

ANÁLISIS DE COYUNTURA ECONÓMICA

Sector Comercio y Servicios
Segundo Trimestre 2022



Cámara de Comercio y
Servicios del Uruguay

■ **China**

- *Mantenimiento de estrictas políticas de Covid cero juegan en contra de la recuperación de su economía (el PIB - 2,6% frente al primer trimestre).*
- *PIB 2022 4,4%, PIB 2023 4,9%*

■ **Estados Unidos**

- *Mejores resultados en el mercado de trabajo, lo cual sienta las bases para que la FED continúe avanzando con el endurecimiento de su política monetaria, aunque bajo cierta moderación.*
- *Niveles de Inflación permanecen en niveles altos (agosto: 8,3%), aunque las expectativas a mediano plazo ancladas en 2,5%.*
- *PIB 2022 2,5%, PIB 2023 1,2%*

■ **Eurozona**

- *Se mantienen las presiones inflacionarias, intervenciones de los Bancos Centrales.*
- *PIB 2022 2,6%, PIB 2023 1,6%.*

■ **Commodities**

- *Menor crecimiento de la economía mundial: fuerte moderación de los precios de las materias primas.*
- *El precio del petróleo acumula caídas por encima del 15% desde los niveles de julio de este año.*

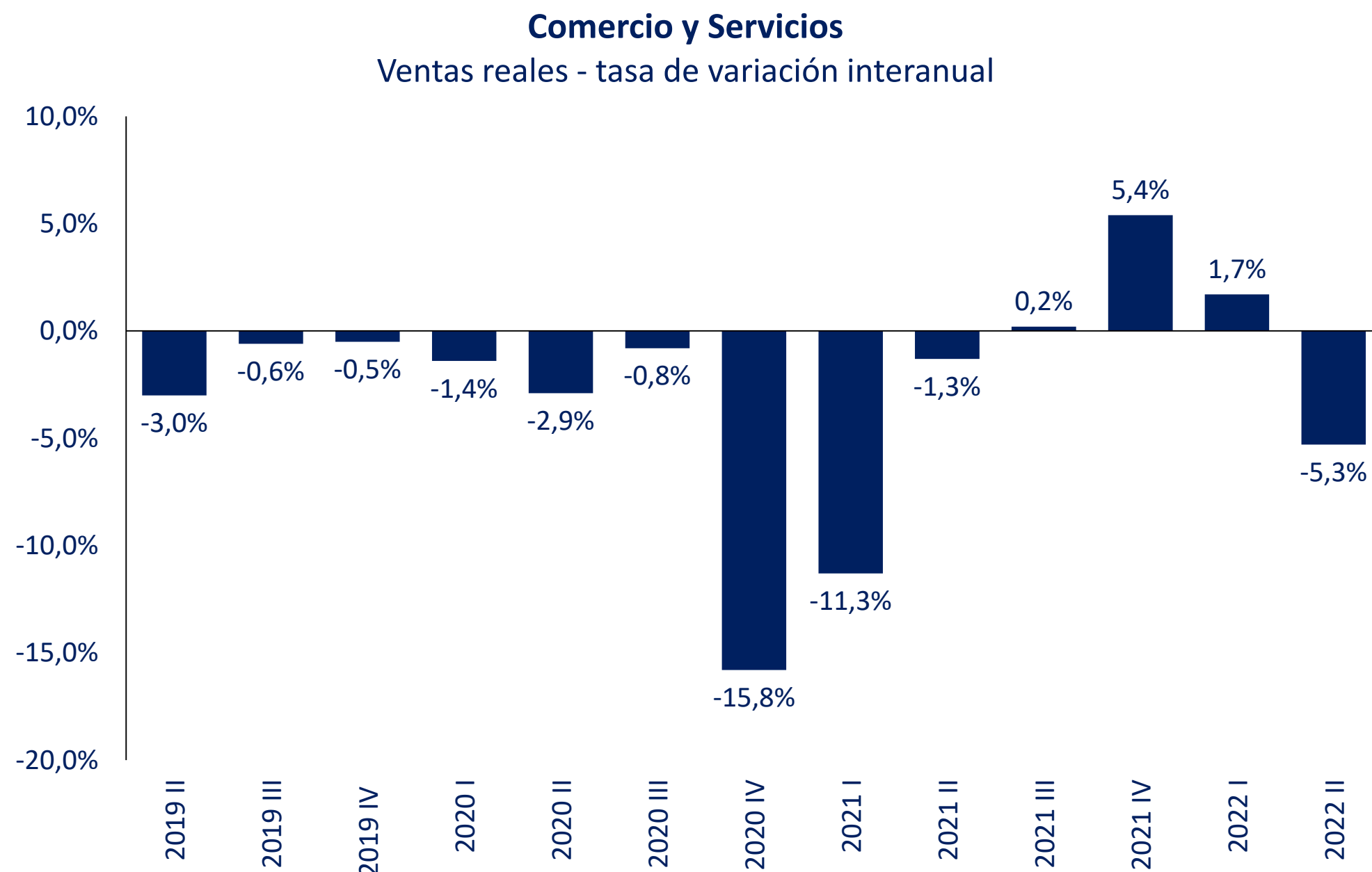
■ **Argentina**

- *Profundiza inestabilidad económica: desaceleración de la actividad económica y magro crecimiento para próximos períodos.*
- *Incremento tensión política y social.*
- *Estanflación, abaratamiento relativo, no encuentra financiamiento.*
- *Objetivos autoridades: controlar inflación, incrementar las reservas internacionales, cumplir con los objetivos fiscales, reducir las brechas cambiarias.*

■ **Brasil**

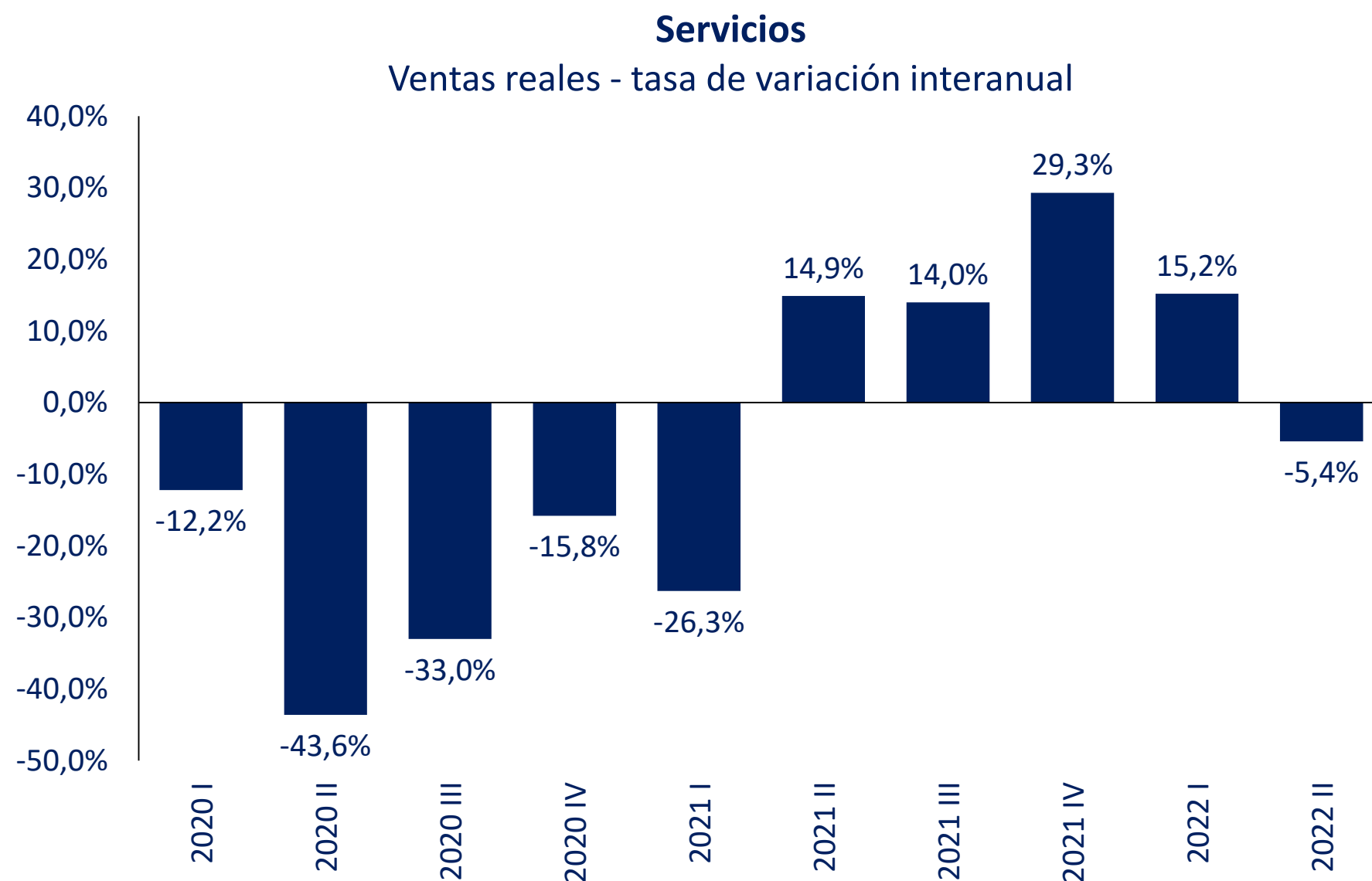
- *Moneda depreciada, permanecerá relativamente barato por cierto tiempo.*
- *Caída de salario real y mercado de trabajo con mucha informalidad: bases de crecimiento aún muy frágiles.*
- *Elecciones presidenciales en octubre. Incerteza política.*
- *Aún agenda pendiente de reformas estructurales.*
- *Proyecta un muy bajo crecimiento económico.*

- *Se mantiene el proceso de recuperación de la actividad económica pero en su medición desestacionalizada se evidencia un menor ritmo que los trimestres anteriores. (Primer trimestre 2022: 8,3% a/a, 0,6% dest.)*
- *Crecimiento liderado por las inversiones y exportaciones. (Xs +35% primeros siete meses del año 2022/2021)*
- *Componente de la demanda que más le ha costado recuperar: Consumo Privado*
- *Las importaciones de bienes de consumo aumentaron 7% interanual en el acumulado a junio, aunque en el segundo trimestre descendieron frente al trimestre anterior.*
- *Mercado de trabajo debilitado: masa salarial un 2,7% por debajo del nivel promedio pre pandemia 2019. Al mes de julio la cantidad de ocupados descendió en unas 17.800 personas respecto a diciembre del año pasado.*
- *Se mantienen las presiones inflacionarias: inflación permanece por encima del 9%, TPM 10,25%. Expectativas tendientes a cierta moderación de la inflación para el último trimestre del año.*
- *En los últimos días el tipo de cambio retorno a valores más cercanos a los \$ 41.*

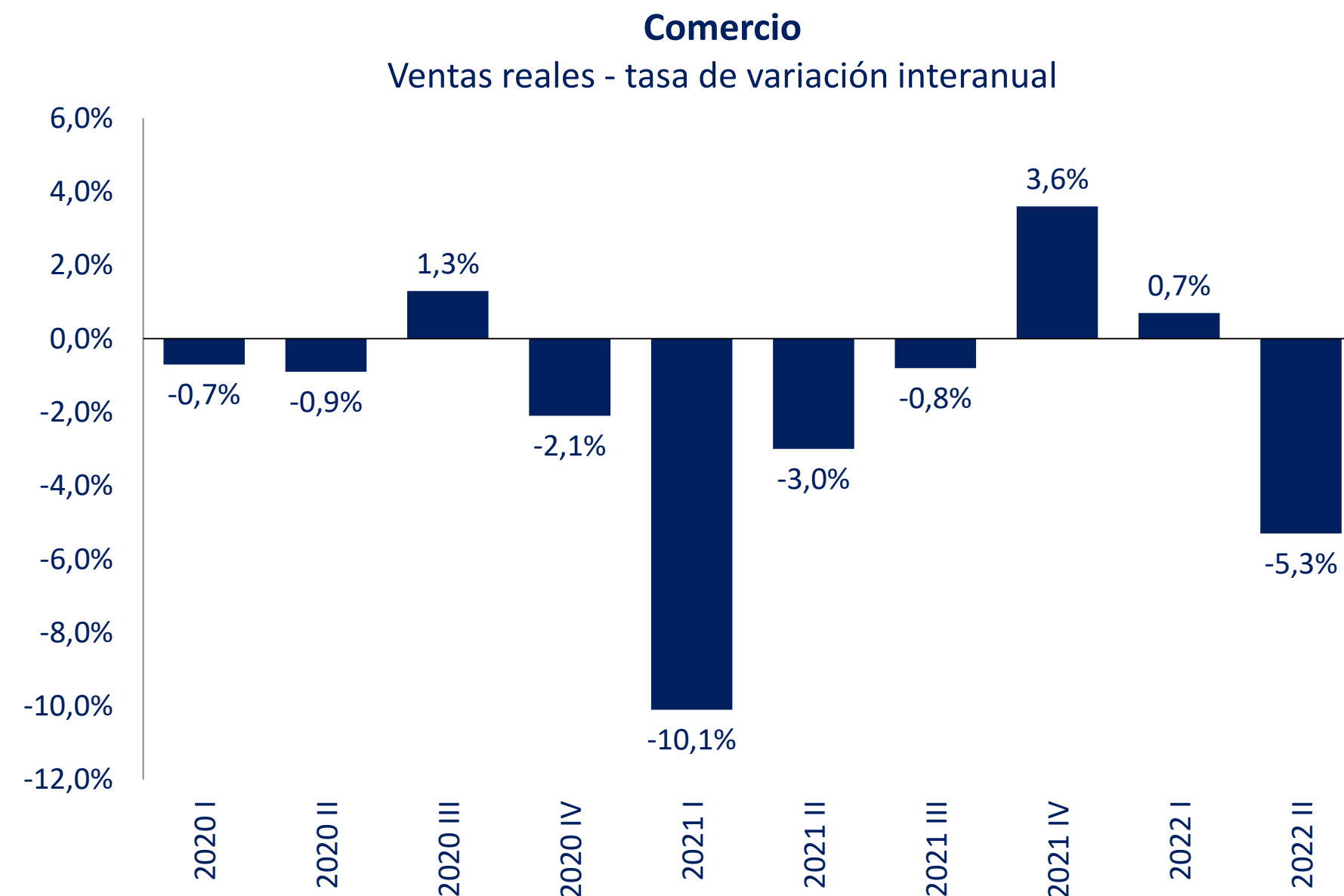


Según datos oficiales, el sector **Comercio, Alojamiento y Suministros de comida y bebidas**, creció **9,1%** respecto a igual periodo del año anterior, y se contrajo **-4,8%** respecto al último trimestre del año anterior.

