



# InfoComercial

*Informe de Coyuntura de la Actividad Comercial 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

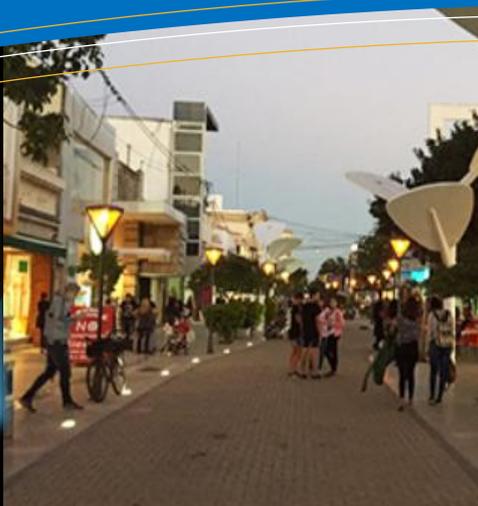
### PROTESORERO

GABRIEL MASSHEIMER – UCIS – LA FALDA

## PRESENTACIÓN

*El Informe 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 presidente de la Agencia Córdoba Turismo, Esteban Avilés, destacó:** *“Córdoba se ha consolidado como uno de los destinos más elegidos para este invierno. Los números muestran que Córdoba sigue siendo líder en el turismo a nivel nacional. La provincia ofrece un producto muy fuerte, tanto cultural y recreativo. El modelo cordobés hace que la gente oriente su agenda en el disfrute de su estadía, los paisajes, la naturaleza y los servicios de calidad”.*

De acuerdo a la información brindada hasta el momento por las distintas secretarías y direcciones de Turismo los números mostraron una buena afluencia de visitantes.

En el Valle de Punilla, Villa Carlos Paz tuvo un 87,8% de ocupación, en tanto, en La Cumbre el número llegó al 60% al igual que Villa Giardino; Cosquín el 80% y La Falda al 60%.

En el Valle de Traslasierra, en tanto, Mina Clavero registró un 35% de ocupación, Nono un 51% y Villa Cura Brochero el 47,6%.

En la zona de Calamuchita, Santa Rosa tuvo una ocupación el 75% de las plazas, Villa General Belgrano el 90% de ocupación, con el 100% de los alojamientos alta gama.

## Editorial

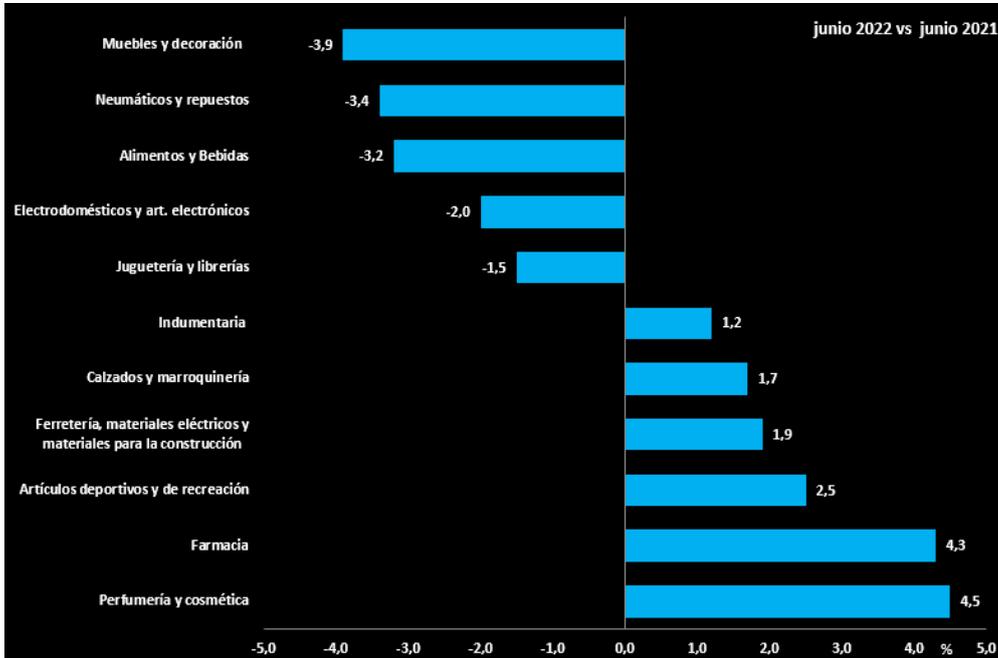
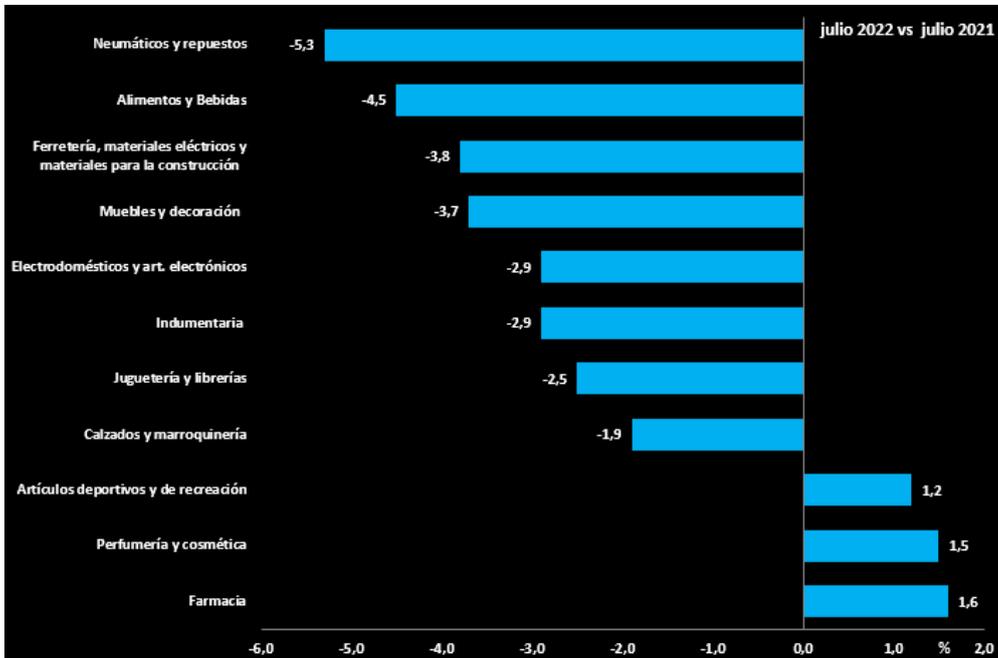
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de julio con una caída del 2,8 % frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En julio de 2021, respecto a julio de 2020, las ventas habían disminuido 2,7%.

