



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

La preocupación por el impacto que tendrá en los pequeños y medianos comercios el incremento en las facturas de energía eléctrica que se verán reflejados en el consumo del mes de febrero, fue el denominador común entre los dirigentes empresariales de más de 40 ciudades y localidades de la provincia de Córdoba, adheridos a la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), que participaron en marzo de la primera reunión de Consejo General del 2024.

Reunidos en la ciudad de Río Cuarto - donde el Centro Empresario, Comercial, Industrial y de Servicios (CECIS) ofició de anfitrión- concluyeron que la falta de medidas contundentes para acompañar al sector en una Provincia con costos elevadísimos de energía, pone en riesgo la continuidad de las pymes cordobesas y, por ende, de las fuentes de trabajo que generan.

En ese sentido, los dirigentes consideraron que los recientes anuncios del Gobierno provincial (un plan de pago en cuotas, con interés, para la diferencia entre la tarifa vigente en enero y la de febrero) no son suficientes considerando la coyuntura que atraviesan las pymes cordobesas.

Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba volvieron a caer durante el mes de marzo. En esta oportunidad, la baja interanual fue del 18,7%, por lo que se profundizó la recesión y el “parate” que vive el sector comercial y de servicios desde hace 22 meses.

Así se desprendió del relevamiento realizado por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

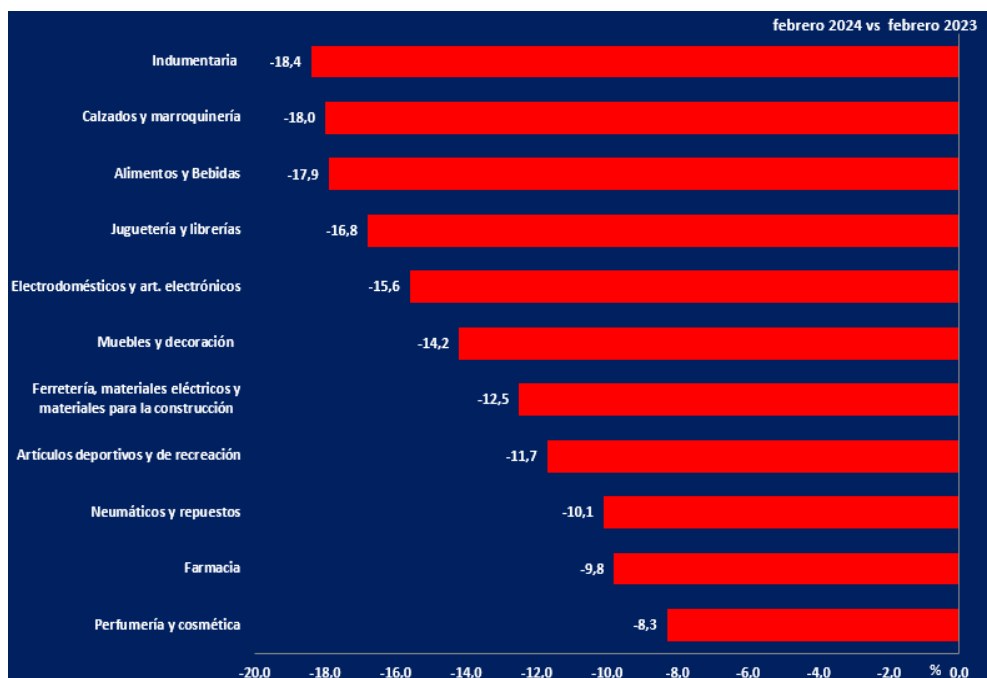
Vale recordar que, en marzo del año pasado, las ventas habían caído 3,5% en relación a 2022.

“La gran caída del consumo ha sido generalizada. La rentabilidad está muy comprometida y los comercios luchan por mantener sus puertas abiertas”, refirió Fausto Brandolin, presidente de Fedecom.

“Las pymes necesitamos un alivio de la carga tributaria y de los costos laborales no salariales. La suba de las tarifas, sumada a la caída en las ventas, deja a muchas en la cuerda floja. Necesitamos un apuntalamiento del mercado interno, transparencia en las comisiones de las tarjetas de crédito y débito y un nuevo acuerdo fiscal”, 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.

