

Encuesta de Actividad Comercio y Servicios

Primer Trimestre 2018 – Informe N° 111 – Mayo 2018



CAMARA NACIONAL
DE COMERCIO Y
SERVICIOS DEL
URUGUAY

Introducción

Antecedentes

La Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay publica la Encuesta de Comercio y Servicios desde el año 1990, con frecuencia trimestral.

Se presenta en esta oportunidad el informe N° 111 correspondiente al primer trimestre de 2018.

Objetivo

Reflejar la evolución en el corto plazo de las ventas reales en el mercado interno, para la ciudad de Montevideo en forma agregada en cada uno de los giros, a través de variaciones porcentuales que surgen de comparar magnitudes entre iguales períodos de años consecutivos.

Metodología



Variables económicas



Consulta empresarios



Principales resultados



Resumen por sector



Conclusiones



Metodología



- Los datos se obtienen a través de la consulta a los empresarios sobre la variación trimestral de sus ventas respecto al mismo período del año anterior. En esta oportunidad se contó con la información de 108 empresas con 275 locales y más de 8.000 empleados, a lo que se agrega la información brindada por las Grandes Superficies, los importadores de Maquinaria Agrícola (CITRAMA), ASCOMA referida a la venta de vehículos 0 Km, y la opinión de empresarios referentes.
- La muestra de empresas corresponde exclusivamente a Montevideo, a excepción del rubro Automóviles, Camionetas, Camiones, Ómnibus, y del sector Maquinaria Agrícola, los cuales comprenden la totalidad del país. Para el caso de Motocicletas, se toma el número de unidades importadas que ingresaron al país, según información de la DNA.

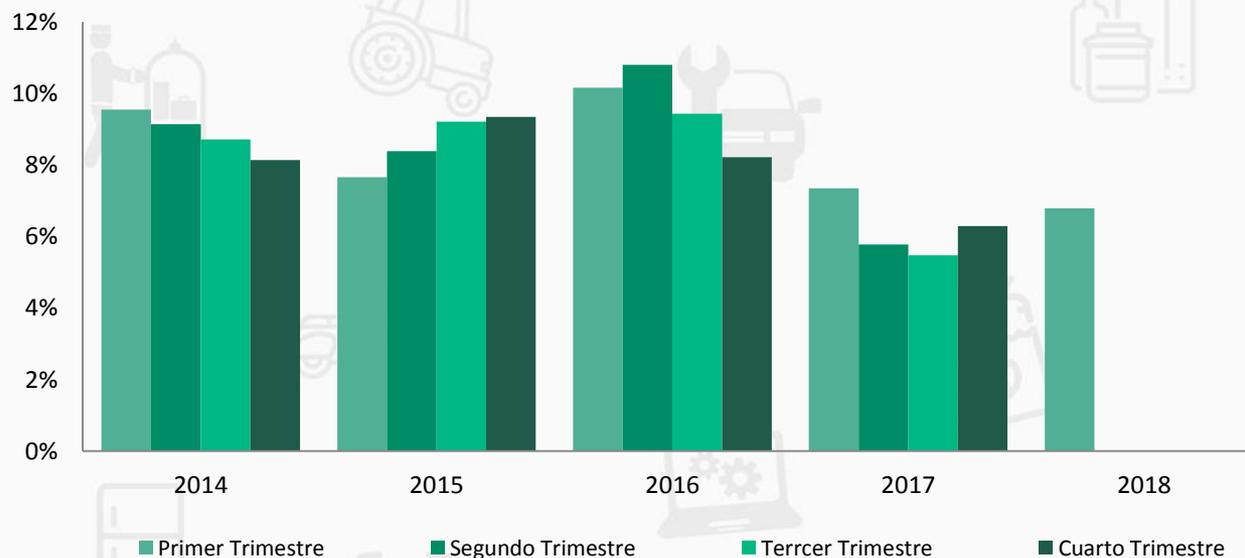
- Se ponderaron las diferentes empresas para cada uno de los rubros en relación al personal ocupado, a modo de obtener el peso relativo de cada una de ellas, alcanzando así una estimación a nivel agregado para cada rubro.
- Dichas variaciones son deflactadas por el Índice de Precios más adecuado para cada rubro según información del INE, de acuerdo a los artículos desagregados por familias y productos que componen el IPC para la canasta con base diciembre 2010.
- **NOTA ACLARATORIA:** La variación de los períodos acumulados puede no reflejar con exactitud la de los trimestres anteriores debido a que se pueden dar cambios en la composición de la muestra o ajustes en los ponderadores debido a cambios en el personal ocupado. Asimismo, en algunos casos los empresarios revisan y ajustan los datos de períodos anteriores.

Variables económicas



- El Índice de Precios del Consumo (IPC) en el comienzo de 2018 se mantuvo en niveles relativamente bajos respecto a los años anteriores. La variación interanual en el primer trimestre del año fue de 6,8%.

VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE PRECIOS DEL CONSUMO

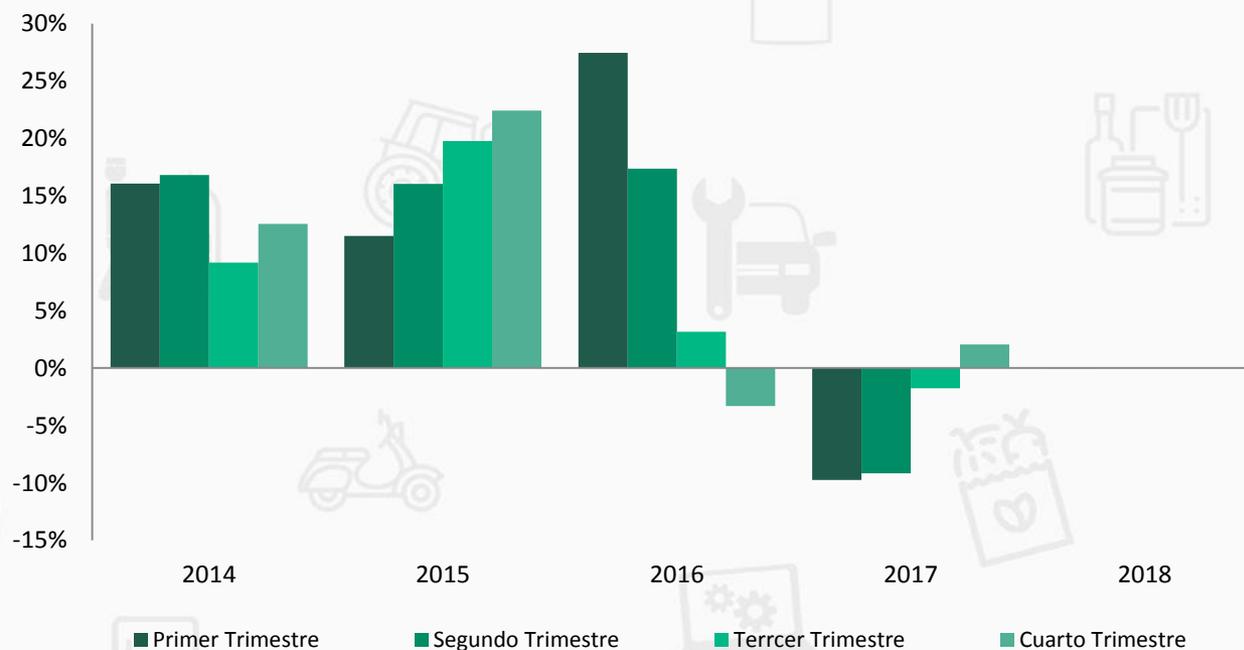


Fuente: INE, BCU

Volver

- El tipo de cambio nominal promedio en el primer trimestre, permaneció en valores similares a los del año anterior (\$28,49). Dicha evolución ha acompañado el comportamiento de la divisa a nivel internacional, requiriendo al mismo tiempo reiteradas intervenciones por parte del BCU para evitar una mayor volatilidad y mayor depreciación de dicha moneda a nivel interno.

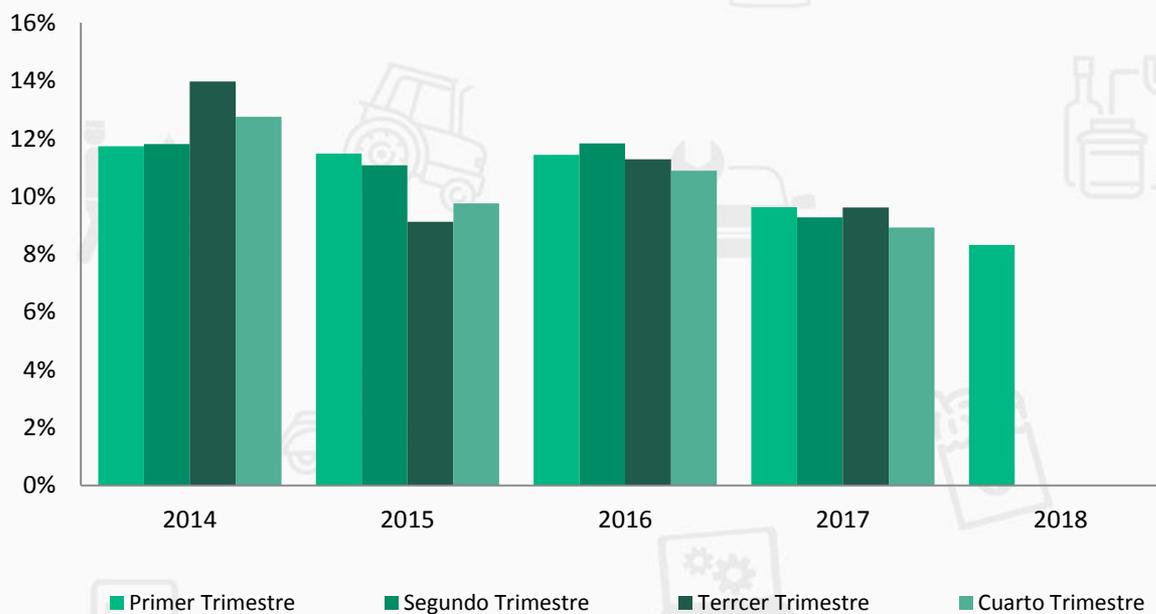
VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO



Fuente: INE, BCU

- El Índice Medio de salarios continuó desacelerándose en el primer trimestre de 2018 (8,3%) tal como viene ocurriendo desde hace dos años. Pese a ello, el poder adquisitivo de los hogares continuó creciendo en la medida que la inflación ha evolucionado por debajo de dichos valores.

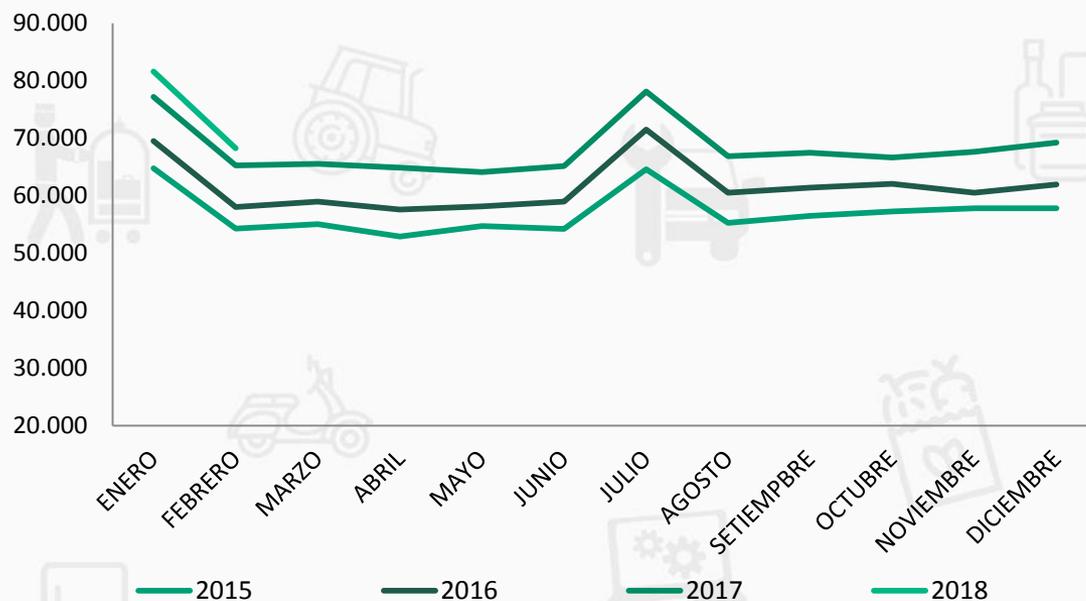
VARIACIÓN DEL ÍNDICE MEDIO DE SALARIOS



Fuente: INE, BCU

- El Ingreso Medio de los Hogares con valor locativo a precios corrientes con aguinaldo se ubicó en \$ 68.260 en el mes de febrero.
- Sin embargo, otros indicadores del mercado laboral se han mostrado en retroceso. El desempleo trepó a 9,9% en dicho mes, frente al 8,5% del mismo mes del año anterior.

