



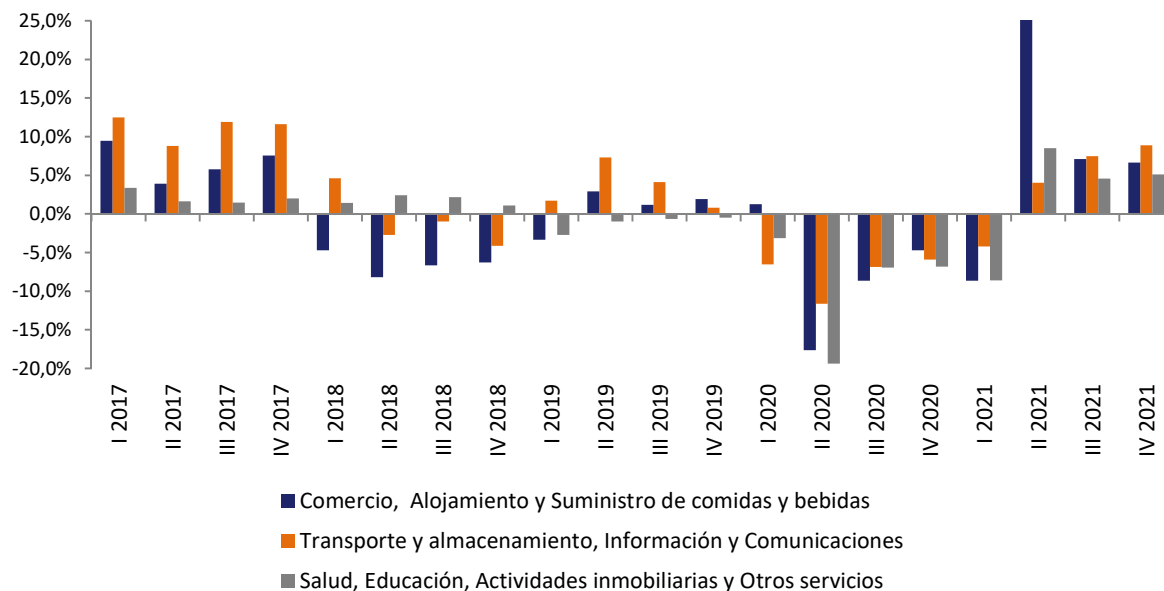
**Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay**

BOLETÍN ECONÓMICO
Actividad: Sector Comercio
y Servicios

**Abril
2022**

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 2021	II Trim 2021	III Trim 2021	IV Trim 2021	2021
Por Localización	Comercio Montevideo	173	358	10.643	-11,0	-3,5	-2,3	1,5	-4,2
	Comercio Interior	157	305	5.975	-6,2	-1,4	2,5	7,2	2,0
	Servicios Montevideo	28	51	434	-26,2	13,0	18,8	14,3	12,5
	Servicios Interior	43	51	883	-26,6	16,4	4,0	36,7	-2,9
Por Tipo de Bien	No Durables	137	274	11.422	-11,2	-1,8	-2,1	2,7	-2,5
	Semi Durables	98	250	2.786	-10,5	5,4	6,0	5,9	-1,6
	Durables	61	101	1.703	-5,5	-18,3	0,0	14,0	5,4
	Inversión	34	38	708	-8,5	5,5	4,1	8,5	-0,9
	Servicios	71	102	1.317	-26,3	14,9	14,0	29,3	2,2
Por Tamaño de Empresa	Micro	112	107	268	-16,3	-0,9	-3,0	4,0	3,3
	Pequeña	174	213	1.683	-14,2	2,8	7,0	7,5	1,5
	Mediana	96	170	3.367	-2,3	9,0	5,8	10,9	-1,7
	Grande	19	275	12.617	-13,2	-7,5	-2,5	3,7	-2,2

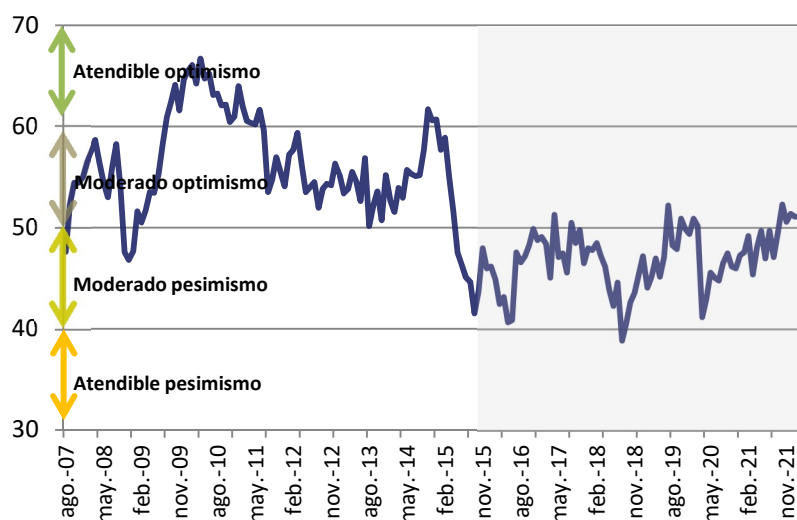
RUBROS SERVICIOS	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	I Trim 2021	II Trim 2021	III Trim 2021	IV Trim 2021	2021
Agencias de Viaje	10	15	151	-63,9	-4,0	17,9	20,1	3,5
Hoteles	13	13	453	-41,1	26,6	13,4	60,3	-3,0
Restaurantes y Confeiterías	48	74	713	-18,5	8,8	13,7	11,6	5,2