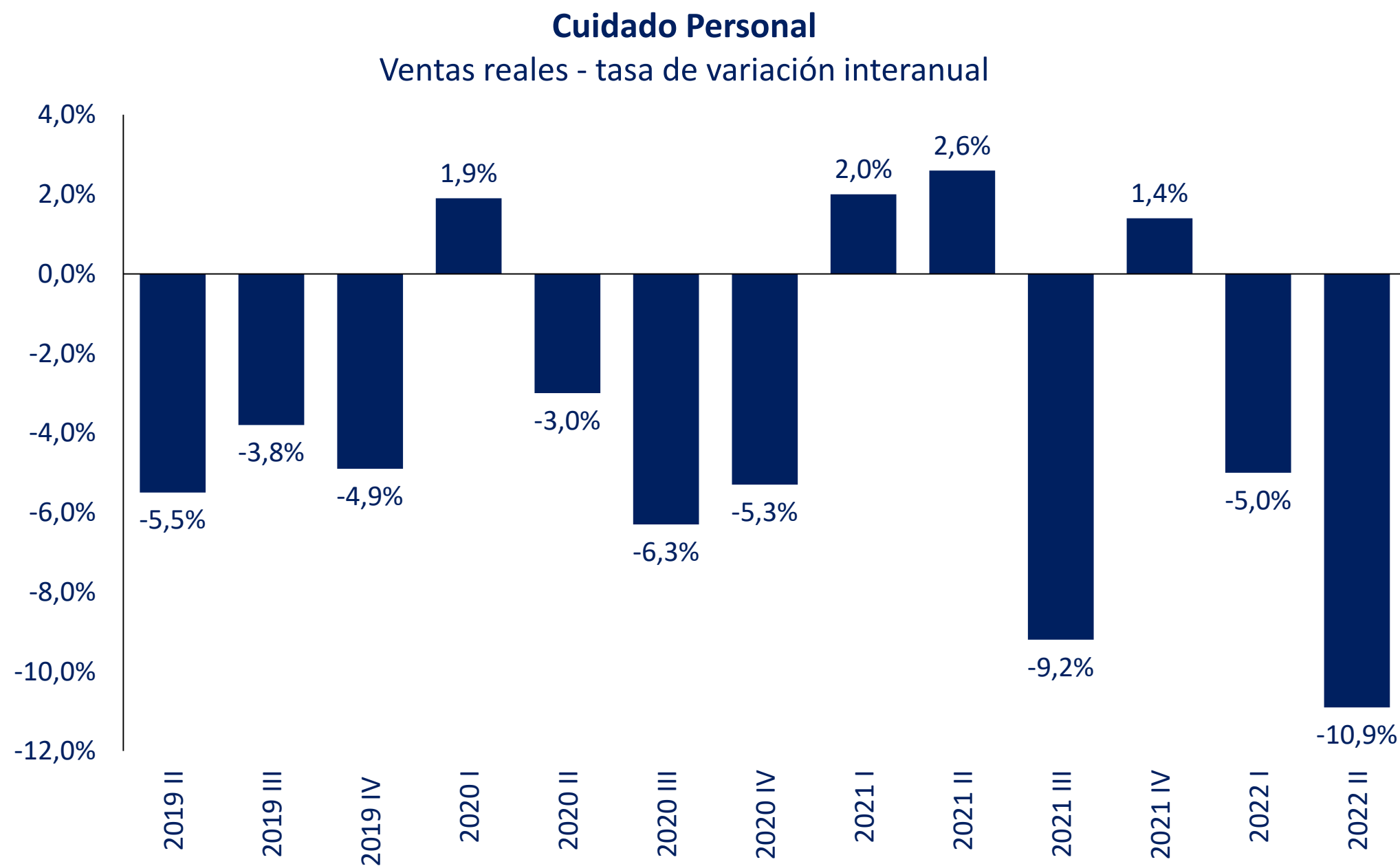
- **Se confirma enfriamiento en la actividad del sector en 2022. Bajo crecimiento en el primer trimestre y caída de -5,3% de las ventas globales del sector en el segundo trimestre.**
- **Caída generalizada de las ventas por rubro. 11 de los 15 rubros atraviesan una contracción.**
- **Situación de la región no son buenas. Abaratamiento relativo de Argentina y en menor medida de Brasil afecta el turismo emisor y receptor, con un corrimiento del consumo hacia los países vecinos.**



***Servicios** revierte la tendencia de crecimiento interanual que venía recorriendo en los períodos anteriores*



***Comercio** luego de un trimestre de magro crecimiento materializa un escenario de contracción pronunciada y generalizada.*



8%

Empresas registran aumento en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022

91%

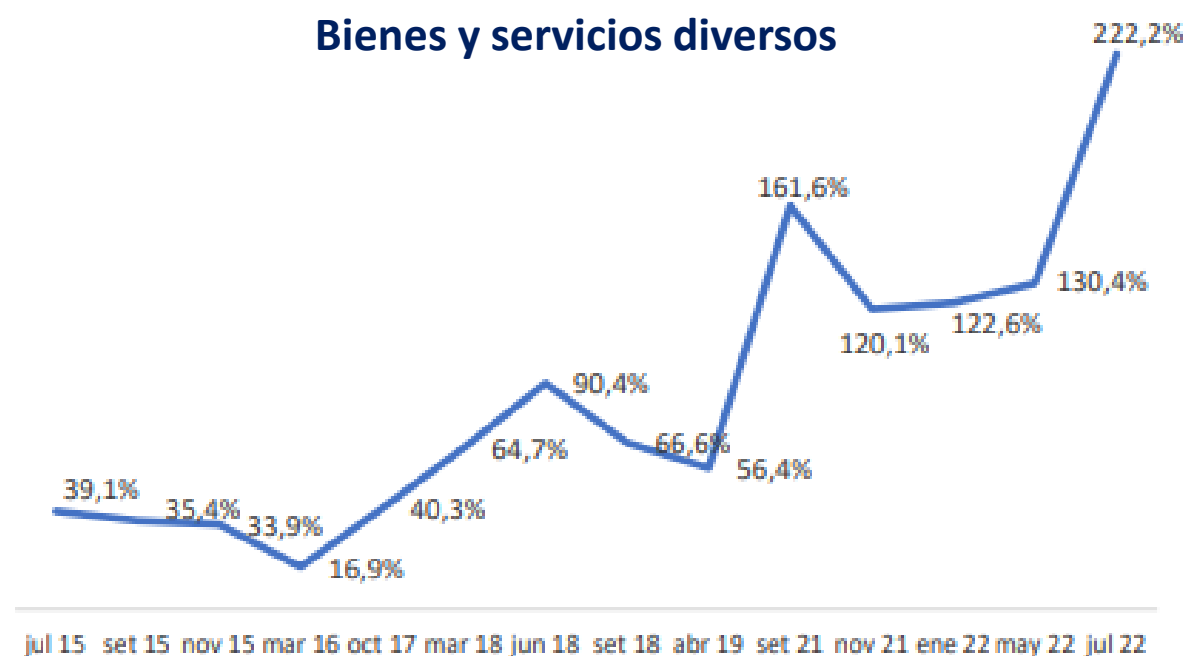
De las empresas relevadas esperan que se mantengan (52%) o aumenten (39%) los niveles de facturación durante el próximo trimestre.

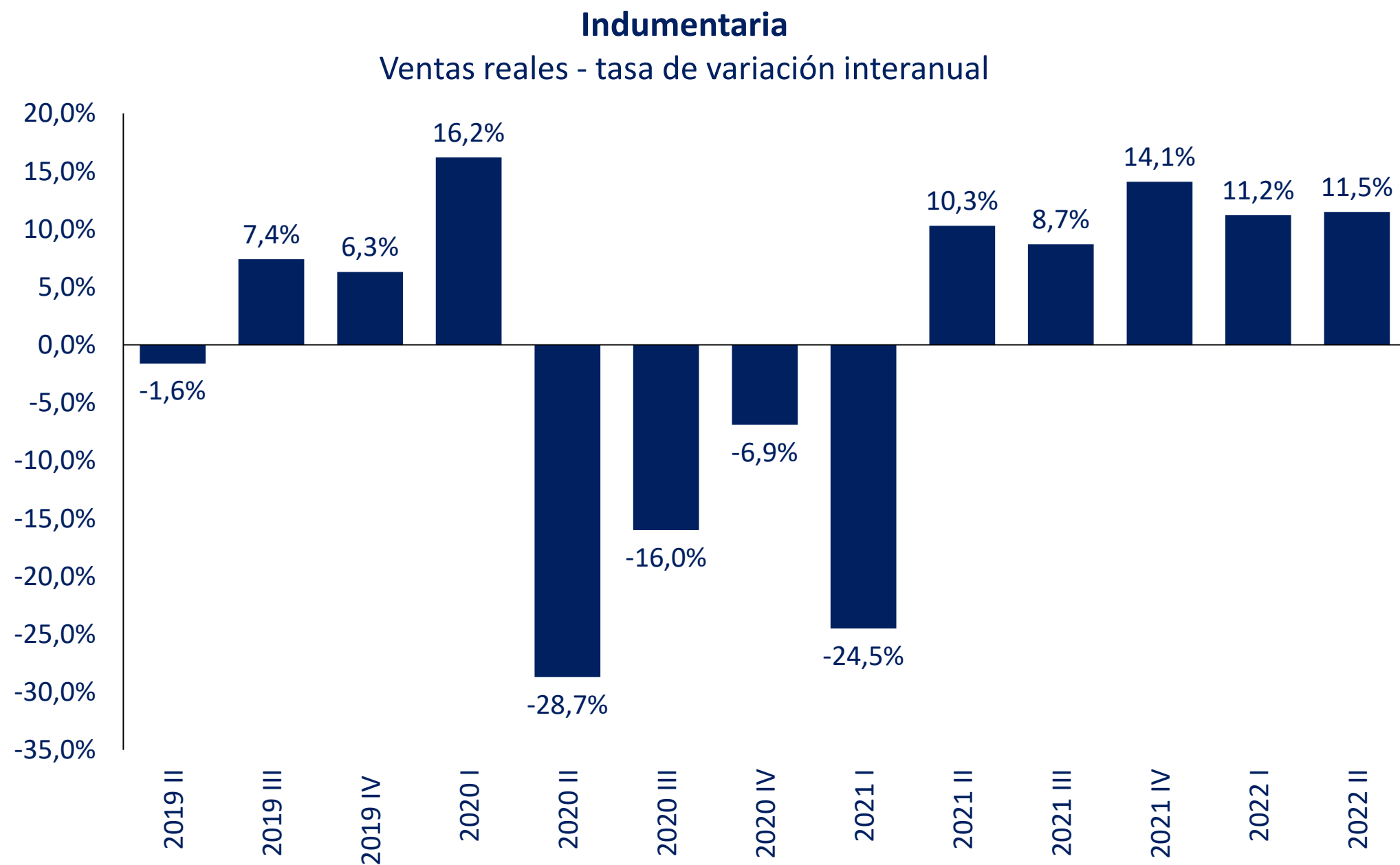
Cuidado personal agudiza la caída ya observada en el comienzo del año 2022.

Diferencia de precios con Argentina.

Salto está un 222% más caro que Concordia en bienes y servicios diversos (shampoo, pasta de dientes, desodorante, etc).

Diferencia de precios entre Salto y Concordia

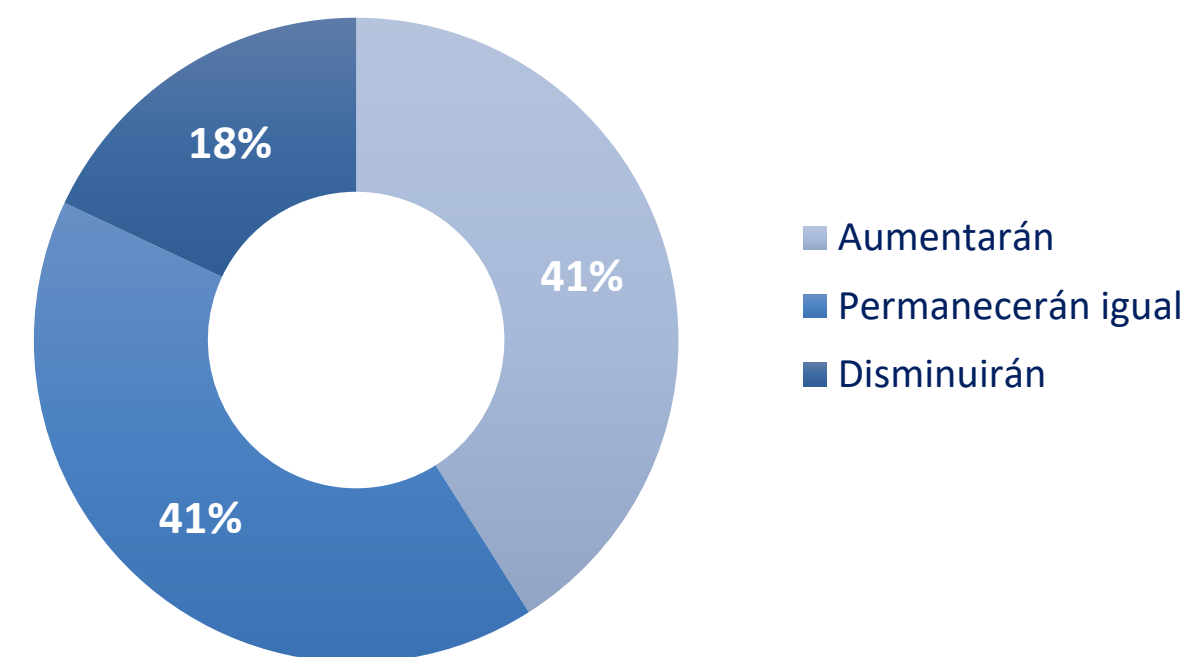




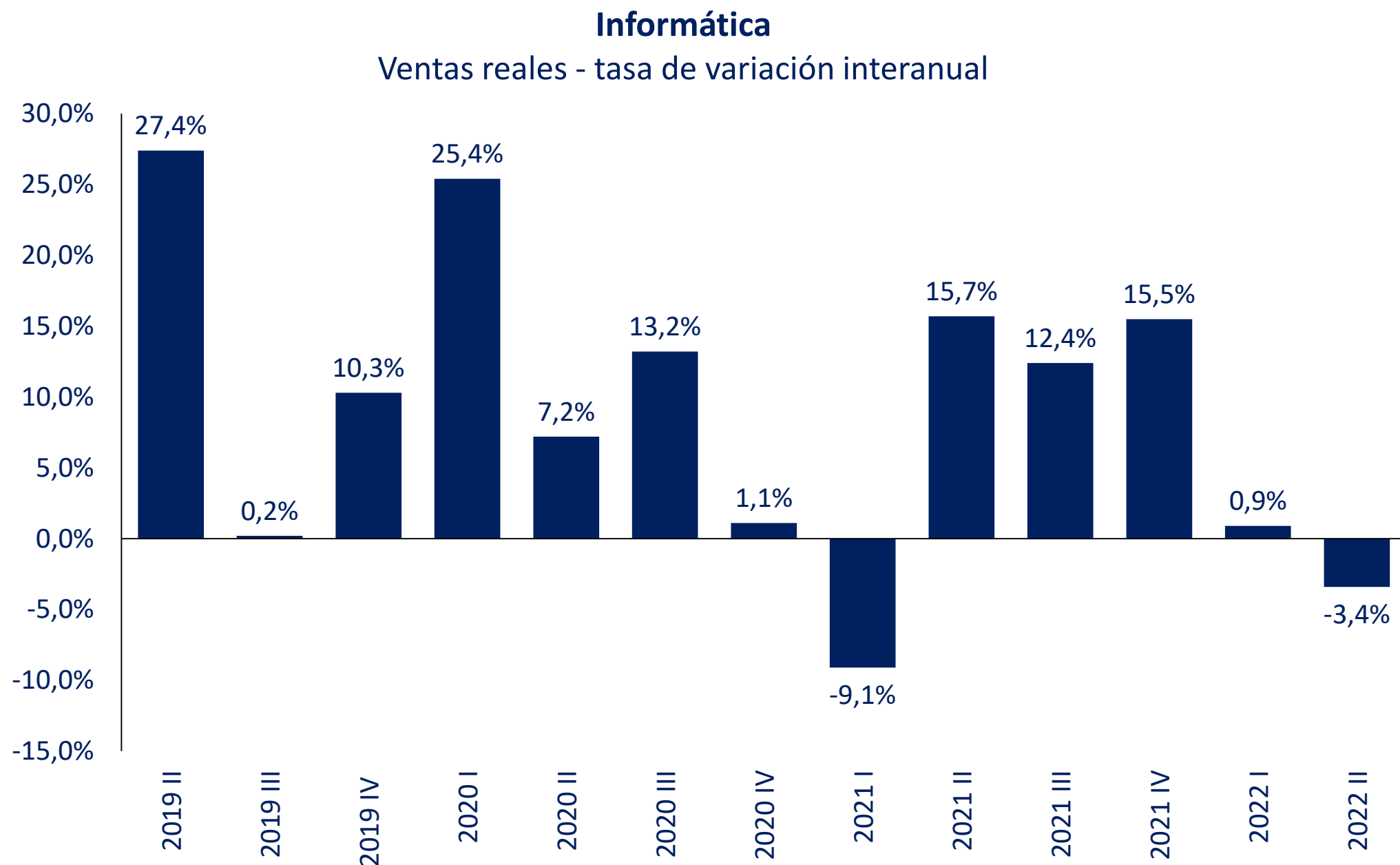
67%

*Tiendas registran **aumento** en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022*

