





AUTORIDADES

PRESIDENTE

EZEQUIEL CERESO – 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 de Indicadores de la Actividad Comercial en la provincia de Córdoba, se presenta en forma mensual y contiene la descripción y análisis de las principales variables del sector, para su difusión entre los actores institucionales y sociales vinculados a esta esfera.

*Dirección Técnica: Dr. Efraín Molina
Coordinación operativa: Yanina Rodríguez*



La Clave del mes

El ministro de Desarrollo Productivo, Matías Kulfas, acordó con la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) algunos lineamientos para la promoción e impulso de los Centros Comerciales Abiertos (CCA) de todo el país.

“Junto al presidente y al secretario general de CAME acordamos la firma de un acuerdo para financiar centros comerciales a cielo abierto en todo el país”, indicó el Ministro en su cuenta de Twitter.

Según el acuerdo, el Ministerio resolvió otorgar:

- 1) Fondos para solventar el gerenciamiento de los CCA.
- 2) Aportes no reembolsables (ANR) para aplicar a mejoras de los CCA.
- 3) Tasa de financiamiento subsidiada para reforma edilicia y/o acceso a la conectividad y tecnología.

De esta manera, el Ministerio se suma y apoya la iniciativa que CAME impulsa desde hace años a través del programa de Fortalecimiento al Comercio Minorista, a fin de consolidar con herramientas concretas el comercio y el turismo como elementos dinamizadores de la economía. De la reunión participaron el presidente de CAME, Alfredo González; el secretario general de la entidad, Ricardo Diab; el secretario de Hacienda, Blas Taladrí; y el director del sector comercial, Fabián Tarrío.

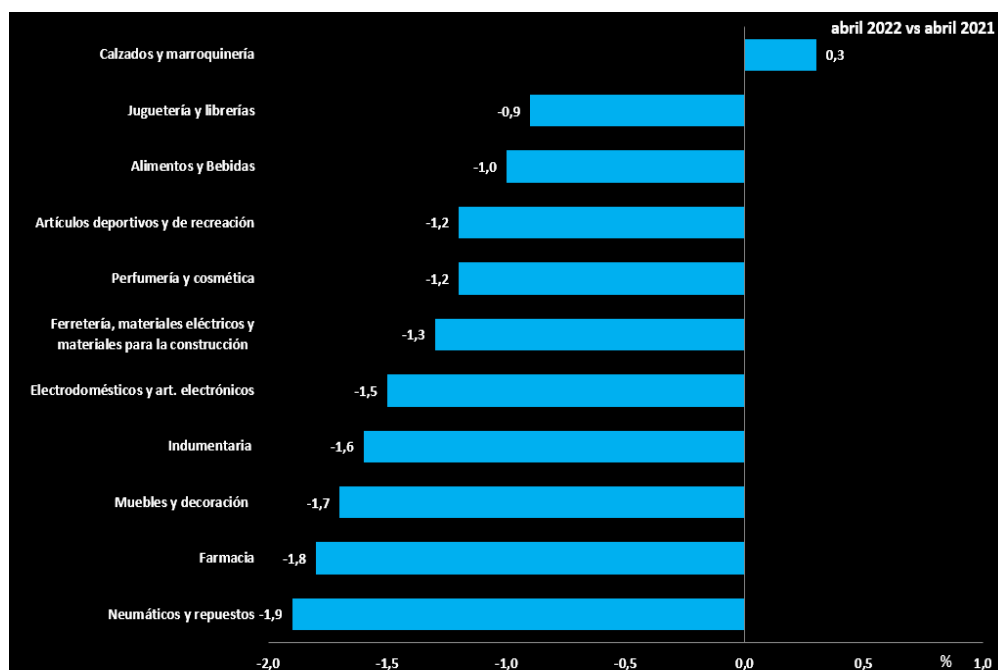


Editorial

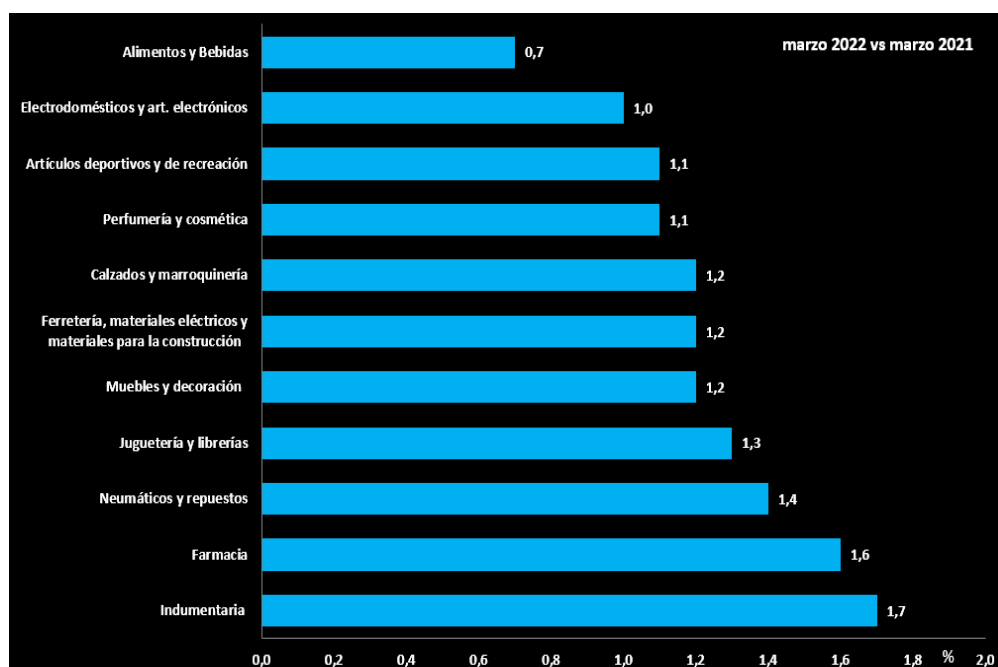
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con una caída del 1,3% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