INGRESO MEDIO DE LOS HOGARES



Fuente: INE, BCU

- Por otra parte, los datos cerrados de 2017, indican que el PIB creció un 2,7% en relación a 2016, mientras que en el cuarto trimestre en particular dicho crecimiento fue de 2,0%, con un comportamiento positivo en el sector Comercio, Reparaciones, Restaurantes y Hoteles (6,5%), así como en Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones (6,3%).
- El resto de los sectores mostraron un comportamiento contractivo en el cuarto trimestre de 2017, destacándose nuevamente la caída en el sector de la Construcción (-5,0%) y las Actividades Primarias (-6,4%).
- Bajo este contexto, la encuesta de expectativas económicas del BCU del mes de abril indica que en promedio, los agentes consultados esperan un crecimiento del PIB algo mayor para el presente año (3,13%) y un nivel de tipo de cambio que permanecería estable en torno a los \$29,93 al cierre del año.
- Por su parte, el nivel de empleo en 2018 tampoco mostraría mayores cambios respecto a 2017, permaneciendo en niveles estables y con escaso crecimiento al finalizar el año (0,12%).

Comportamiento de las importaciones

- Según información del Departamento de Comercio Exterior de la CNCS, se registraron las siguientes variaciones en términos reales (deflactadas por la inflación de EE.UU.) para los rubros considerados:

Rubros	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Ferreterías	-6,0%	-5,6%			
Repuestos Automotores	2,0%	-0,6%			
Ópticas	39,8%	37,4%			
Calzado	-13,0%	-0,2%			
Electrodomésticos	5,4%	2,3%			
Bazares	24,3%	34,9%			
Jugueterías	15,7%	33,7%			

Consulta empresarios



- En esta oportunidad se consultó a los empresarios respecto a cuáles consideran que serán los principales desafíos que deberán enfrentar sus empresas durante el año 2018.
- Los resultados se resumen en el siguiente cuadro:

Mejorar los niveles de venta	53,4%
Recuperar los niveles de rentabilidad	38,6%
Impulsar nuevos procesos de inversión	6,8%
Otro	1,1%
TOTAL	100%

- Estos resultados muestran claramente, que a pesar de una relativa situación favorable a nivel de las principales variables que afectan el consumo de los hogares, en particular: ingresos, nivel de precios y tipo de cambio, junto con una buena temporada en relación a la actividad turística, dichos factores no han repercutido en una mejora generalizada en los niveles de ventas del comercio minorista, ni en los niveles de rentabilidad de las empresas.
- Es así que el 53,4% de las respuestas obtenidas indican que el principal desafío para el presente año implica lograr una recuperación de la actividad comercial, en términos de alcanzar un mejor nivel de ventas.
- Asimismo y relacionado con el punto anterior, tal como se ha mencionado en informes anteriores, a la hora de alcanzar mayores niveles de rentabilidad, la situación de las empresas es aún más compleja.
- En efecto, si bien es cierto que en algunos rubros, fundamentalmente aquellos relacionados con la venta de artículos de origen importado, semi-duraderos y duraderos, se ha visto una recuperación en términos reales respecto a las ventas, los niveles de rentabilidad no han acompañado dicha evolución.

- Esta situación es el resultado del incremento de costos que deben enfrentar las empresas: impuestos, tarifas, tasas, mayor burocracia, ineficiencia del sector público, salarios. Lo anterior se agrava como consecuencia del comercio informal, y el crecimiento de las compras vía encomiendas postales, que compiten de forma desleal con las empresas formalmente establecidas.
- Por otro lado, la situación actual respecto al tipo de cambio que ha permanecido en niveles estables en el último año, si bien como ya se ha señalado, por un lado favorece el consumo de artículos de origen importado, requiere asimismo un incremento en los volúmenes de venta muy superiores a los actuales para compensar los mayores costos medidos en dicha moneda.
- En consecuencia, las respuestas obtenidas en relación a la situación planteada, indican por un lado y como primer elemento, la necesidad de incrementar los volúmenes de venta en el comercio minorista junto con un aumento en los niveles de rentabilidad, lo cual debe producirse asimismo, procurando fomentar la formalización de la actividad y el establecimiento de igualdad de condiciones para todos los actores.

- Asimismo, en esta instancia se consultó a los empresarios acerca de cuáles son los factores que consideran determinantes para lograr acuerdos entre las partes de cara a la próxima ronda de negociación colectiva.
- Los resultados se resumen en el siguiente cuadro:

Establecer pautas de ajustes que tengan en cuenta los niveles de rentabilidad en las distintas ramas.	34,6%
Lograr mayor grado de flexibilidad que permita una mayor adecuación a las oscilaciones cíclicas de la economía.	32,1%
Mejorar la productividad del trabajo.	19,8%
Mejorar las relaciones laborales.	8,6%
Lograr acuerdos en materia de formación y capacitación del personal.	4,9%
Total	100%

- En esta consulta en particular, las respuestas se enfocan principalmente a incorporar en el proceso de negociación variables relacionadas no únicamente con los niveles de venta de las empresas, sino también con el resultado de las actividades económicas en términos de rentabilidad y productividad del trabajo, es decir con la real capacidad económica con la que cuentan las empresas para hacer frente al pago de mayores costos, en esta caso salariales.
- En la misma línea, surge como elemento adicional la necesidad de poner en consideración cierto grado de flexibilización en las pautas salariales en cuanto al relacionamiento entre el empresario y el trabajador, que permita mayor margen de maniobra para adaptarse a las condiciones cambiantes de la realidad económica global y sectorial.
- Este elemento es de especial importancia, a la luz de las estadísticas actuales donde el nivel de empleo se encuentra estancado o incluso en retroceso en algunos sectores en particular, a pesar de cierto avance en el crecimiento de la economía, el cual no se ha materializado en la creación de nuevos puestos de trabajo.



Principales resultados

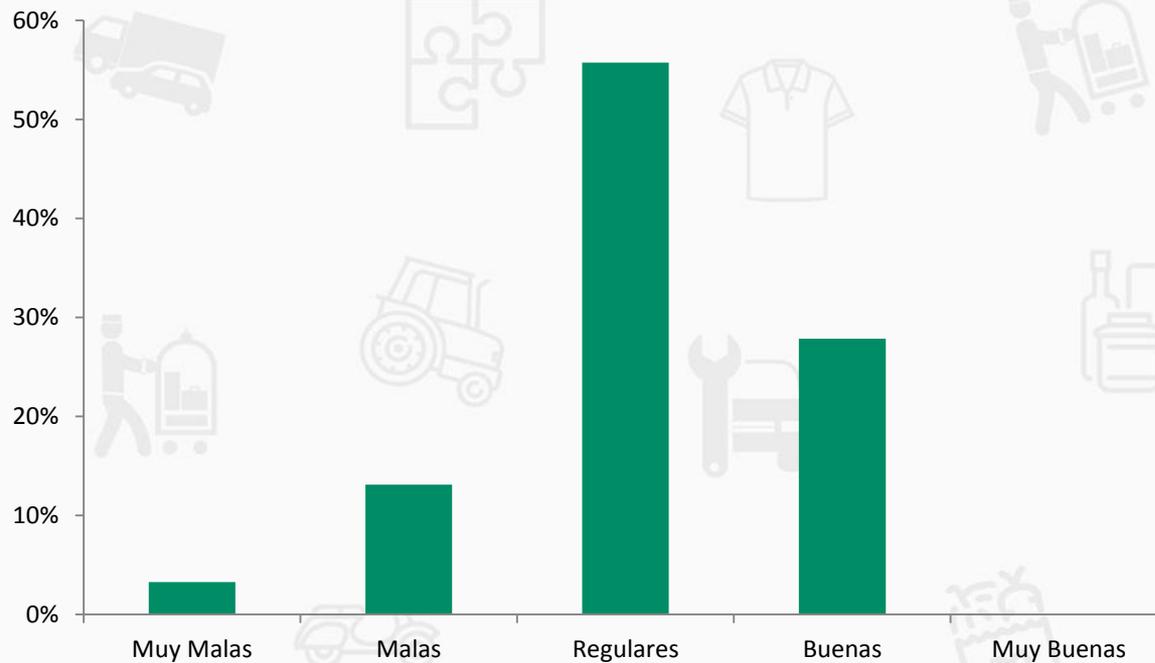
- La actividad del Sector Comercio y Servicios, en el primer trimestre de 2018, muestra claramente una situación en la cual algunos rubros han tenido un crecimiento moderado en la ventas reales indicando así cierta recuperación respecto a lo ocurrido en los años previos, mientras que otros rubros permanecen en una senda negativa y no han logrado revertir la situación acumulada de deterioro comercial tanto en términos de niveles de venta como fundamentalmente en relación sus niveles de rentabilidad.
- Asimismo se evidencia nuevamente al interior de los distintos rubros, cierta heterogeneidad entre las empresas respecto de los resultados alcanzados.
- Como es habitual, en el primer trimestre del año es importante tener en cuenta que se trata de un período especial, debido a la incidencia que genera la menor actividad comercial como consecuencia de los días feriados de carnaval y de semana de turismo.

- Igualmente, dicha situación no modifica los resultados generales del primer trimestre que indican que a pesar que se percibe cierto crecimiento en las ventas, persisten dificultades de rentabilidad y escaso dinamismo a nivel de la demanda interna en lo que tienen que ver con menores niveles de inversión del sector privado, en un contexto económico en el cual los niveles de empleo no se recuperan.
- Si bien la economía en su conjunto sostuvo un crecimiento moderado durante 2017 (2,7%), a nivel de los distintos sectores de actividad la situación fue muy diversa, con caídas a nivel de la industria, el agro y la construcción.
- Dicha situación, que evidencia las dificultades económicas existentes en cuanto a mantener un crecimiento moderado, se traslada al comercio minorista generando un escenario mayormente incierto.
- Bajo este marco, las expectativas de los empresarios apuntan a recuperar o incrementar los niveles de venta para el presente año, pero fundamentalmente, lograr mejores parámetros de rentabilidad, los cuales se han visto en algunos sectores fuertemente comprometidos en los últimos años.

- Por su parte el Índice de Confianza del Consumidor, elaborado por la Universidad Católica, se mantuvo en el mes de marzo dentro de la zona de moderado pesimismo, con una tendencia estable tal como ha ocurrido mayormente desde el año 2015, luego de sus registros más elevados de comienzos de la década.
- En dicho indicador, respecto del mes anterior, se percibe una disminución de los tres sub índices que lo componen, como son la percepción sobre la situación personal, sobre la situación económica del país, y la predisposición a la compra de bienes durables.
- En lo que refiere a los resultados de los distintos rubros se destaca dentro de los dedicados a la comercialización de productos importados, el caso de los electrodomésticos, cuyas ventas crecieron durante el primer trimestre tanto en las casas especializadas como en supermercados y cooperativas, siendo la variación de las ventas en términos reales 10,3% y 8,1% respectivamente.
- Otros bienes importados como es el caso de artículos ópticos o de jugueterías, también mostraron un desempeño favorable, manteniendo tasas de crecimiento positivas, aunque con algunas diferencias entre las empresas consultadas.

- Un sector que ha recuperado sus niveles de ventas es el de Supermercados: el crecimiento de las ventas en términos reales fue de 2,4% respecto a igual período de 2017, completándose de esta manera 4 trimestres consecutivos de comportamiento expansivo.
- Aquellos sectores vinculados a la venta de máquinas y herramientas de trabajo, insumos para la construcción, a pesar de tratarse también principalmente de la comercialización de artículos importados, evidenciaron en este período un deterioro, producto fundamentalmente de la situación negativa que atraviesan los sectores de la industria y la construcción, junto con el menor dinamismo en los niveles de inversión de los agentes públicos y privados.
- En relación a la venta de servicios de alojamiento (hoteles tres y cuatro estrellas), éstas mostraron signos de recuperación ante la mayor llegada de turistas en temporada, a pesar de que aún persisten dificultades de competitividad en el sector.
- Finalmente, en el rubro vestimenta se constata una profundización en el deterioro de la venta de artículos de vestimenta femenina, al tiempo que en el caso de vestimenta de caballero se mantiene el escenario de caída pero en menores niveles.

EXPECTATIVAS DE LOS EMPRESARIOS PARA EL PRESENTE AÑO



Índice de Difusión*

I TRIM 2015	50%
II TRIM 2015	25%
III TRIM 2015	32%
IV TRIM 2015	25%
I TRIM 2016	11%
II TRIM 2016	36%
III TRIM 2016	29%
IV TRIM 2016	61%
I TRIM 2017	64%
II TRIM 2017	64%
III TRIM 2017	68%
IV TRIM 2017	71%
I TRIM 2018	57%

Índice de Difusión:

Se calcula considerando qué proporción de sectores de actividad que integran la encuesta presentaron tasas de variación positivas en su niveles de ventas reales, en el período analizado.

*A partir del I trim. 2017 se incluye en el análisis el comportamiento del sector informático: Software y Hardware, por lo cual totalizan 28 los sectores de actividad considerados para la elaboración del Índice de Difusión.