Expectativas Ventas Indumentaria
III Trim. 2022



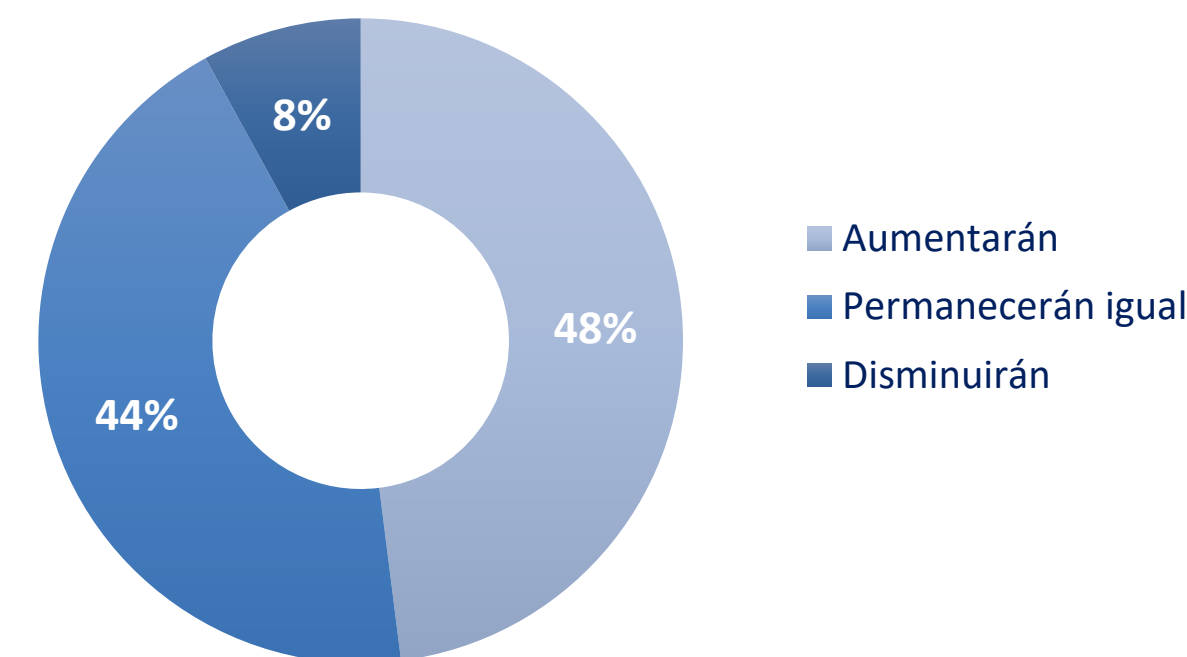
Indumentaria es de los pocos sub rubros que mantiene un crecimiento sostenido desde comienzos del año 2021.



52%

*Empresas registran **incremento** en sus **ventas reales globales** en el **2do trimestre 2022***

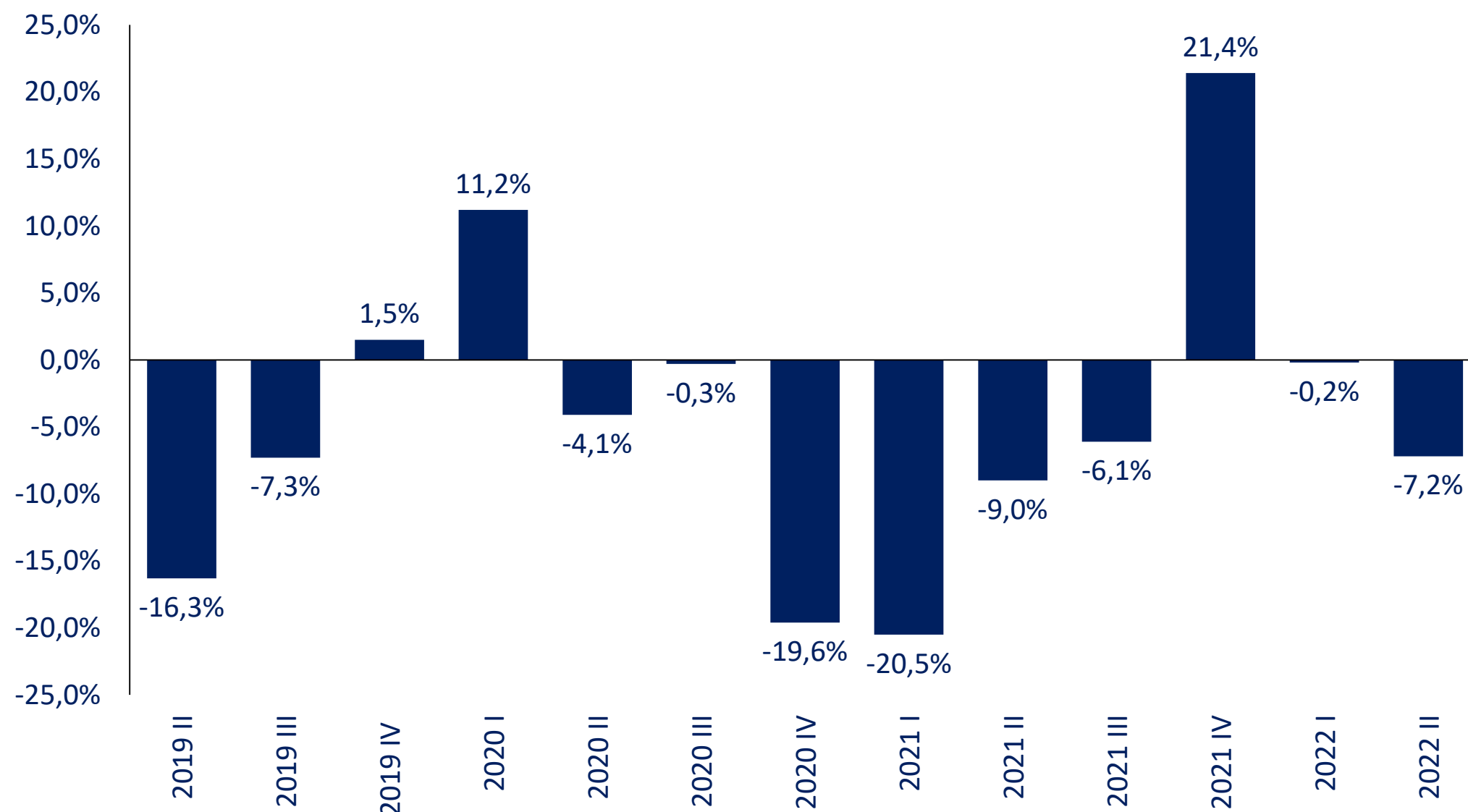
Expectativas Ventas Informática
III Trim. 2022



*Luego del excelente comportamiento en la pandemia Informática **ralentiza el ritmo de crecimiento de sus ventas a principios del 2022.***

Cae la actividad del sector por primera vez desde 1er trim 2021.

Electrodomésticos
Ventas reales - tasa de variación interanual



Electrodomésticos no logra mantener su recuperación de finales del año 2021 y vuelve a caer de forma pronunciada hacia la mitad del año 2022.

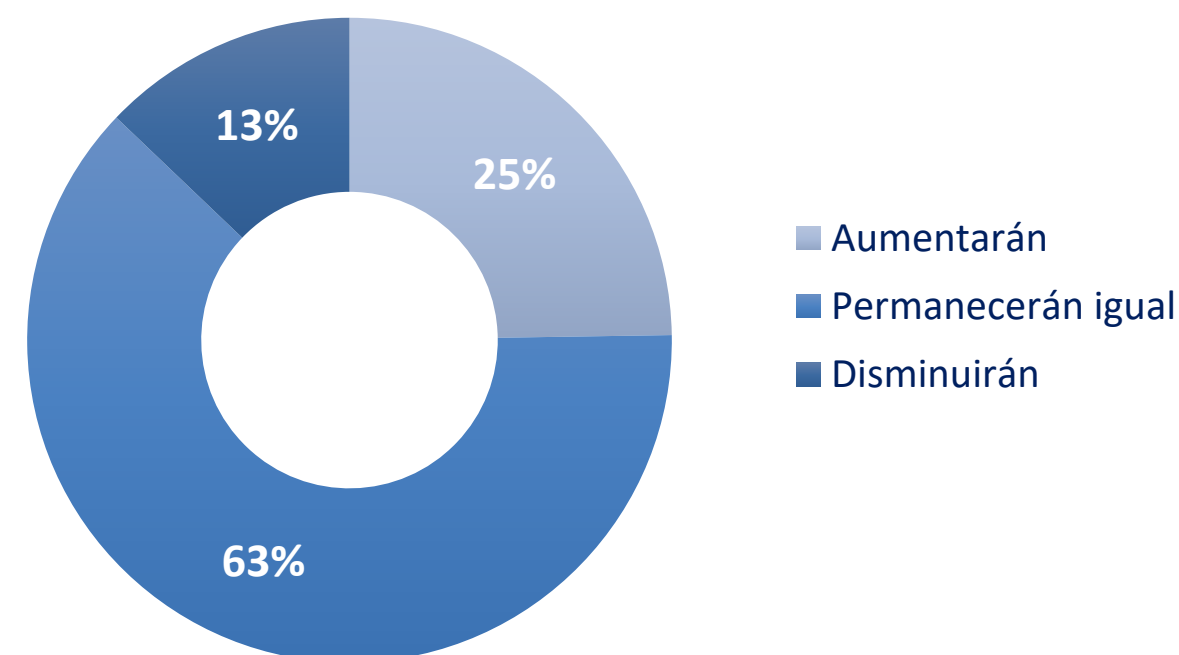
24%

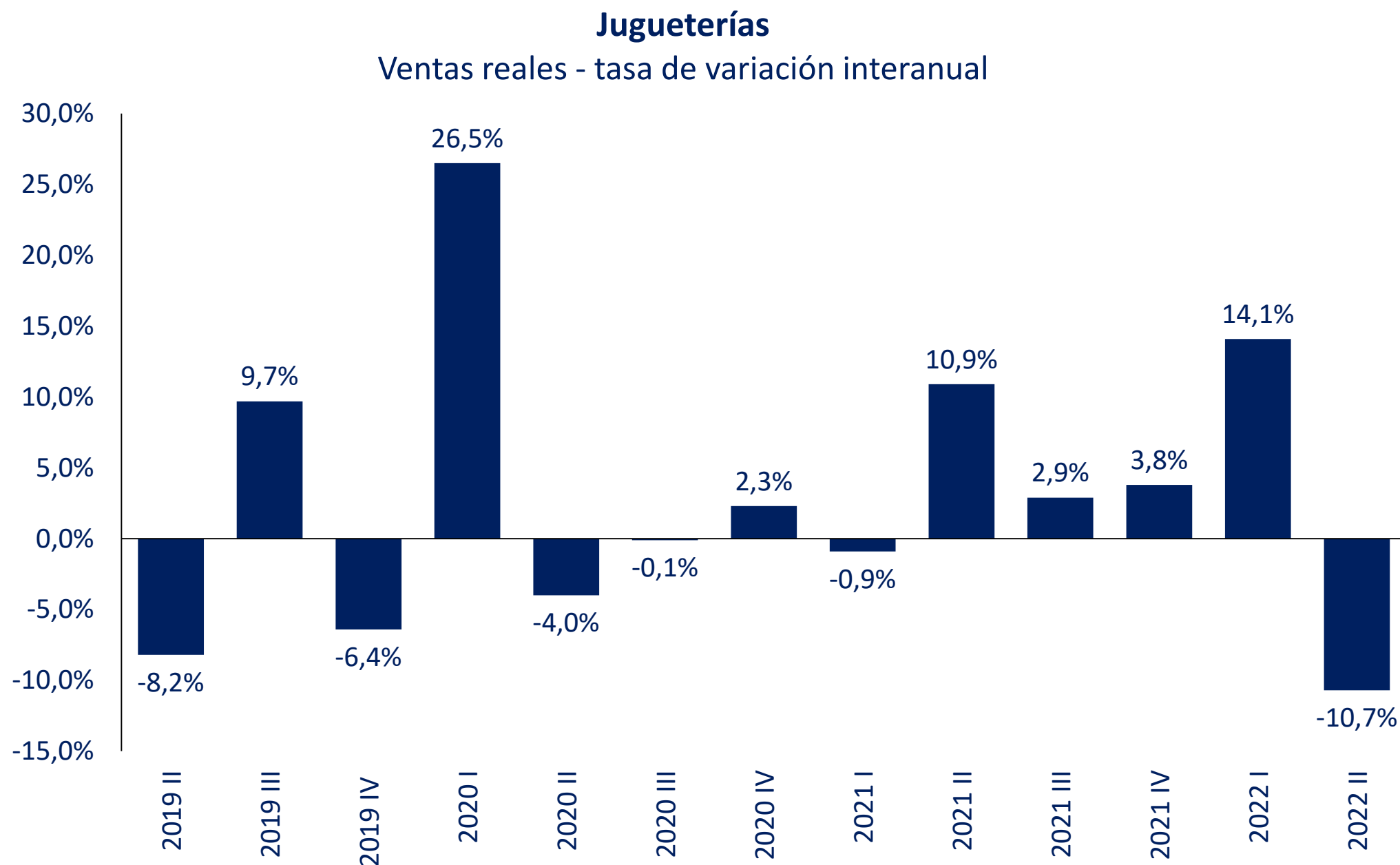
Empresas registran crecimiento en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022

19%

Empresas esperan disminuir la cantidad de personal ocupado.

