



InfoComercial

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



AUTORIDADES

PRESIDENTE

EZEQUIEL CEREZO – 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 amplió los alcances del Fondo para el Desarrollo Productivo (Fondep) para promover la inversión y el consumo de productos nacionales.

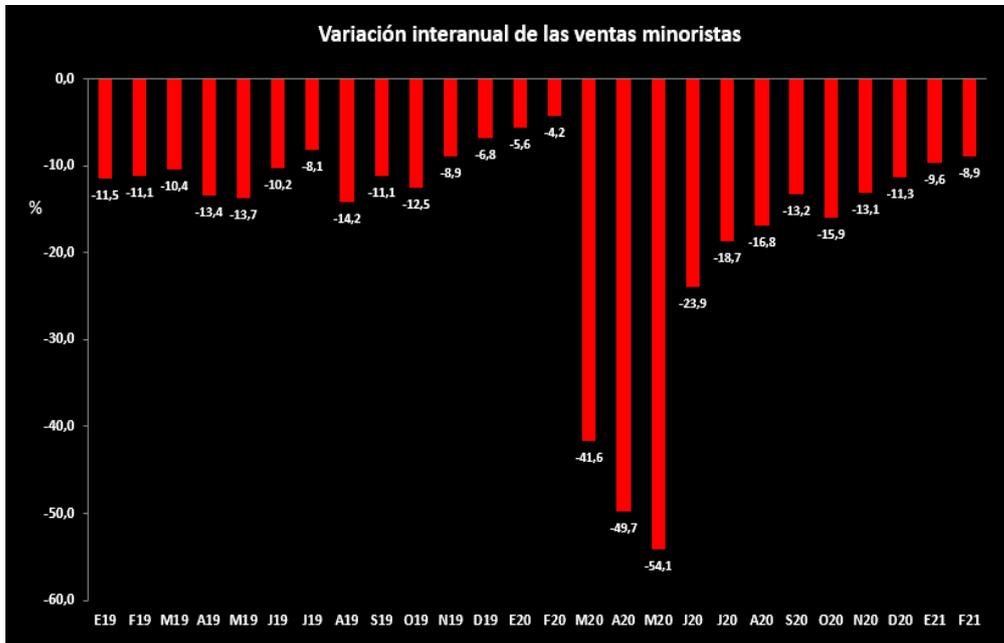
Lo hizo a través del Decreto 122/2021, publicado en el Boletín Oficial, que establece que el Fondep tendrá el objetivo de “permitir un mayor acceso al financiamiento; promover la inversión y el consumo; y contribuir al desarrollo de las cadenas de valor en sectores estratégicos para el desarrollo económico y social del país”.

El decreto destaca que el Fondo “es un vehículo eficaz, transparente y esencial para el financiamiento de empresas y en particular, las mipymes”, ya que -precisó- “cuenta con la posibilidad de atender con agilidad y efectividad, con distintos instrumentos, a sectores que, por la coyuntura económica o circunstancias puntuales de la economía local o internacional, así lo requieren, inclusive articulando con distintos actores de la economía como, por ejemplo, entidades financieras”.

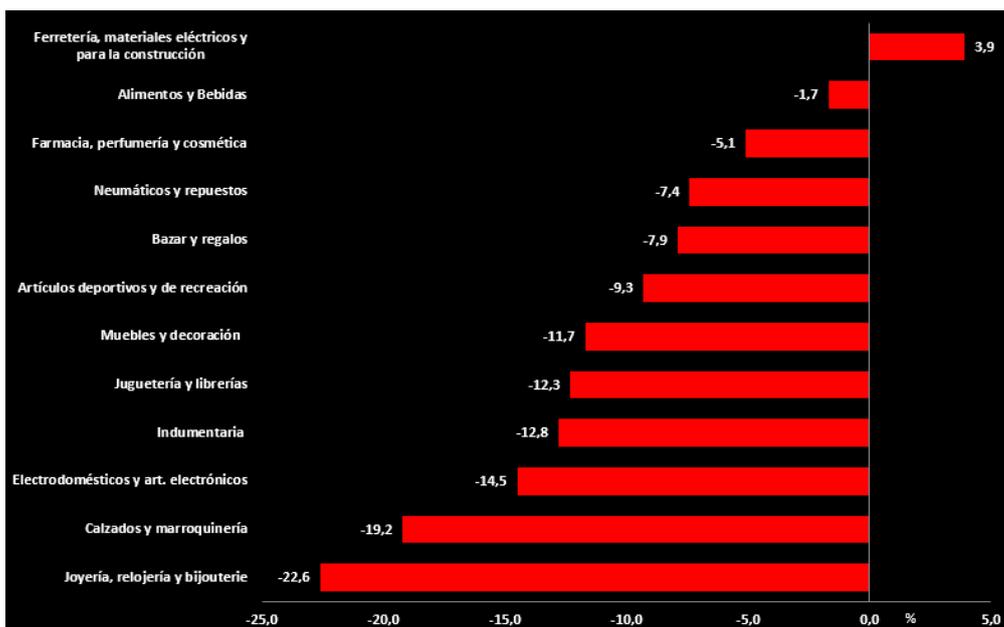
Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de febrero con una caída del 8,9% frente a igual mes del año anterior, acumulando así tres años consecutivos de retracción, lo que, sumado a los cambios consensuados recientemente en el Consenso Fiscal que ya cuenta con media sanción del Senado, incrementa la preocupación de las pequeñas y medianas empresas argentinas, poniendo en peligro los miles de puestos de trabajo que generan.