- En el siguiente cuadro se resume la variación real de ventas para cada uno de los rubros considerados en el presente informe:

Bienes de Consumo	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Art. de Bazar	9	-	183	-	-			
En Bazares	4	4	21	3,4%	-0,2%			
En Supermercados.	5	-	162	17,8%	9,8%			
Confiterías	6	6	176	1,5%	-5,0%			
Electrodomésticos	11	-	383	-	-			
Casas de electrodom.	6	22	316	3,3%	10,3%			
En Supermercados.	5	-	67	22,5%	8,1%			

Bienes de Consumo	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Ferreterías Mayoristas	5	5	350	-0,7%	-12,6%			
Ferreterías y Pinturerías	6	8	137	9,9%	9,1%			
Ferreterías Industriales	3	4	63	4,1%	-3,1%			
Pinturerías	4	7	80	8,7%	1,9%			
Ópticas	7	12	72	6,2%	2,4%			
Jugueterías	8	31	201	-2,9%	5,0%			

Bienes de Consumo	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Supermercados	5	-	5.819	2,0%	2,4%			
Vestimenta en Gral.	10	77	679	-	-			
Vestimenta Dama	5	48	453	-2,6%	-8,1%			
Vestimenta Caballero	5	29	226	-5,0%	-0,3%			
Calzado	5	52	249	1,1%	4,0%			

Otros Bienes	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Autos y Camionetas*	-	-	-	6,6%	-7,5%			
Camiones y Ómnibus*	-	-	-	20,2%	2,9%			
Ciclomotor hasta 50cc	-	-	-	17,0%	181,7%			
Motocicletas hasta 125cc	-	-	-	41,6%	-8,0%			
Barracas	5	8	198	-4,1%	-0,5%			
Repuestos Automotrices	6	8	176	-5,7%	-6,2%			
Maquinaria Agrícola*	-	-	-	-9,6%	20,4%**			

* Información para el total del país.

**Comprende únicamente la venta de tractores

Servicios	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Agencias de Viaje	3	6	120	9,2%	3,1%			
Hoteles tres estrellas	6	6	139	5,8%	5,6%			
Hoteles Cuatro Estrellas	6	6	211	3,6%	4,3%			
Servicios Informáticos	5	5	420	6,6%	3,9%			
Software	4	4	67	-15,3%	-18,0%			
Hardware	4	4	181	23,0%	-11,2%			



Resumen por sector



Artículos de bazar
y menaje



Confiterías



Electrodomésticos



Ferreterías y
pinturerías



Ópticas



Jugueterías



Supermercados



Vestimenta



Calzado



Autos y camiones



Motocicletas



Barracas



Repuestos
automotrices



Maquinaria
agrícola



Agencias de viaje



Hoteles



Servicios
informáticos

Volver



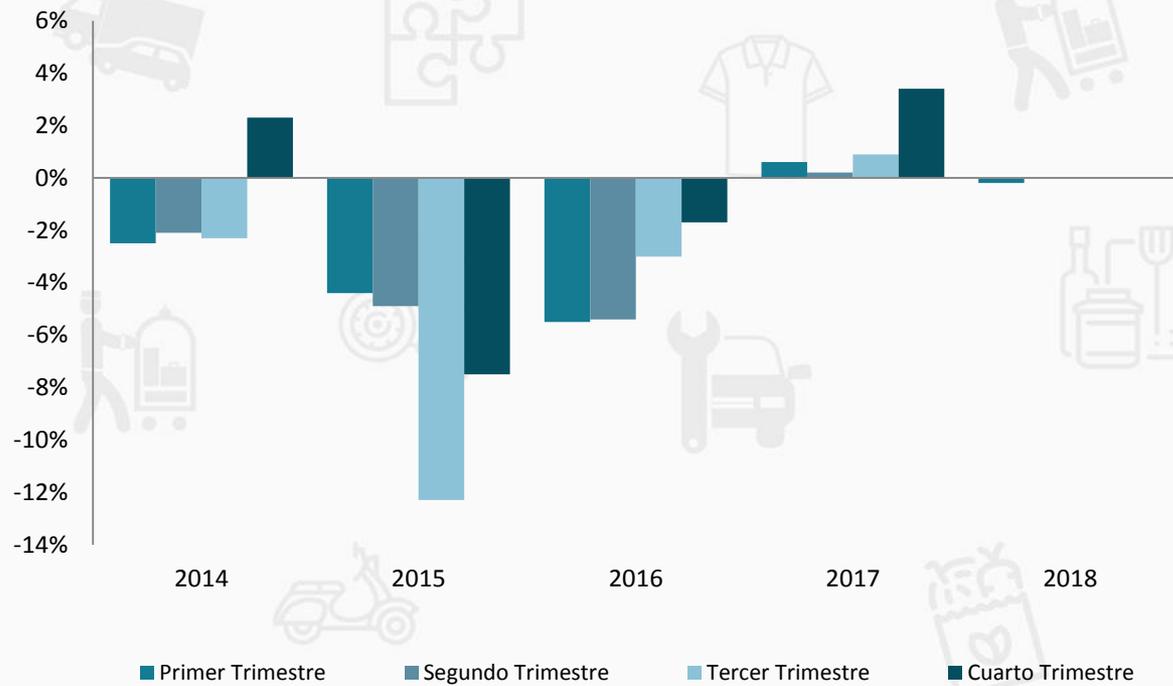
I - ARTÍCULOS DE BAZAR Y MENAJE

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Art. en Bazares	4	4	21	3,4%	-0,2%			
En Supermercados	5	-	162	17,8%	9,8%			
Índice de Precios	-	-	-	0,9%	1,4%			

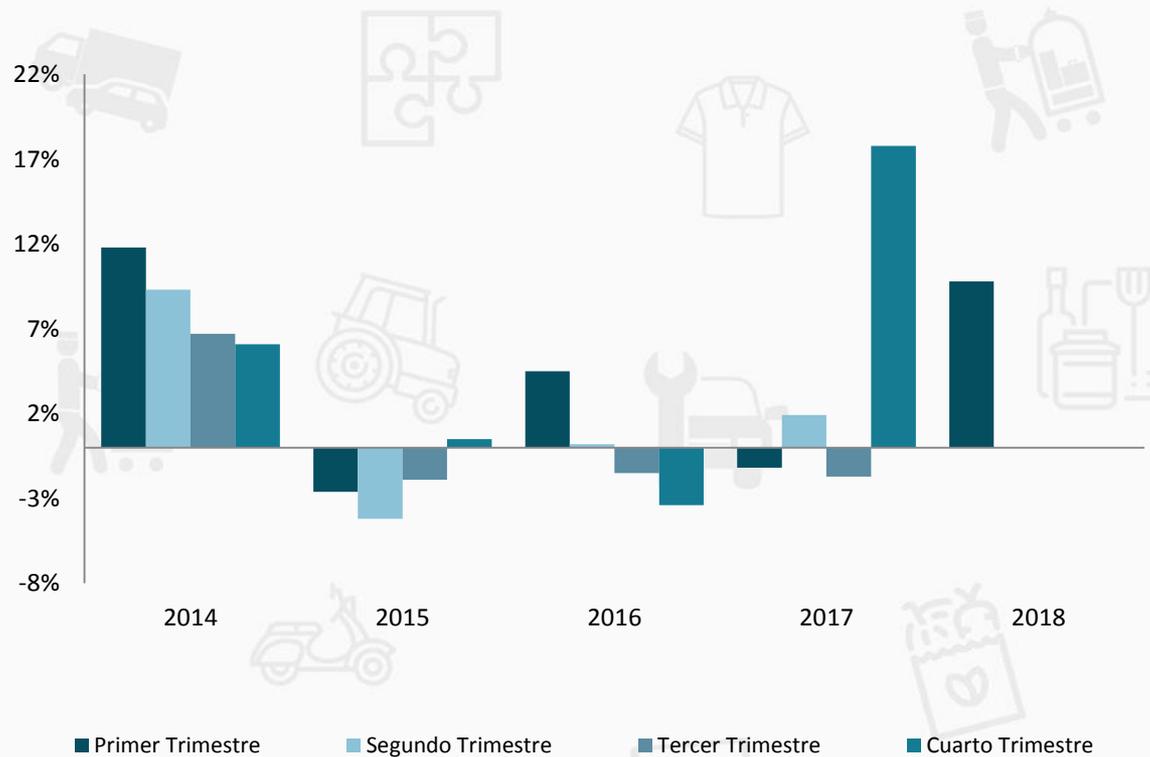
- Las ventas en casas de Bazar y Decoración en las casas del ramo, se presentaron prácticamente sin cambios en el comienzo del año respecto al período anterior, cayendo levemente (-0,2%), luego de un cuarto trimestre en el cual el sector había registrado un crecimiento moderado.

- De esta forma, el gasto en artículos para el hogar y pequeños electrodomésticos a nivel de las casas del ramo no ha variado en el comienzo del presente año.
- En Supermercados, la venta de estos artículos experimentó al igual que en el período anterior un crecimiento real (9,8%), aunque de menor magnitud respecto al último trimestre del año, pero muy superior al observado en los establecimientos del ramo.
- En el caso de Supermercados, la oferta es generalmente más amplia y variada, existiendo más opciones en cuanto a precio y calidad de los productos, lo que ha posibilitado un mayor dinamismo en la demanda.
- Las opiniones recogidas prevén para el presente año un comportamiento estable, similar al observado en 2017, que acompañe la evolución de la economía en general en relación a la capacidad de compra de los hogares, y a un nivel de precios de los productos con poca variación.
- Bajo este marco, la canasta de importaciones continuó creciendo a buen ritmo en el comienzo del año (34,9%).

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN BAZARES



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN SUPERMERCADOS



II - ARTÍCULOS DE CONFITERÍAS



	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Confiterías	6	6	176	1,5%	-5,0%			
Índice de Precios	-	-	-	7,5%	8,2%			

- Las ventas en Confiterías descendieron 5,0% en el primer trimestre de 2018 respecto al año anterior, luego de haber registrado un leve crecimiento en el cierre de 2017.
- Dicho resultado vuelve a posicionar al conjunto de empresas en un escenario con dificultades, tal como ya se venía anunciando desde períodos anteriores.

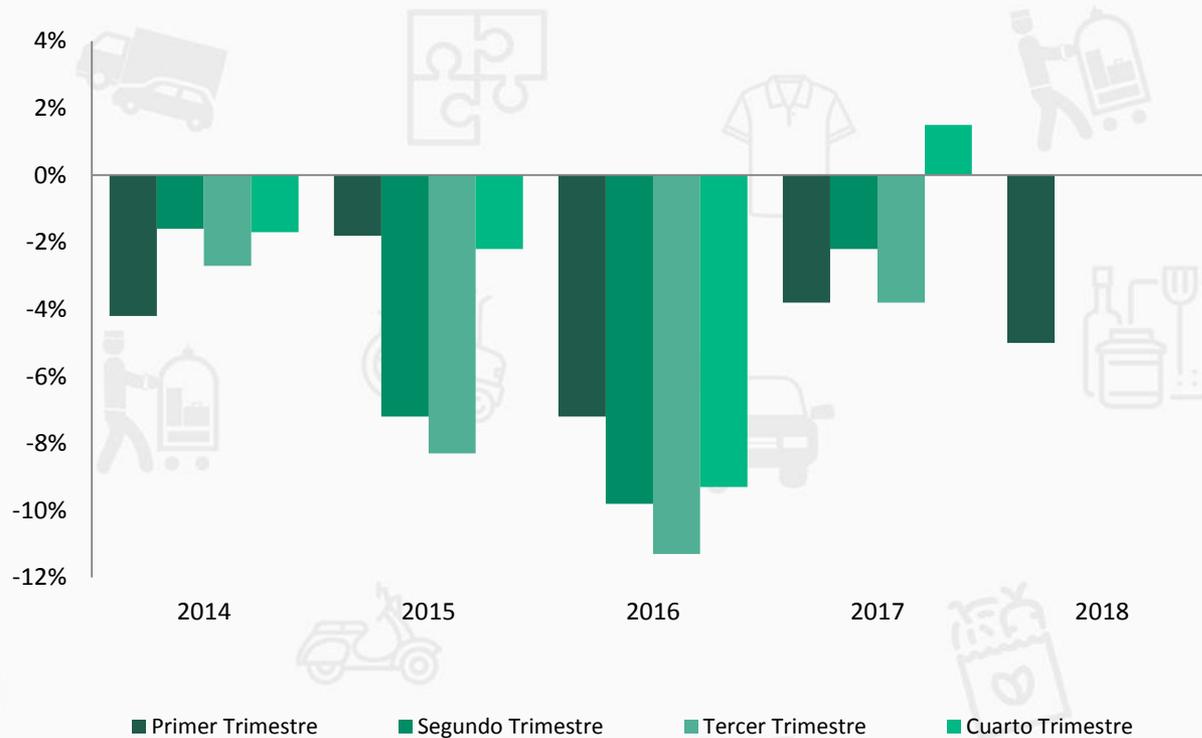
- Tal como se ha mencionado, dicho resultado obedece a múltiples factores: cambios en las pautas de consumo, nuevos canales de comercialización a partir de la venta de productos elaborados en grandes superficies u otros establecimientos similares.
- Asimismo, conjuntamente con las ventas en mostrador, buena parte de las mismas se canaliza a través de servicios gastronómicos para fiestas y eventos para los cuales se vuelve difícil competir debido a la incidencia del comercio informal, en un mercado que a su vez tiende a reducirse según destacan los informantes consultados.
- Conjuntamente con las menores niveles de ventas en términos reales, el sector ha perdido rentabilidad debido a los altos costos de insumos y mano de obra que debe enfrentar.
- El nivel de precios de los artículos ha crecido levemente por encima del IPC general, aunque muestra igualmente una desaceleración respecto a lo ocurrido años anteriores.

EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE DETERMINADOS INSUMOS DEL SECTOR

Productos	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Azúcar	-0,2%	0,0%			
Jamón	2,0%	4,1%			
Cereales	6,8%	6,4%			
Mermeladas y Dulces	3,8%	3,6%			
Lácteos	6,7%	6,8%			
Aceites y Grasas	0,4%	1,2%			
Harina de trigo	7,8%	8,9%			

Fuente: INE

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN CONFITERÍAS



III - ELECTRODOMÉSTICOS

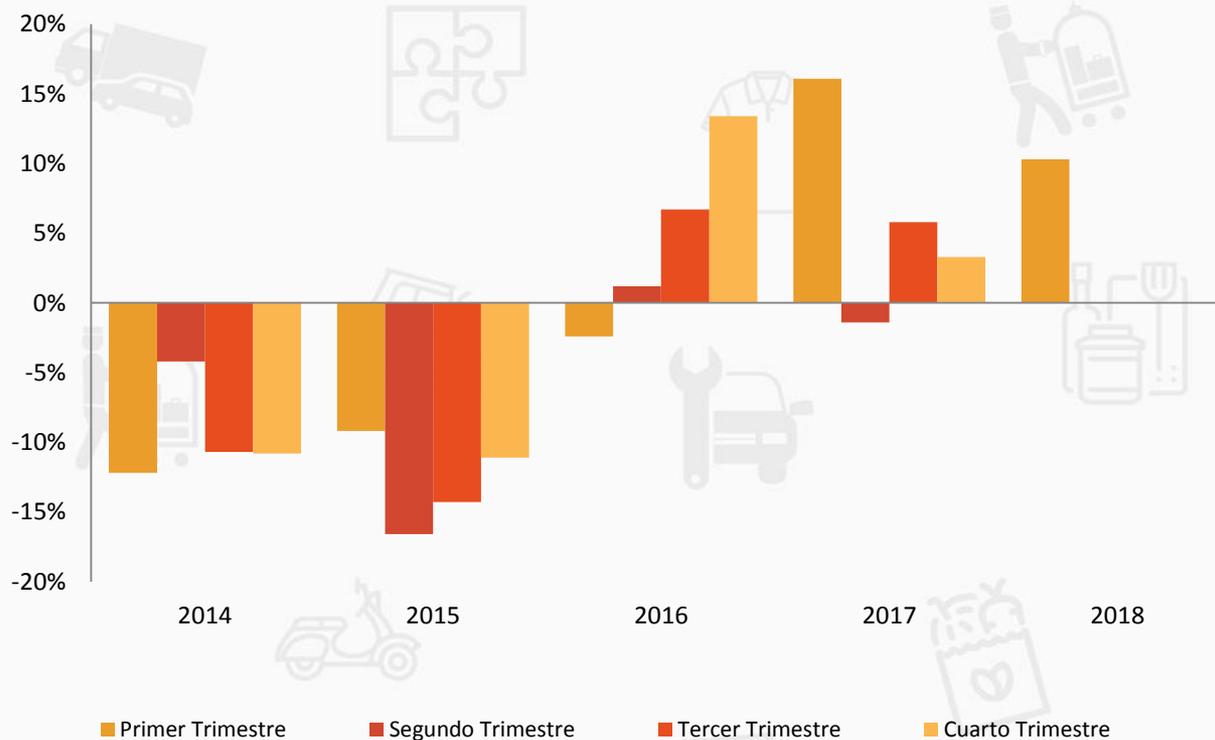
	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Casas de electrodomésticos	6	22	316	3,3%	10,3%			
Supermercados	6	-	67	22,5%	8,1%			
Índice de Precios	-	-	-	1,2%	0,7%			

- La venta de Electrodomésticos en casas del ramo mostró un mayor ritmo de crecimiento en relación al período anterior alcanzando una variación interanual de 10,3%. A nivel de grandes superficies, la misma se desaceleró, pero continúa con valores positivos tal como ha venido mostrando en los últimos informes.

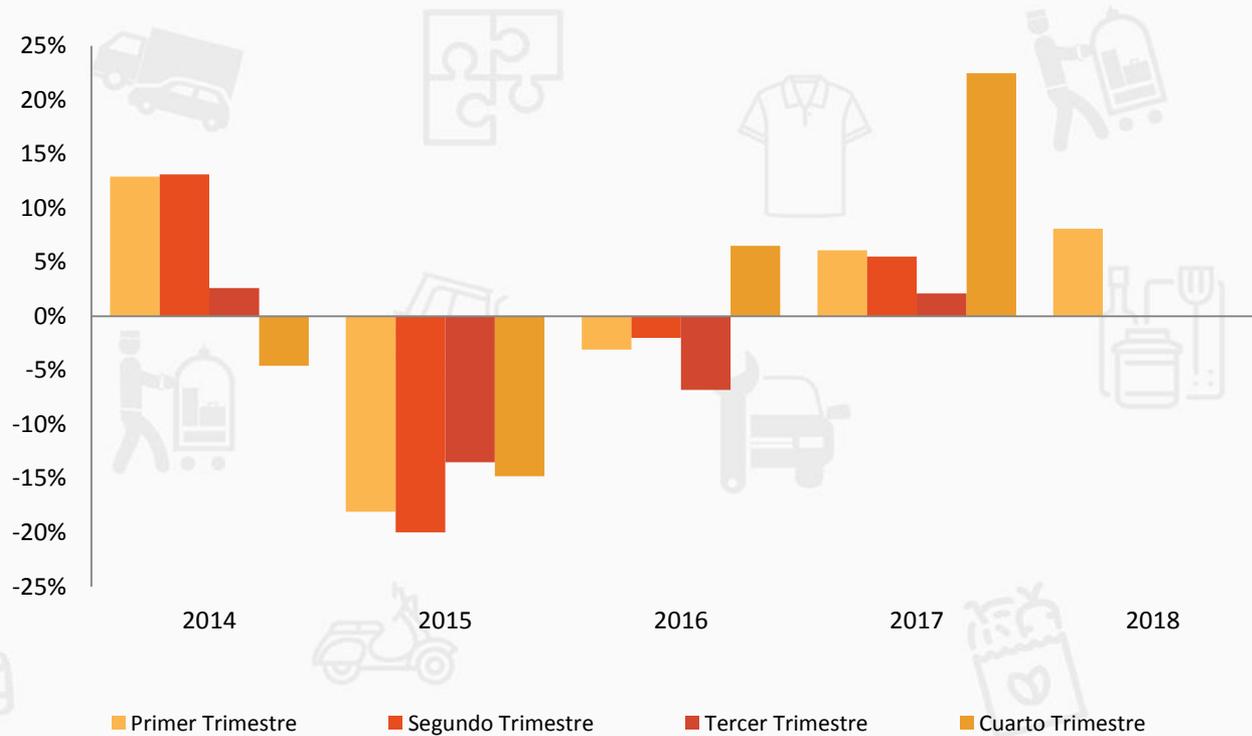
- Igualmente, pese a que dichos datos evidencian un comportamiento global positivo, se debe destacar que el desempeño alcanzado a nivel de las empresas consultadas mantiene diferencias importantes, algunas de las cuales incluso no alcanzaron a igualar los niveles de venta del año anterior.
- Algo similar se observa en el caso de grandes superficies, donde si bien las ventas en conjunto han crecido fuertemente, dicho resultado ha respondido principalmente a resultados puntuales, sin ser generalizado para la totalidad de establecimientos.
- Tanto en las casas del ramo como en grandes superficies, la amplia gama de opciones en cuanto a marcas, productos, así como en relación a precios, promociones y canales de distribución, son las características distintivas del mercado de electrodomésticos, fomentando así una alta competencia en el interior del sector.
- Asimismo, tanto la renovación de artículos tradicionales como el surgimiento de nuevos productos es permanente, lo que contribuye con el incremento en la demanda de productos para el hogar.

- De acuerdo a la consulta realizada, la venta de grandes electrodomésticos para el hogar (línea blanca, cocina, refrigeración y aire acondicionado), junto con la venta de televisores, equipos de audio y reproducción de video, han sido los productos de mayor dinamismo en los últimos tiempos.
- La canasta de importaciones de artículos representativos del sector continuó creciendo en el comienzo del año, aunque a un ritmo moderado (2,3%), mostrando una desaceleración respecto al cierre del año anterior.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN CASAS DE ELECTRODOMÉSTICOS



VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE ELECTRODOMÉSTICOS EN SUPERMERCADOS



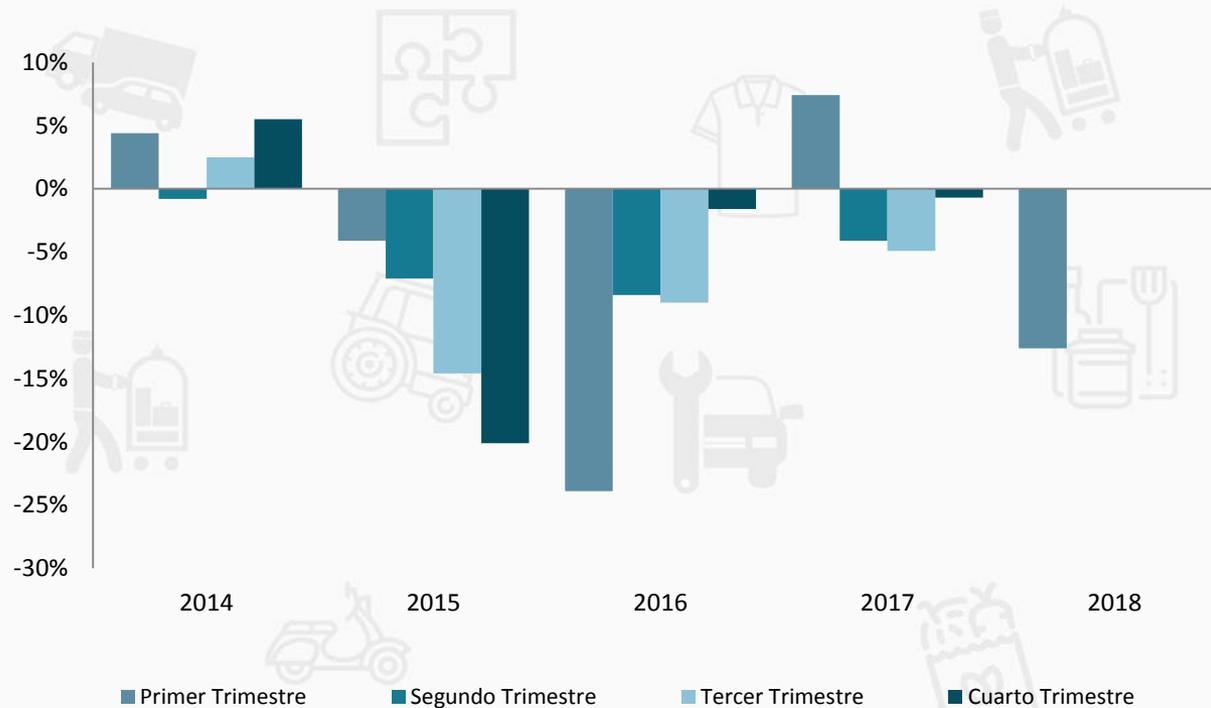
IV – FERRETERÍAS Y PINTURERÍAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Ferreterías Mayoristas	5	5	350	-0,7%	-12,6%			
Ferreterías y Pinturerías	6	8	137	9,9%	9,1%			
Ferreterías Industriales	3	4	63	4,1%	-3,1%			
Pinturerías	4	7	80	8,7%	1,9%			
Índice de Precios de Ferreterías	-	-	-	1,2%	0,7%			
Índice de Precios de Pinturerías	-	-	-	2,2%	3,3%			