Expectativas Ventas Electrodomésticos
III Trim. 2022





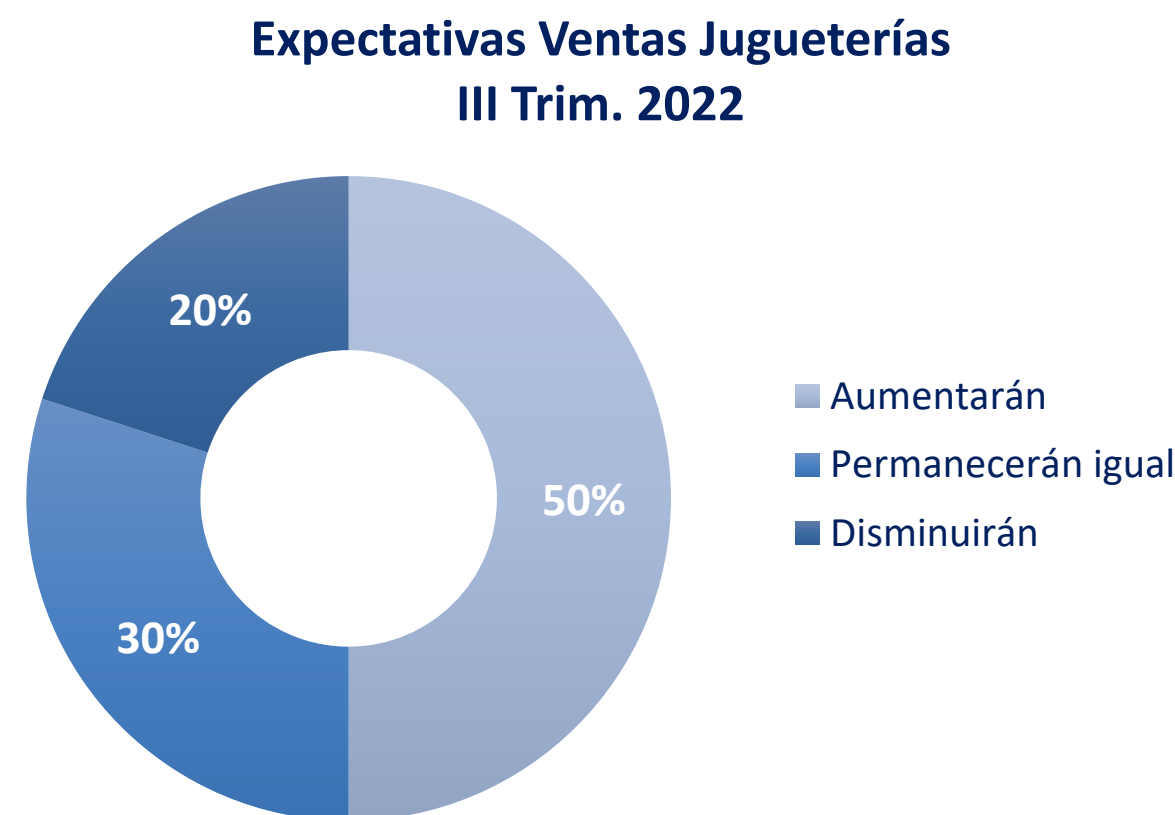
30%

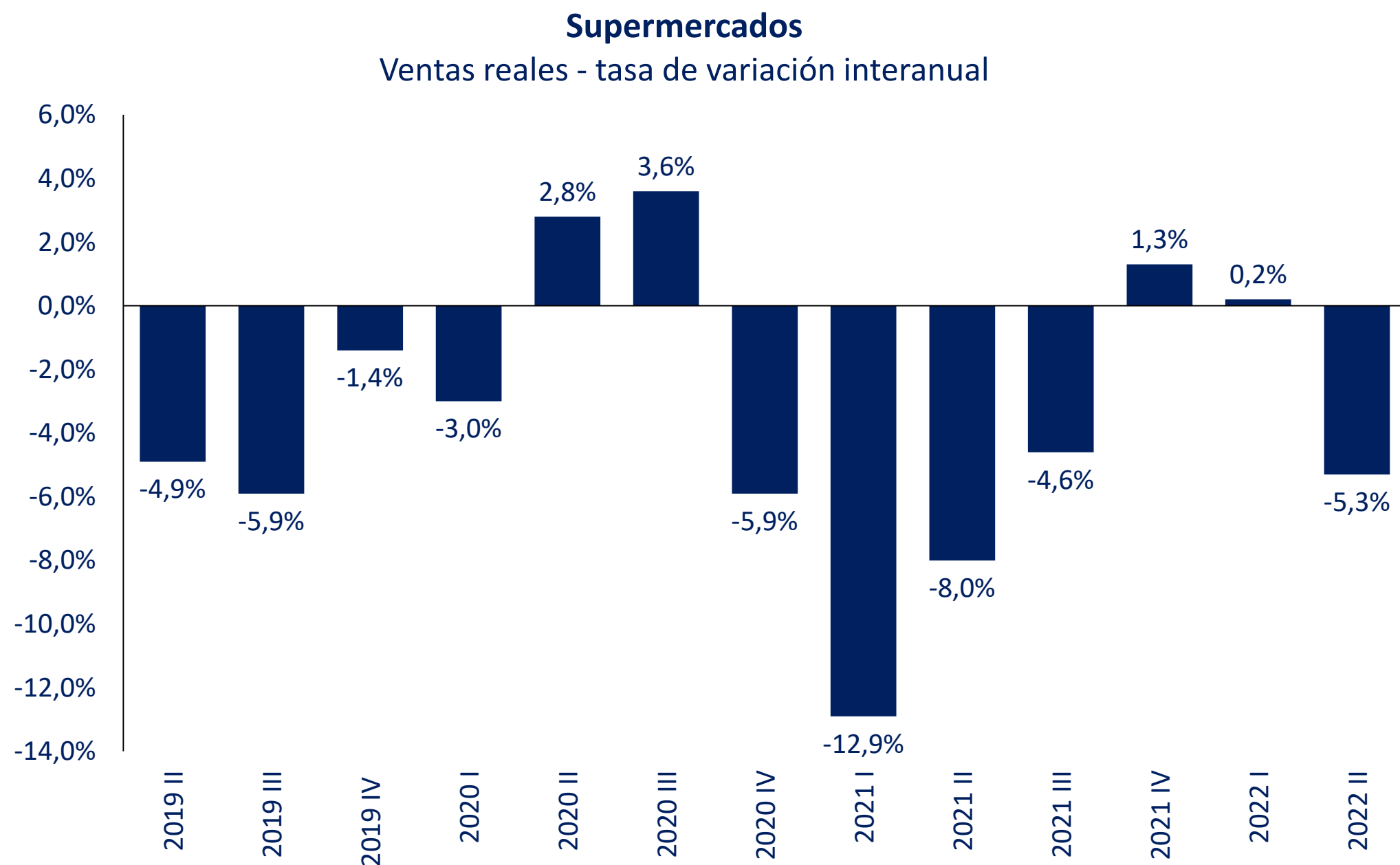
Jugueterías registran aumentos en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022

100%

Jugueterías esperan mantener la cantidad de personal ocupado, compra de insumos e inversión realizada.

Jugueterías presentan de las más pronunciadas caídas entre rubros en el 2do trimestre de 2022, luego de un año de crecimiento.

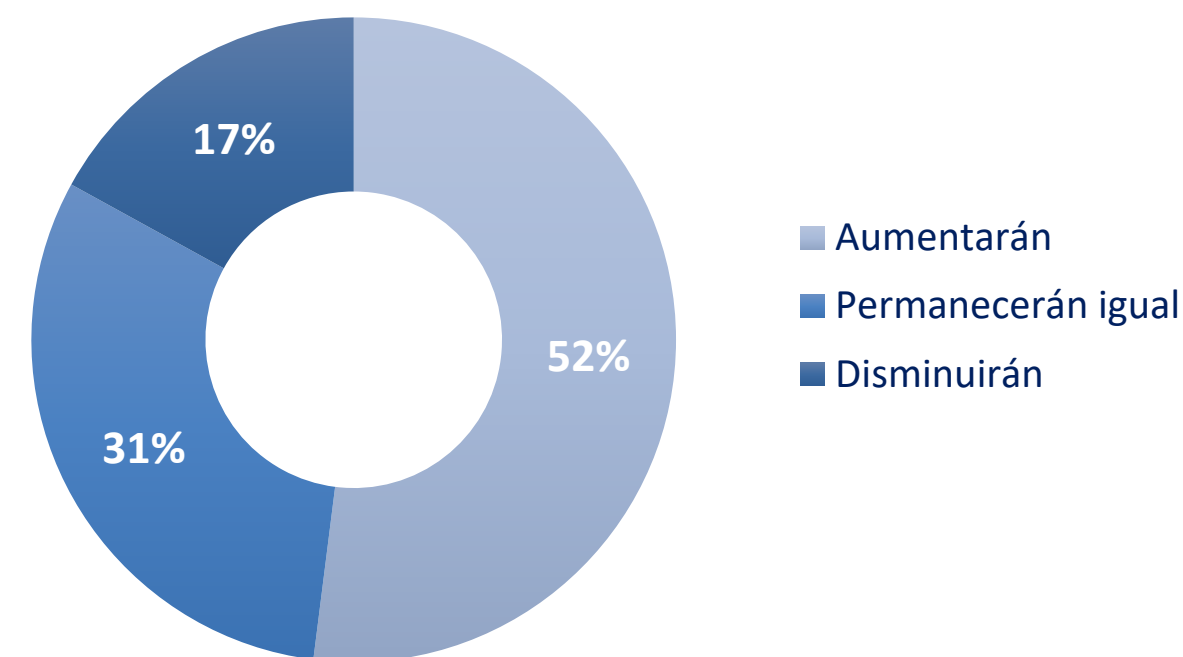




32%

Supermercados registran incrementos en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022

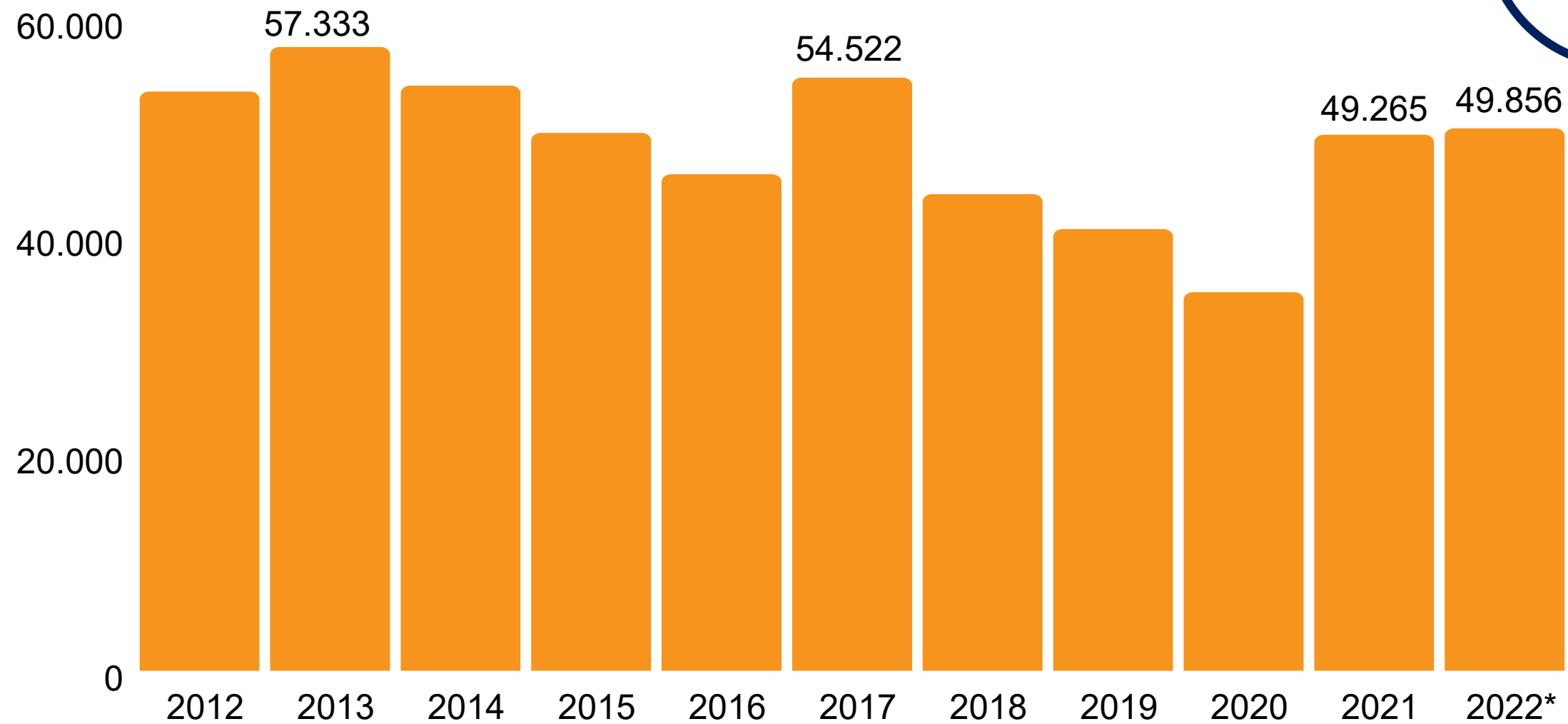
Expectativas Ventas Supermercados III Trim. 2022



Nueva fase de contracción en sus volúmenes de venta, sin poder mantener los resultados de los dos trimestres previos donde había alcanzado resultados de estabilidad en sus ventas.

Fase de enfriamiento en la recuperación del IVA. +5,3% de aumento interanual en la recaudación en el 2do trim. 2022 vs +12,1% del 1er trim 2022.

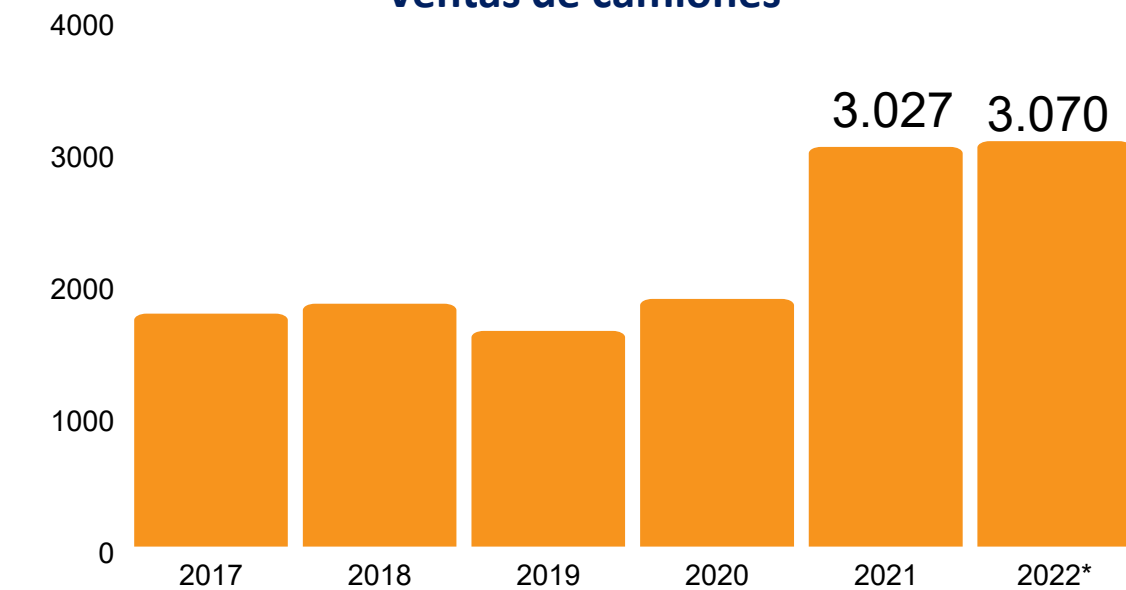
Ventas de automóviles y comerciales



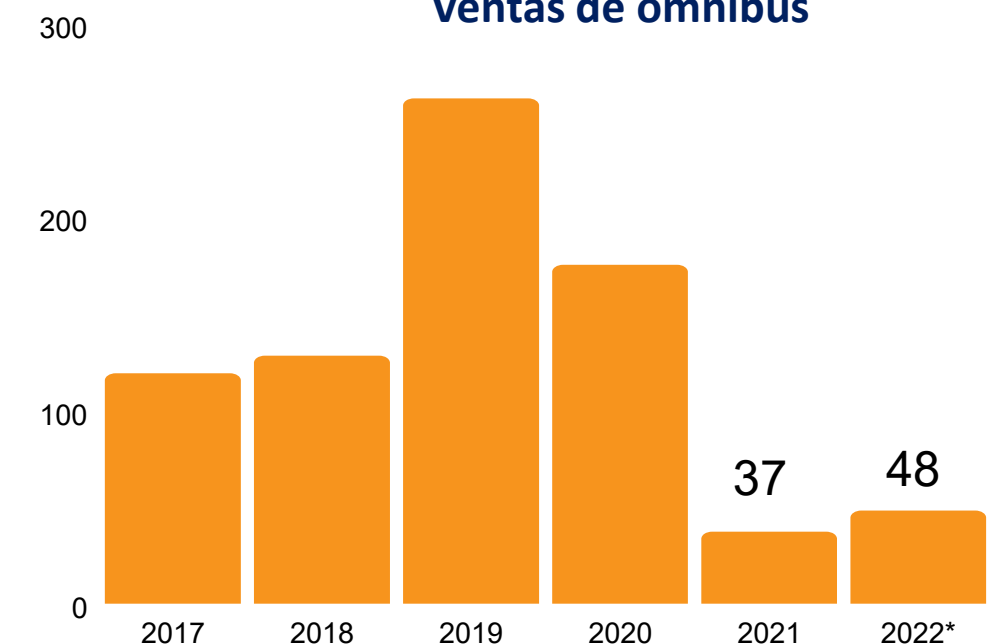
13%

Empresas registran aumentos en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022

