



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 confianza del consumidor subió 1,3% en abril con relación a marzo y acumuló tres meses consecutivos de recuperación, tras haber caído fuerte en diciembre y enero. Según el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) que difundió la Universidad Di Tella, la mejora acumuló un aumento de 4,4% en los últimos tres meses. Al igual que en marzo, ese indicador avanzó en abril en Ciudad de Buenos Aires (CABA) y Gran Buenos Aires (GBA) 5,55% y 4,81%, respectivamente-, pero cayó en el interior del país un 5,50% (siempre respecto al mes anterior).

De acuerdo con el relevamiento, la mejora en el ICC de abril se debió exclusivamente a una mejora en la «Situación Personal» de los encuestados, que aumentó 5,46%, ya que «Situación macro» (que surge de preguntar cómo estará en 12 meses y cómo en tres años la macroeconomía del país) y «Bienes Durables e Inmuebles» bajaron de forma mensual 0,74% y 2,14%, respectivamente.

El trabajo arrojó asimismo que el incremento en la Situación Personal para los hogares de menores ingresos acumulado en los últimos dos meses es de 12,9% (comparado con 4,4% para los de altos ingresos).

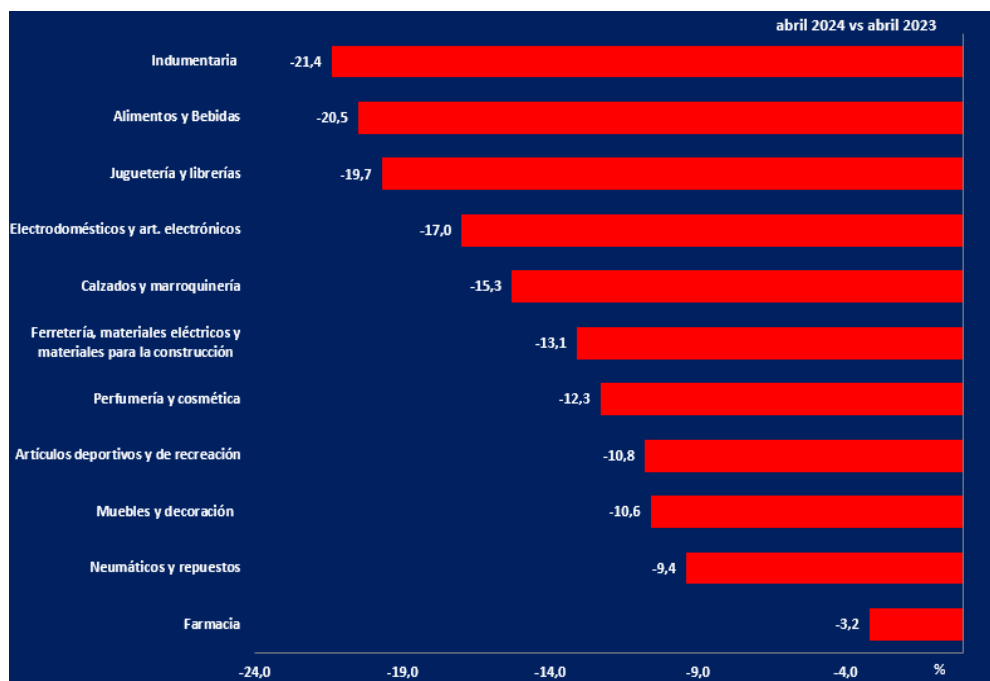
Editorial

Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con una caída del 16,3% en comparación con 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.

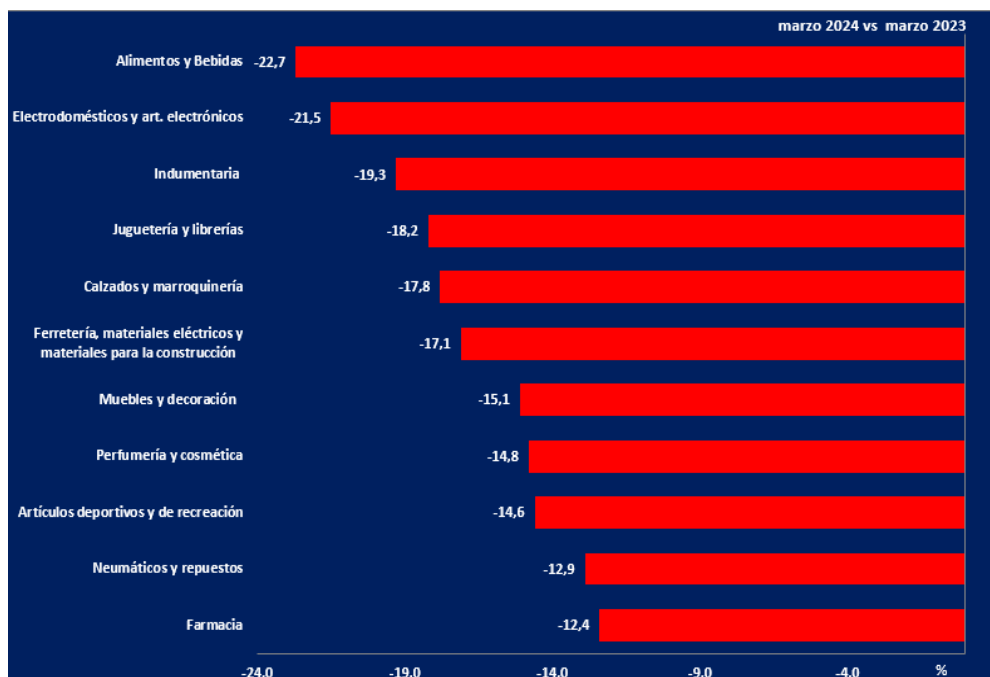
De esta manera, la agonía del sector comercial que se profundizó a partir de noviembre del año pasado, ya se extiende a 23 meses ininterrumpidos.

