



# 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 Federación Comercial de Córdoba (Fedecom) lanzó la campaña comunicacional #salítemprano, en apoyo al sector gastronómico en el marco de las recientes restricciones horarias dispuestas por el Gobierno nacional y avaladas por las provincias y los municipios para controlar la propagación de la segunda ola de la pandemia de coronavirus.

De este modo, desde Fedecom se propone a las entidades asociadas compartir en las redes sociales los flyers de difusión cuyo mensaje invita a los consumidores a salir a cenar más temprano, para colaborar con el sector gastronómico y las familias que de este sector dependen.

Los flyers se pueden personalizar con el logo de la entidad.

Asimismo, Fedecom sugiere algunas acciones que los centros comerciales o cámaras pueden generar vinculando al sector comercial con el de servicios.

## Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con un aumento del 48,9% frente a igual mes del año anterior, pero si se compara con abril del año 2019, se observa una contracción del 5,3%, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

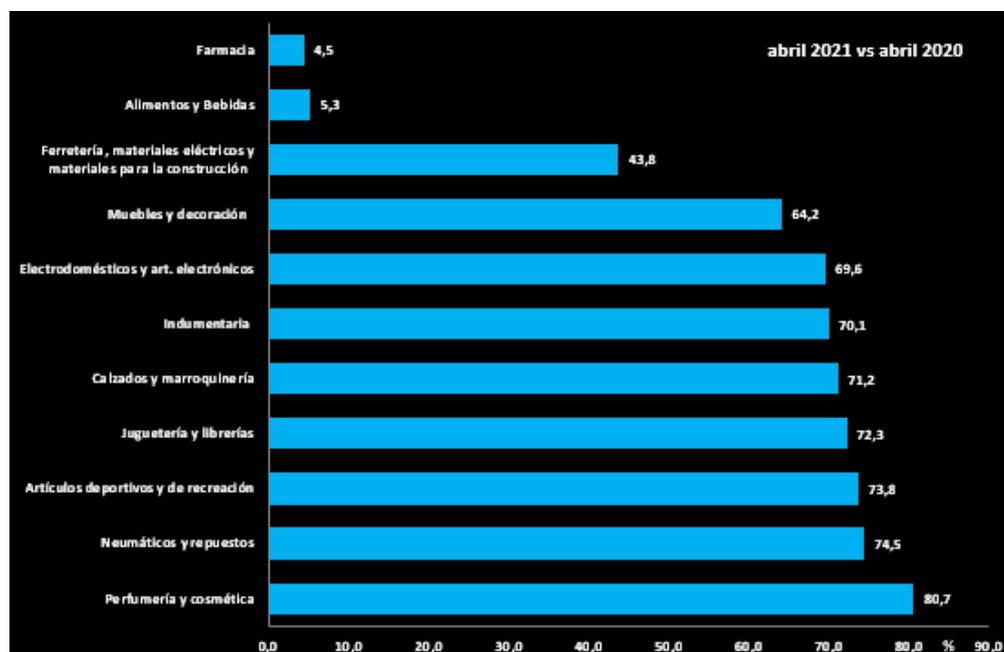
En abril de 2020, respecto a abril de 2019, las ventas habían caído 49,7% a consecuencia de la pandemia.

Las cifras comparativas en relación al año pasado no reflejan la realidad del sector que todavía está muy golpeado por el cauto consumo de las familias.

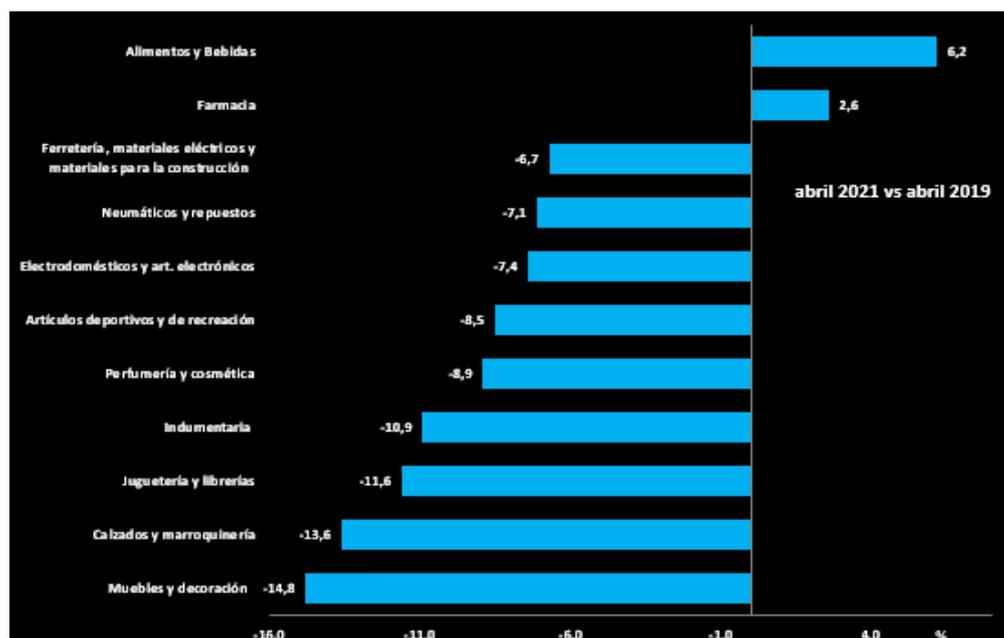
Las características del aislamiento social obligatorio impuesto por la pandemia en 2020 generó caídas muy pronunciadas en marzo, abril y mayo, lo que propicia que el valor del comparativo interanual arroje una suba que no refleja la coyuntura que atraviesa el sector. Por ello es que también se decidió comparar el resultado del mes de abril con igual mes del 2019, lo que todavía muestra una contracción respecto a las cantidades vendidas ese año.

