





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 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



La Clave del mes

El Gobierno prorrogó hasta el 31 de octubre próximo la vigencia de los precios máximos para 854 productos que incluyen alimentos, bebidas, artículos de higiene y limpieza, cuyos valores deben ser los que regían al 6 de marzo último, en el marco de las medidas para paliar la crisis económica por la pandemia de coronavirus.

La resolución 254/2020 de la Secretaría de Comercio Interior, publicada en el Boletín Oficial, extiende los alcances de la resolución 100/2020 de la misma dependencia.

La medida incluye a todos los almacenes, supermercados e hipermercados, mercados, autoservicios, a excepción de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), y a los establecimientos comerciales mayoristas de venta de productos de consumo masivo que cuenten con salón de ventas.

Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de agosto con una caída del 16,8% 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 agosto de 2019, respecto a agosto de 2018, las ventas habían caído 14,2%.

Con el dato del mes de agosto, son treinta meses de caída consecutiva en las ventas minoristas; se recordará que en julio pasado la caída fue del 18,7%.

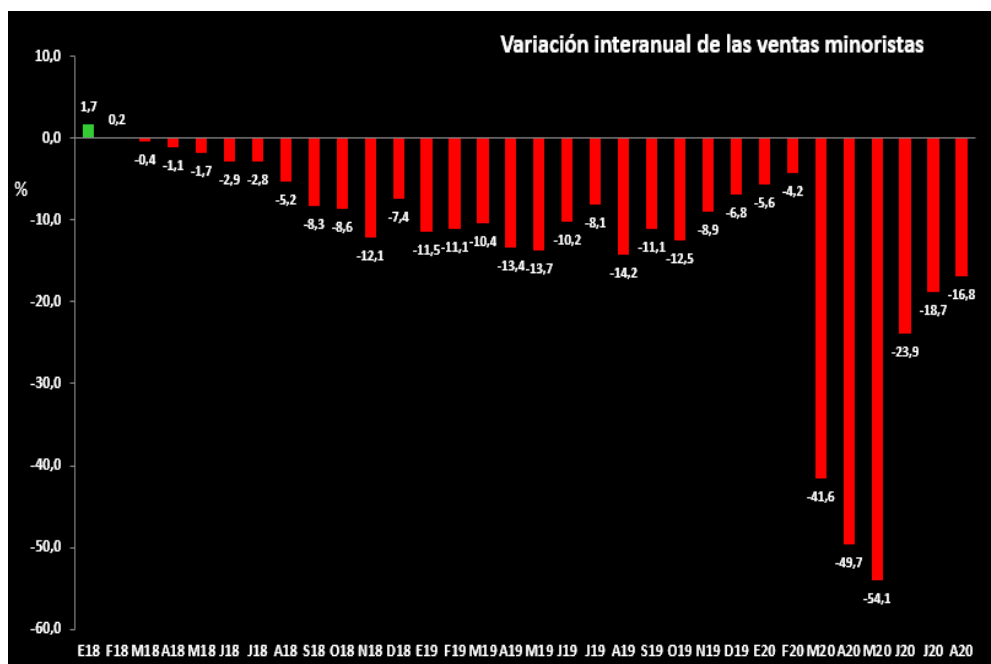
La caída registrada en las ventas para el Día del Niño nos dio una primera muestra de lo que iba a resultar siendo agosto.

La situación no mejora y la incertidumbre, tanto en materia económica como de salud debido a la emergencia sanitaria, mantienen en vilo a las familias que se muestran cautas a la hora de consumir.

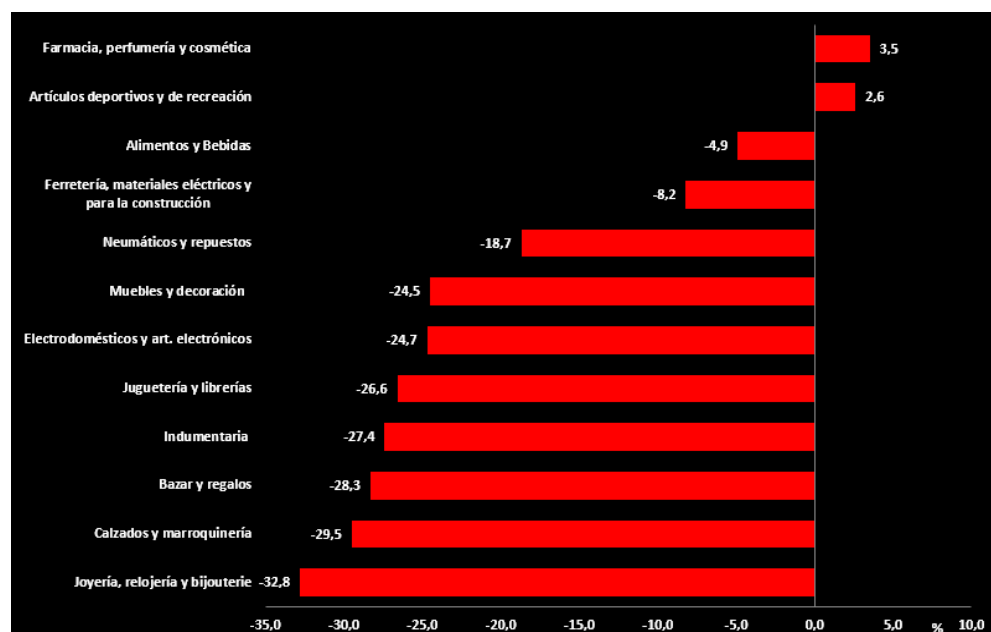
En efecto, los rubros que “menos han caído” son aquellos que, o tienen que ver con productos esenciales como alimentos o medicamentos, o —en agosto— los artículos de recreación que fueron de los más requeridos para el Día del Niño.

