



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°

ALBERTO CAÑÓN – CECISA - Río Tercero

VICE-PRESIDENTE 3°

CRISTIAN SAVORETTI – C.C.I. - Oncativo

VICE-PRESIDENTE 4°

GABRIEL MASSHEIMER – UCIS – La Falda

SECRETARIA

CECILIA PÉREZ CONTRERAS – CC - Alta Gracia

PRO SECRETARIA

MARIANA PACHECO D'AQUILA – CERBELL - Bell Ville

TESORERO

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

PROTESORERO

JUAN C. CALCABRINI – AEGD - General de Deheza

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



Las Claves del mes

El gobierno nacional, define los últimos detalles del decreto en el cual establecerá el pago de una suma fija para los trabajadores formales del sector privado.

Todo ello, en el marco de las medidas que pretenden reactivar el consumo y otorgar poder adquisitivo a los asalariados.

El aumento será absorbido por las futuras negociaciones paritarias y no deberá ser tenido en cuenta para el cálculo de ningún adicional salarial contemplado en el convenio colectivo o en el contrato individual de trabajo.

Las empresas que cuenten con Certificado MiPyME vigente, quedarán eximidas del pago de las contribuciones patronales destinadas al SIPA, con relación al incremento salarial resultante del Art. 1, por el plazo de tres meses o el menor plazo en que tal incremento sea absorbido por las futuras negociaciones paritarias.

Editorial

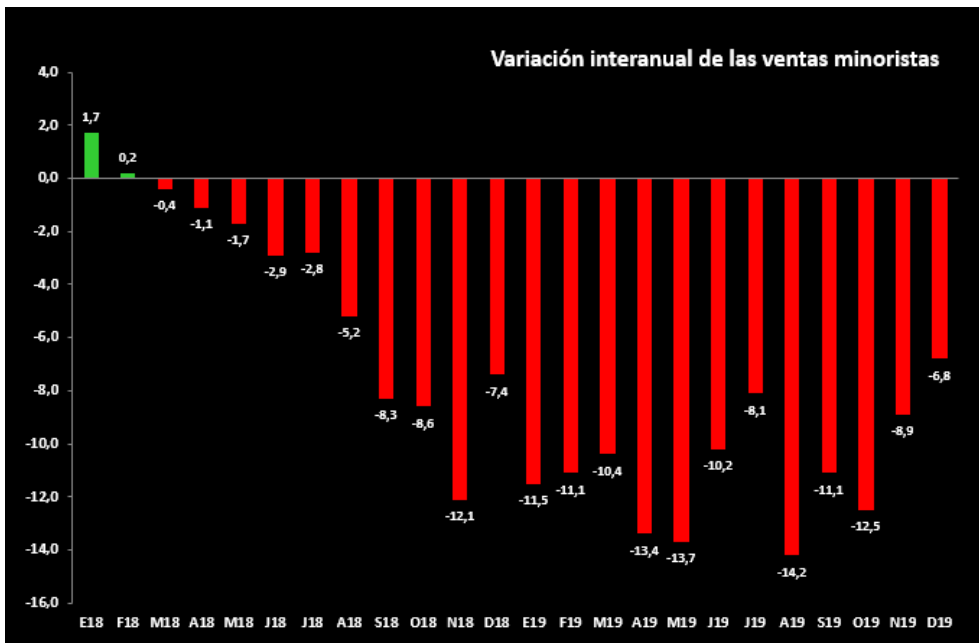
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de diciembre con una caída del 6,8% frente a igual mes del año anterior, la menor variación interanual negativa de todo 2019, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

Se recordará que, en diciembre de 2018, respecto a igual mes de 2017, las ventas habían caído 7,4%. De este modo, la comercialización minorista de la provincia cerró 2019 con una contracción promedio mensual de 10,9%, respecto del año anterior.

