



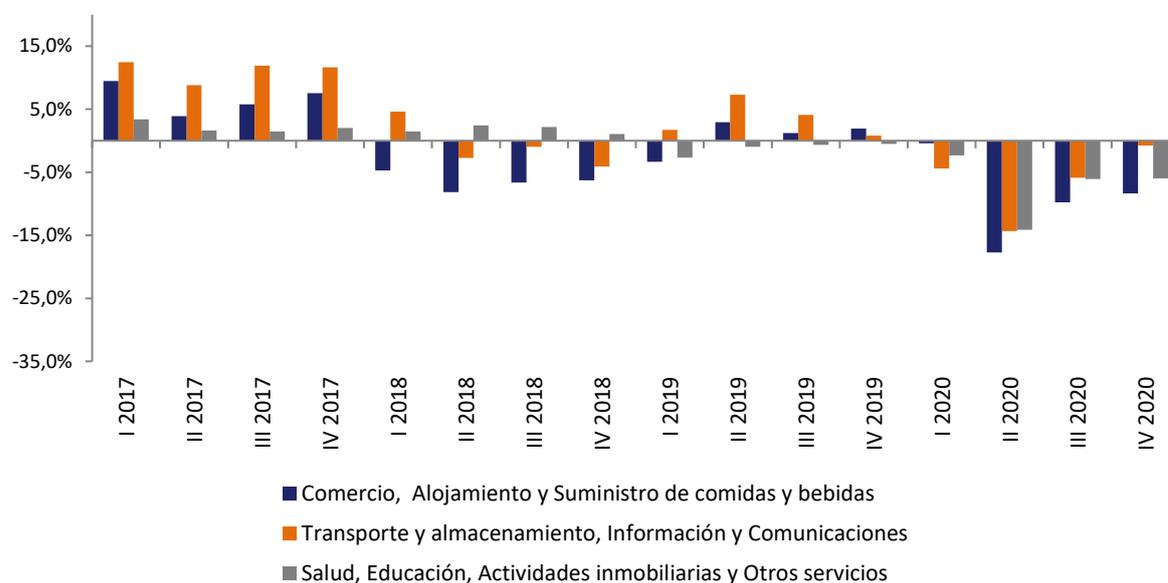
**Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay**

BOLETÍN ECONÓMICO
Actividad: Sector Comercio
y Servicios

**Abril
2021**

ACTIVIDAD: SECTOR COMERCIO Y SERVICIOS

PIB por Sectores de Actividad
Tasas de Variación % en términos constantes a precios de 2016



Encuesta de Actividad de Comercio y Servicios: tasas de variación de las ventas reales, en % (Montevideo)

CLASIFICACIÓN GENERAL		Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	I Trim 2020	II Trim 2020	III Trim 2020	IV Trim 2020	Año 2020
Por Localización	Comercio Montevideo	184	464	9.430	3,5	-0,9	-0,2	-5,4	-1,3
	Comercio Interior	178	268	4.181	-10,8	-0,7	4,9	-7,0	-6,6
	Servicios Montevideo	43	63	553	-4,1	-37,3	-30,3	-17,0	-16,1
	Servicios Interior	61	59	579	-31,6	-60,0	-35,5	-20,2	-15,4
Por Tipo de Bien	No Durables	162	426	10.002	-3,1	-3,9	-1,9	-5,9	-0,4
	Semi Durables	104	164	1.526	0,4	-14,1	-4,6	-2,8	-6,6
	Durables	62	96	1.500	8,4	9,6	3,0	-6,2	-1,1
	Inversión	32	45	583	-5,5	8,7	-1,8	-7,6	-6,6
	Servicios	104	122	1.132	-12,2	-43,6	-33,0	-18,2	-15,8
Por Tamaño de Empresa	Micro	212	309	387	-4,7	-5,8	-15,8	-15,9	-19,4
	Pequeña	159	209	1.573	-4,8	-2,8	-8,9	-13,3	-12,8
	Mediana	84	170	2.937	-2,4	-5,5	-7,9	-5,9	-5,2
	Grande	11	166	9.846	-0,4	-2,2	2,4	-5,3	0,0