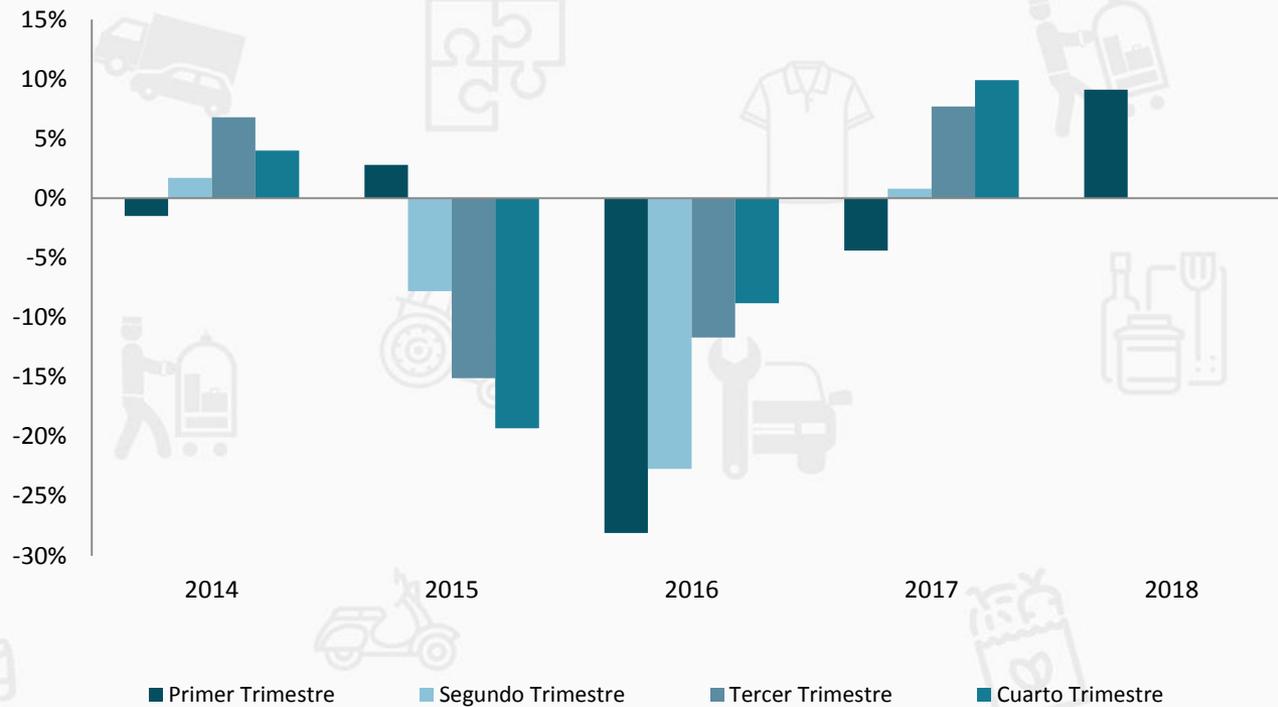
- En este comienzo de 2018 las ventas en los distintos comercios del ramo de artículos de herramientas, ferreterías y pinturerías han sido irregulares, sin mostrar una tendencia clara que indique indicios de recuperación en el sector en general, tal como parecía observarse en el cierre de 2017.
- En particular, en las casas de importación y distribución mayorista de artículos de ferretería, se observó en este período la mayor caída interanual desde 2016 con una contracción en las ventas de 12,6%.
- También, aunque en menor medida, se produjo un reducción en las ventas en Ferreterías Industriales (-3,1%).
- En ambos casos, los resultados responden a un contexto general de la economía local de deterioro en los sectores de la industria y la construcción como ya se ha mencionado, y a un descenso en los niveles de inversión pública y privada.
- Las expectativas de los empresarios muestran cierto grado de preocupación debido al deterioro sufrido en términos de rentabilidad ante menores márgenes y aumento de costos.

- Por su parte, en Ferreterías Minoristas y Pinturerías, el resultado continuó siendo positivo aunque de menor magnitud, producto de un mayor gasto por parte de los hogares que se refleja en el crecimiento de las ventas en mostrador según destacan algunos empresarios consultados.
- Asimismo, si bien el primer trimestre del año suele ser el de menor incidencia en cuanto a las ventas a lo largo del año, los empresarios indican que se ha logrado sostener cierto ritmo de actividad, incluso hasta los primeros días de la semana de turismo, a través de distintas campañas comerciales y descuentos en productos puntuales.
- El nivel de precios de los artículos minoristas tanto en Ferreterías como en Pinturerías continuó evolucionando a menor ritmo que años anteriores, tal como lo han hecho la mayoría de los artículos importados, lo que pudo haber tenido cierta incidencia en la recuperación de los niveles de venta de este rubro en particular.
- Igualmente, a nivel de la canasta global de importaciones representativa de estos sectores, en este comienzo del año reflejan un comportamiento contractivo (-5,6%).

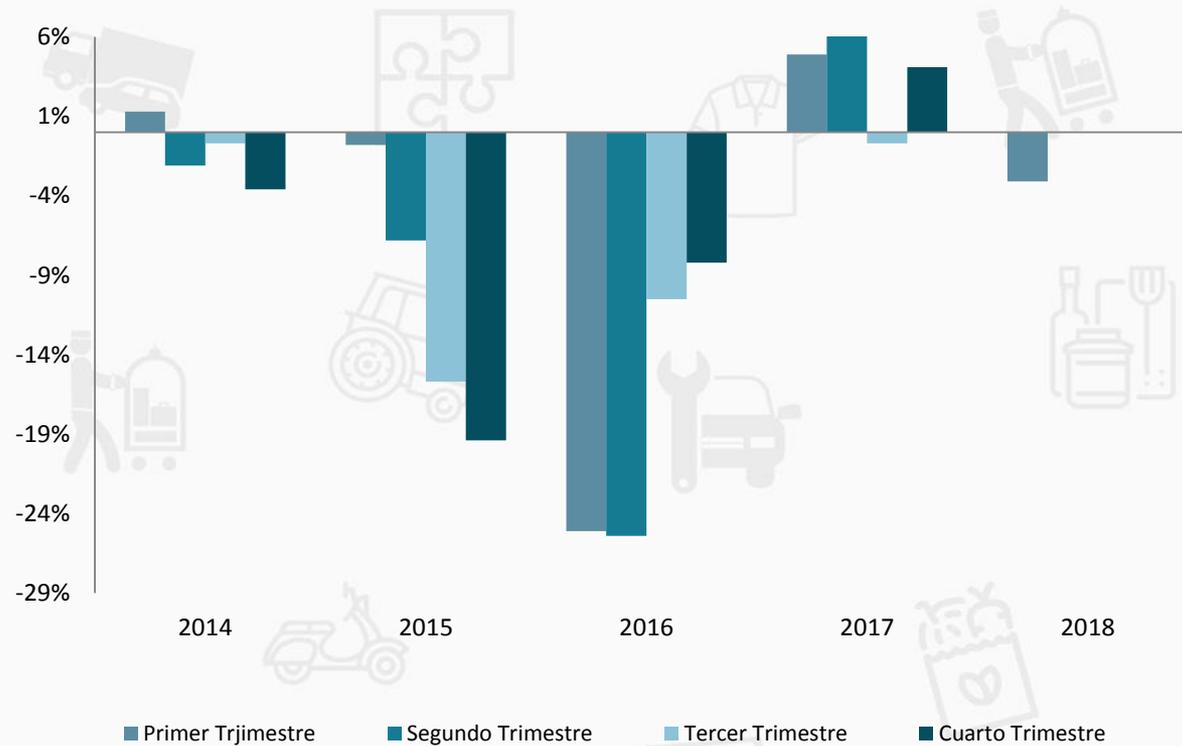
VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN FERRETERÍAS MAYORISTAS



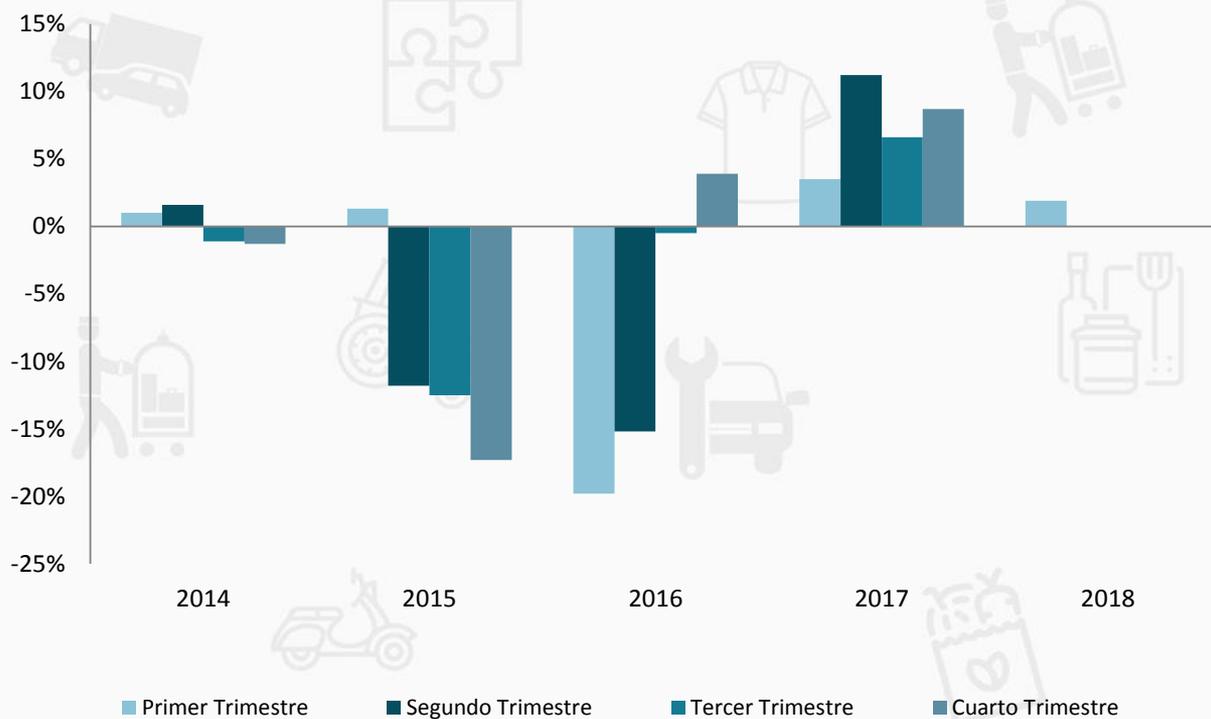
VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN FERRETERÍAS Y PINTURERÍAS



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN FERRETERIAS INDUSTRIALES



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN PINTURERÍAS



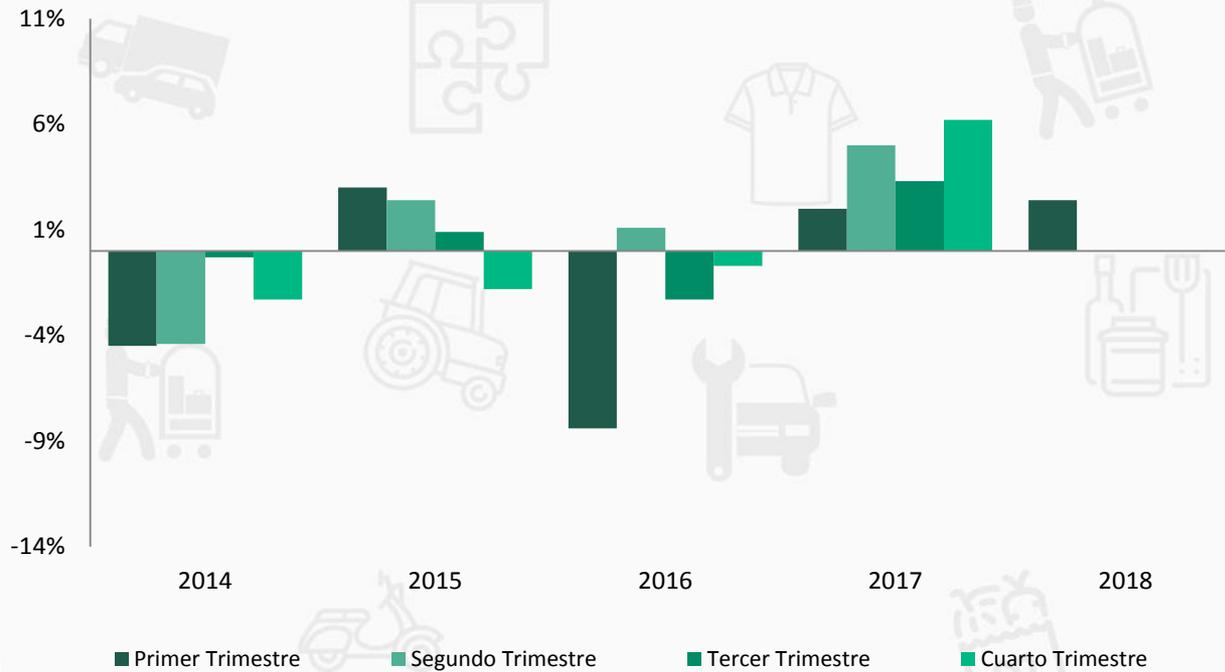
V - ÓPTICAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Ópticas	7	12	72	6,2%	2,4%			
Índice de Precios	-	-	-	2,0%	2,1%			

- Si bien las ventas en Casas de Óptica se desaceleraron en el comienzo del año, continuaron mostrando un desempeño positivo de acuerdo a los datos proporcionados por las empresas consultadas.