*Hay empresas que no disponen de locales por solo tener comercio electrónico

RUBROS COMERCIO	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	I Trim 2021	II Trim 2021	III Trim 2021	IV Trim 2021	2021
Construcción, Ferretería, Pinturas	33	37	625	-8,6	6,7	5,6	9,3	-1,0
Cuidado Personal	40	40	895	2,0	2,6	-9,2	1,4	-5,1
Electrodomésticos	18	31	357	-20,5	-9,0	-6,1	21,4	2,2
Indumentaria	21	134	1.023	-24,5	10,3	8,7	14,1	3,7
Informática	39	45	628	-9,1	15,7	12,4	15,5	14,2
Juguetes	10	13	113	-0,9	10,9	2,9	3,8	-3,0
Minimercados	55	65	1.693	-5,5	-0,4	17,1	1,9	0,3
Muebles y Accesorios del Hogar	18	15	566	-1,2	-0,7	-1,2	11,2	-9,5
Ópticas	9	15	58	-26,3	-6,8	2,5	9,9	5,0
Papelería y Oficina	11	12	207	-0,1	-0,7	8,9	6,5	2,7
Supermercados	42	173	10.191	-12,9	-8,0	-4,6	1,3	-3,6
Vehículos, Repuestos automotrices, Combustible.	57	83	1.250	-0,2	6,6	7,0	1,5	-6,3

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 2022**, el ICC mantiene el mismo puntaje registrado en enero 2022. De esta forma se mantiene en el nivel de moderado optimismo por quinto mes consecutivo (50 puntos).

Respecto a febrero 2021, el índice tuvo un incremento de 1,9 puntos; y, si se consideran los promedios acumulados (ene-21/feb-21) y (ene-22/feb-22), el índice es 2,7 puntos mayor.

Por lo tanto, en concordancia con lo ocurrido desde marzo 2021, la confianza del consumidor sigue siendo mayor respecto a la misma fecha del año anterior.

En cuanto a los **subíndices**, dos de los tres componentes que construyen el indicador descendieron respecto a enero.

La **Situación Económica Personal** fue el subíndice que más descendió abandonando el puntaje de enero que fue el mayor desde febrero 2020. Fue afectado principalmente por la perspectiva de la situación económica personal a un año, demuestra la preocupación de la población por el posible impacto del conflicto bélico internacional en la economía de los hogares.

Por su lado, la **Situación Económica del País** descendió por segundo mes. La caída se debe al descenso del subíndice de la situación económica del país a un año. Se reafirma la preocupación a corto/mediano plazo por el efecto de la guerra.

Finalmente, la **Predisposición a la compra de bienes durables** fue el único subíndice que mejoró su desempeño respecto al mes anterior, se mostró una mayor predisposición a comprar electrodomésticos, lo que se puede deber a la baja cotización del dólar observada durante febrero.

La recaudación de IVA es utilizada como un indicador para analizar cómo evoluciona el consumo de bienes y servicios en el mercado interno. Durante el cuarto trimestre del año 2021, la recaudación en términos reales registró un aumento interanual del orden de 14,01%. Dicha variación muestra una aceleración en la recuperación de la recaudación que se había visto levemente enlentecida en el tercer trimestre. Es probable que este nuevo crecimiento sea producto del inicio de la temporada turística en Uruguay, la apertura de fronteras, el aumento de actividades sociales, las finales futbolísticas en noviembre, así como el incremento de las importaciones dado un entorno propicio para mayores niveles de consumo.

	Millones de pesos corrientes				Variación interanual en pesos corrientes (en %)				Variación interanual en pesos constantes (en %)			
	I 2021	II 2021	III 2021	IV 2021	Var. I 2021	Var. II 2021	Var. III 2021	Var. IV 2021	Var. I 2021	Var II 2021	Var III 2021	Var. IV 2021
I.V.A.	54.398	54.384	59.383	64.801	10,18	22,83	17,86	23,02	1,29	14,90	9,71	14,01
Interno	36.210	34.369	37.590	39.311	5,08	13,23	13,32	17,11	-3,40	5,91	5,48	8,53
Importación	18.189	20.015	21.792	25.490	21,97	43,78	26,61	33,42	12,12	34,49	17,85	23,65