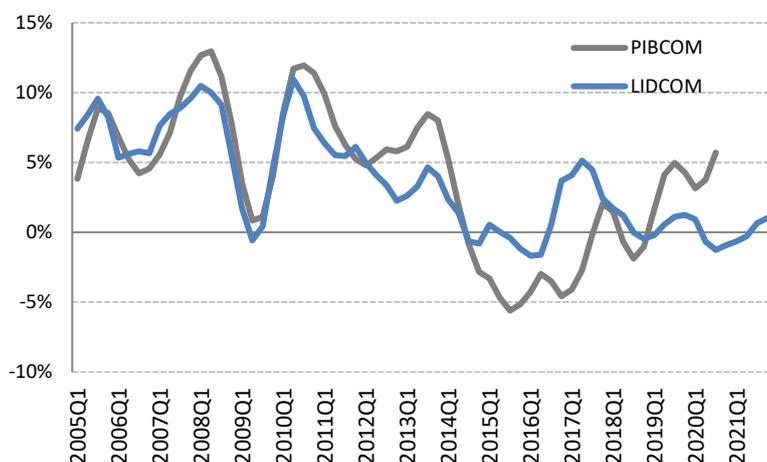
RUBROS SERVICIOS	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Total 2019	I Trim 2020	II Trim 2020	III Trim 2020	IV Trim 2020	Año 2020
Agencias de Viaje	17	17	123	3,6	-3,5	-20,3	-36,2	-17,5	-17,1
Hoteles	17	17	346	-12,0	-26,4	-48,1	-52,8	-14,6	-10,7
Restaurantes y Confeiterías	70	89	663	-9,5	-7,0	-48,3	-22,0	-19,6	-17,0

RUBROS COMERCIO	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	I Trim 2020	II Trim 2020	III Trim 2020	IV Trim 2020	Año 2020
Construcción, Ferretería, Pinturas	31	44	495	-4,7	9,2	-2,1	-7,9	-6,9
Cuidado Personal	39	140	723	1,9	-3,0	-6,3	-5,3	-6,8
Electrodomésticos	16	19	257	11,2	-4,1	-0,3	-19,6	-14,6
Indumentaria	36	54	181	16,2	-28,7	-16,0	-6,9	-12,0
Informática	36	41	486	25,4	7,2	13,2	1,1	4,6
Juguetes	10	23	216	26,5	-4,0	-0,1	2,3	5,4
Minimercados	72	81	629	-1,5	-12,6	-10,9	-1,8	-2,5
Muebles y Accesorios del Hogar	21	28	447	-3,9	10,6	1,5	-2,6	-1,6
Ópticas	14	21	62	-4,2	-15,3	-20,0	-0,5	-20,5
Papelería y Oficina	23	23	160	-7,3	-33,8	-11,9	-7,3	-16,0
Supermercados	39	197	10.029	-3,0	2,8	3,6	-5,9	-0,6
Vehículos, Repuestos automotrices, Combustible.	43	61	707	-6,4	10,0	-4,0	-2,3	-3,6

LIDCOM e Índice de Confianza del Consumidor

El **LIDCOM** (Indicador Adelantado de la Actividad Comercial) busca brindar señales tempranas acerca de la dirección que está tomando el sector Comercial.

LIDCOM y Tendencia-ciclo del PIB sectorial
(Tasa de Variación Interanual %)



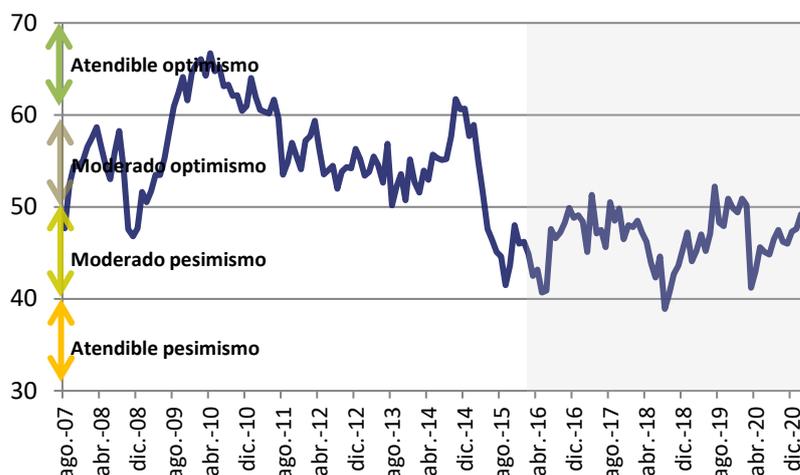
Los resultados correspondientes a la estimación del LIDCOM del cuarto trimestre 2020, reflejan en la comparación interanual una tasa de variación negativa de -0,9%. En términos desestacionalizados, la tasa de variación fue de 0,3%.