- De esta forma, es posible establecer un escenario de recuperación en los niveles de venta, con crecimiento en términos moderados a lo largo de 2017, que a su vez se confirma en el comienzo de año.
- Igualmente, existe preocupación desde el sector empresarial, por el crecimiento que está teniendo en plaza, la instalación de nuevos centros de servicios ópticos, entendiéndose que el mismo está por encima de los requerimientos del mercado.
- Al mismo tiempo, persiste el problema de la competencia informal que enfrenta el sector, junto con menores niveles de rentabilidad, como resultado del aumento de los costos por encima de los ingresos que se registró en los últimos años.
- El nivel de precios relevado por el INE indica para el presente periodo un incremento de 2,1%.
- Por su parte, la importación de artículos ópticos continuó creciendo fuertemente en el primer trimestre de 2018 (37,4%) en relación a igual período de 2017.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN ÓPTICAS



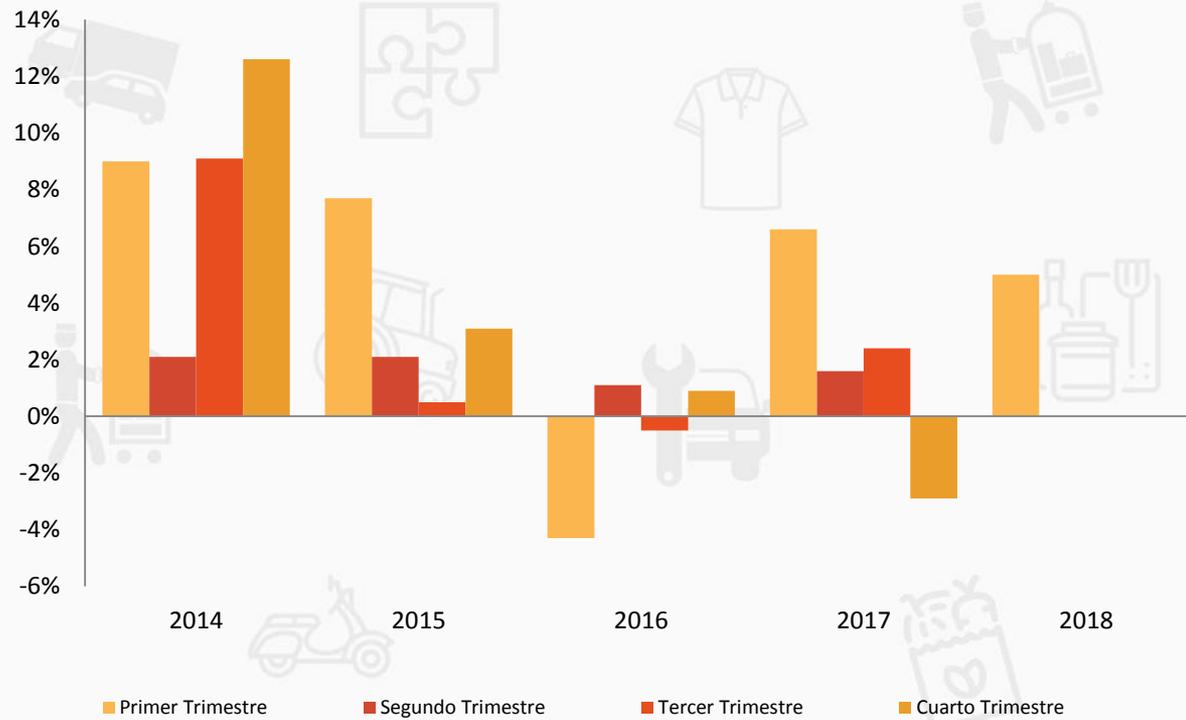
V - JUGUETERÍAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Juguetería	8	31	201	-2,9%	5,0%			
Índice de Precios				5,7%	3,7%			

- Luego de que sobre el cierre de 2017 se observara un retroceso en las ventas en el sector en relación al año anterior, el comienzo del presente año indica una recuperación moderada de dichos valores en términos reales, retomando así la tendencia que se venía observando en períodos previos.

- Se había comentado en informes anteriores que tras una buena respuesta del público en ocasión del Día del Niño en 2017, el crecimiento en las ventas se revirtió hacia fin de año, previo a la campaña comercial de las Fiestas Tradicionales.
- En efecto, algunas opiniones recogidas continúan indicando en el comienzo del año un resultado menor al esperado, mostrando incluso un deterioro en relación al año anterior.
- Sin embargo en términos globales, los empresarios sostienen que las ventas en este primer trimestre se han desarrollado de manera satisfactoria, dentro de los parámetros esperables en un período de baja temporada, lo que ha llevado a trabajar fuertemente en la constante renovación de la propuesta comercial.
- Por su parte, el nivel de precios creció 3,7%, manteniendo la tendencia observada en períodos anteriores.
- La canasta de importaciones muestra un crecimiento elevado, de 33,7% en el período considerado.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN JUGUETERÍAS



VI - SUPERMERCADOS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Supermercados	5	-	5.819	2,0%	2,4%			
Índice de Precios	-	-	-	4,0%	4,3%			

- Las ventas totales en Supermercados, medidas en términos reales, continúan creciendo en niveles moderados en el comienzo del año, de acuerdo a los datos aportados por las empresas.

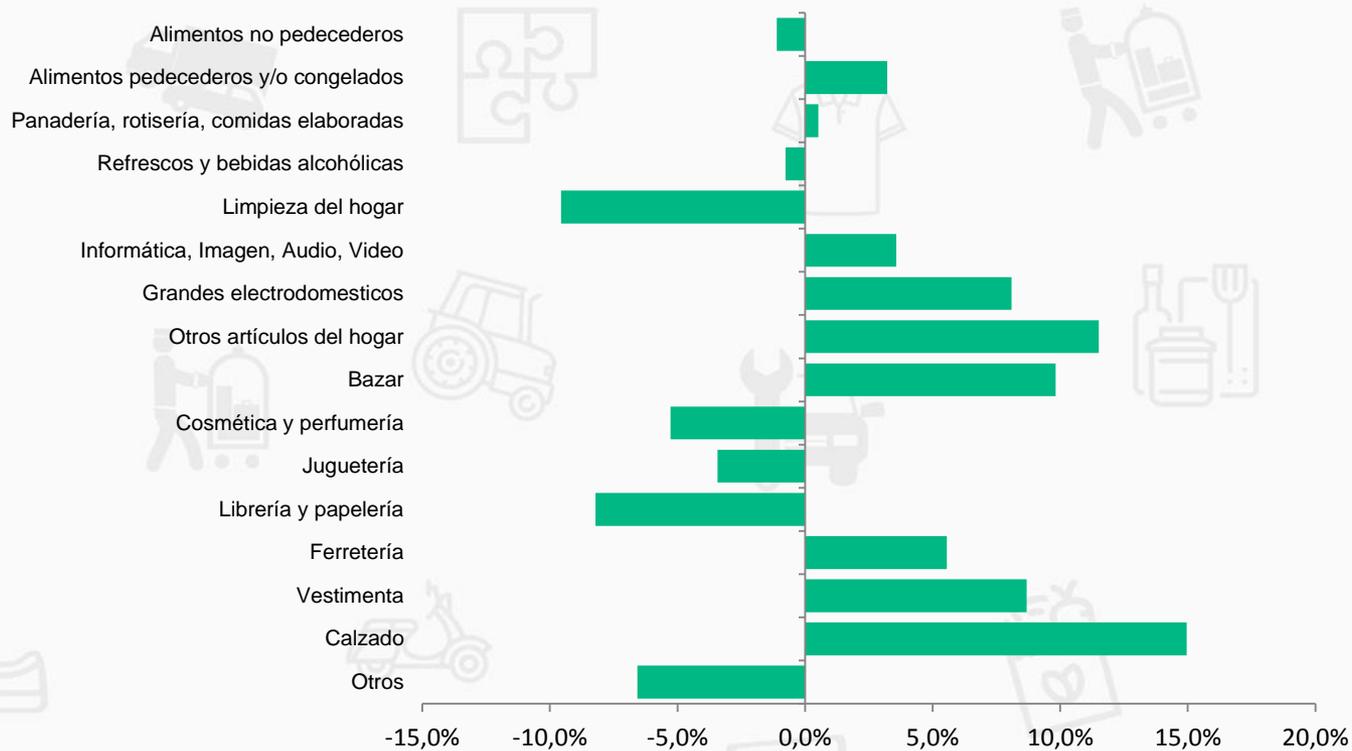
- De esta forma se mantiene una situación similar a la observada en los últimos períodos considerados, con registros de moderado crecimiento, y diferencias importantes por familias de artículos, pero mostrando en términos globales una lenta recuperación respecto a lo ocurrido dos años atrás.
- El resultado acompaña el comportamiento general de la economía con leve crecimiento del gasto en consumo final por parte de los hogares.
- Al igual que el año anterior, el nivel de precios de referencia, calculado como promedio en función de la canasta representativa de artículos, se mantuvo en niveles por debajo del IPC general.
- Los artículos de mayor crecimiento en el nivel de precios han sido los alimentos y bebidas, creciendo en torno al 8% y 9%. El resto de los artículos, fundamentalmente aquellos de origen importado, permanecieron en niveles de variación cercanos al 3%.

- En relación a los distintos rubros que componen la canasta de artículos, se observan diferencias importantes en la evolución de las ventas, tal como ha venido ocurriendo en los períodos previos.
- Por ejemplo, el rubro alimenticio no mostró variaciones significativas, creciendo levemente la venta de productos frescos y/o congelados y en menor medida, los productos de panadería y rotisería, al tiempo que se redujo la venta de refrescos y bebidas alcohólicas.
- Nuevamente se destaca el crecimiento en la venta de grandes electrodomésticos, bazar, y artículos para el hogar, producto del buen desempeño de una cadena en particular, al tiempo que los artículos de uso personal, vestimenta y calzado también acompañaron dicho resultado.
- Por el contrario, se observó un descenso en las ventas de artículos de limpieza, cosmética y perfumería, librería y papelería.

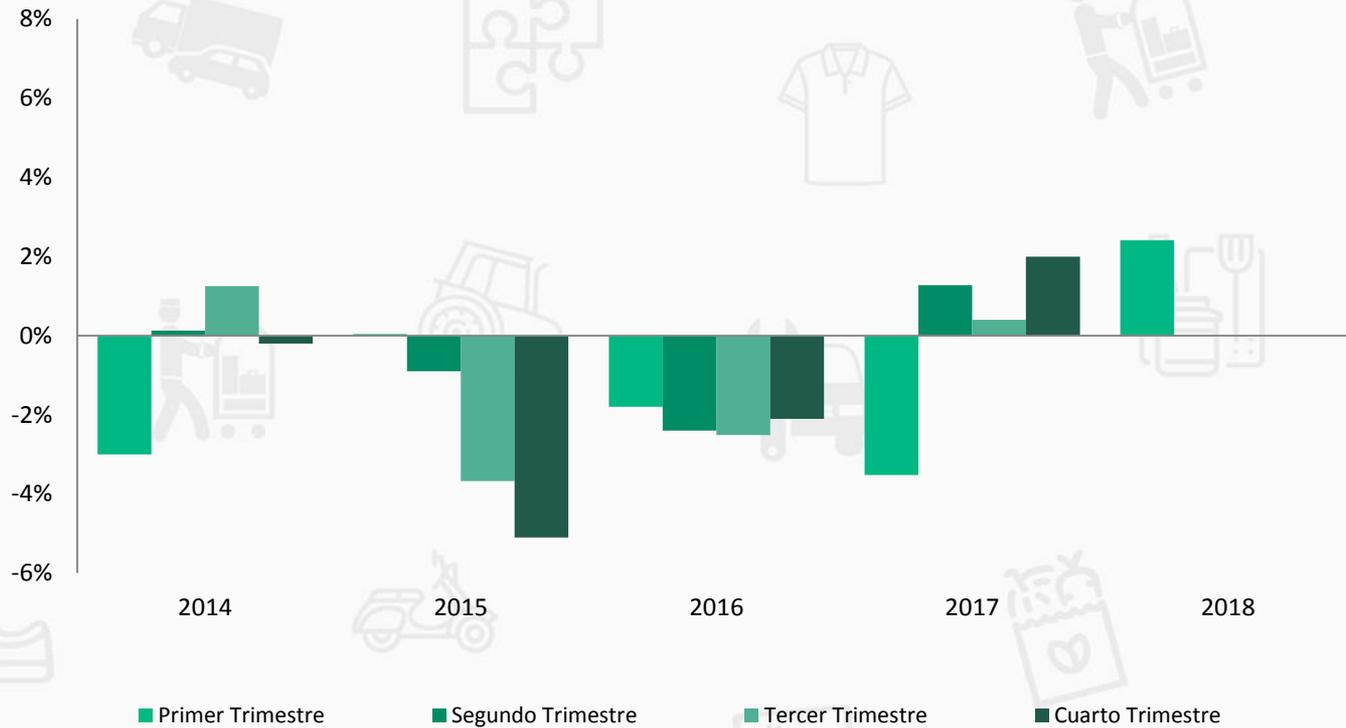
Rubros	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Alimentos no perecederos	-0,6%	-1,1%			
Alimentos perecederos y/o Congelados	3,8%	3,2%			
Panadería, Rotisería, Comidas Elaboradas	1,9%	0,5%			
Refrescos y Bebidas alcohólicas	-2,3%	-0,8%			
Limpieza del hogar	-3,9%	-9,6%			
Informática, Imagen, Audio, Video	6,7%	3,6%			
Grandes electrodomésticos	22,5%	8,1%			
Otros artículos del hogar	3,4%	11,5%			

Rubros	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Bazar	17,8%	9,8%			
Cosmética y Perfumería	-5,0%	-5,3%			
Juguetería	-8,1%	-3,4%			
Librería y papelería	7,2%	-8,2%			
Ferretería	8,5%	5,6%			
Vestimenta	12,3%	8,7%			
Calzado	-7,9%	15,0%			
Otros	-2,8%	-6,6%			

