

InfoComercial

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



AUTORIDADES

PRESIDENTE

FAUSTO BRANDOLIN - CCI - Jesús María

VICE-PRESIDENTE 1°

MAXIMILIANO DAURÍA - 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

La Federación de Comercio de la Provincia de Córdoba (FEDECOM), en representación de los más de 100 mil comercios asociados a lo largo y ancho de la Provincia, manifiesta su preocupación ante el desmedido incremento de precios por parte de algunos proveedores.

El Comercio, en su función de intermediario, se encuentra hoy padeciendo la especulación de algunas empresas que - pese a ya haber modificado la lista de precios durante el mes de diciembre – continúan aplicando subas muy por encima de la devaluación.

El sector comercial no es formador de precios y entiende que esta situación sólo generará una mayor caída del consumo. Además, las subas no sólo afectan el bolsillo del cliente, sino que ponen en peligro las fuentes de trabajo de los empleados de comercio y los propios comerciantes que son generadores de su propio empleo.

Como entidad representativa del sector y conociendo la situación del pequeño comercio que hoy es víctima de esta especulación que los obliga a trasladarla al consumidor, exhortamos a nuestros asociados a redoblar esfuerzos y buscar proveedores que no buscan sacar provecho del escenario actual.

Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de diciembre con una caída del 9,4% 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.

La baja interanual resultó la más pronunciada de los dos últimos años.

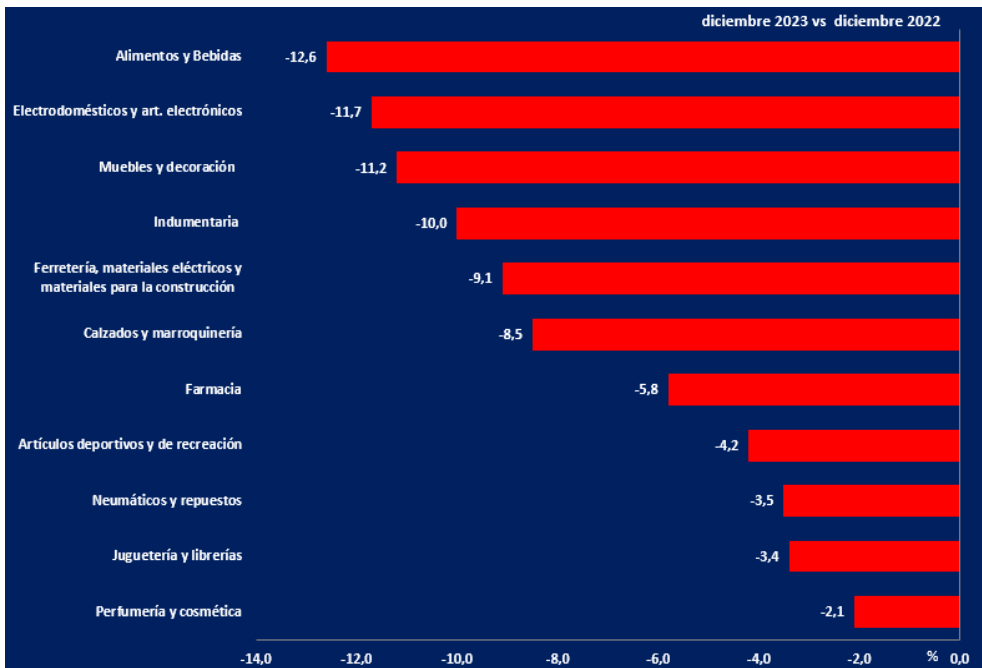
Con el dato de diciembre, ya suman 19 los meses de contracciones consecutivas. Vale recordar que en diciembre de 2022, respecto igual mes de 2021, las ventas habían disminuido 2,3%.