En resumen, la evolución tendencial de la actividad comercial (depurada de los efectos estacionales) registró respecto al tercer trimestre del año una relativa mejora dejando detrás registros negativos trimestre a trimestre.

Sin embargo, y a partir de estos resultados y de los acontecimiento actuales es posible proyectar que durante los primeros meses del año 2021 se mantendría escenario de contracción del sector Comercio, Alojamiento y Suministro de comidas y recién se lograría alcanzar cierto repunte a partir del tercer trimestre del año 2021, aunque permaneciendo bajo un escenario contractivo para el año cerrado, estimando una caída interanual en el entorno del 2%.

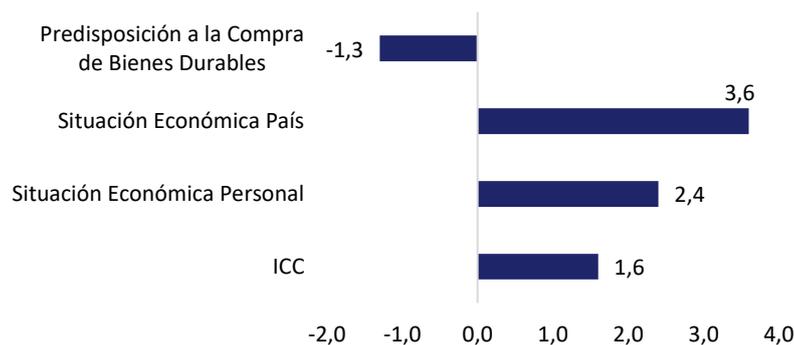
La confianza del consumidor puede medirse mediante el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) realizado por la Universidad Católica del Uruguay junto con Equipos Consultores.

Índice de Confianza del Consumidor: serie mensual



En el mes de febrero 2021, el ICC registró un aumento de 1,6 puntos respecto a enero. Este crecimiento acompaña la tendencia positiva observada en los dos meses anteriores (1,3 y 0,3). Con un puntaje de 49,2 en febrero el índice arroja el puntaje más alto desde el shock del COVID-19 en marzo (el menor puntaje se registró en marzo 2020 con 41,2 puntos).

En cuanto a los subíndices, éstos se comportan de forma contraria al mes anterior. Los relativos a las situaciones económicas aumentan respecto a enero, mientras que la predisposición a la compra de bienes durables cae, aunque sin revertir el aumento registrado el mes anterior. Esta reacción pudo deberse al entusiasmo relacionado con la llegada de la primera tanda de vacunas el 25 de febrero, el comienzo de la vacunación a partir del 1ro de marzo, y el inicio de las clases en todo el país.



La Predisposición a la compra de bienes durables descendió 1,3 puntos, moderando la suba de 7,5 puntos registrada el mes de enero.

Recaudación IVA

	Millones de pesos corrientes				Variación interanual en pesos corrientes (en %)				Variación interanual en pesos constantes (en %)			
	I 2020	II 2020	III 2020	IV 2020	Var. I 2020	Var. II 2020	Var. III 2020	Var. IV 2020	Var. I 2020	Var. II 2020	Var. III 2020	Var. IV 2020
I.V.A.	49.371	44.275	50.383	52.673	10.71	0.79	8.43	11.88	1.82	-9.00	-1.38	2.10
Interno	34.458	30.354	33.171	33.568	8.49	1.81	7.07	11.35	-0.22	-8.08	-2.61	1.61
Importación	14.913	13.921	17.212	19.105	16.20	-1.37	11.13	12.84	6.87	-10.95	1.08	2.98

La recaudación de IVA es utilizada como un indicador para analizar cómo evoluciona el consumo de bienes y servicios en el mercado interno. En el comienzo del año 2020 el IVA presentó un aumento de 1,84% interanual, aunque en el segundo trimestre la recaudación fue fuertemente golpeada por la crisis sanitaria del COVID-19 (la recaudación cayó un -9,0%). Mientras que durante los trimestres siguientes fue evidenciándose una leve mejora en los niveles de recaudación, alcanzando en términos constantes tasas de variación positivas en el cierre del año.