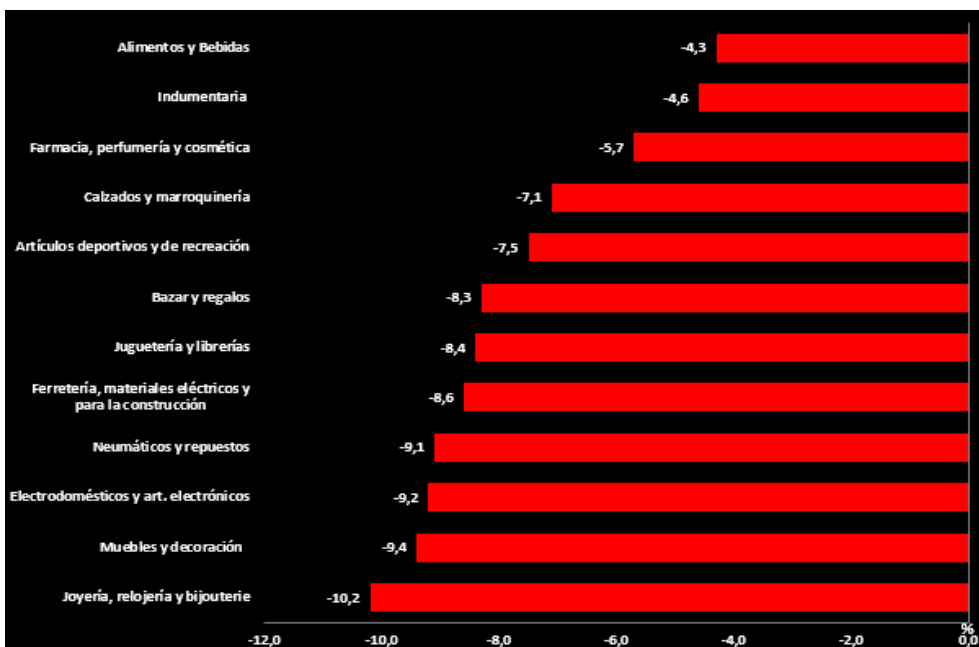
De igual modo, vale destacar que el último desempeño de 2019, si bien fue negativo como los 22 anteriores, fue el de menor contracción desde agosto de 2018.

La caída ocurrida en las ventas de los rubros relacionados con la Navidad ya nos hizo prever que no habría una mejora en diciembre.

Seguimos expectantes de que las medidas implementadas por el Gobierno nacional los últimos días del año, logren movilizar el consumo, ya que el sector comercial está muy postergado. En forma complementaria, genera un cierto nivel de optimismo, la incidencia que pueda tener en Córdoba el turismo durante la temporada de verano que está comenzando.



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



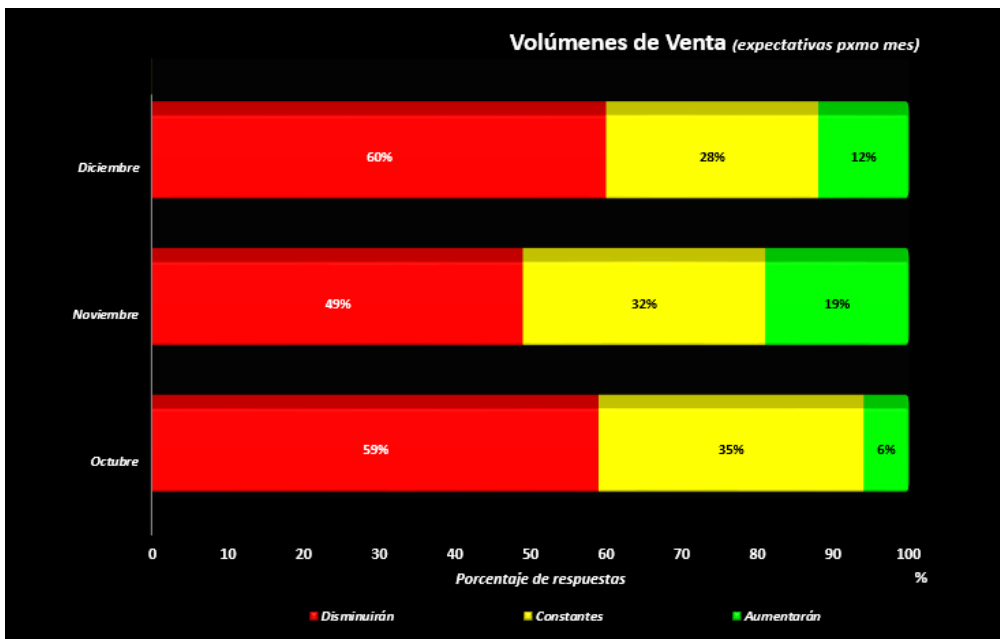
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de noviembre con una caída del 6,8% frente a igual mes del año anterior. En diciembre de 2018, respecto a diciembre de 2017, las ventas habían caído 7,4%.

