



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

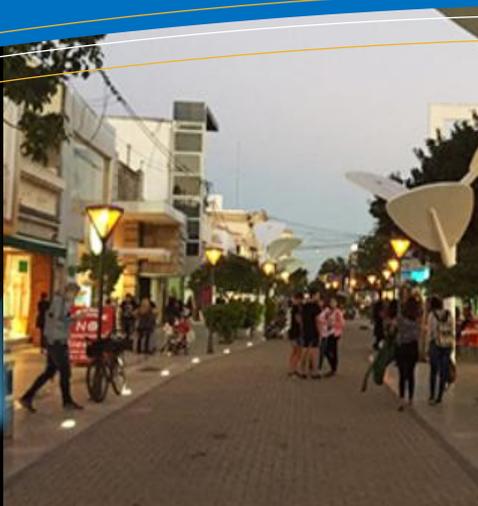
PROTESORERO

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

La Federación Comercial de Córdoba (Fedecom) comparte y hace suyas las expresiones del presidente de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), Alfredo González, quien señaló que la reciente *“escalada del dólar impacta en las perspectivas de venta más de lo que imaginábamos”*.

“Muchos proveedores no quieren entregar mercadería o lo hacen sin precio. Es necesario generar confianza para que la macroeconomía brinde estabilidad y previsibilidad al mercado interno”, reclamó.

En el mismo sentido, González refirió que *“están siendo días muy difíciles para el mundo pyme. Las listas de precios ya estaban viniendo con cambios entre dos y tres veces por semana. Ahora la cuestión es saber hasta dónde llegará el dólar, a qué nivel se estabilizará y ver qué va a pasar”*.

Además, destacó que *“la gran mayoría de las pymes en Argentina no pueden decir ‘hoy no trabajo’. Necesitamos caja y vender, pero no sabés si lo hacés a un buen precio, con margen, salís empatado o perdés”*. Y añadió: *“Las pequeñas y medianas empresas no somos formadoras de precios, somos tomadoras de listas”*.

Editorial

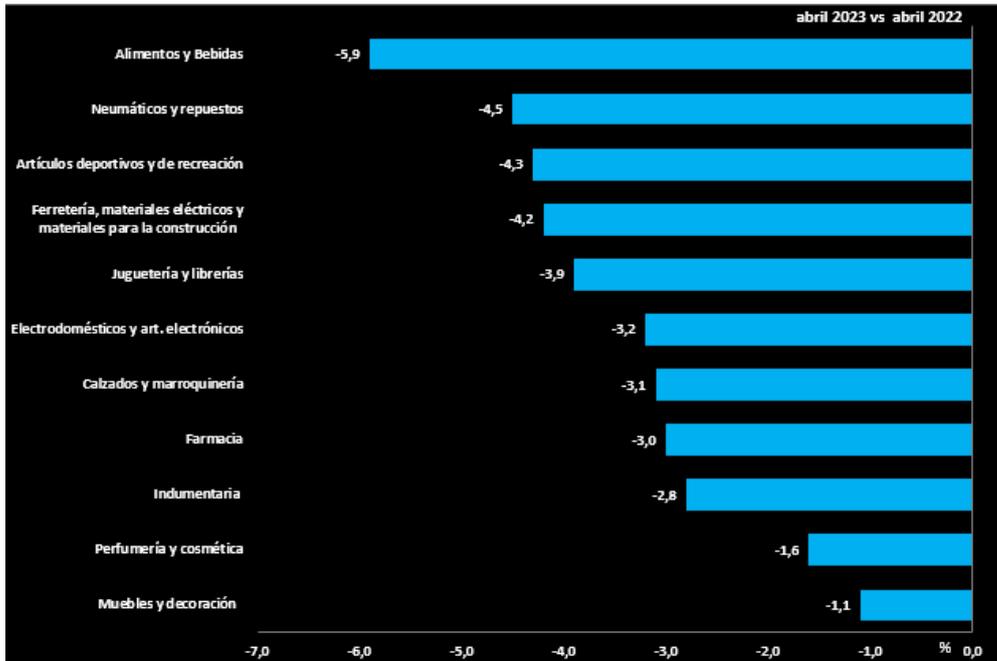
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con una caída del 3,8% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. Con este dato, se acumulan 11 meses de bajas interanuales consecutivas.

Vale recordar que en abril de 2022, respecto a abril de 2021, las ventas ya habían disminuido 1,3%.