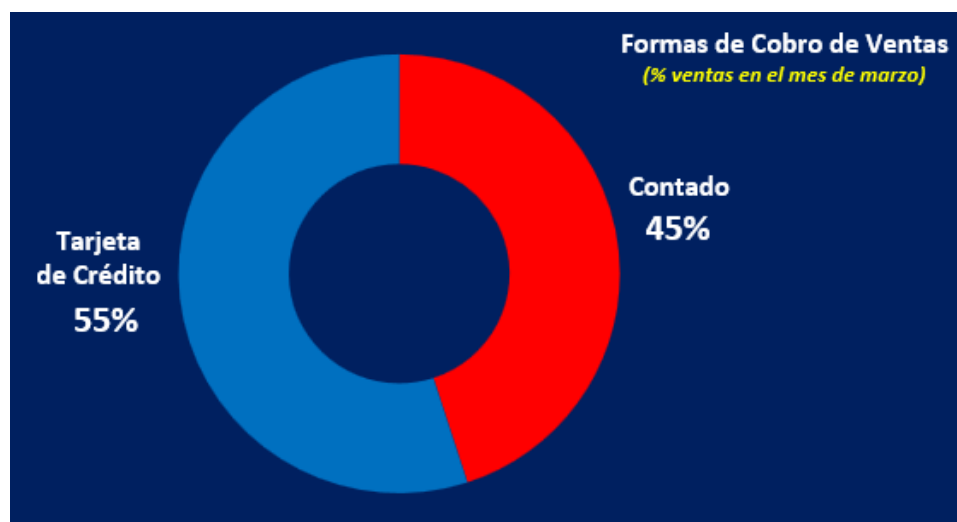
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de marzo con una caída del 18,7% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En marzo de 2023, respecto marzo de 2022, las ventas habían disminuido 3,5%.

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

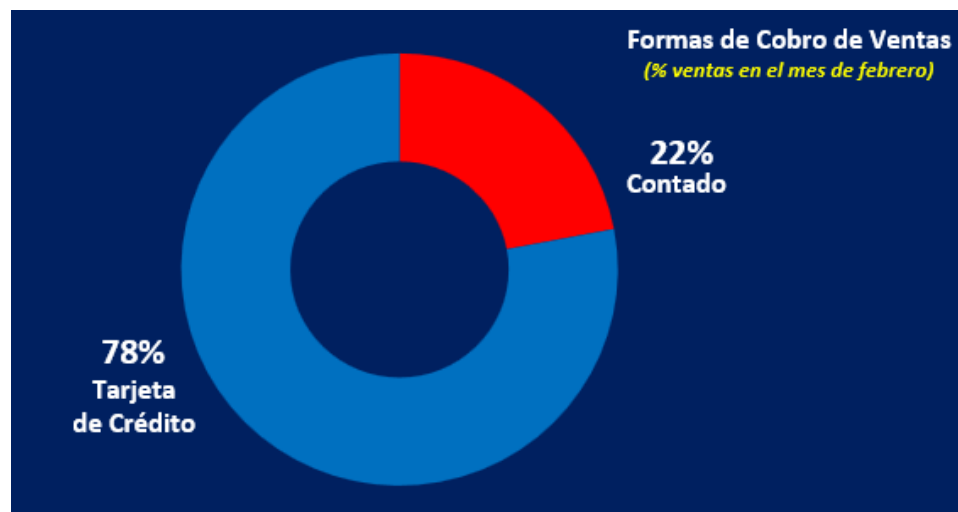
Comportamiento por rubros

Alimentos y bebidas (-22,7%);
 Artículos deportivos y de recreación (-14,6%);
 Calzados y marroquinería (-17,8%);
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-21,5%);
 Farmacia (-12,4%);
 Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-17,1%);
 Indumentaria (-19,3%);
 Juguetería y librerías (-18,2%);
 Muebles y decoración (-15,1%);
 Neumáticos y repuestos (-12,9%);
 Perfumería y cosmética (-14,8%).

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 febrero y marzo se observa que el componente **tarjeta de crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 78% al 55%.

Mientras que las operaciones a **contado**, aumentaron del 22 al 45% 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.