



# InfoComercial

*Informe de Coyuntura de la Actividad Comercial en la provincia de Córdoba*



## AUTORIDADES

### PRESIDENTE

FAUSTO BRANDOLIN - CCI - Jesús María

### VICE-PRESIDENTE 1°

MAXIMILIANO DAURÍA - CC - Bell Ville

### VICE-PRESIDENTE 2°

HÉCTOR MANSILLA - CC - Las Varillas

### VICE-PRESIDENTA 3°

MARCELA SILEONI - CC - Oncativo

### SECRETARIA

MICAELA GOYTEA - CC - Freyre

### TESORERO

JAVIER DAMIANO - CECIS - Río Cuarto

### VOCALES TITULARES

GERARDO GARCÍA - CC - Cruz del Eje

ALEJANDRA LELOUTRE - CC - Mina Clavero

JOSÉ SALA - CC - Villa General Belgrano

### VOCALES SUPLENTE

JUAN CARLOS JACOBO - AERCA - Villa María

MATÍAS BERTOLA - CC - Miramar

CLAUDIANA GABAGLIO - CECISA - Río Tercero

## 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

Ante los recientes anuncios que diera a conocer el Ministerio de Economía de la Nación con relación al pago de una suma fija para empleados, la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), al igual que la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), recuerda que el mecanismo de ajuste salarial del sector privado son las paritarias y no una imposición del Estado sobre las relaciones laborales por fuera de su alcance.

En ese sentido, sostiene que cada sector de la economía y cada empresa en particular atraviesa diferentes situaciones que jamás pueden homologarse al punto de establecer unilateralmente aumentos generales, aun asumiendo el Ejecutivo nacional el 50% del incremento dispuesto.

En particular, los sectores de Comercio y de Trabajadores Rurales acaban de celebrar sus paritarias, lo que implica que el otorgamiento del bono en cuestión quedará absolutamente desfasado de la reapertura de las negociaciones, en el marco de un proceso inflacionario acelerado.

Las micro, pequeñas y medianas empresas llevan varios meses perdiendo en su resultado económico y esta imposición agudizará esa pérdida.

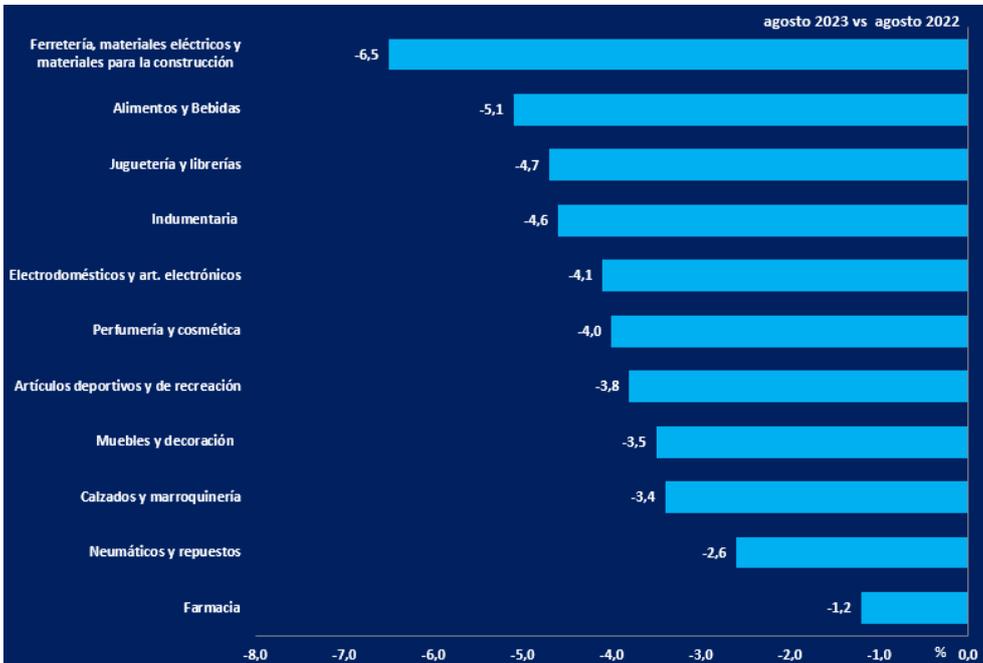
## Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de agosto con una caída del 4,3% 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.