“Ésta es la mayor caída de los dos últimos años. Y Alimentos y bebidas es el rubro en el que más se acentuó la baja, a pesar de las fiestas de Navidad y Fin de Año, lo que marca el drástico deterioro del poder adquisitivo de las familias en general, por un lado, y el excesivo aumento registrado en los precios de los productos, por el otro”, analizó Fausto Brandolin, presidente de Fedecom.

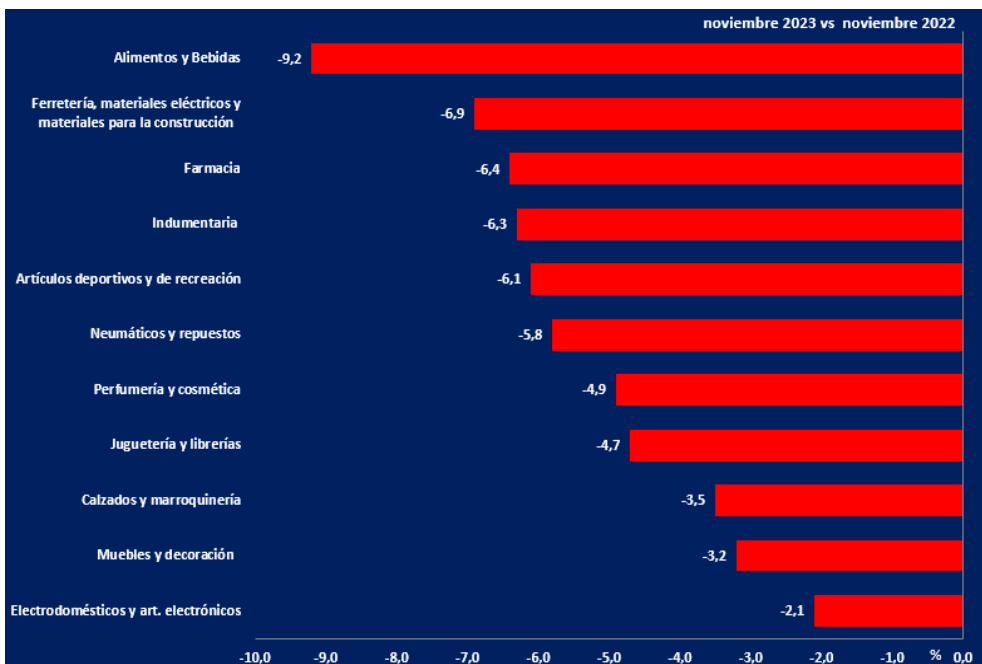
Y agregó: “a raíz de esta suba desmedida de precios, observamos una tendencia creciente tanto de parte del cliente como del comerciante minorista de no convalidar aumentos que están fuera de toda lógica (salvo la especulativa por parte de algunos proveedores y marcas), conducta que vemos como un cambio significativo que nos obligará en esta nueva etapa a acompañar los cambios de fondo que pretende el nuevo Gobierno. El comerciante deberá eficientizar sus costos para ser competitivos y el cliente tendrá que seguir cuidando su ingreso”.

Según consideró Brandolin, “las reformas impulsadas por el Gobierno nacional, si bien en el primer momento serán complicadas de atravesar, tenderán a consolidar el cambio y darán lugar a un nuevo escenario económico con reglas de juegos totalmente contrarias a la decadencia sufrida por un sistema que nos trajo a esta penosa actualidad”.

“Desde nuestro sector esperamos con ansias la desaparición de impuestos distorsivos, principalmente IIBB, la simplificación impositiva y la baja de cargas sociales para generar un escenario de crecimiento tanto económico como laboral, para así generar riqueza genuina”, concluyó.



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.

