



InfoC Comercial

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



AUTORIDADES

PRESIDENTE

EZEQUIEL CERESO – 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 Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo de la Nación actualizó los montos máximos de facturación que determinan las nuevas categorías PyME, en todos los tramos, tomando como referencia el Índice de Precios Implícitos (IPI) del Producto Interno Bruto elaborado por INDEC, sectorialmente diferenciado.

Lo hizo a través de la Disposición 88/2023, publicada en el Boletín Oficial, mediante la cual los sectores se actualizaron en un rango que va del 82,5% al 129,7%.

Esta medida beneficia a cerca de 1,8 millones de empresas y contribuyentes. En comparación con diciembre de 2019, hay un 234% más de MiPyMEs que tienen estos beneficios de alivio fiscal.

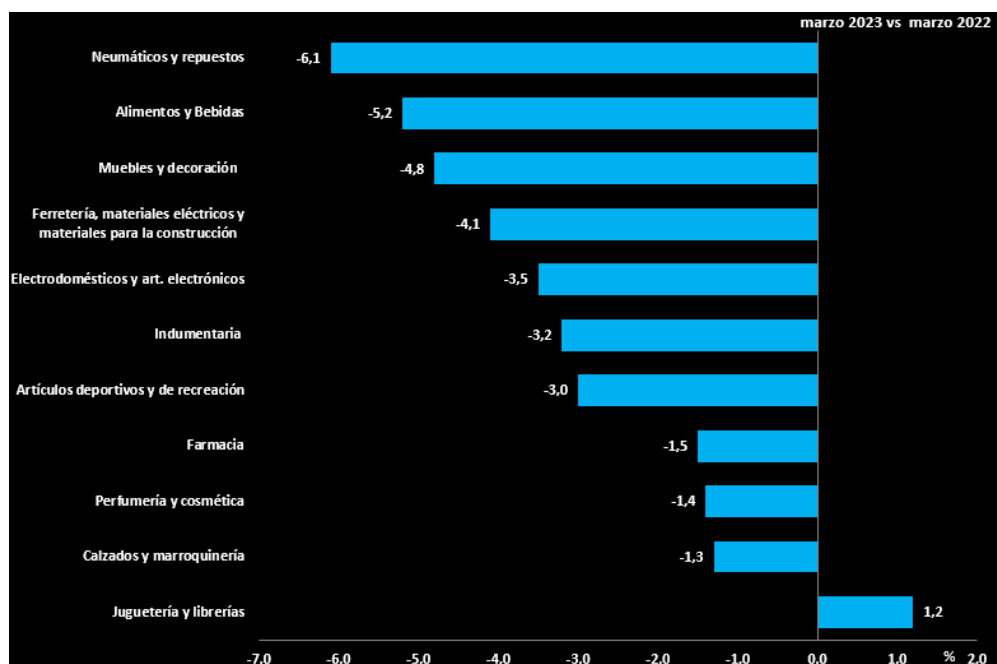
Adicionalmente, se realizaron aclaraciones con respecto a las condiciones de acceso al Registro MiPyME, se estableció el procedimiento de inscripción de las Formas Asociativas integradas únicamente por MiPyMEs y los Fideicomisos y se digitalizaron trámites para agilizar los plazos de inscripción.

Editorial

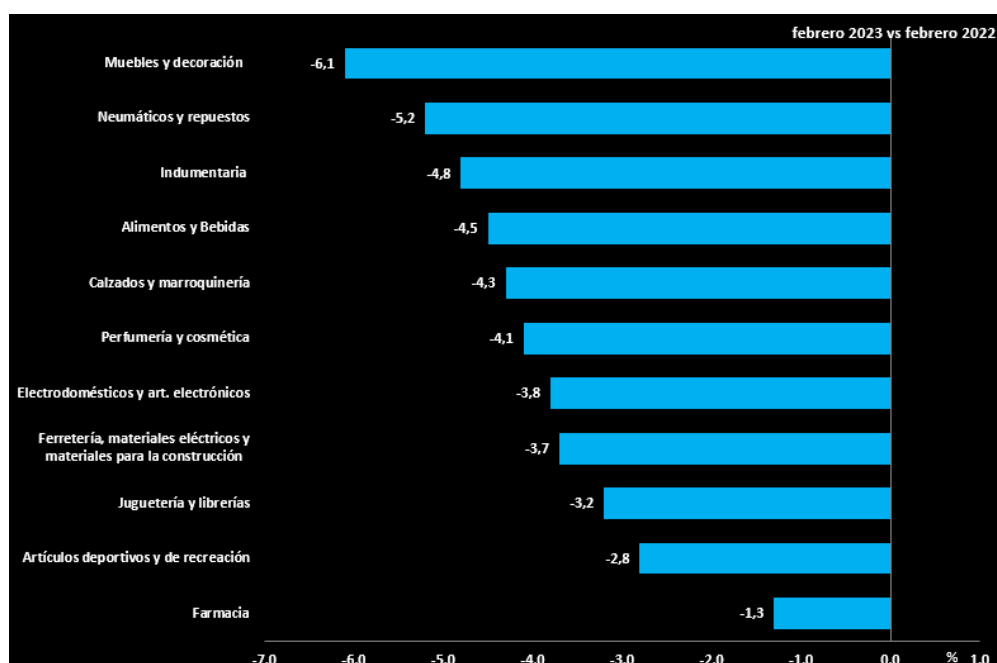
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de marzo con una caída del 3,5% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos.

