



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 Comercial de Córdoba (Fedecom) lanza, con el apoyo de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) y junto a las cámaras y los centros comerciales asociados en toda la provincia, la acción de promoción “Para mi Papá, elijo el comercio local”.

La iniciativa busca incentivar el consumo en establecimientos formalmente establecidos.

De este modo, entre el 1 y el 16 de junio próximo, todos aquellos que visiten los comercios adheridos a esta Campaña podrán participar del sorteo -a nivel provincial- de órdenes de compras por un total de 4 millones de pesos.

Quienes deseen participar, deberán escanear el código QR que se encuentra en los locales formales y de cercanía que se hayan sumado a esta acción y llenar el formulario con sus datos.

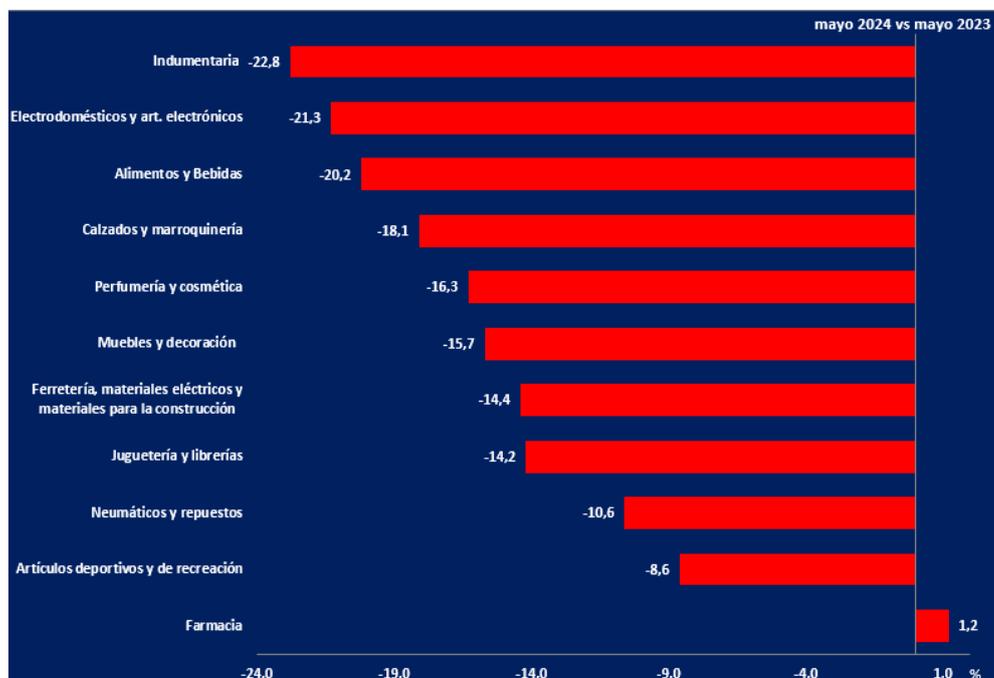
Invitamos a todos los habitantes de las ciudades cordobesas a recorrer los comercios identificados con el afiche correspondiente y a realizar sus compras para agasajar a Papá recordando que es el comercio formal es el que motoriza la economía de toda la región.

Editorial

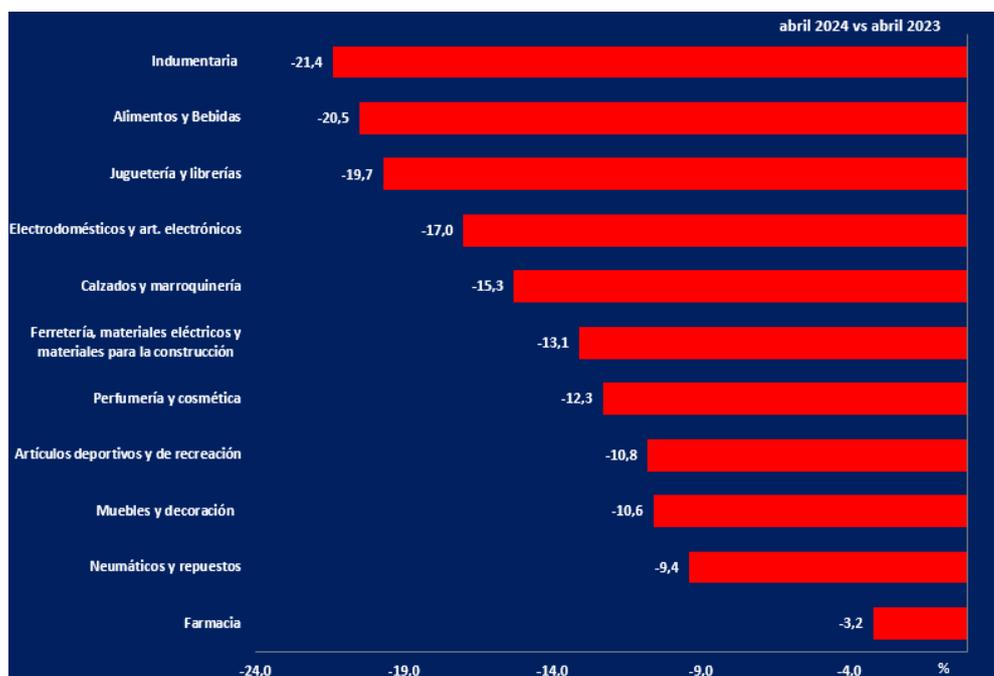
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de mayo con una caída del 17,1% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

Vale recordar que, en mayo de 2023, respecto mayo de 2022, las ventas habían disminuido un 4,8%.