“Pese a que en la mayoría de los casos se han negociado paritarias, el poder adquisitivo de las familias se ve afectado constantemente por las subas de la inflación. Ni qué hablar del nivel de afectación que sufren aquellas familias que no tienen ingresos actualizados, sino que son cuentapropistas o informales”, refirió Ezequiel Cerezo, presidente de Fedecom.

“Seguimos observando que las familias, debido a la incertidumbre que generan los precios, concentran sus gastos en aquellos artículos o elementos que consideran imprescindible o muy necesario, porque no saben lo que van a costar más adelante o para cuánto les alcanzará”, 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.

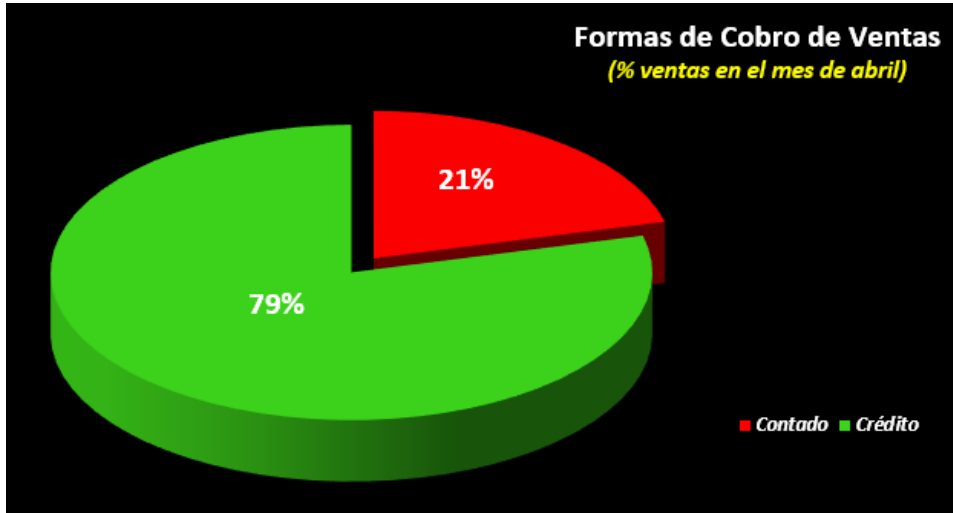
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con una caída del 1,3% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En abril de 2021, respecto a abril de 2020, las ventas habían aumentado 48,9%.

De los 11 rubros relevados por la entidad, todos ellos mostraron valores negativos en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas, excepto Calzados y marroquinería.

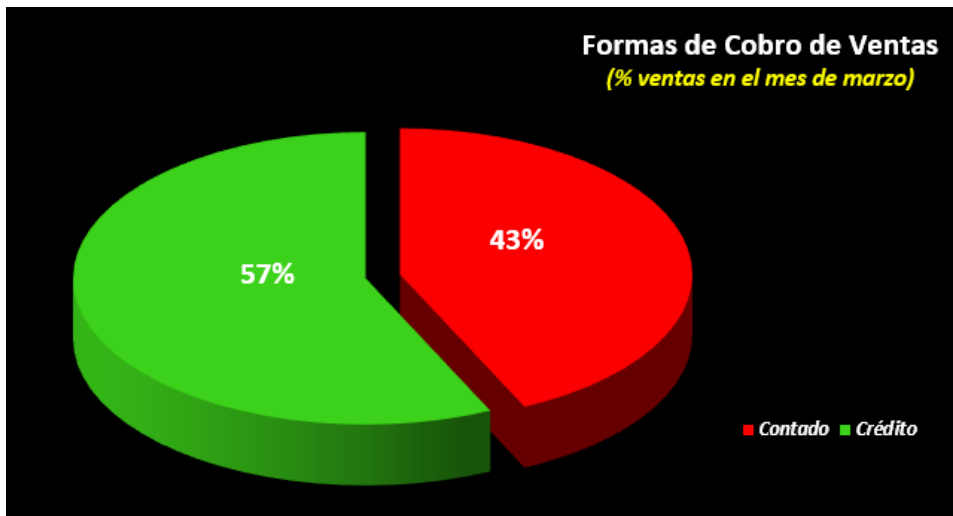
Comportamiento por rubros:

Alimentos y bebidas (-1,0%);
 Artículos deportivos y de recreación (-1,2%);
 Calzados y marroquinería 0,3%;
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-1,5%);
 Farmacia (-1,8%);
 Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-1,3%);
 Indumentaria (-1,6%);
 Juguetería y librerías (-0,9%);
 Muebles y decoración (-1,7%);
 Neumáticos y repuestos (-1,9%);
 Perfumería y cosmética (-1,2%).

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 **crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 57% al 79%.

Mientras que las operaciones a **contado**, disminuyeron del 43 al 21% del total.

Aspectos Técnicos

Universo: comercios adheridos a Cámaras y Centros Comerciales de FEDECOM, ubicados en las principales localidades de capital e 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.