



InfoC Comercial

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

La fintech Rapyd presentó los resultados de su estudio Latina America E-Commerce and Payment Methods, en el que realizó una radiografía del comercio electrónico y sus formas de pago en Argentina y la región.

Allí se recopilaron datos de 3088 consumidores línea de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú que compran en línea al menos una vez por mes y que participan en las decisiones de compra de sus hogares.

Del reporte se puede analizar que más de la mitad de los argentinos compra a través de sus celulares, en un 52%.

Este porcentaje es inferior al promedio de la región, que se ubica en un 64%. Lo superan México (76%); Brasil (66%); Chile y Colombia (63%) y Perú (63%).

En relación a los métodos de pago el más usado fue Mercado Pago, donde un 68% manifestó haberlo utilizado recientemente y el 39% que prefiere usarlo para completar sus compras.

El segundo lugar fue ocupado por las tarjetas de débito, con un 57% de los encuestados. El podio fue completado por las transferencias bancarias, en un 44% de los casos.

Editorial

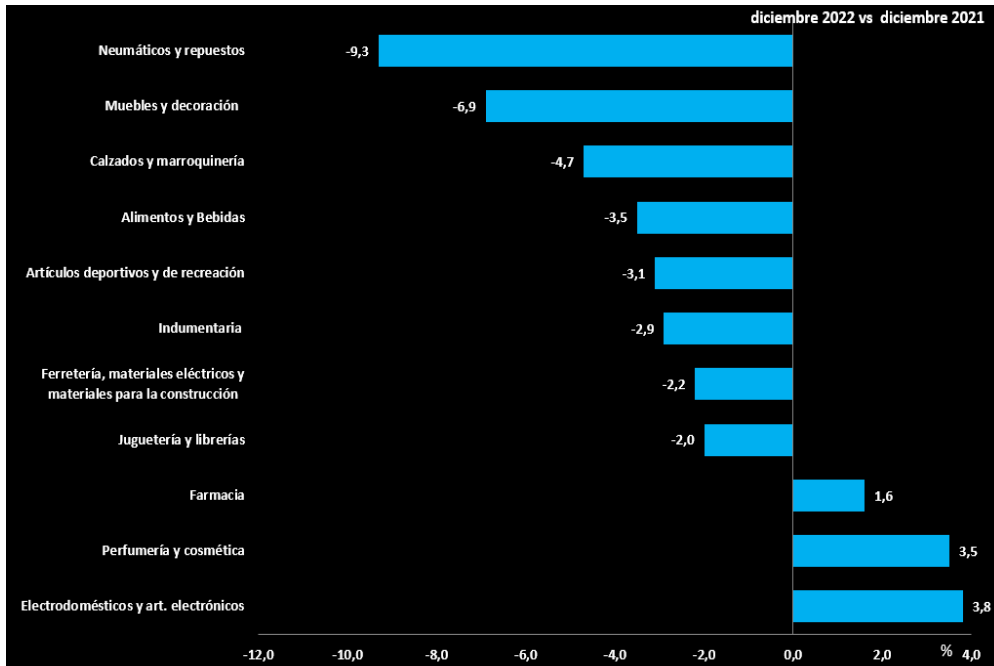
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de diciembre con una caída del 2,3% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

Vale recordar que en diciembre de 2021, respecto a diciembre de 2020, las ventas habían aumentado 5,7%.

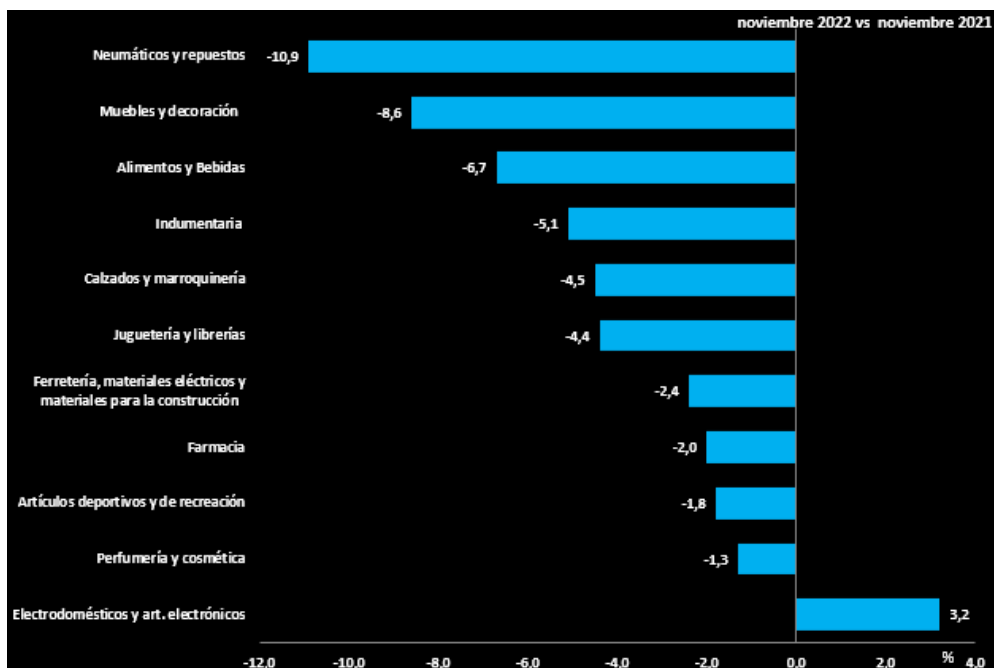
“Diciembre mostró un desempeño de las ventas bastante irregular. Los consumos se concentraron alrededor de los días de la celebración de Navidad y, pese a que para esa celebración se observó un incremento interanual, no resultó suficiente para revertir el resultado de todo el mes”, explicó Cecilia Pérez Contreras, secretaria general de Fedecom.