Estamos en lo que los especialistas denominan la segunda ola de coronavirus. Se están anunciando nuevas restricciones en función de los focos y los lugares donde hay mayor cantidad de contagios. Todo eso mantiene a las familias expectantes y cautelosas debido a la incertidumbre en cuanto a lo que puede pasar, lo que frena las decisiones de consumo. Como sector estamos atravesando la crisis más profunda y extensa de las últimas décadas.

**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 abril con un aumento del 48,9% frente a igual mes del año anterior, pero si se compara con abril del año 2019, se observa una contracción del 5,3%

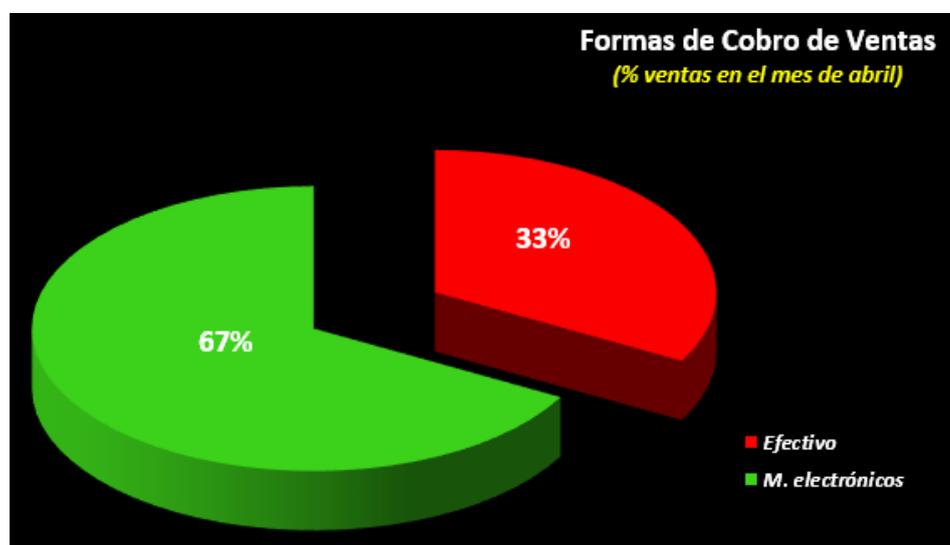
### abril 2021 vs. abril 2020

Alimentos y bebidas 5,3%;  
 Artículos deportivos y de recreación 73,8%;  
 Calzados y marroquinería 71,2%;  
 Electrodomésticos y artículos electrónicos 69,6%;  
 Farmacia 4,5%;  
 Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción 43,8%;  
 Indumentaria 70,1%;  
 Juguetes y librerías 72,3%;  
 Muebles y decoración 64,2%;  
 Neumáticos y repuestos 74,5%;  
 Perfumería y cosmética 80,7%

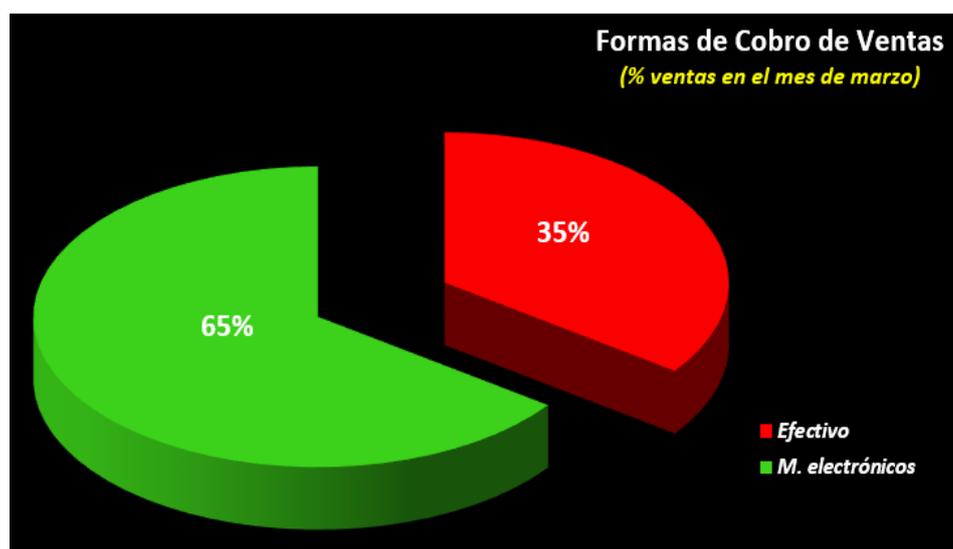
### abril 2021 vs. abril 2019

Alimentos y bebidas 6,2%;  
 Artículos deportivos y de recreación (-8,5%);  
 Calzados y marroquinería (-13,6%);  
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-7,4%);  
 Farmacia 2,6%;  
 Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-6,7%);  
 Indumentaria (-10,9%);  
 Juguetes y librerías (-11,6%);  
 Muebles y decoración (-14,8%);  
 Neumáticos y repuestos (-7,1%);  
 Perfumería y cosmética (-8,9%)

# 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 marzo y abril, se observa que el componente de **Medios electrónicos** (débito y crédito) se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 65% al 67%.

**Efectivo**, disminuyó 2 p.p respecto al mes anterior, y pasó del 35 al 33%.

## 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.