"El sector que representa Fedecom se encuentra devastado luego de 36 meses de caídas consecutivas en sus ingresos. Aumentar la presión fiscal en esta coyuntura y ante un panorama tan incierto, empujará a miles de pymes a cerrar sus puertas generando un mayor desempleo en medio de una crisis económica histórica", expresó Ezequiel Cerezo, presidente de Fedecom.



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



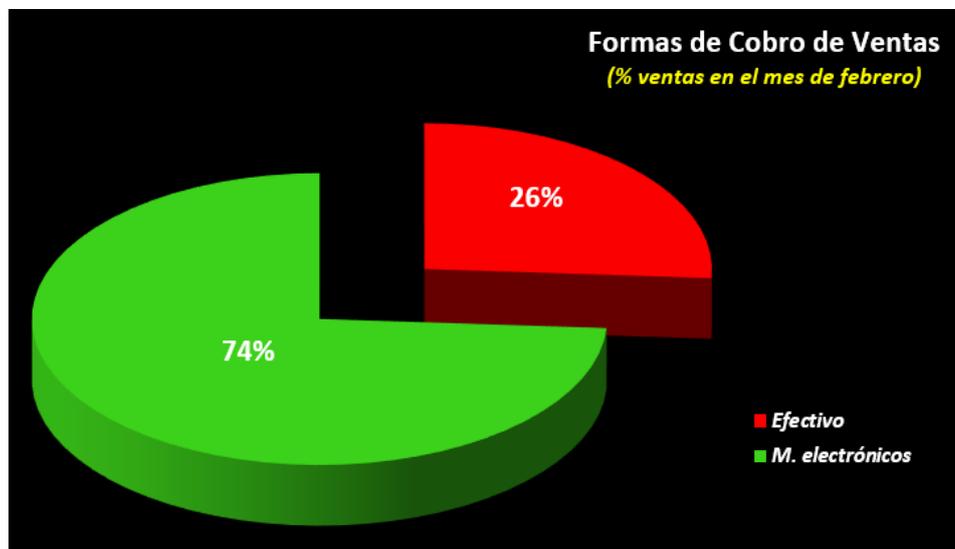
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de febrero con una caída del 8,9% frente a igual mes del año anterior.

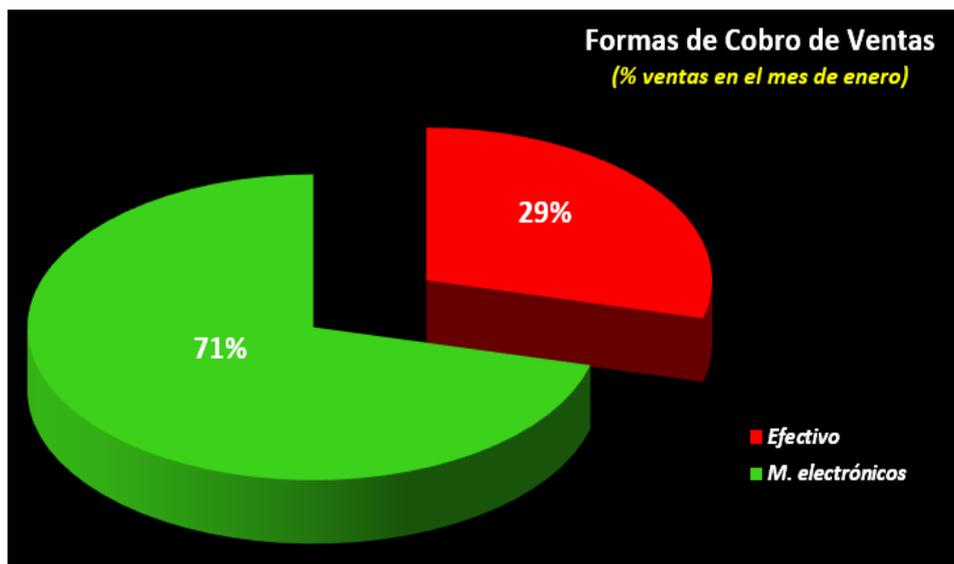
De los 12 rubros relevados por la entidad, todos ellos mostraron valores negativos en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas, con la excepción de Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción.

Joyería, relojería y bijouterie (-22,6%);
 Calzados y marroquinería (-19,2%);
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-14,5%);
 Indumentaria (-12,8%);
 Juguetería y librerías (-12,3%);
 Muebles y decoración (-11,7%);
 Artículos deportivos y de recreación (-9,3%);
 Bazar y regalos (-7,9%);
 Neumáticos y repuestos (-7,4%);
 Farmacia, perfumería y cosmética (-5,1%);
 Alimentos y bebidas (-1,7%);
 Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción 3,9%

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 enero y febrero, se observa que el componente de **Medios electrónicos** (débito y crédito) se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 71% al 74%.

Efectivo, disminuyó 3 p.p respecto al mes anterior, y pasó del 29 al 26%.

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.