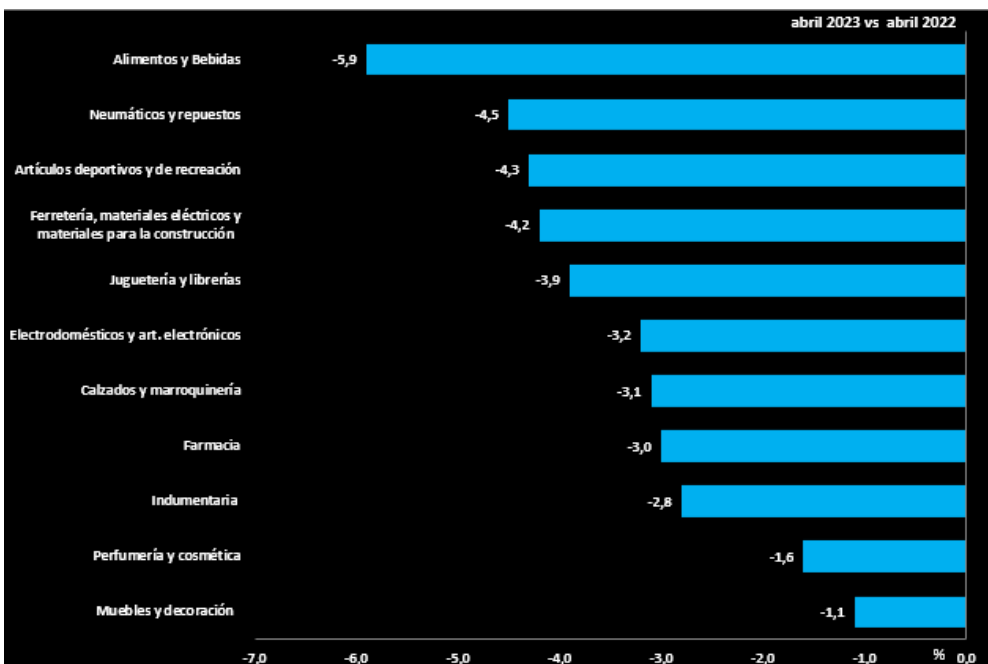
“La suba constante de los precios sigue siendo la gran responsable de la caída del poder adquisitivo de las familias y por ende de las ventas de los comerciantes. La situación del comercio es muy delicada”, refirió Fausto Brandolin, presidente de Fedecom.

“Ni siquiera la incidencia del pasado fin de semana XL y la afluencia de turistas a la provincia de Córdoba logró revertir la tendencia. Los costos suben a diario y muchas de las empresas tienen dificultades para abastecerse de mercadería”, añadió.

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.

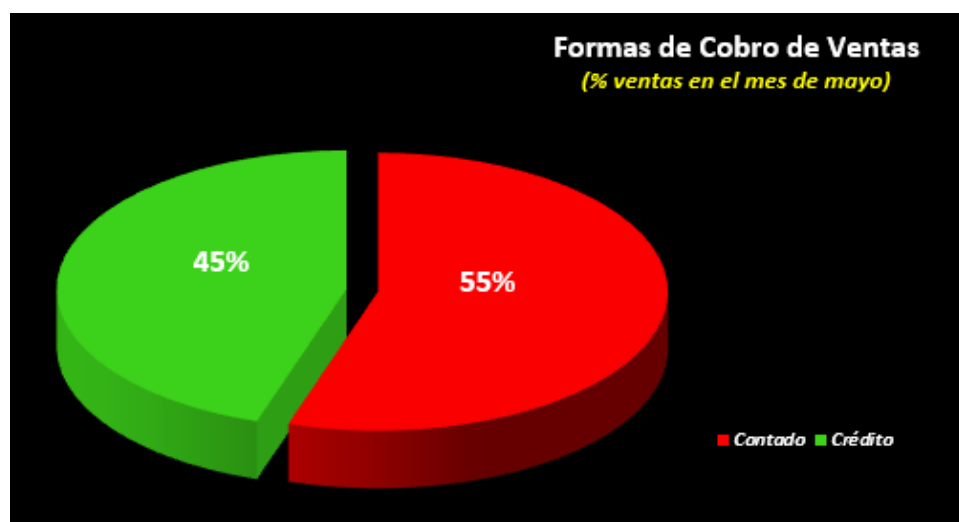
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de mayo con una caída del 4,8% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En mayo de 2022, respecto mayo de 2021, las ventas habían aumentado 2,5%.

Los 11 rubros relevados por la entidad, en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas, exhibieron los siguientes valores:

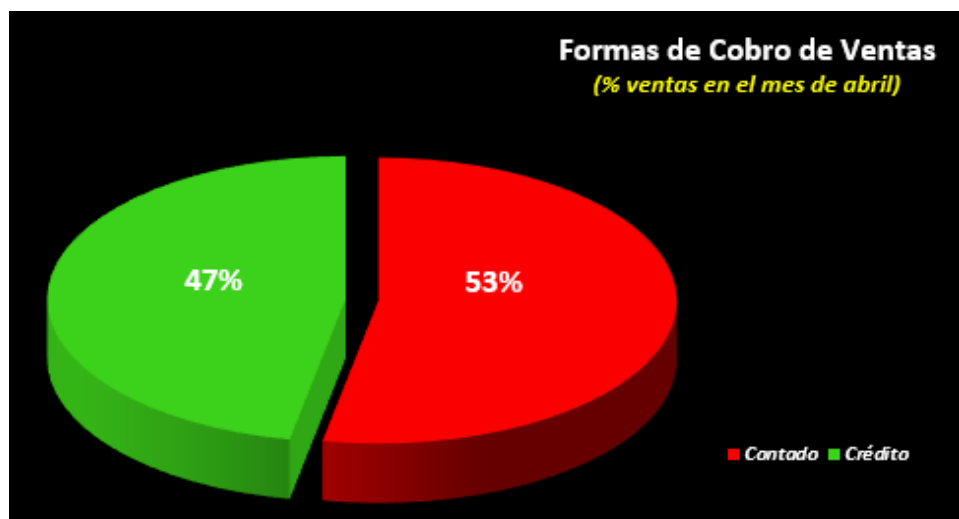
Comportamiento por rubros

Alimentos y bebidas (-6,4%);
Artículos deportivos y de recreación (-5,5%);
Calzados y marroquinería (-5,4%);
Electrodomésticos y artículos electrónicos (-7,0%);
Farmacia 1,3%;
Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-1,9%);
Indumentaria (-4,1%);
Juguetería y librerías (-4,6%);
Muebles y decoración (-4,3%);
Neumáticos y repuestos (-6,7%);
Perfumería y cosmética 1,5%.

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.

Al analizar la forma en que se cobraron las ventas por parte de los comerciantes durante los meses de abril y mayo, se observa que el componente **contado**, se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 53% al 55%.

Mientras que las operaciones a **crédito**, disminuyeron del 47 al 45% del total.

Aspectos Técnicos

Universo: comercios adheridos a Cámaras y Centros Comerciales de FEDECOM, ubicados en las principales localidades de capital e 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.