Ventas de camiones



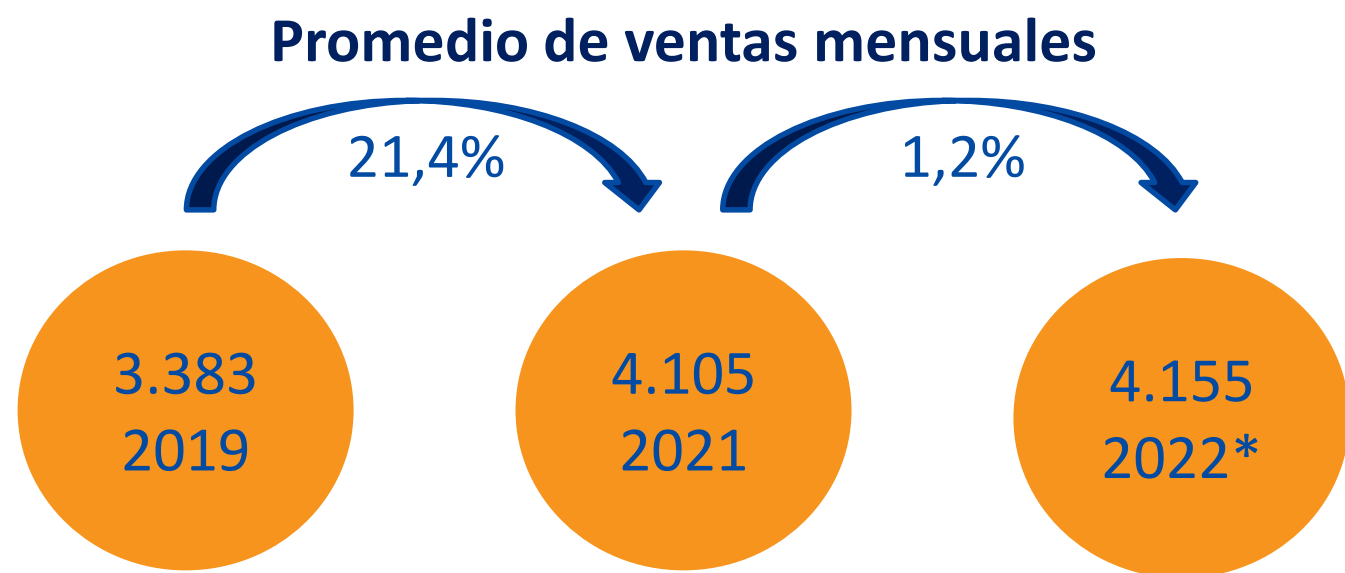
Ventas de ómnibus



Las empresas del rubro registraron una caída interanual real de 9,5% en sus niveles de ventas, resultado más desfavorable que el trimestre anterior cuando habían disminuido un 2,1%.

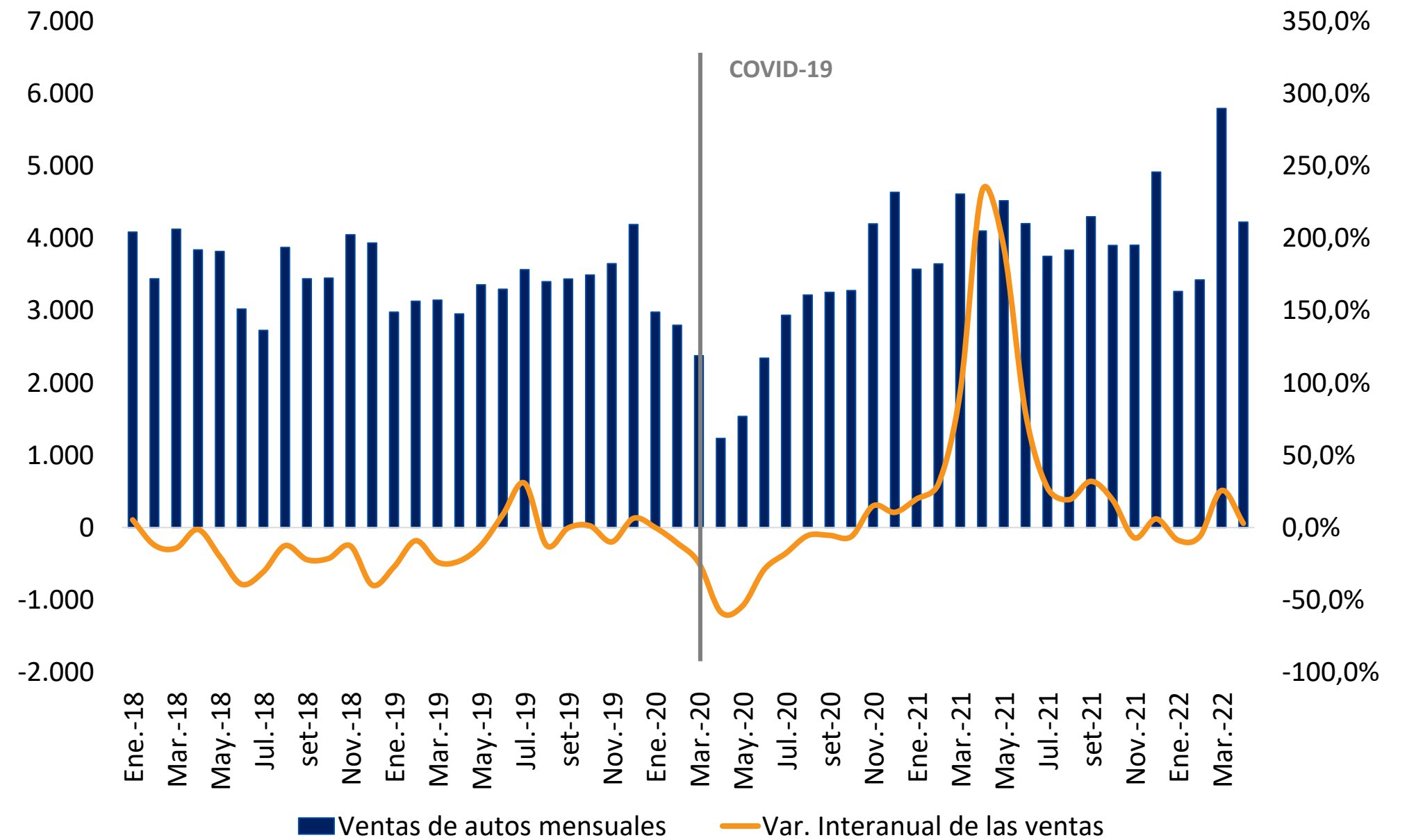
La llegada del COVID-19 implicó una caída en los niveles de venta del sector, que **muy rápidamente logró recuperarse**, contrario a lo ocurrido en otros rubros de actividad del sector Comercio.

Corrimiento del consumo en bienes durables
(viajes a automóviles).



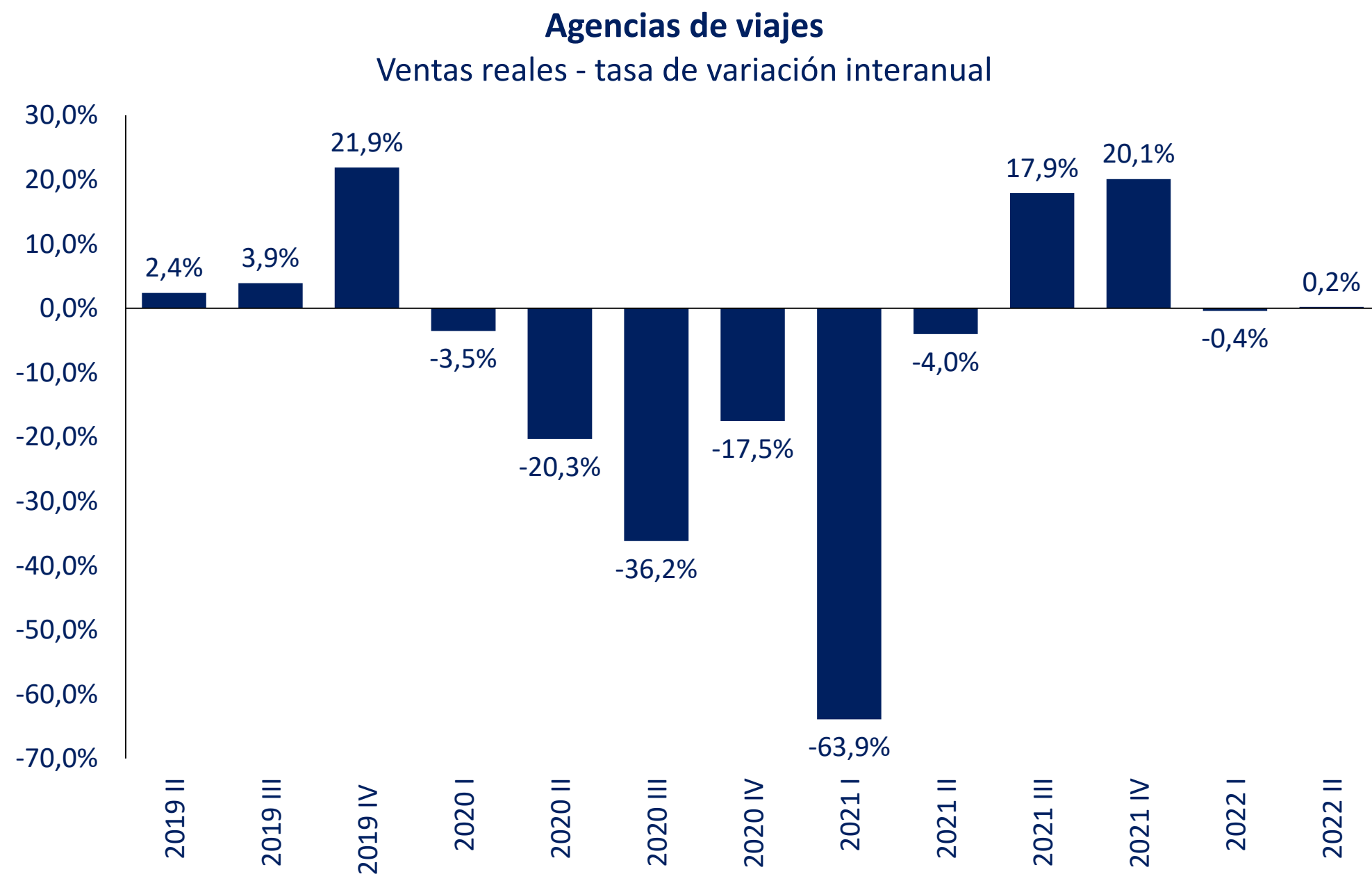
*Anualizado a junio 2022

Venta mensual de automóviles 0 Km



Variación interanual de ventas mensuales 2022

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
-8,6%	-6,1%	25,7%	3,0%	-2,5%	-1,7%



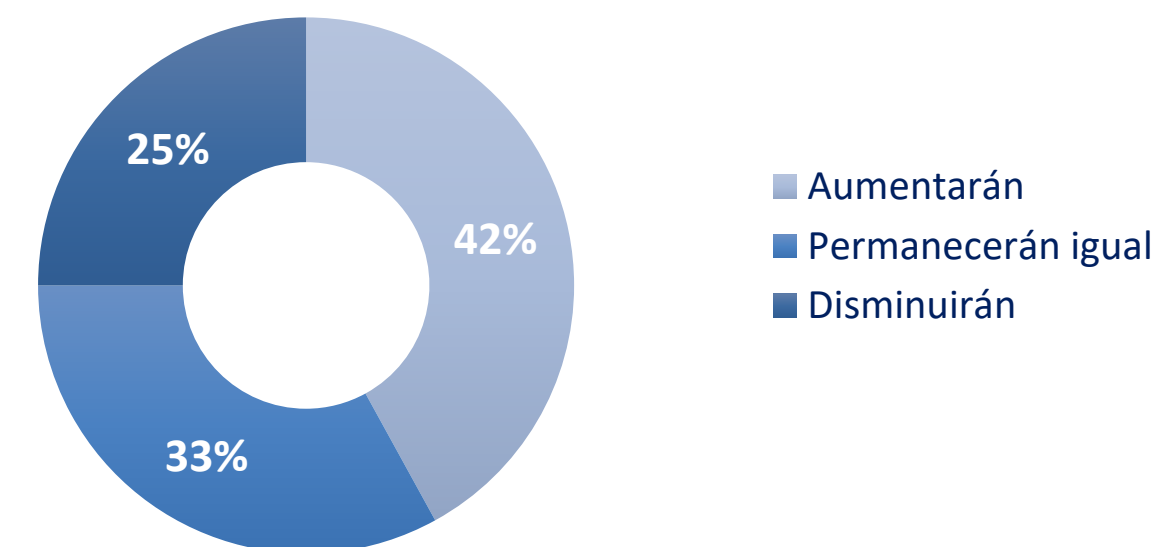
33%

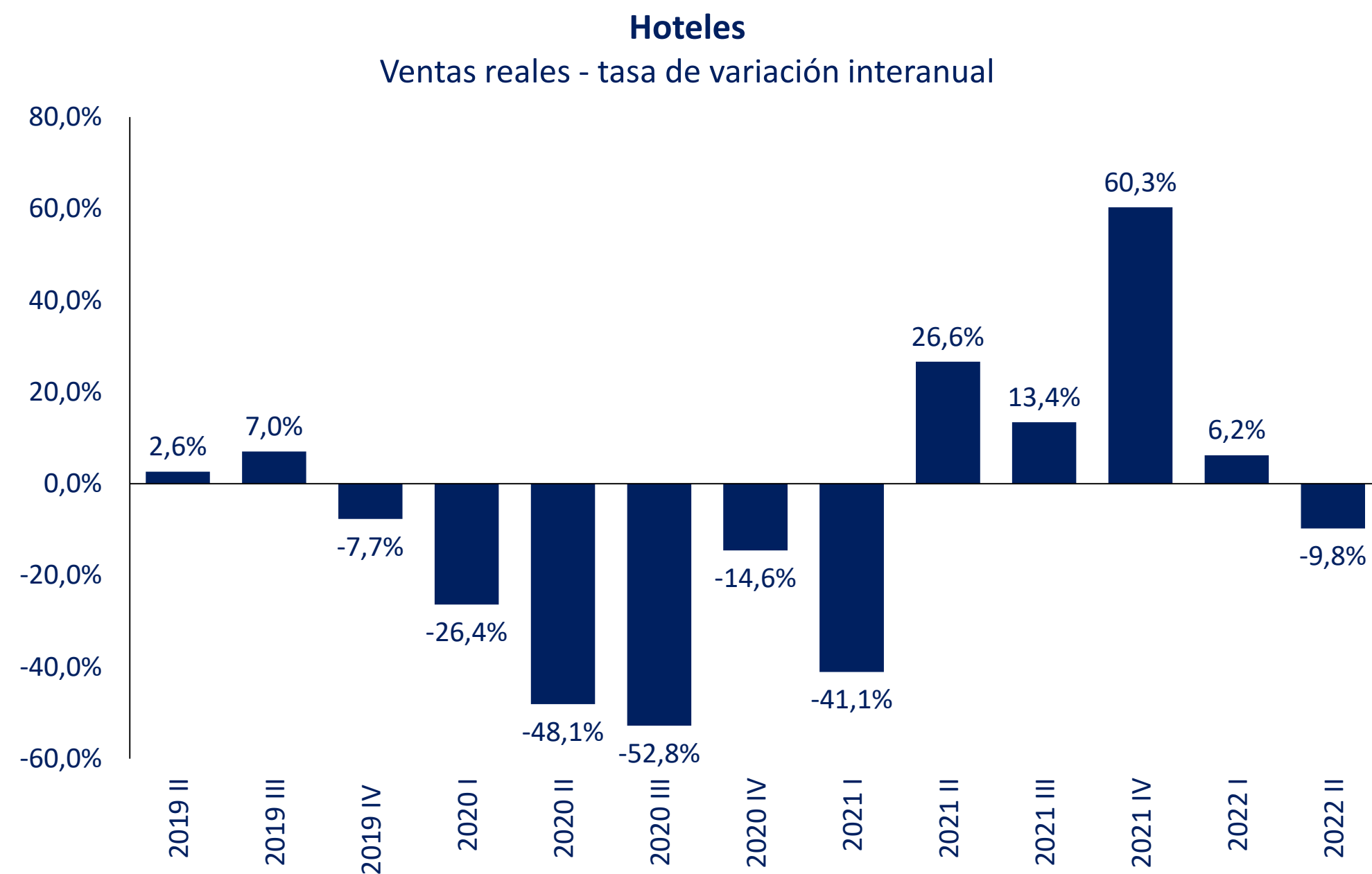
*Agencias registran **aumentos** en sus **ventas reales globales** en el **2do trimestre 2022***

Apertura de fronteras previo al verano 2021/2022 y flexibilización en medidas sanitarias en varios países del mundo.