VARIACIÓN REAL DE VENTAS POR FAMILIA DE ARTÍCULOS PRIMER TRIMESTRE 2018



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN SUPERMERCADOS



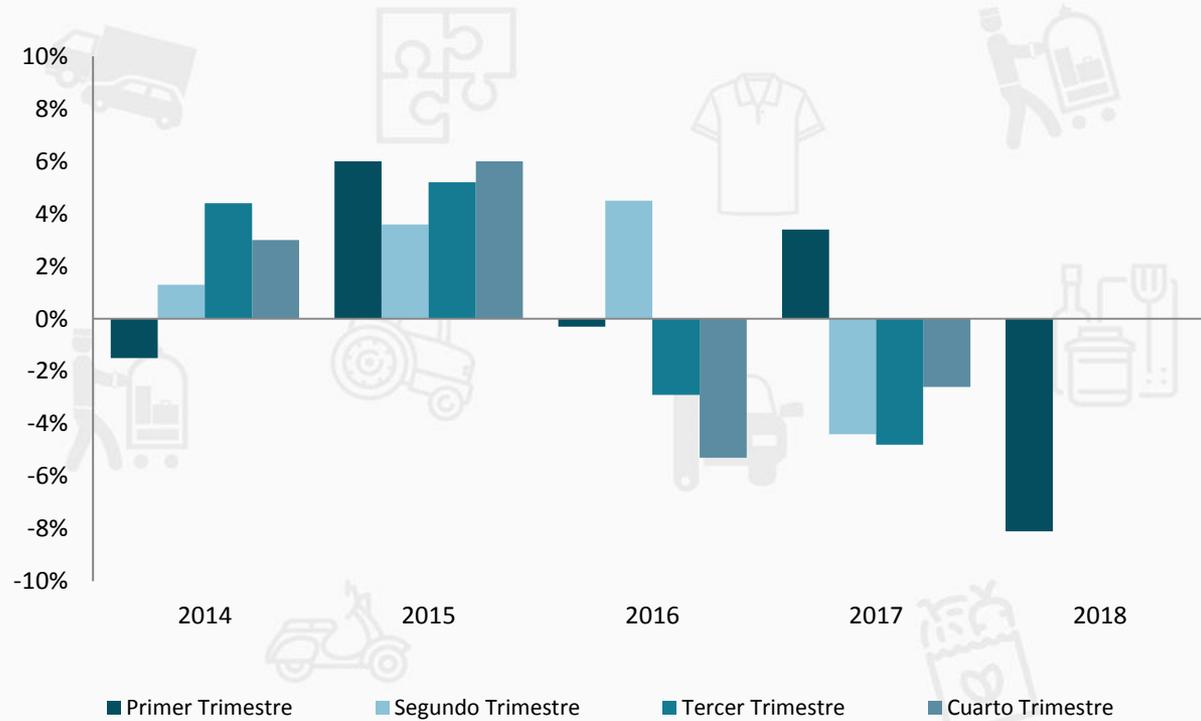
VII - VESTIMENTA

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Vestimenta Dama	5	48	453	-2,6%	-8,1%			
Vestimenta Caballero	5	29	226	-5,0%	-0,3%			
Índice de Precios	-	-	-	7,6%	8,3%			

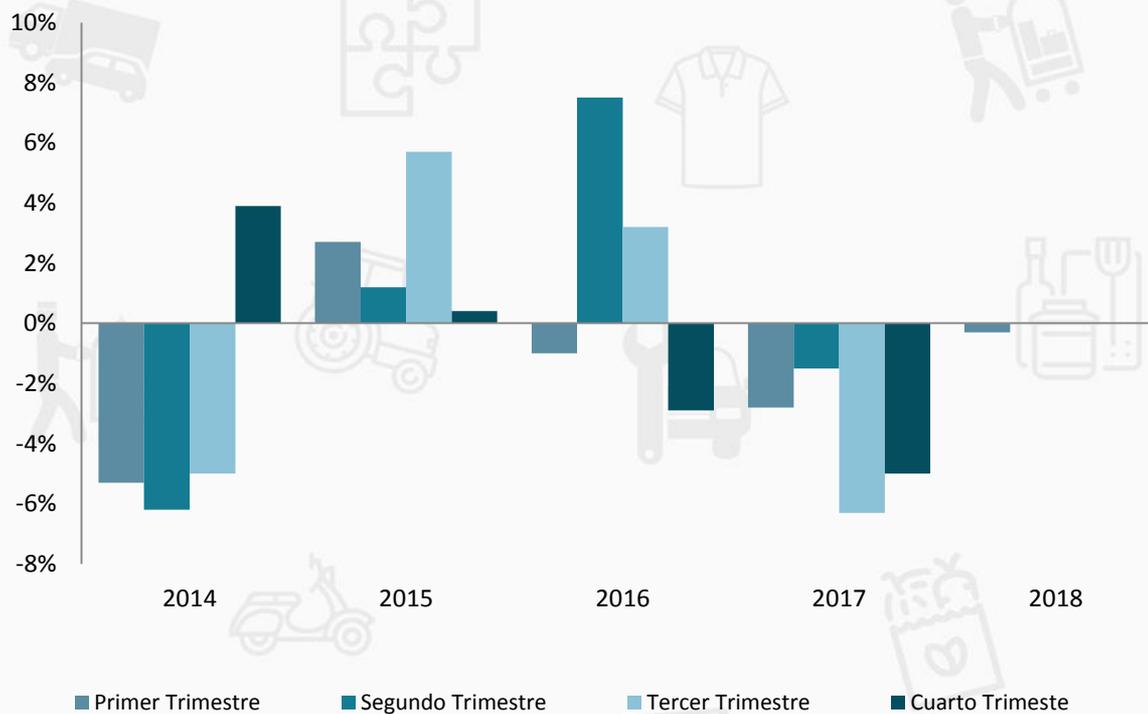
- Las ventas de prendas de vestir y accesorios, continúan mostrando en el comienzo del año un desempeño negativo, de acuerdo a los datos aportados por las empresas consultadas.

- En relación a lo ocurrido en el período previo, se constata una profundización en el deterioro de la venta de artículos de vestimenta femenina, al tiempo que en el caso de vestimenta de caballero se mantiene el escenario de contracción pero en menores niveles.
- Las empresas consultadas, en su mayoría, han ido mostrando un deterioro en sus niveles de venta período tras período, al tiempo que ha surgido una mayor diversificación en la oferta de artículos y ampliación del rubro, a partir de la llegada de nuevas tiendas internacionales al país.
- Los datos indican asimismo, diferencias importantes en cuanto a la magnitud del resultado alcanzado a nivel de las distintas empresas que integran la muestra, llegando incluso a observarse situaciones en las que a pesar de lo mencionado, registraron una evolución positiva en los últimos trimestres.
- En lo que tiene que ver con el crecimiento del nivel de precios, de acuerdo a la información del INE para el rubro vestimenta, el mismo alcanzó en el primer trimestre un incremento de 8,3% respecto a igual período del año anterior.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN VESTIMENTA PARA DAMA



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN VESTIMENTA PARA CABALLERO



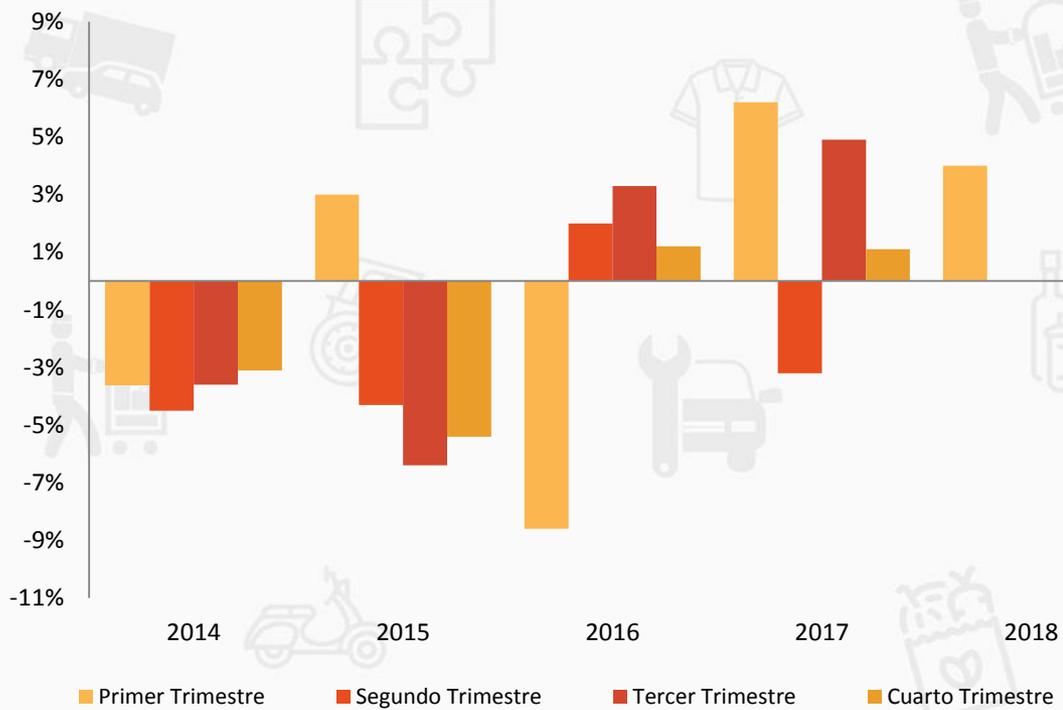
VIII - CALZADO

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Calzado	5	52	249	1,1%	4,0%			
Índice de Precios	-	-	-	1,6%	1,9%			

- Las ventas de Calzado para el conjunto de empresas consultadas, continuaron mostrando un comportamiento positivo, con un crecimiento en términos reales de 4,0% en este primer trimestre de 2018.

- De esta forma, las ventas de calzado se diferencian de la situación observada para el caso del sector vestimenta, manteniendo un desempeño positivo, aunque igualmente persisten en este caso diferencias entre los datos presentados por las distintas empresas.
- En este rubro en particular, las empresas referentes del sector, así como las marcas más destacadas, se encuentran consolidadas en cuanto a su participación en el mercado, por lo que la instalación en el país de nuevas tiendas y productos, tiene en este caso una menor incidencia.
- En efecto, de acuerdo a las opiniones recogidas, las marcas de calzado más relevantes son las que lideran e impulsan dicha evolución positiva en las ventas del sector.
- Asimismo, el incremento en el nivel de precios en relación al año anterior continúa siendo leve de acuerdo a la información del INE (1,9%) para los artículos de Calzado.
- Por su parte, en el comienzo de 2018 la importación de artículos de calzado no ha tenido variaciones significativas, (-0,2%) respecto a lo ocurrido un año antes.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN CALZADO





I - AUTOS Y CAMIONES

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Autos y Camionetas 0 KM*	-	-	-	6,6%	-7,5%			
Camiones y Ómnibus 0 KM*	-	-	-	20,2%	2,9%			

Fuente: ASCOMA

*Datos correspondientes al total del país.

- De la información proporcionada por ASCOMA, correspondiente al primer trimestre de 2018, es posible establecer que las ventas de vehículos livianos (Automóviles y Camionetas 0KM), se redujeron 7,5% respecto a igual período del año anterior.

- Por su parte, las ventas correspondientes a Camiones y Ómnibus continuaron creciendo en el comienzo de 2018, en este caso 2,9% en comparación al año anterior.
- En concreto se comercializaron en el período 11.652 Automóviles y Camionetas, 392 Camiones y 4 Ómnibus, frente a los 12.593 Automóviles y Camionetas, 369 Camiones y 16 Ómnibus del mismo período de 2017.
- En relación a las ventas de vehículos livianos, el número de unidades vendidas si bien venía creciendo desde el cuarto trimestre de 2016, luego de dos años de contracción, a partir de la segunda mitad de 2017 ya mostraban cierta moderación en sus tasas de crecimiento interanual.
- Pese a dicha caída en las ventas del período, la cifra de está dentro de los parámetros generales de los últimos años. En efecto, desde 2012 a esta parte, la cifra promedio de unidades vendidas en el primer trimestre del año está en valores cercanos a las 12 mil unidades.
- Por su parte, en relación a la venta vehículos pesados, si bien la variación se mantiene en niveles positivos, también ha evidenciado una tendencia de desaceleración.

- En el comienzo de 2018 las marcas tradicionales, continúan posicionándose como las de mayor participación en el volumen total de ventas, al tiempo que se reduce la incidencia de las marcas de origen chino.
- La marca de automóviles Renault desplazó en este período a Volkswagen como la marca más vendida en el mercado con más de mil novecientas unidades, seguida de Fiat (1.765 unidades) y Chevrolet (1.440 unidades). Por su parte Volkswagen quedó en el cuarto lugar con 1.191 unidades.
- Entre las marcas no tradicionales se destacan Lifan con 300 unidades, seguida de BYD y GWM con 128 y 117 unidades vendidas respectivamente en el primer trimestre de 2018.