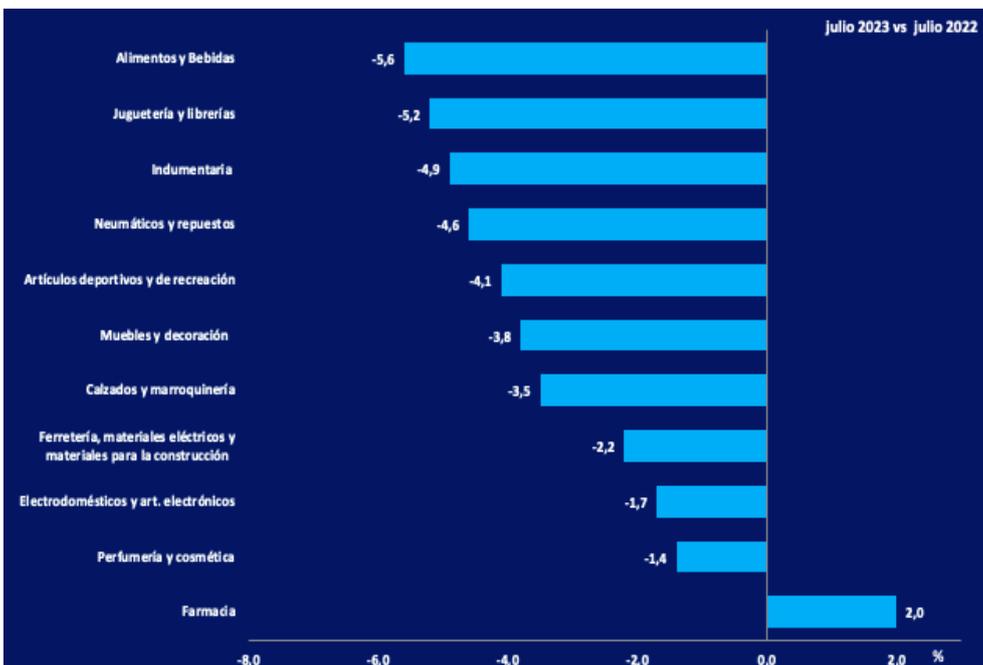
Con este dato, ya son 15 los meses de bajas interanuales consecutivas. Vale recordar que en agosto de 2022, respecto de agosto de 2021, las ventas minoristas ya habían mostrado una merma de 4,7%.

“La devaluación que aplicó el Gobierno nacional luego de las PASO se trasladó inmediatamente a los precios. Es generó mucha incertidumbre, falta de valores de referencia y falta de entrega de mercadería”, analizó Fausto Brandolin, presidente de Fedecom.

En ese sentido, reconoció que las familias se ven afectadas por la inflación creciente y la pérdida del poder adquisitivo, lo que hace que “demoren o suspendan consumos en medio de esta situación anormal que se está viviendo”.



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.

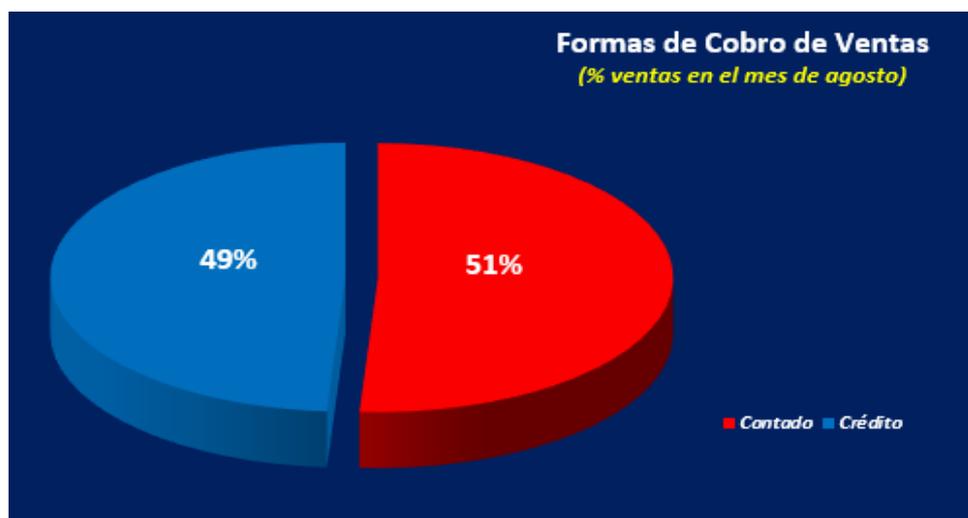
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de agosto con una caída del 4,3% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En agosto de 2022, respecto agosto de 2021, las ventas habían disminuido 4,7%.

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

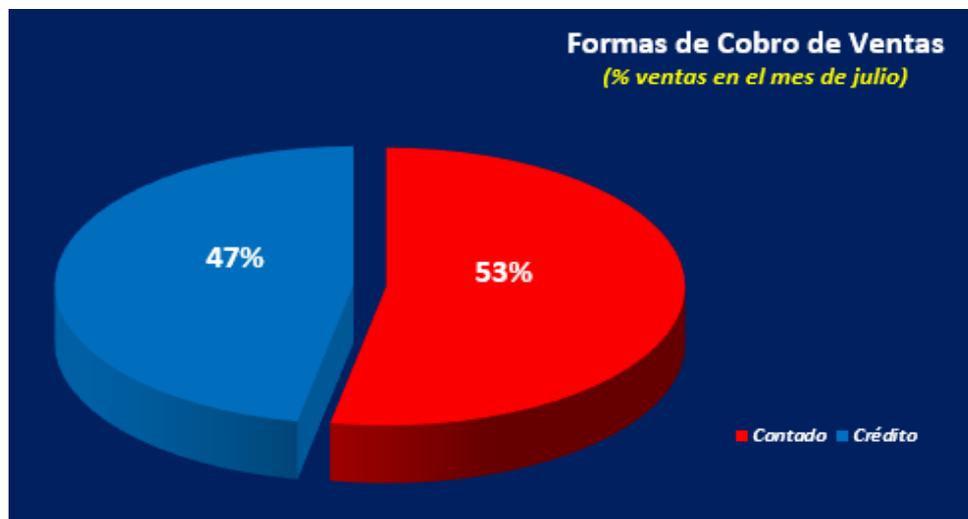
### Comportamiento por rubros

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

# 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 julio y agosto, se observa que el componente **contado**, se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 53% al 51%.

Mientras que las operaciones a **crédito**, aumentaron del 47 al 49% 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.