“Ya empiezan a sentirse los primeros efectos de la sequía y los malos resultados de las cosechas. El famoso efecto ‘derrame’, en este caso negativo, que comienza primero en las ciudades del interior y luego llega a las grandes urbes, se suma así a las consecuencias que la suba constante de precios y la consiguiente pérdida del poder adquisitivo de las familias cordobesas generan en las ventas de los pequeños y medianos comercios”, analizó Ezequiel Cerezo, presidente de Fedecom.

“Las familias vienen midiendo cada una de las compras que realizan y decidiendo, en función de lo que tienen, a qué van a asignar el gasto”, completó.



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.

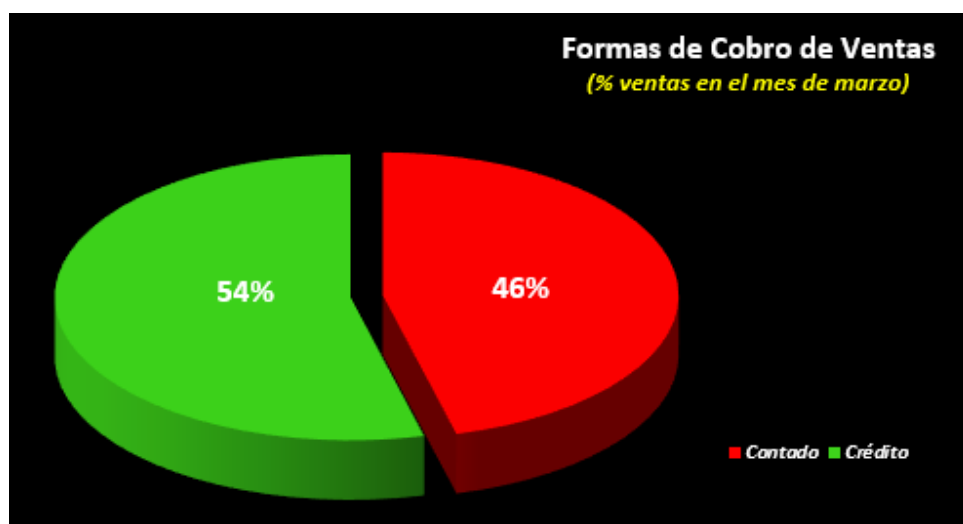
Las ventas minoristas de los comercios pymes de la provincia de Córdoba finalizaron el mes de marzo con una caída del 3,5% frente a igual mes del año anterior, de acuerdo con los datos relevados por la Federación Comercial de Córdoba (Fedecom), y sus Cámaras y Centros Comerciales adheridos. En marzo de 2022, respecto a marzo de 2021, las ventas habían aumentado 1,2%.

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

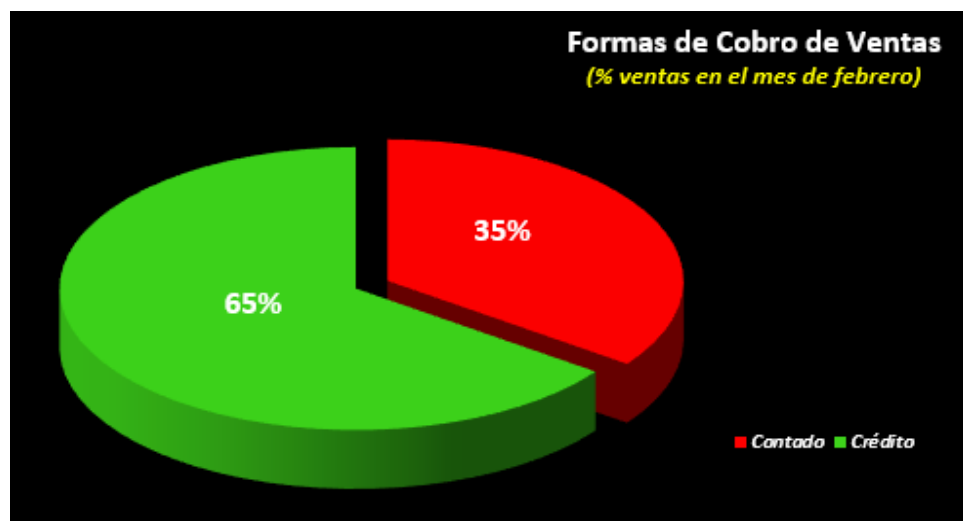
Comportamiento por rubros

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

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 **crédito**, se colocó en primer término con un porcentaje que disminuyó del 65 al 54%.

Mientras que las operaciones a **contado**, aumentaron del 35 al 46% 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.