“Las compras respondieron en la mayoría de los casos, incluso para los regalos navideños, a dar respuesta a necesidades postergadas que tenían las familias cordobesas que, como venimos diciendo en los distintos informes, se ven afectadas por el alza constante de los precios y la pérdida del poder adquisitivo en relación a la inflación”, agregó.

Al mismo tiempo, refirió que, por efecto del Mundial de fútbol, hubo mucha venta informal de camisetas y objetos relacionados, lo que también impactó en la baja de las ventas en rubros como el de Artículos deportivos.



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.

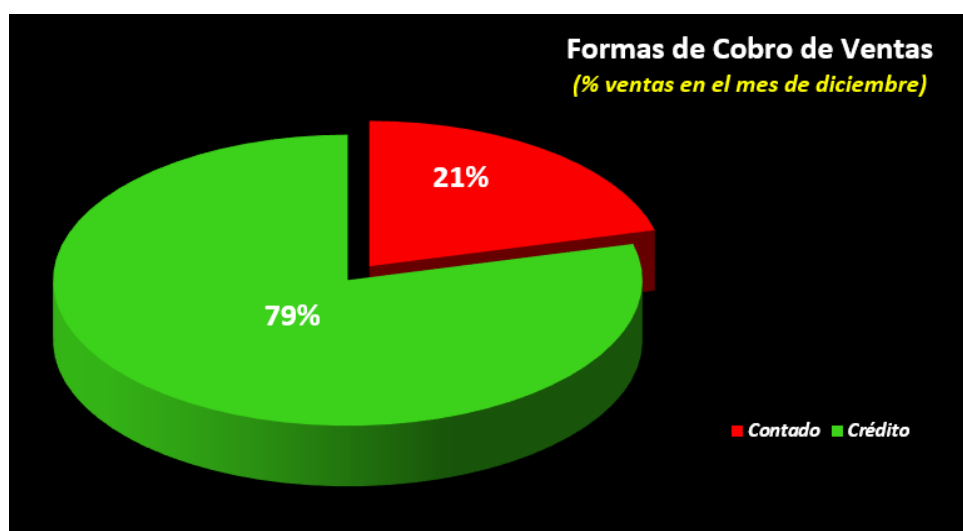
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de diciembre con una caída del 2,3% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En diciembre de 2021, respecto a diciembre de 2020, las ventas habían aumentado 5,7%.

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

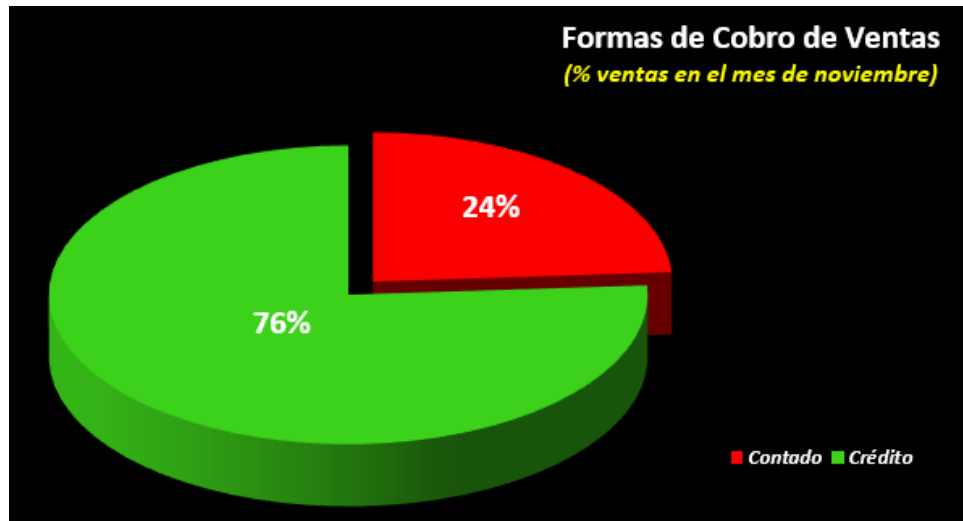
Comportamiento por rubros

Alimentos y bebidas (-3,5%);
 Artículos deportivos y de recreación (-3,1%);
 Calzados y marroquinería (-4,7%);
 Electrodomésticos y artículos electrónicos 3,8%;
 Farmacia 1,6%;
 Ferretería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-2,2%);
 Indumentaria (-2,9%);
 Juguetería y librerías (-2,0%);
 Muebles y decoración (-6,9%);
 Neumáticos y repuestos (-9,3%);
 Perfumería y cosmética 3,5%.

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 noviembre y diciembre, se observa que el componente **crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 76% al 79%.

Mientras que las operaciones a **contado**, disminuyó del 24 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.