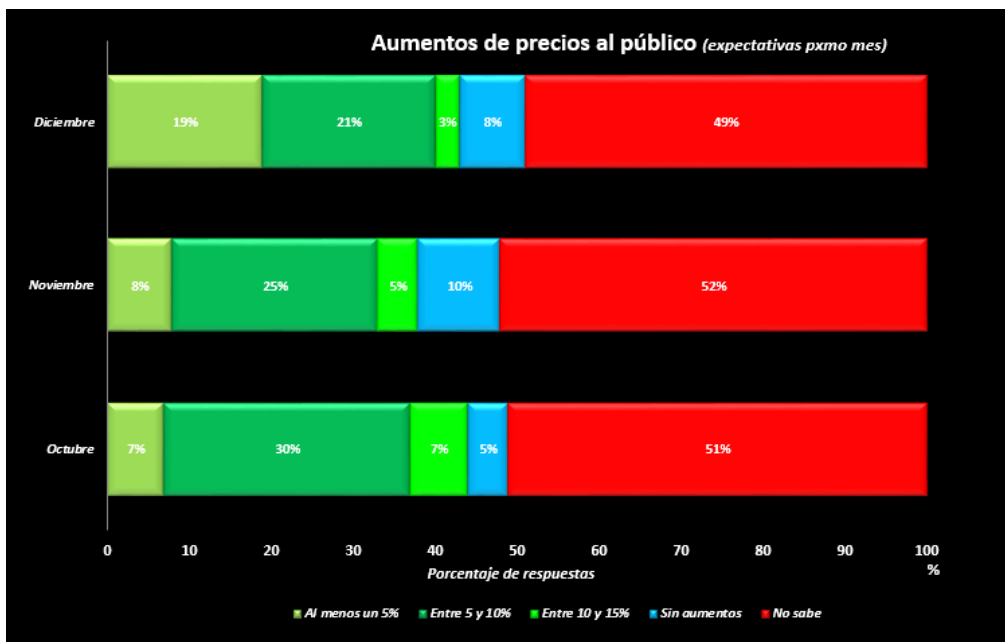
De los 12 rubros relevados por la entidad, todos ellos alcanzaron valores negativos en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas.

Las caídas más pronunciadas se observaron en: Joyería, relojería y bijouterie (-10,2%); Muebles y decoración (-9,4%); Electrodom. y artículos electrónicos (-9,2%); Neumáticos y repuestos (-9,1%); Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-8,6%); Juguetería y librerías (-8,4%); Bazar y regalos (-8,3%); Artículos deportivos y de recreación (-7,5%); Calzados y marroquinería (-7,1%).

Las variaciones en cantidades vendidas para los restantes rubros fueron: Farmacia, perfumería y cosmética (-5,7%); Indumentaria (-4,6%); y finalmente, Alimentos y bebidas (-4,3%).