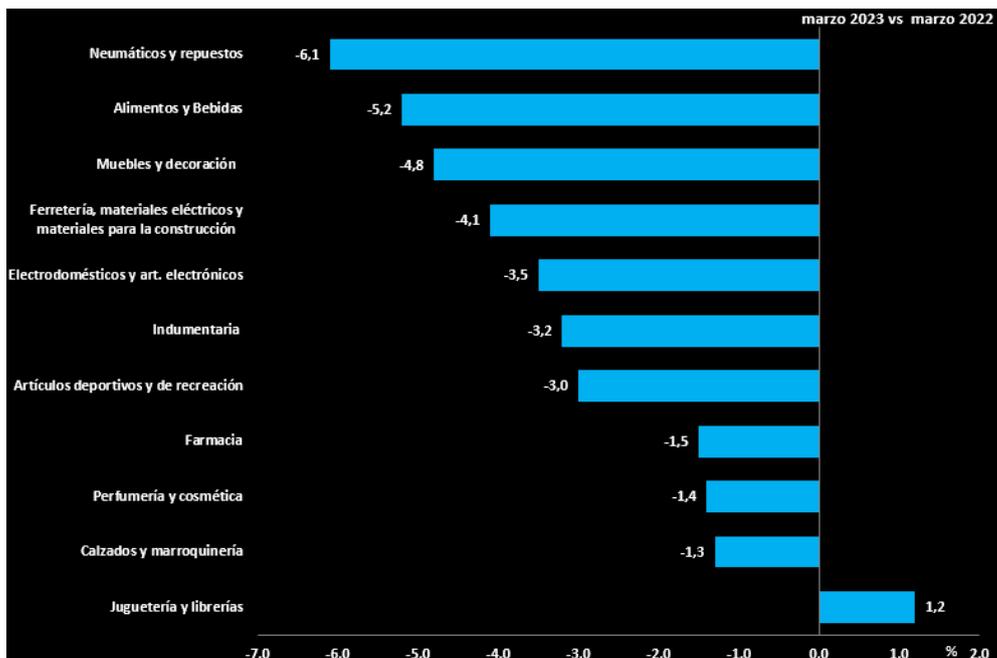
“La suba constante de precio sigue siendo el gran responsable de la caída del poder adquisitivo de las familias y por ende de las ventas de los comerciantes. Los proveedores actualizan las listas, en algunos casos, más de una vez por semana”, refirió Ezequiel Cerezo, presidente de Fedecom.

“La inestabilidad macroeconómica, la suba del dólar y la falta de confianza afectan mucho la actividad diaria”, agregó.

Todo ello sumado a los efectos de la sequía y los malos resultados de las cosechas que ya empezaron a sentirse, sobre todo, en las ciudades del interior.



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.

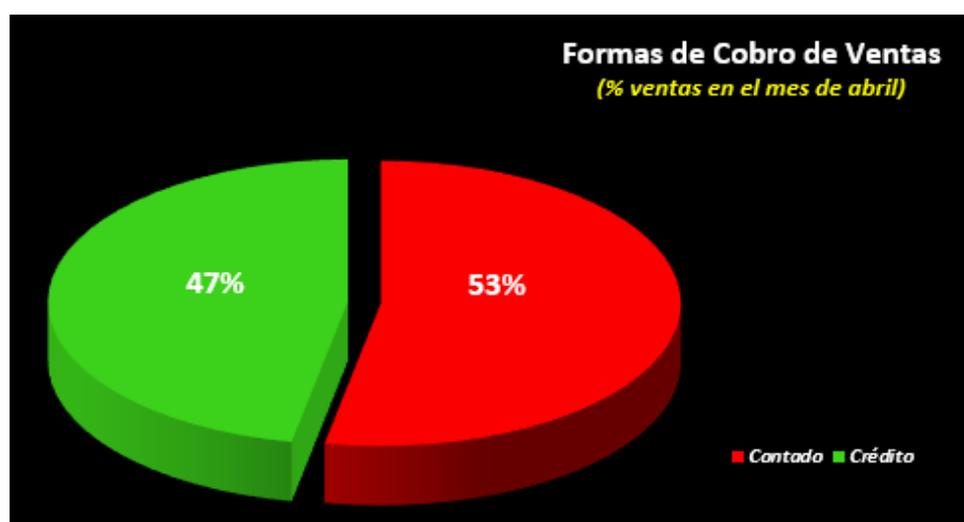
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con una caída del 3,8% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En abril de 2022, respecto a abril de 2021, las ventas habían disminuido 1,3%.

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

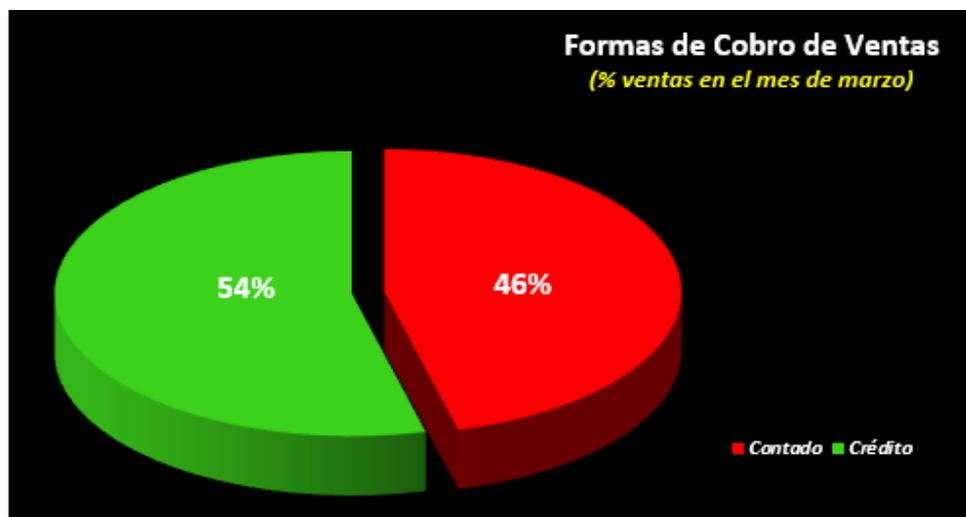
Comportamiento por rubros

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

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 **contado**, se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 46% al 53%.

Mientras que las operaciones a **crédito**, disminuyeron del 54 al 47% 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.