“La cautela y la precaución por parte de las familias en relación a los gastos es muy evidente. La preocupación frente a la suba de los impuestos y la pérdida del poder adquisitivo retrae el consumo masivo. Se observan cambios en los comportamientos de consumos, búsqueda de ofertas y descuentos, elecciones de segundas y terceras marcas, todos mecanismos que despliegan las familias para asegurarse la cobertura de las necesidades básicas”, explicó Fausto Brandolin, presidente de Fedecom.



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.

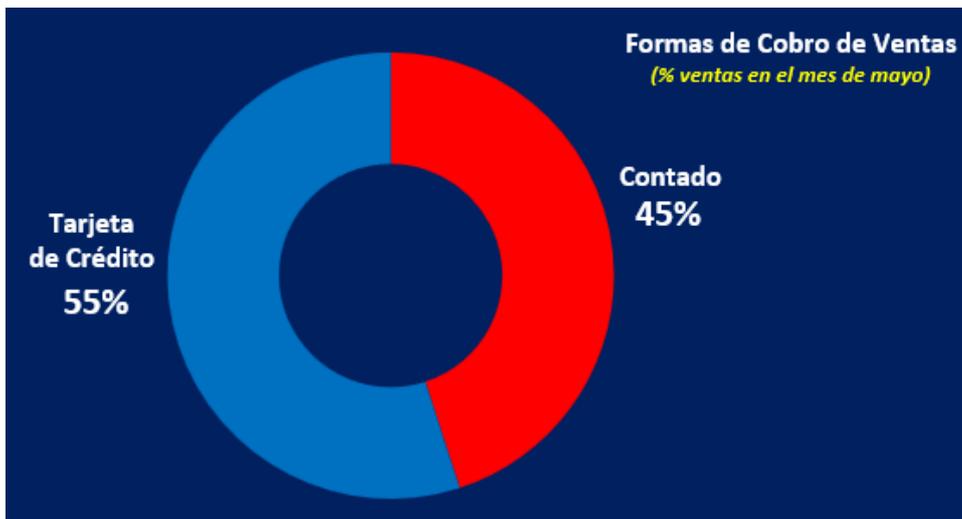
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de mayo con una caída del 17,1% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En mayo de 2023, respecto mayo de 2022, las ventas habían disminuido 4,8%.

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

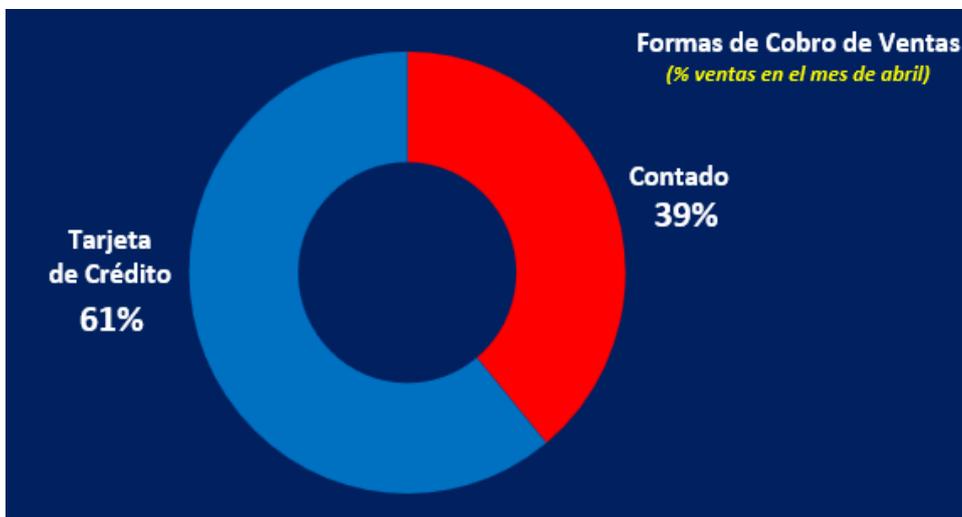
Comportamiento por rubros

Alimentos y bebidas (-20,2%); Artículos deportivos y de recreación (-8,6%); Calzados y marroquinería (-18,1%); Electrodomésticos y artículos electrónicos (-21,3%); Farmacia 1,2%; Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-14,4%); Indumentaria (-22,8%); Juguetería y librerías (-14,2%); Muebles y decoración (-15,7%); Neumáticos y repuestos (-10,6%); Perfumería y cosmética (-16,3%).

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 **tarjeta de crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 61% al 55%.

Mientras que las operaciones a **contado**, aumentaron del 39 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.