El sector atraviesa una fase de estancamiento persistente en los dos últimos trimestres

Expectativas Ventas Agencias de Viajes III Trim. 2022





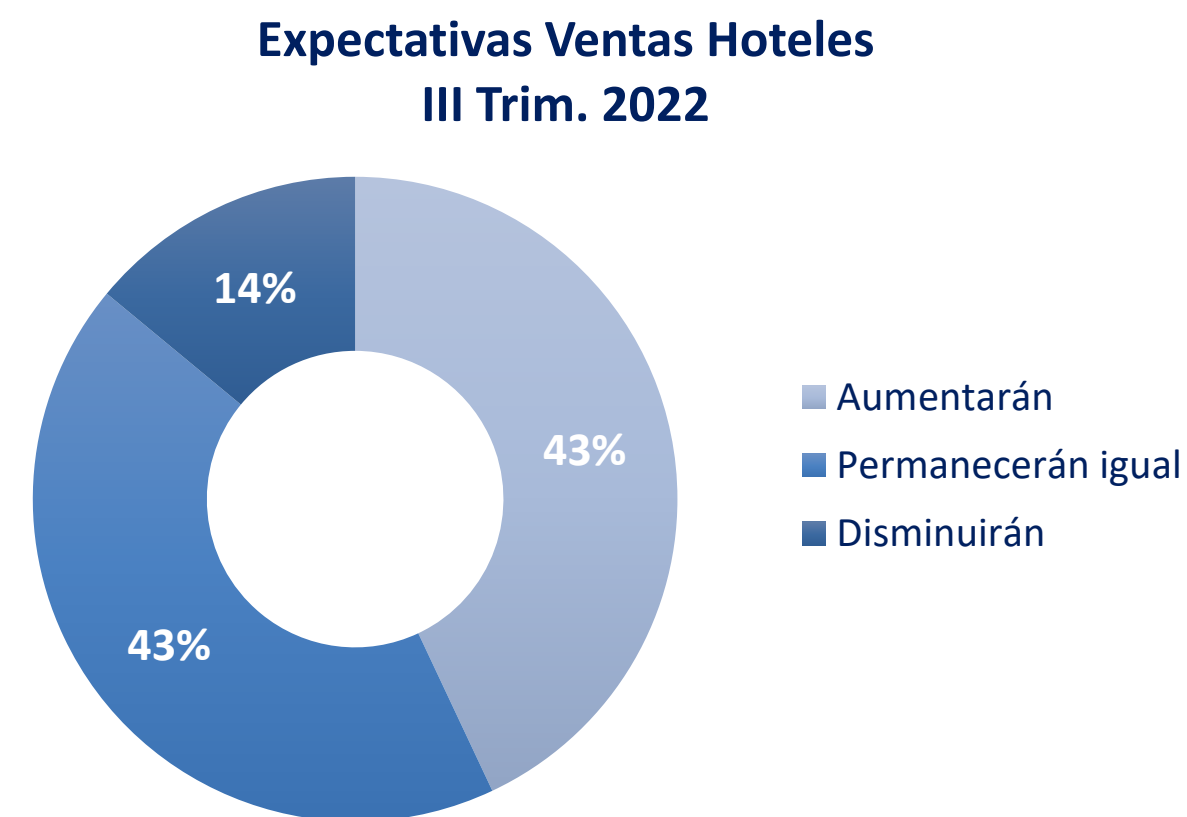
14%

*Hoteles registran **aumentos** en sus **ventas reales globales** en el 2do trimestre 2022*

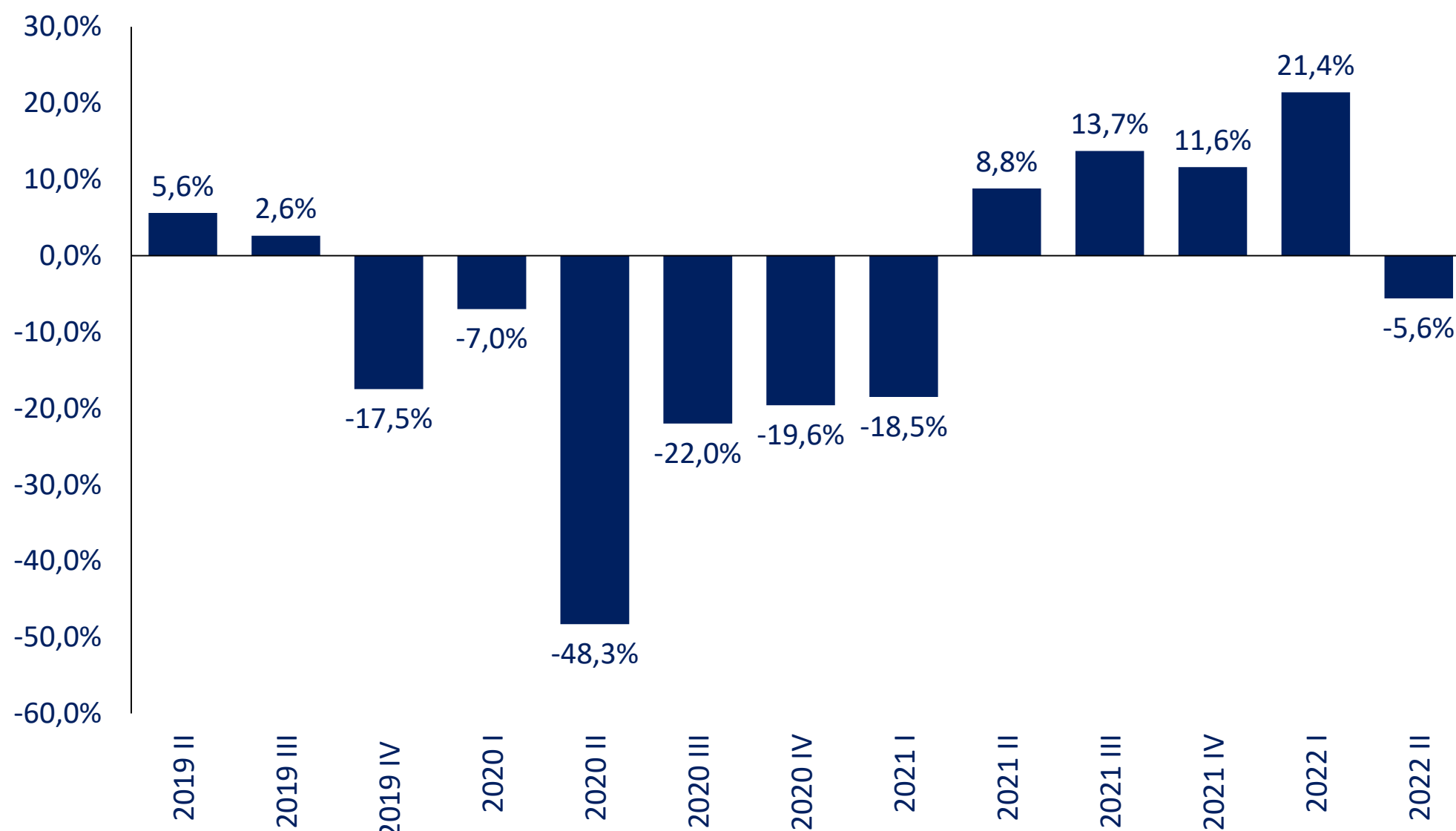
100%

*Todos los hoteles relevados **espera** mantener la cantidad de personal, compra de insumos, cantidad de locales y sus inversiones.*

Caen los niveles de ventas reales y se confirma el enlentecimiento de su actividad ya registrado en el comienzo del presente año.



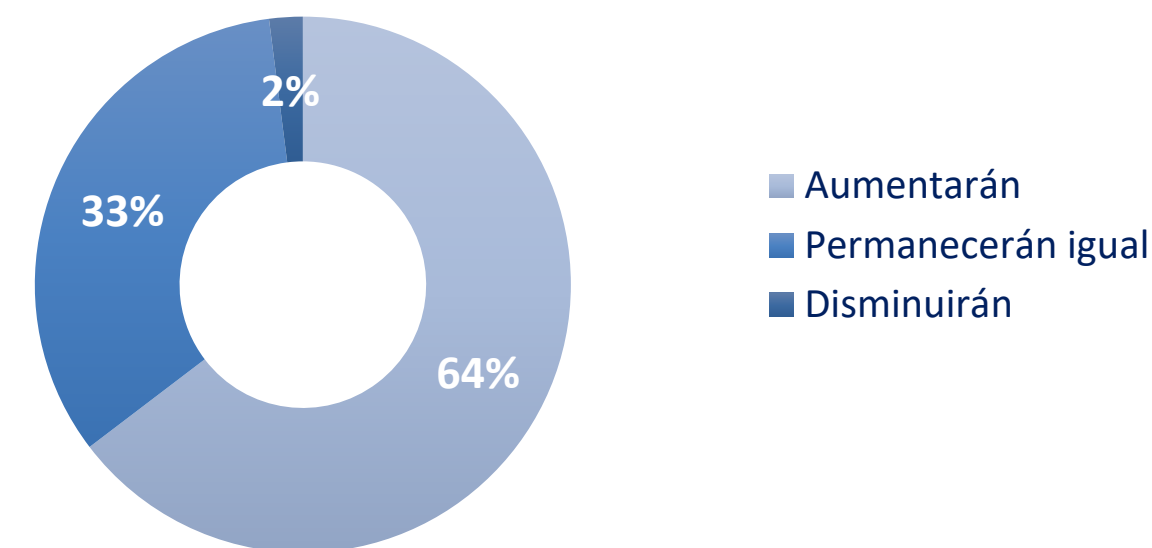
Restaurantes y Confiterías
Ventas reales - tasa de variación interanual



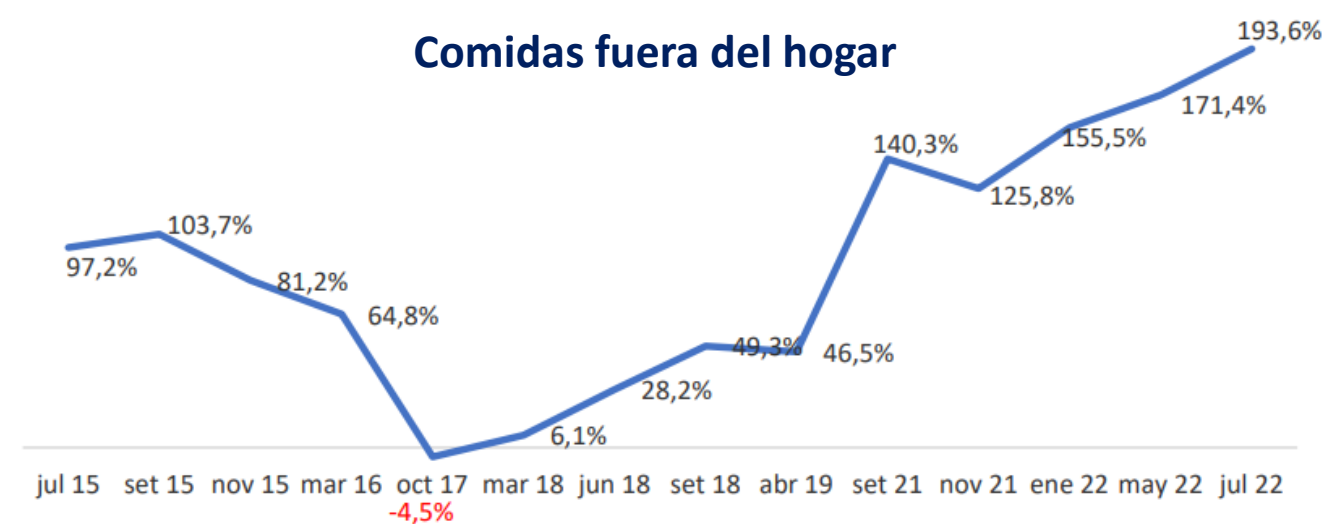
40%

Empresas registran aumentos en sus ventas reales globales en el 2do trimestre 2022

Expectativas Ventas Restaurantes y Confiterías III Trim. 2022



Diferencia de precios entre Salto y Concordia

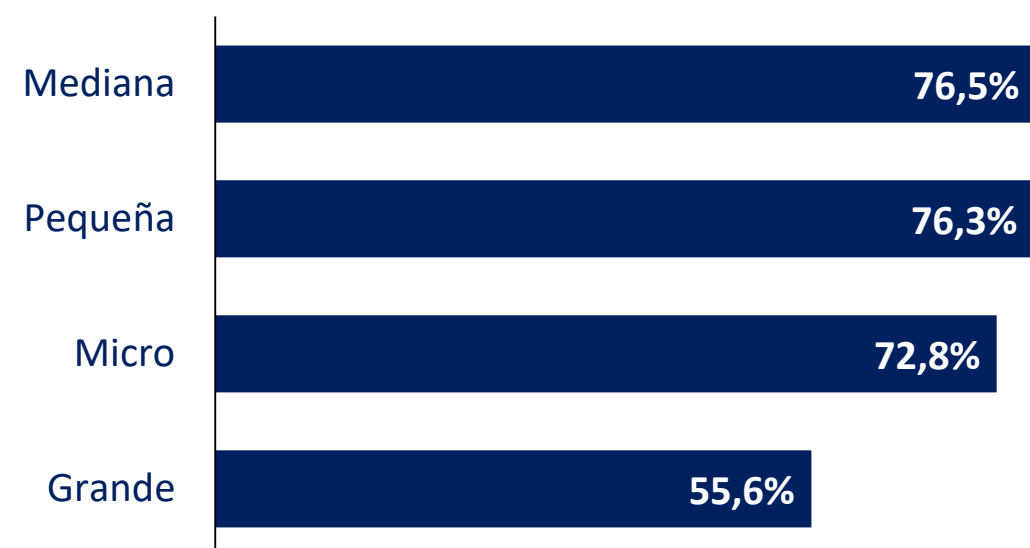


Atraviesa una caída de -5,6% luego de cuatro trimestres sucesivos con considerables mejoras en la actividad.