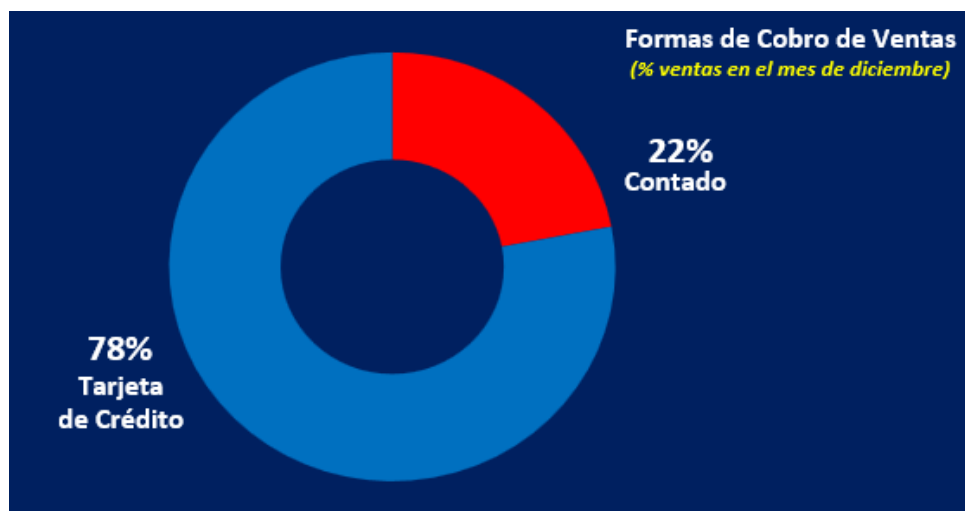
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de diciembre con una caída del 9,4% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En diciembre de 2022, respecto diciembre de 2021, las ventas habían disminuido 2,3%.

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

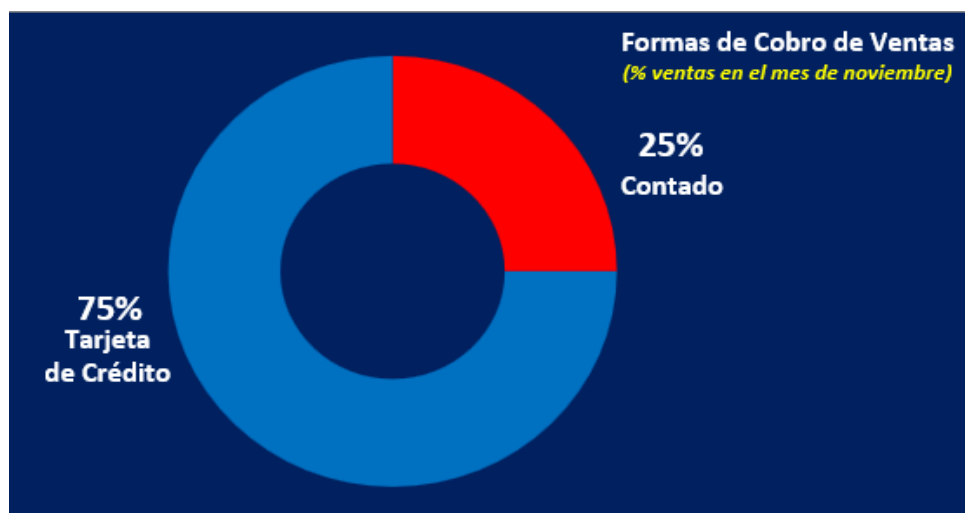
Comportamiento por rubros

Alimentos y bebidas (-12,6%);
 Artículos deportivos y de recreación (-4,2%);
 Calzados y marroquinería (-8,5%);
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-11,7%);
 Farmacia (-5,8%);
 Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (9,1%);
 Indumentaria (-10,0%);
 Juguetería y librerías (-3,4%);
 Muebles y decoración (-11,2%);
 Neumáticos y repuestos (-3,5%);
 Perfumería y cosmética (-2,1%).

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 noviembre y diciembre, se observa que el componente **tarjeta de crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 75% al 78%.

Mientras que las operaciones a **contado**, disminuyeron del 25 al 22% 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.