Vale recordar que, en abril de 2023 las ventas habían disminuido 3,8% en relación a abril de 2022.

Con ese contexto, y en el marco de la reunión de Consejo General de la Federación realizada en la ciudad de Pilar el viernes pasado, y de la que participaron dirigentes empresariales de más de 40 ciudades y localidades de la provincia, todos ellos adheridos a la Fedecom, se reiteró la necesidad de que el Gobierno de Córdoba y la Empresa Provincial de Energía (EPEC) den respuesta a los planteos realizados en materia energética.



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.

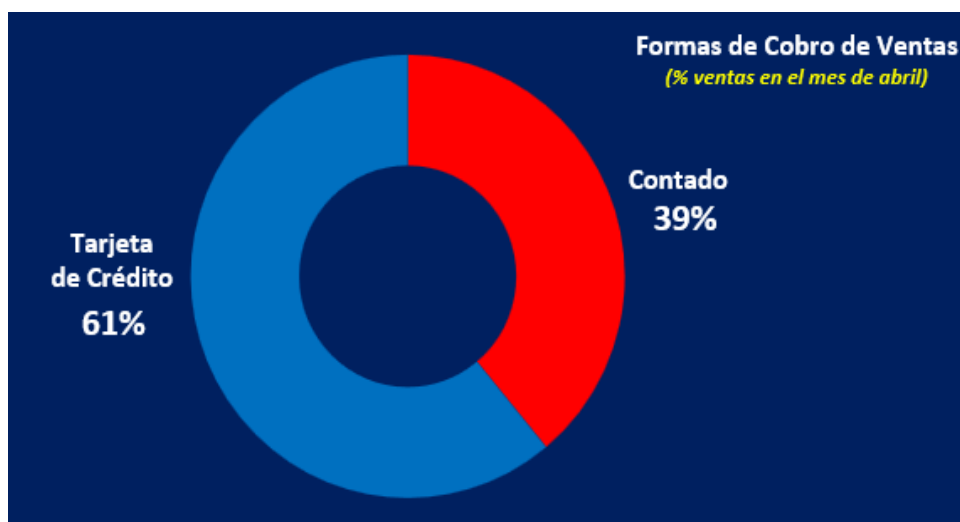
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de abril con una caída del 16,3% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En abril de 2023, respecto abril de 2022, las ventas habían disminuido 3,8%.

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

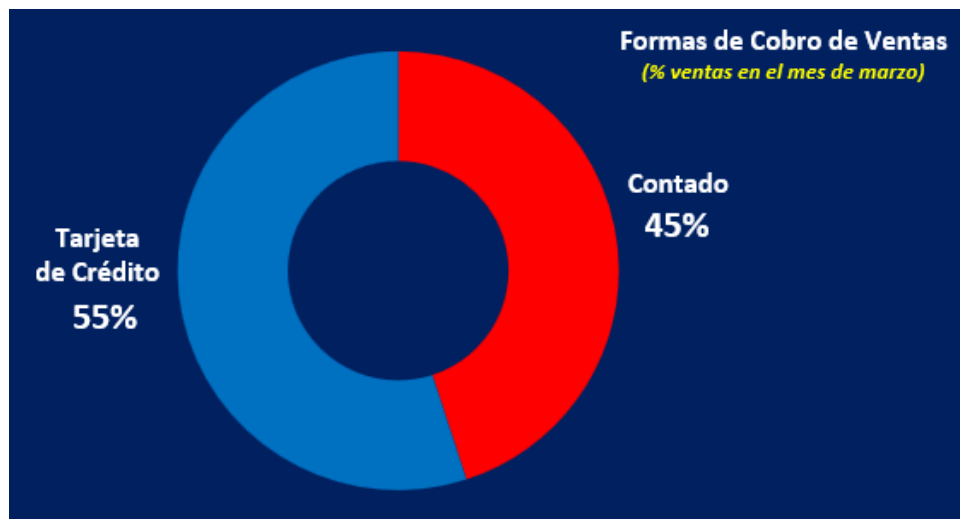
Comportamiento por rubros

Alimentos y bebidas (-20,5%);
 Artículos deportivos y de recreación (-10,8%);
 Calzados y marroquinería (-15,3%);
 Electrodomésticos y artículos electrónicos (-17,0%);
 Farmacia (-3,2%);
 Ferrería, materiales eléctricos y materiales para la construcción (-13,1%);
 Indumentaria (-21,4%);
 Juguetería y librerías (-19,7%);
 Muebles y decoración (-10,6%);
 Neumáticos y repuestos (-9,4%);
 Perfumería y cosmética (-12,3%).

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 **tarjeta de crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que aumentó del 55% al 61%.

Mientras que las operaciones a **contado**, disminuyeron del 45 al 39% 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.