El poder adquisitivo sigue deprimido y la gente sigue postergando gastos. La reactivación está lejos de producirse si no se la incentiva.

Ezequiel Cerezo
Presidente 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.

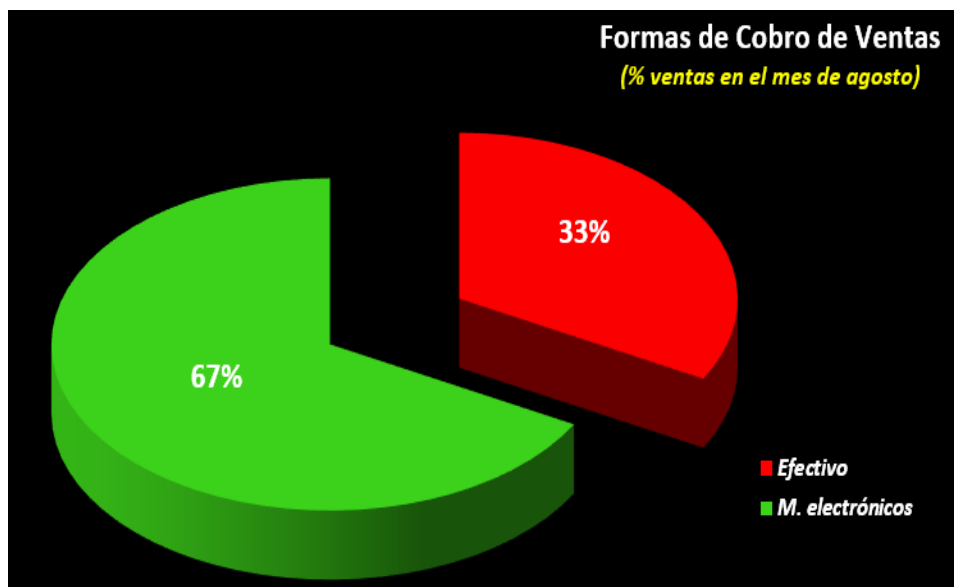
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de agosto con una caída del 16,8% frente a igual mes del año anterior.

De los 12 rubros relevados por la entidad, diez alcanzaron valores negativos y dos positivos en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas.

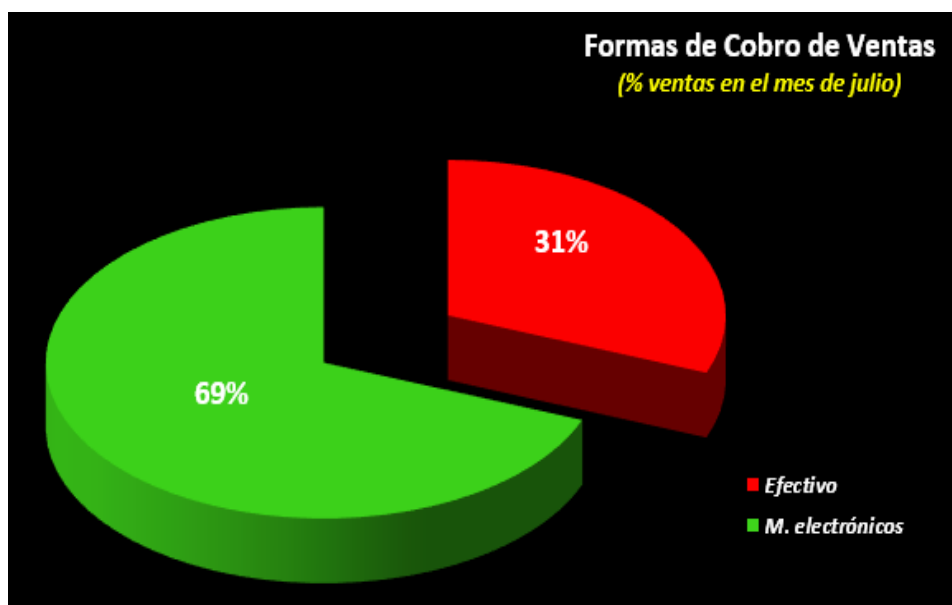
Las caídas se observaron en:
 Joyería, relojería y bijouterie (-32,8%);
 Calzados y marroquinería (-29,5%);
 Bazar y regalos (-28,3%);
 Indumentaria (-27,4%);
 Juguetería y librerías (-26,6%);
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-24,7%);
 Muebles y decoración (-24,5%);
 Neumáticos y repuestos (-18,7%);
 Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-8,2%);
 Alimentos y bebidas (-4,9%).

Las variaciones positivas en cantidades vendidas correspondieron a los rubros de: Farmacia, perfumería y cosmética 3,5%; Artículos deportivos y de recreación 2,6%.

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 julio y agosto se observa que el componente de **Medios electrónicos** (débito y crédito) se colocó en primer término con porcentajes que variaron del 69% al 67%

Efectivo, aumentó respecto al mes anterior, y pasó del 31 al 33%.