FEDECOM
FEDERACIÓN COMERCIAL DE CÓRDOBA

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

VICE-PRESIDENTE 3°
CRISTIAN SAVORETTI – C.C.I. - Oncativo

VICE-PRESIDENTE 4°
OSCAR VIDAL – CES– San Francisco

SECRETARIA
CECILIA PÉREZ CONTRERAS – CC - Alta Gracia

PRO SECRETARIA
MARÍA BELÉN GOY– CC – Colonia Caroya

TESORERO
SERGIO FRASSA – CCI – Villa del Rosario

PROTESORERO
GABRIEL MASSHEIMER – UCIS – LA FALDA

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

Año IV
Número 22
Agosto de 2021

InfoComercial

La Clave del mes

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) envió al presidente de la Nación, Alberto Fernández; a otros representantes del Poder Ejecutivo y Legislativo; y referentes sindicales y gremiales empresarios, el primer documento denominado AGENDA PYME que consiste en una serie de iniciativas que pretenden dar impulso al desarrollo sostenible y federal del país, asentado sobre la actividad productiva y comercial pyme, para el escenario que sobrevendrá a la pandemia.

El documento fue confeccionado sobre la base de propuestas debatidas en varios encuentros entre cientos de dirigentes pymes de todo el país –entre los que se encuentran el presidente y la secretaria general de la Comisión Directiva de la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), Ezequiel Cerezo y Cecilia Pérez Contreras-, y analizadas en su factibilidad por los integrantes del Departamento de Estudios Económicos de CAME.

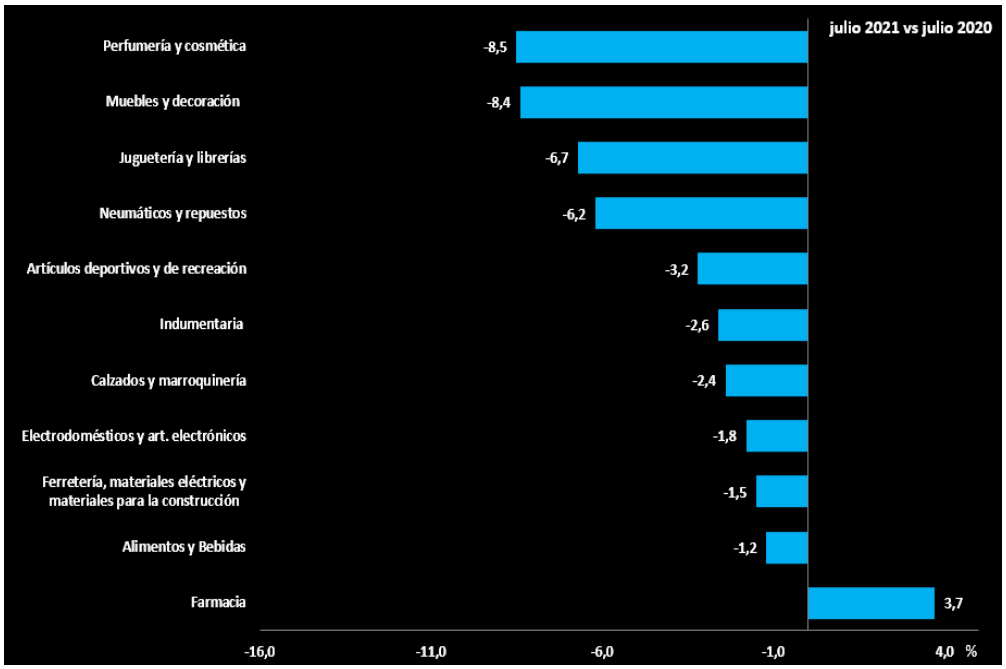
El primer capítulo de este informe, que aspira a construir un marco de acuerdos y propósitos a lograr a través de la articulación público-privada, se centra en uno de los aspectos estructurales de un desafío histórico: el empleo.

Editorial

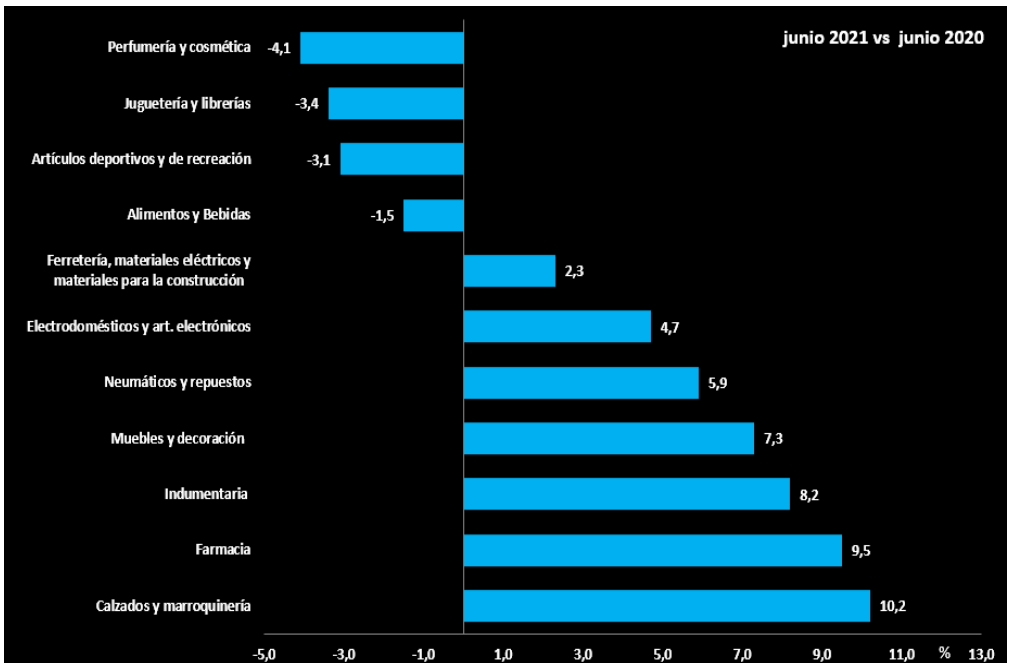
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de julio con una caída de 2,7% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

