



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 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

La Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa actualizó los topes de facturación que determinan qué empresas se encuadran dentro del registro de micro, pequeñas y medianas, que entrarán en vigencia a partir de mañana.

La actualización quedó oficializada, a través de la Resolución 19/2021 publicada hoy en el Boletín Oficial.

Allí se modificó los montos máximos de facturación en todos los sectores y tramos tomando como referencia el índice de precios implícitos del Producto Bruto Interno (PBI) elaborado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec).

Para el comercio:

- \$57 millones para las micro;
- \$352,42 millones para las pequeñas;
- \$2.588,77 millones para las medianas tramo 1;
- \$3.698,27 millones para las del tramo 2.

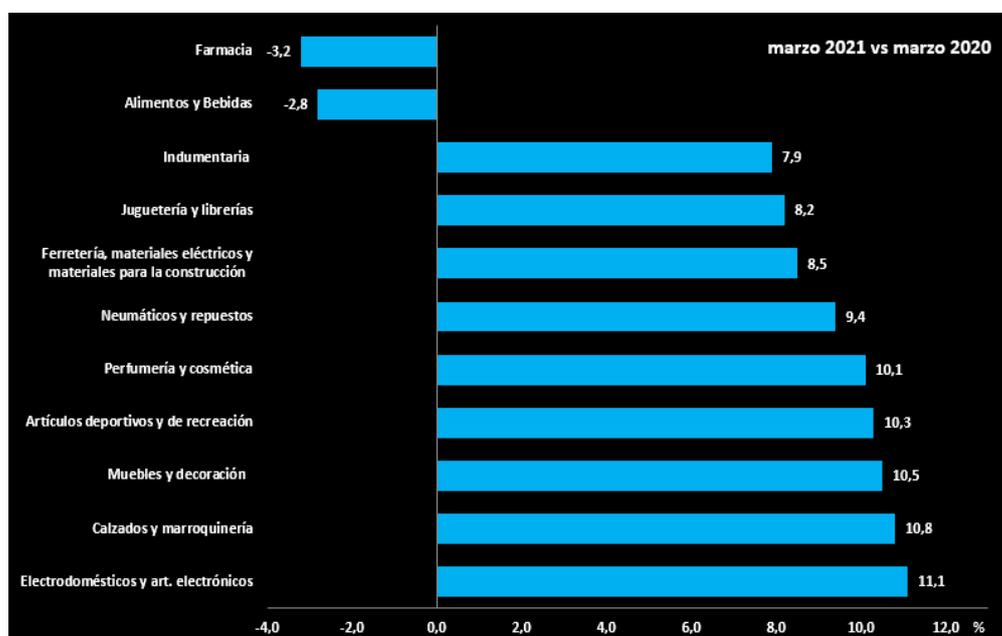
Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de marzo con un aumento del 5,7% frente a igual mes del año anterior, primero del establecimiento del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) por la pandemia de coronavirus. Sin embargo, si se compara el desempeño de las ventas del mes pasado con el de marzo de 2019, se observa una contracción del 4,6%, todo de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom) y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

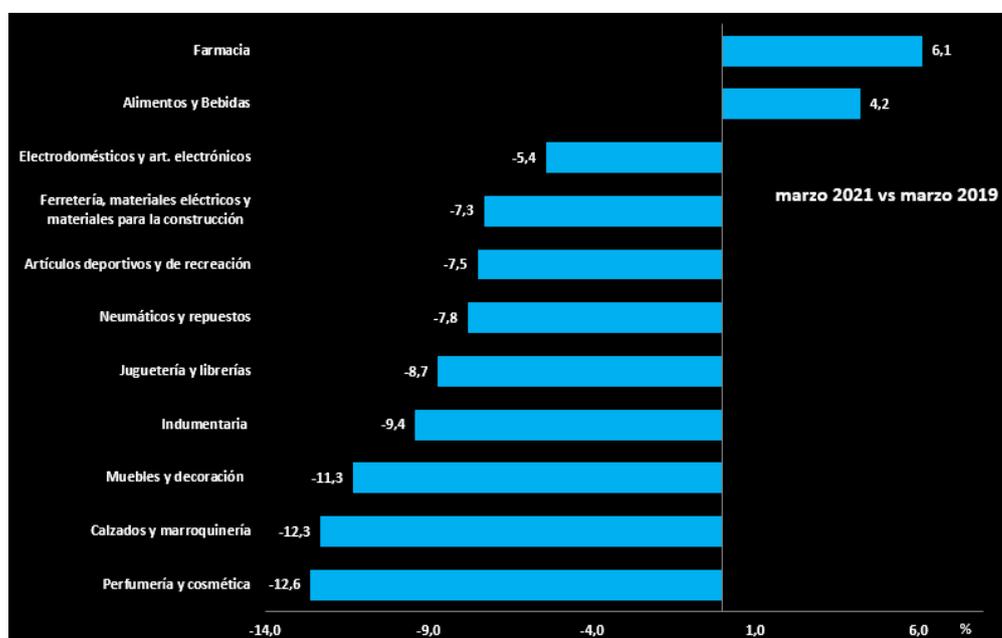
Así, el desempeño positivo del indicador del mes pasado se explica por una cuestión estadística fundamentada en la baja base de comparación interanual. Vale recordar que en marzo de 2020, respecto a marzo de 2019, las ventas habían caído 41,6% a consecuencia de la instauración de la cuarentena en todo el país.