La incertidumbre generada a partir de la salida de Martín Guzmán del ministerio de Economía y su reemplazo por Silvina Batakis -también reubicada la semana pasada en otro puesto- y el impacto observado en el mercado cambiario dispararon distintas estrategias que frenaron tanto compras como ventas en los comercios cordobeses.

“La caída no luce tan significativa como se esperaba en virtud del cese de comercialización que se dio a partir del incremento del dólar, el faltante de mercadería y la incertidumbre respecto de los costos de reposición, y todo ello morigeró el impacto positivo que generaron las vacaciones de invierno en la provincia.

En efecto, visitaron Córdoba más de 500 mil turistas durante el receso invernal, cerca de un 20% más en relación al mismo período en 2021 de acuerdo con los datos difundidos por el Gobierno local

**Ezequiel Cerezo**  
**Presidente FEDECOM**



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

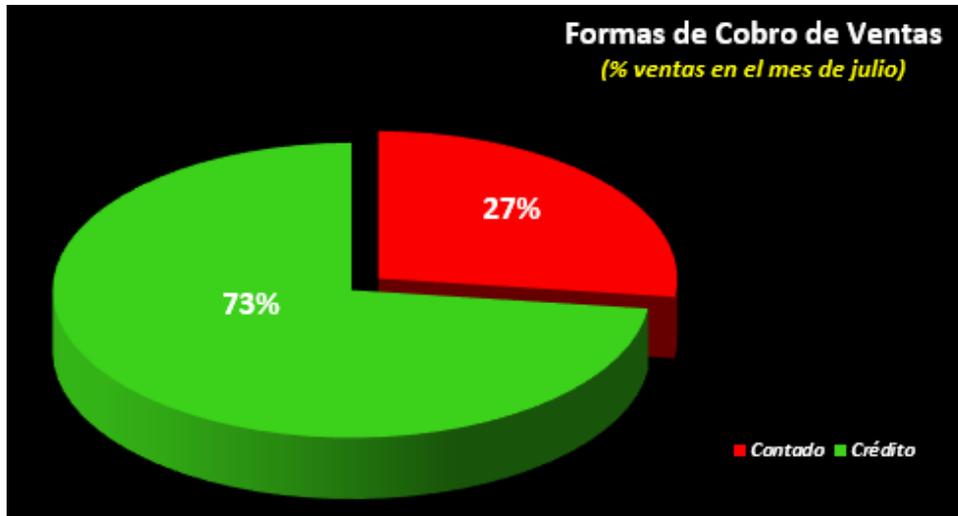
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de julio con una caída del 2,8 % frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En julio de 2021, respecto a julio de 2020, las ventas habían disminuido 2,7%.

Los 11 rubros relevados por la entidad, en la comparación interanual respecto a las cantidades vendidas, exhibieron los siguientes valores:

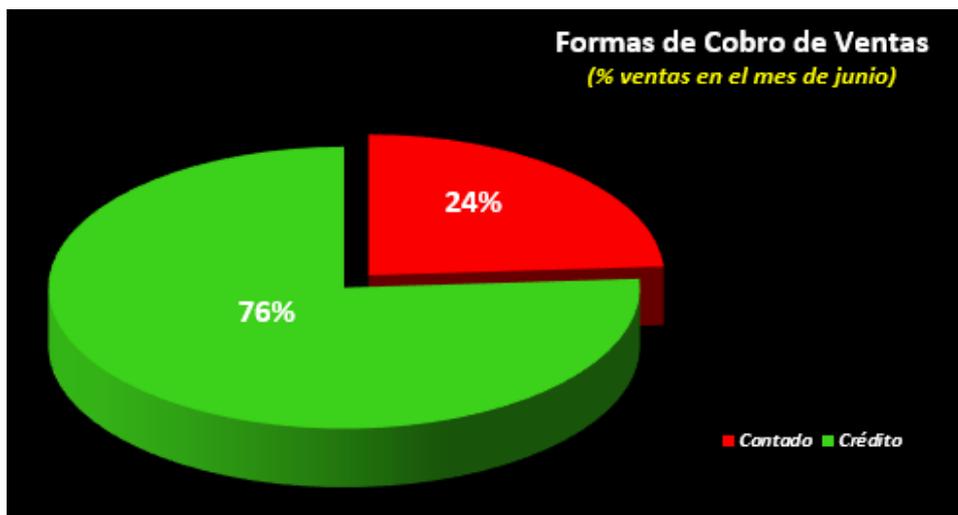
### Comportamiento por rubros:

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

# 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.

## 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.

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 **crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 76% al 73%.

Mientras que las operaciones a **contado**, aumentaron del 24 al 27% del total.