“Ni siquiera una buena temporada de turismo de invierno –según los resultados informados por la Provincia de Córdoba- lograron revertir el desempeño de las ventas minoristas de las pymes en julio”, indicó el presidente de Fedecom, Ezequiel Cerezo.

“Gran parte de la sociedad sigue atravesando problemas relacionados con la falta o la insuficiencia de ingresos, o con la incertidumbre en relación a lo que sucederá los próximos meses, con lo cual la precaución sigue siendo el comportamiento que prevalece a la hora de consumir”, agregó.



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



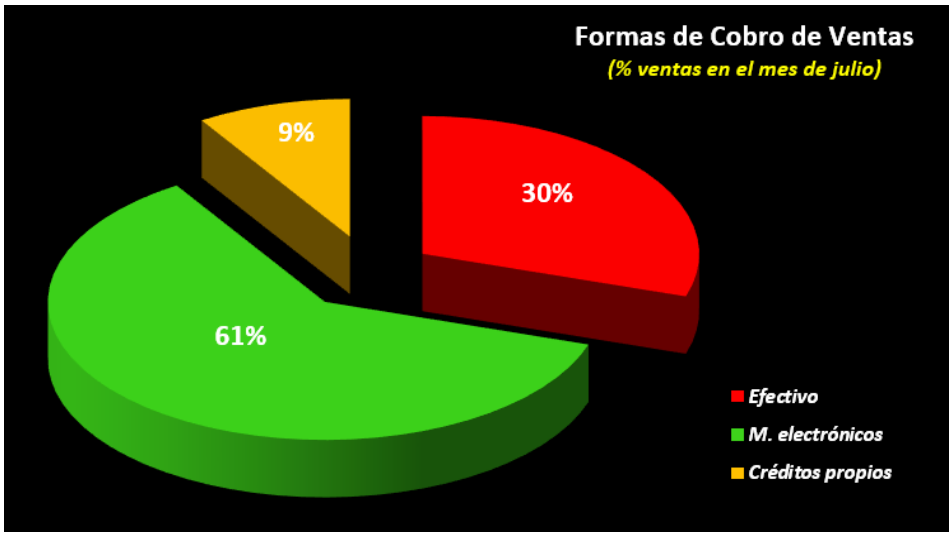
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadísticas de FEDECOM.

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de julio con una caída de 2,7% frente a igual mes del año anterior. En julio de 2020, respecto a julio de 2019, las ventas habían caído 18,7%.

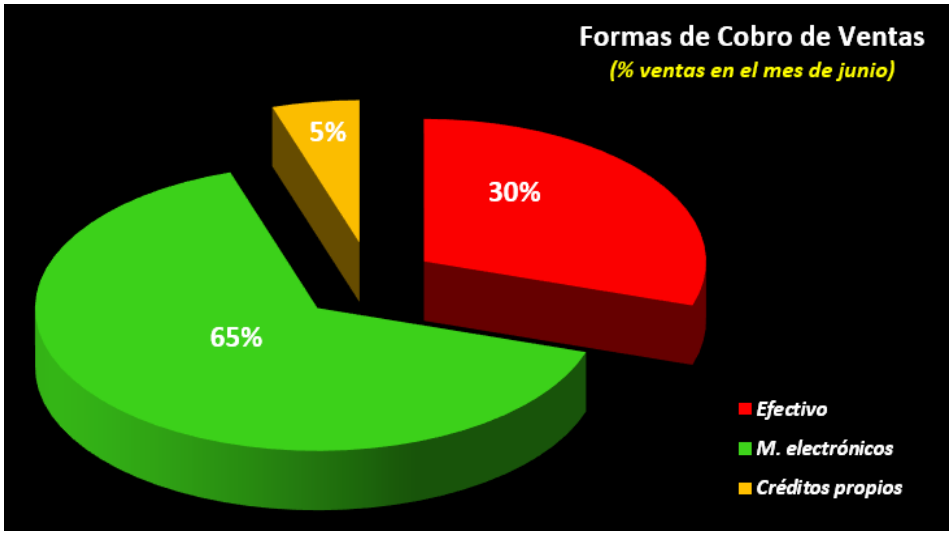
De los 11 rubros relevados por la entidad, todos ellos mostraron valores negativos en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas, con la excepción de Farmacia.

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

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 junio y julio, se observa que el componente de *Medios electrónicos* (débito y crédito) se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 65% al 61%.

***Efectivo,* permaneció sin cambios respecto al mes anterior. Mientras créditos propios, aumentó del 5% al 9% del total.**

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.