Diferencia de precios muy significativa en las comidas fuera del hogar entre Uruguay y Argentina.

El 75% de las empresas encuestadas manifestó ser una empresa familiar.

Porcentaje de empresas familiares por tamaño de empresa

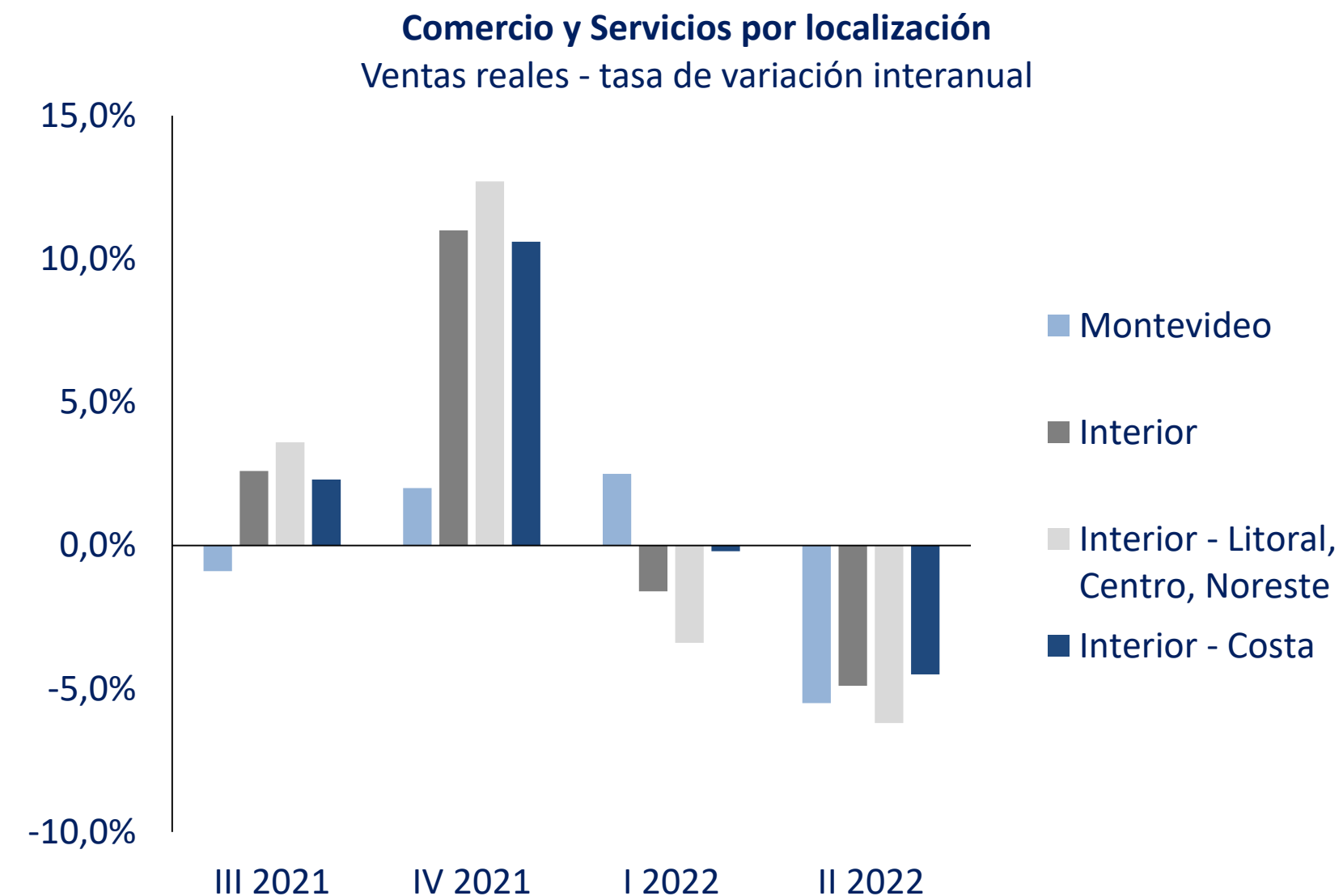


Un gran porcentaje de las MIPYMES son empresas familiares, mientras la proporción disminuye significativamente en las grandes empresas.

- El 32% de las empresas encuestadas establecieron disponer de un canal de venta online, y representa el 19,9% del total de las ventas de la empresa.
- Para las empresas que cuentan con e-commerce, ponderando según el personal ocupado, las ventas online cayeron -5,4% real en el segundo trimestre, en la comparación interanual.
- El canal de venta online crece conforme aumenta el tamaño de la empresa.
 - 25% de las micro empresas disponen de e-commerce
 - 53% de las empresas grandes disponen de e-commerce.

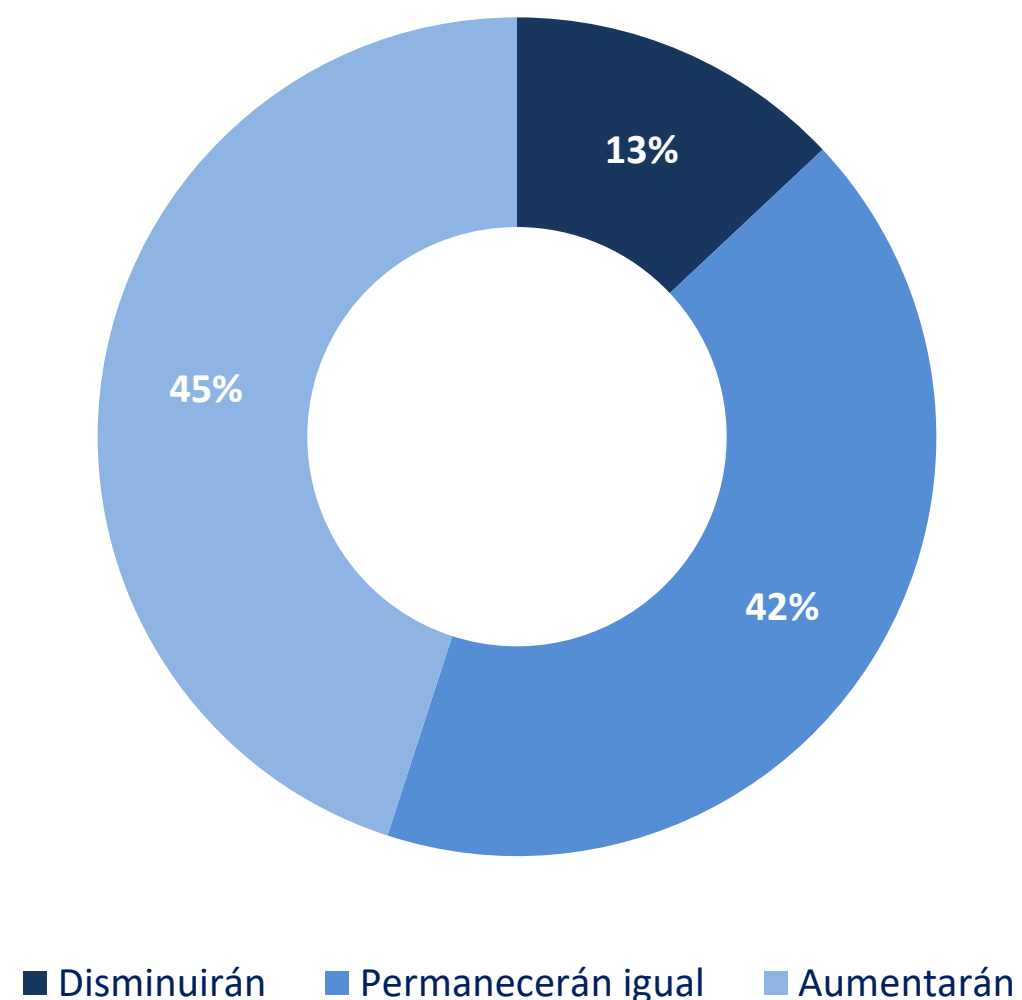
Actividad Comercio y Servicios – Ventas por localización, tipo de bien, tamaño empresa.

- *En el segundo trimestre 2022 caen las ventas de todas las diferentes localizaciones en Uruguay, cayendo también Montevideo, departamento que se mantuvo en crecimiento durante el primer trimestre de 2022.*
- *Los Comercios y Servicios más cercanos a la frontera con Brasil y Argentina son lo que se presentan **mayor caída**.*
- *Por tipo de bien caen todos, aunque los grupos de **bienes de inversión y servicios son los que más caen**.*
- *Por tamaño de empresa, también la caída es generalizada, algo que no ocurría desde el primer trimestre 2021. Siendo **las microempresas las que más caen**.*

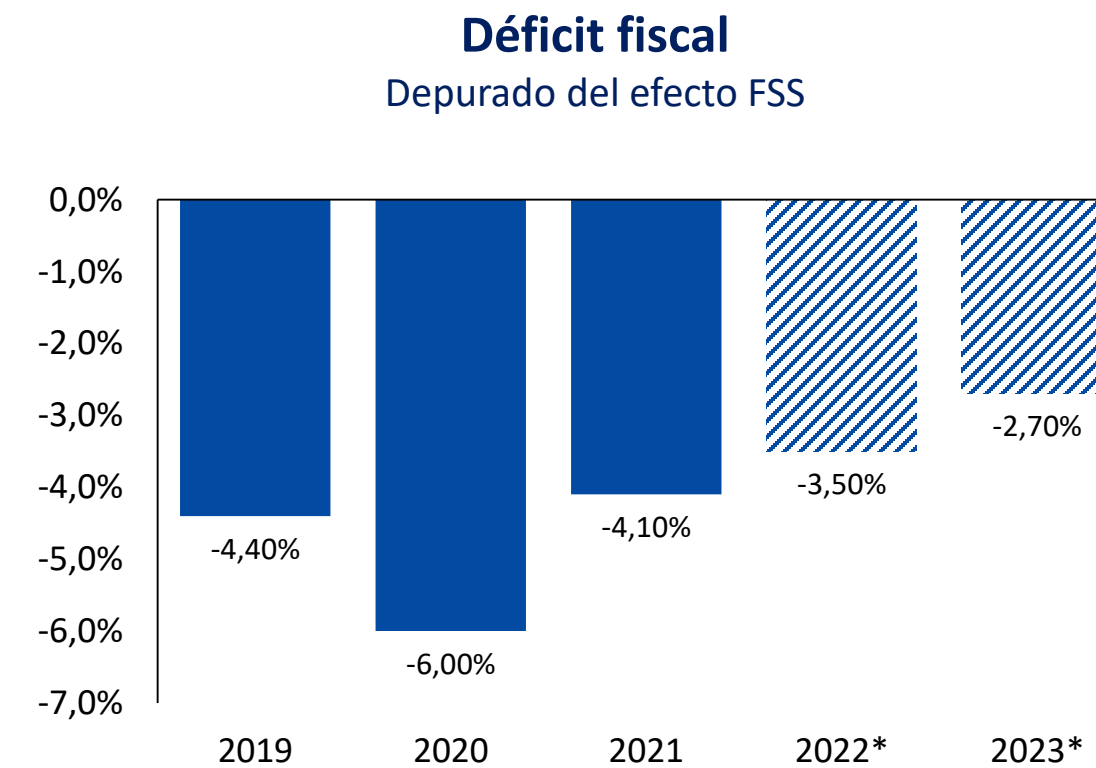
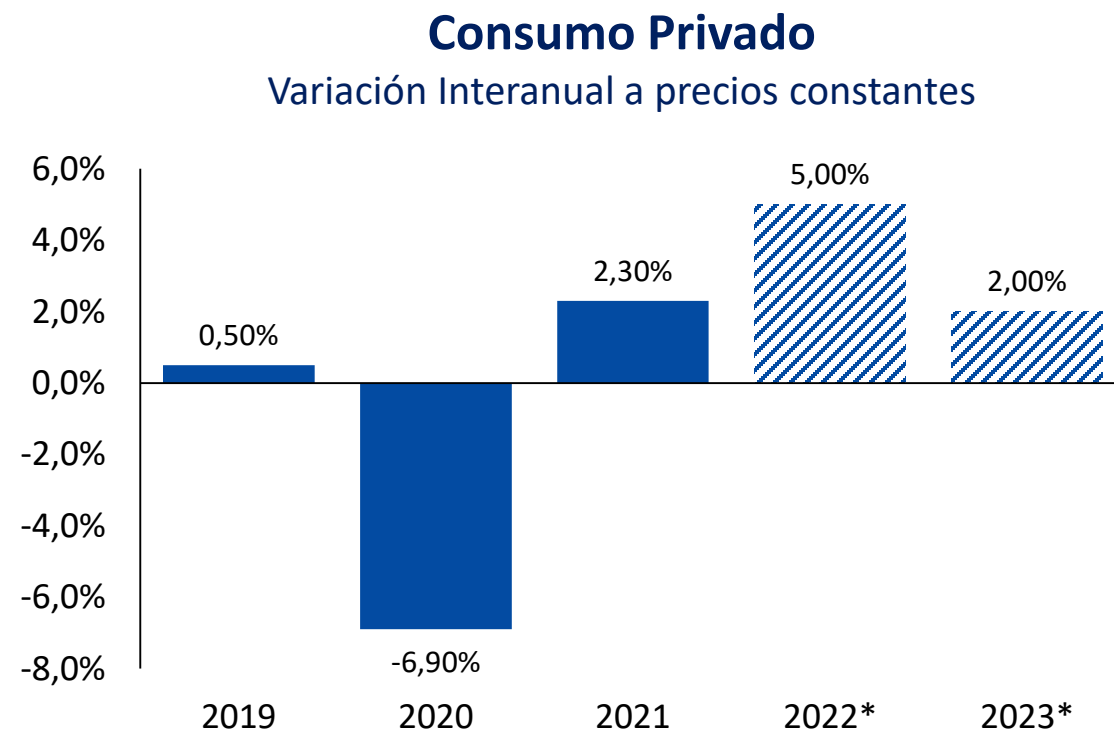
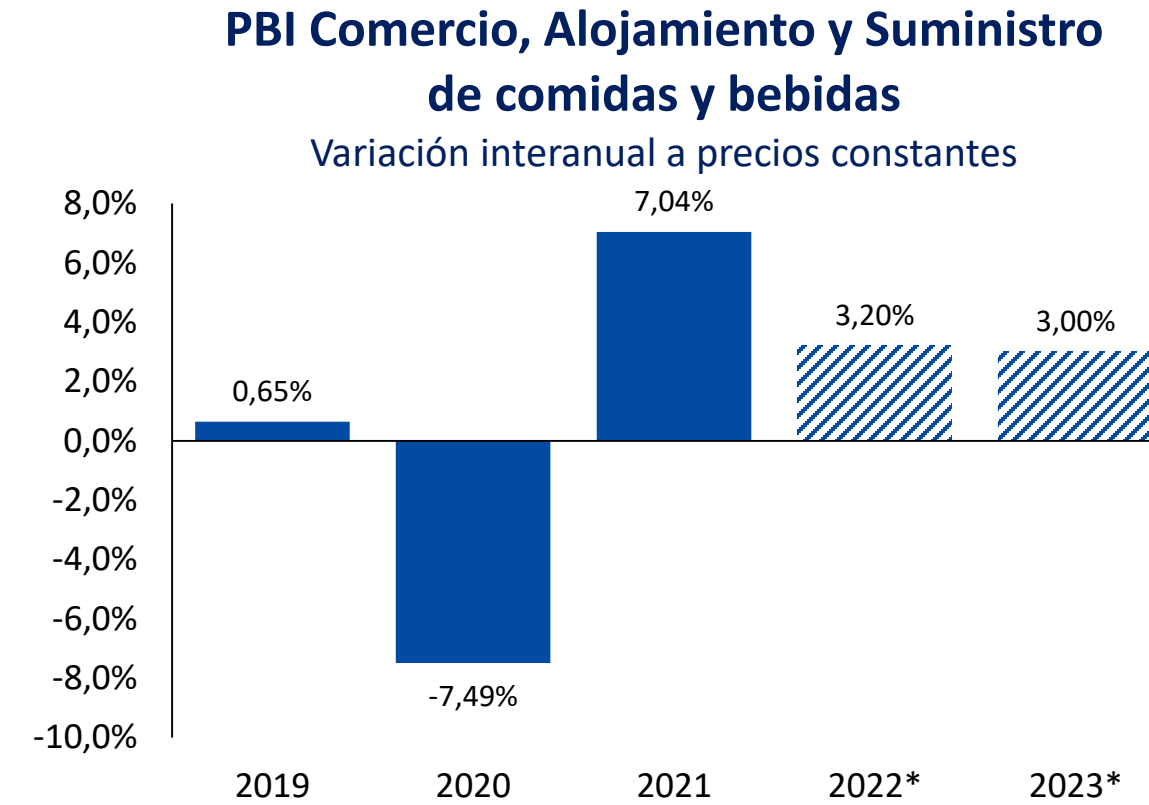
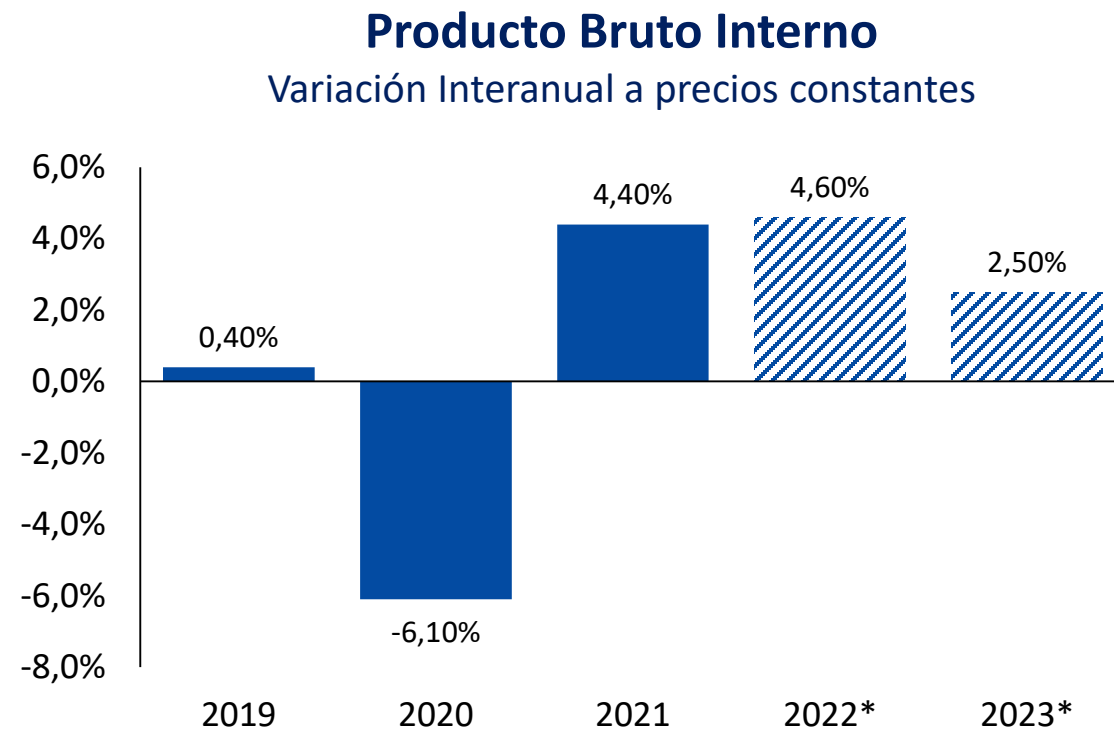