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



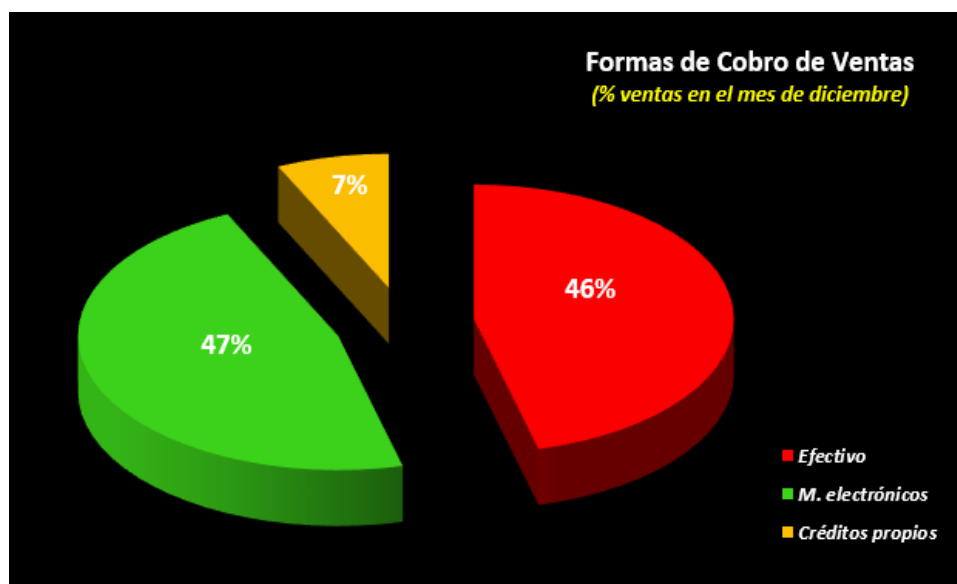
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.

El 60% de los comerciantes espera que, para el mes de enero, sus **Volúmenes de Ventas disminuyan**; cuando en el mes de noviembre las expectativas de que hubiera una retracción en esta variable para diciembre, eran del 49%.

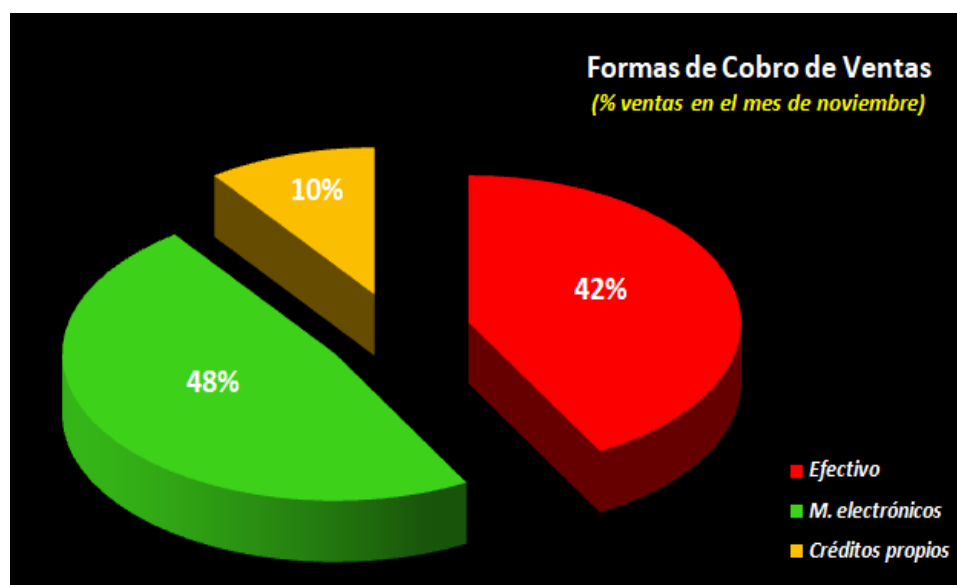
Un 28% espera las ventas permanezcan sin modificaciones, y el 12% considera que los volúmenes en cantidades experimentarán un crecimiento en el primer mes del año.

Al ser consultados, sobre la posibilidad de incrementar los precios para el próximo mes, un 21% de los comercios relevados, explicitó que tiene previsto aumentarlos entre un 5 y un 10%.

En el mes de noviembre, el 25% de los comercios proyectaba incrementar los precios en ese rango, mientras que el 52% no tenía certezas respecto a qué decisión tomar respecto a esta variable.



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 noviembre y diciembre, se observa que el componente de **Medios electrónicos** (débito y crédito) se colocó en primer término con porcentajes que variaron del 48 al 47%

Contado Efectivo, ocupa el segundo lugar con cambios entre los meses analizados, promediando el 42 y el 46 por ciento respectivamente.

Finalmente, el financiamiento por medio de **Créditos propios** -financiación propia del local- pasó del 10 al 7%.