“Las características de la cuarentena establecida en 2020, que provocó caídas muy pronunciadas especialmente en el segundo trimestre, es lo que propicia que el resultado del comparativo interanual arroje un valor positivo que muy lejos está de mostrar una recuperación real de consumo y de la actividad comercial y de servicios de la provincia de Córdoba”, explicó Ezequiel Cerezo, presidente de Fedecom.

“La pérdida del poder adquisitivo de los salarios, el desempleo y la consecuente pobreza tienen más que ver con los más de tres años de caídas interanuales consecutivas en las ventas del sector minorista, que con esta comparación estadística que hoy muestra una suba”, agregó.



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 marzo con un aumento del 5,7% frente a igual mes del año anterior, pero si se compara con marzo del año 2019, se observa una contracción del 4,6%,

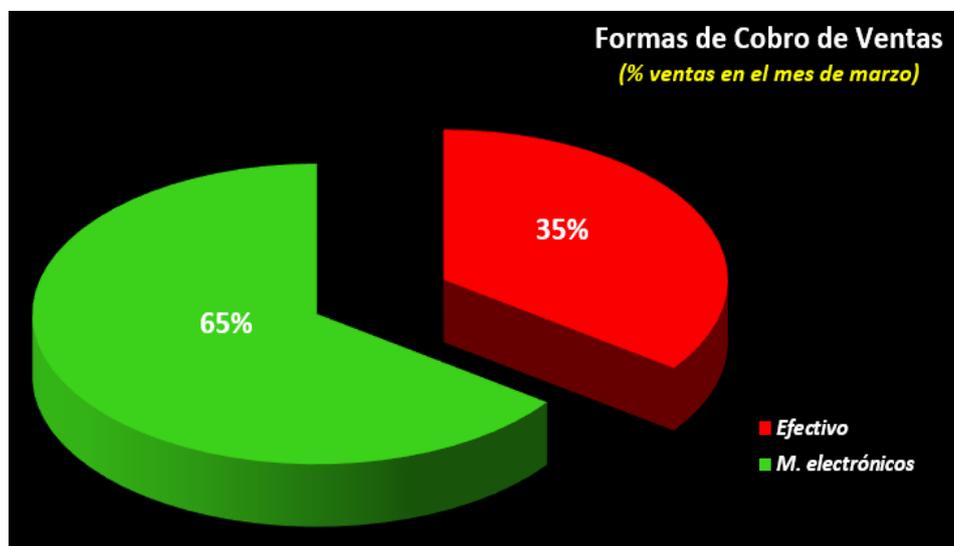
marzo 2021 vs. marzo 2020

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

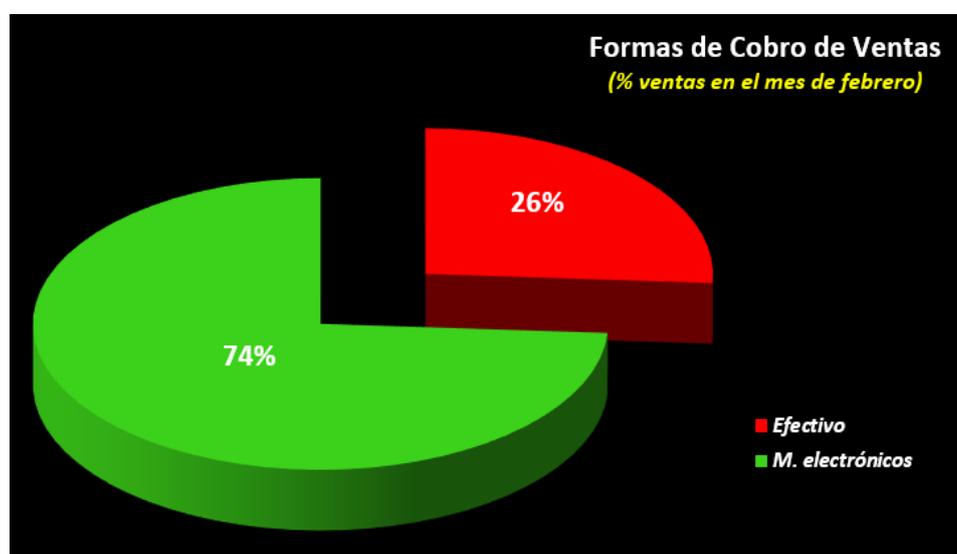
marzo 2021 vs. marzo 2019

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

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.

Al analizar la forma en que se cobraron las ventas por parte de los comerciantes durante los meses de febrero y marzo, se observa que el componente de **Medios electrónicos** (débito y crédito) se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 74% al 65%.

Efectivo, aumentó 9 p.p respecto al mes anterior, y pasó del 26 al 35%.

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.