Expectativas Ventas Comercio y Servicios

Tercer Trimestre 2022



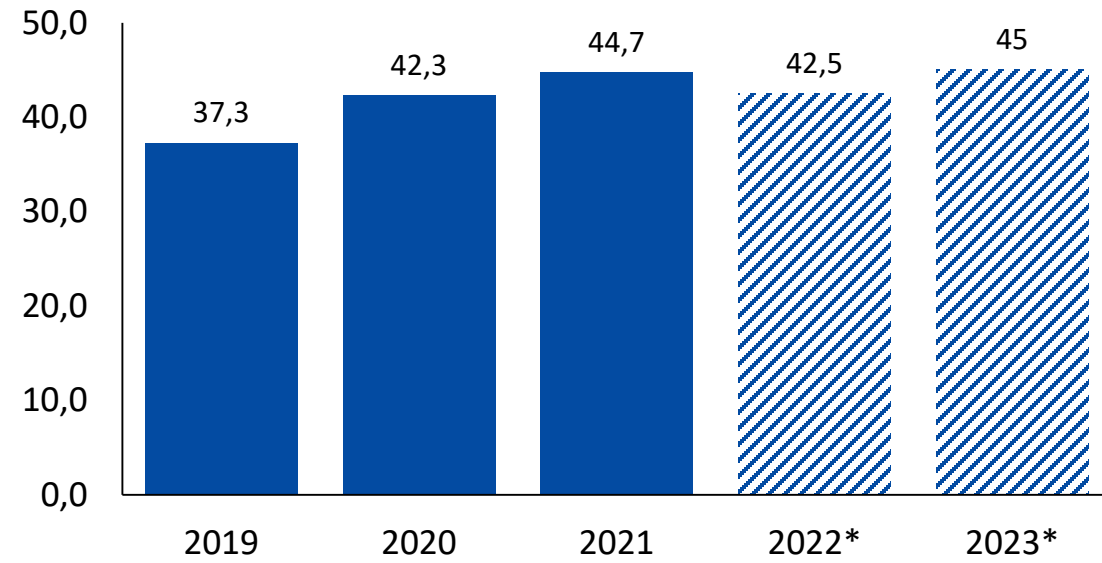
- *Bajo este escenario, se da una **relativa mejora de expectativas** para el tercer trimestre de 2022.*
- *El **45% de las empresas** espera que sus **ventas se incrementen** durante el **tercer trimestre de 2022**, respecto al 27% de las empresas que lo esperaban para el periodo anterior.*
- *Respecto a las empresas que esperan una caída en sus niveles de venta para el próximo trimestre, se mantienen los guarismos respecto al período anterior: el **13% de las empresas** espera un **menor volumen de ventas** para el tercer trimestre del año.*



Proyecciones Variables Determinantes

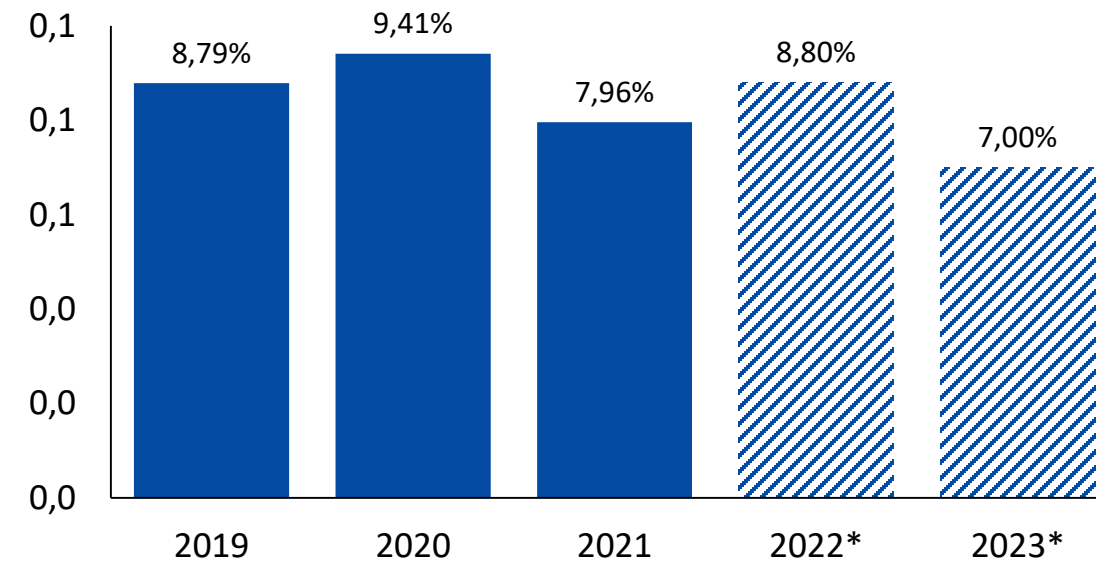
Tipo de Cambio

Cierre año

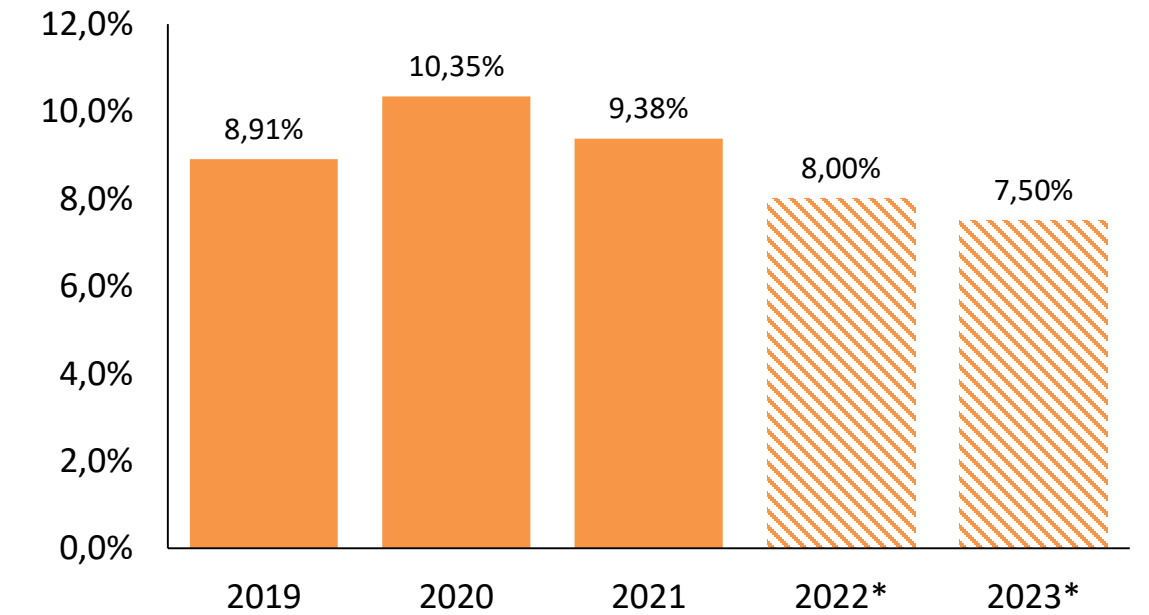


Inflación

Variación interanual a diciembre

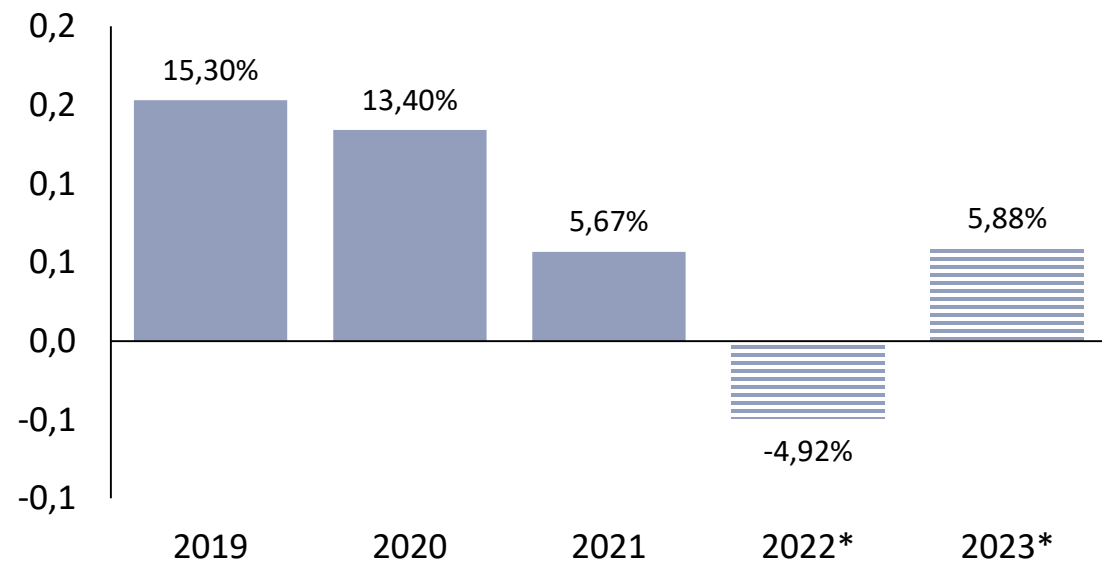


Tasa de Desempleo



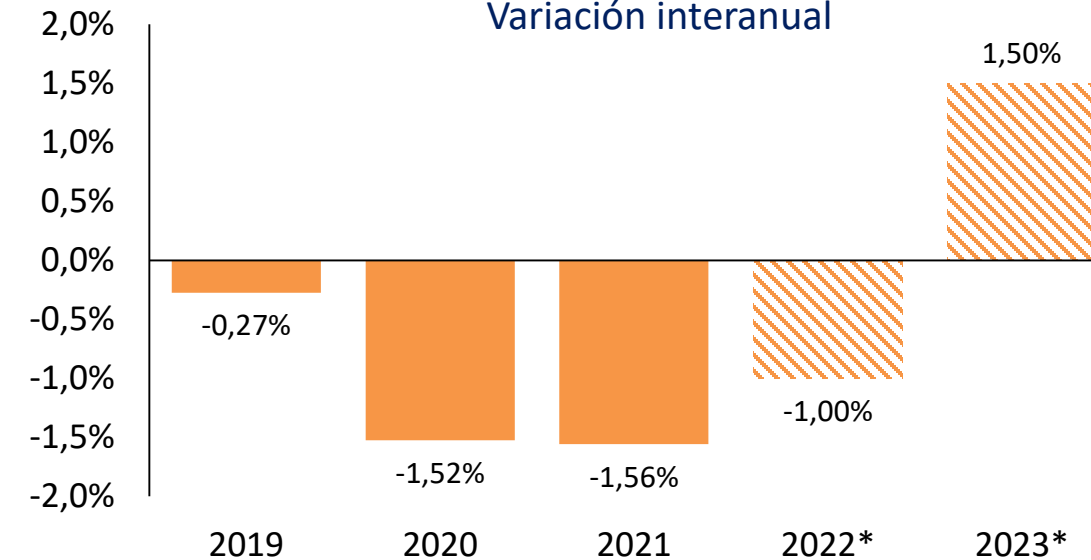
Tipo de Cambio

Variación interanual (punta a punta)



Índice de Salario Real Privado

Variación interanual



¡MUCHAS GRACIAS!

Departamento de Estudios Económicos



Ec. Ana Laura Fernandez - afernandez@cncs.com.uy

Ec. Carla Sendic - csendic@cncs.com.uy



cncs.com.uy



[@camarauy](https://twitter.com/camarauy)



Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay



Cámara de Comercio y
Servicios del Uruguay