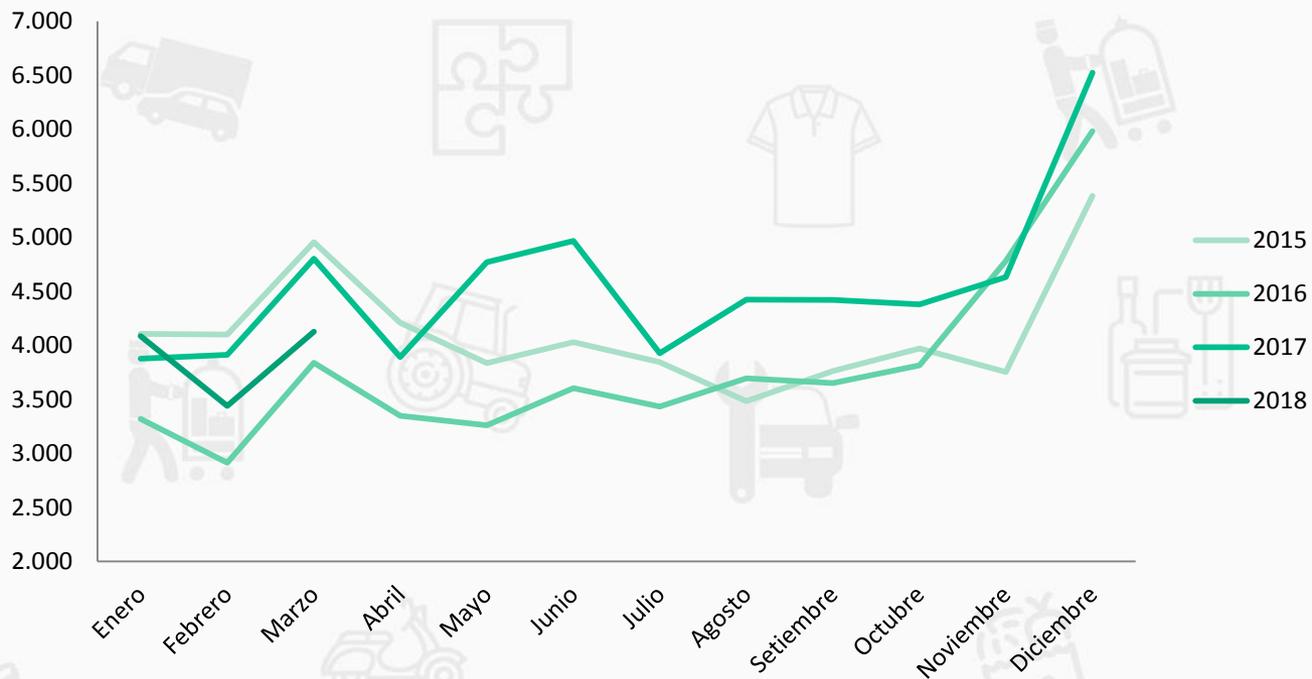
VENTA DE AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS A CONCESIONARIOS* (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Año
2014	13.018	13.857	13.167	13.752	53.794
2015	13.159	12.071	11.091	13.109	49.430
2016	10.069	10.212	10.776	14.579	45.636
2017	12.593	13.626	12.767	15.536	54.522
2018	11.652				11.652

Fuente: ASCOMA

*Datos correspondientes al total del país.

VENTA DE AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS A CONCESIONARIOS* (en unidades)



Fuente: ASCOMA

* Datos correspondientes al total del país

PARTICIPACIÓN % DE LAS DISTINTAS MARCAS EN EL TOTAL DE VENTAS DE AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS VENDIDOS A CONCESIONARIOS*

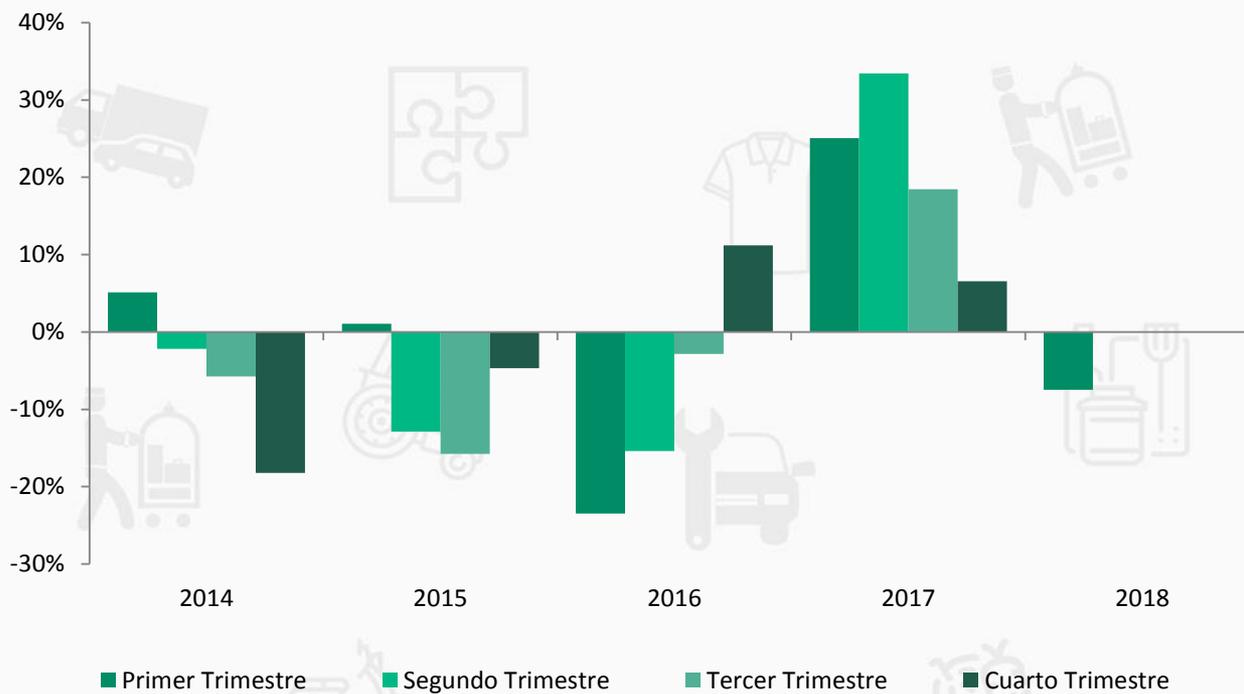
Grupos de Marcas	2017	2018
Principales Marcas**	74,9%	74,0%
Marcas Chinas	9,6%	8,0%
Otras Marcas	15,5%	18,0%
Total de Ventas	100%	100%

Fuente: ASCOMA

*Datos correspondientes al total del país

**Chevrolet, Citroën, Fiat, Ford, Hyundai, Peugeot, Renault, Suzuki, Volkswagen

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE AUTOMÓVILES Y CAMIONETAS OKM*



Fuente: ASCOMA

* Datos correspondientes al total del país

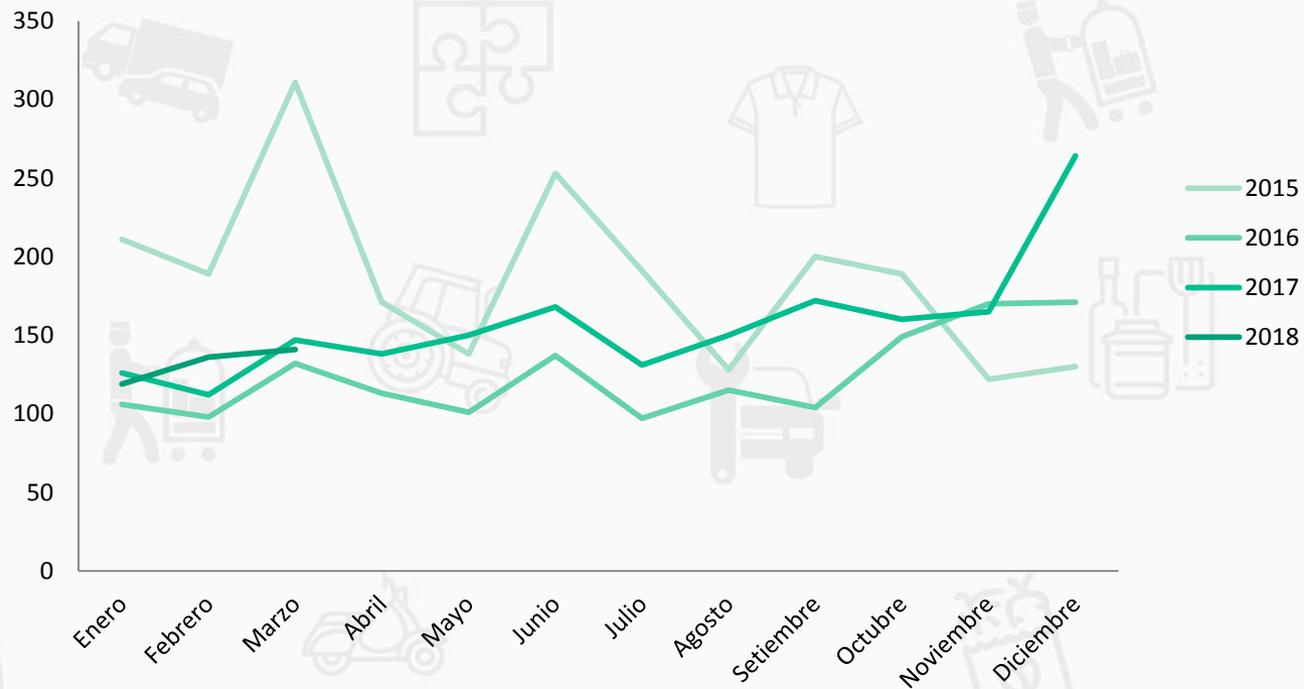
VENTA DE CAMIONES Y ÓMNIBUS A CONCESIONARIOS* (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Año
2014	928	1.080	827	1.111	3.946
2015	711	561	519	441	2.233
2016	336	351	316	490	1.493
2017	385	456	453	589	1.883
2018	396				396

Fuente: ASCOMA

*Datos correspondientes al total del país.

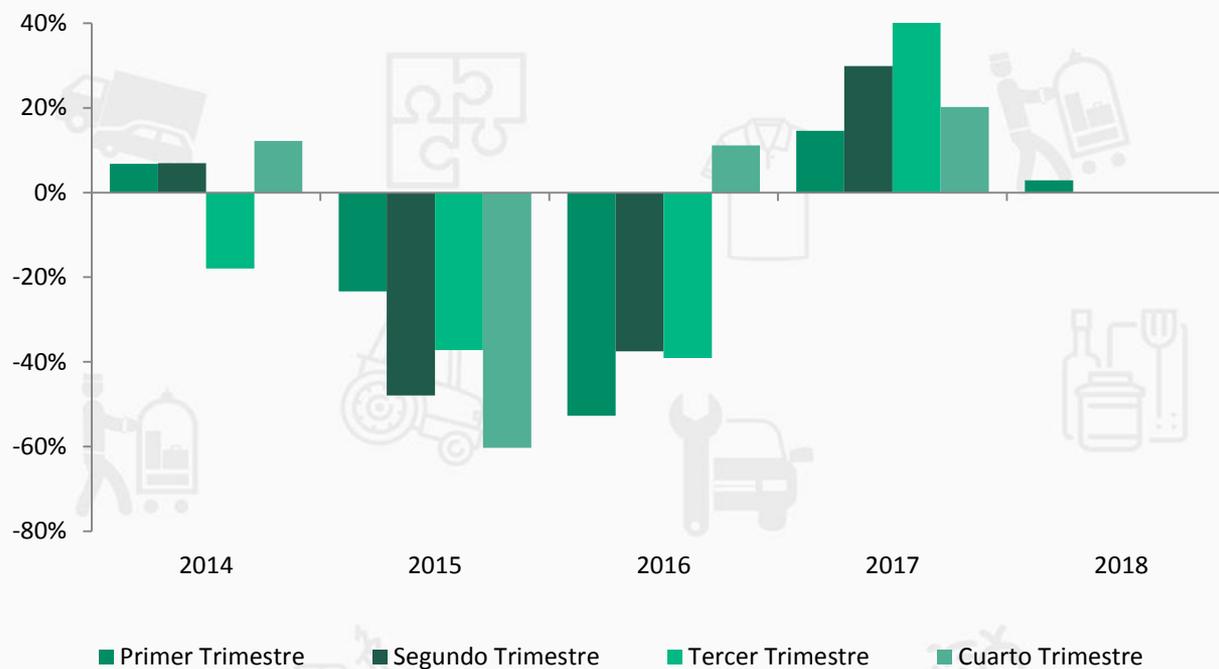
VENTA DE CAMIONES Y ÓMNIBUS A CONCESIONARIOS* (en unidades)



Fuente: ASCOMA

* Datos correspondientes al total del país

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE CAMIONES Y ÓMNIBUS OKM*



Fuente: ASCOMA

* Datos correspondientes al total del país

II - MOTOCICLETAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Ciclomotor Hasta 50cc	-	-	-	17,0%	181,7%			
Motocicleta Hasta 125cc	-	-	-	41,6%	-8,0%			

Fuente: Información Dirección Nacional de Aduanas. Datos corresponden a unidades importadas

- Los datos que surgen de la Dirección Nacional de Aduanas en relación a la importación de Motocicletas y Ciclomotores muestran un crecimiento fuerte en relación a las unidades de menor potencia, y un deterioro en lo que respecta a las motocicletas de mayor cilindrada.

- Es así que en el primer trimestre de 2018 ingresaron al mercado local 262 ciclomotores de menor cilindrada (hasta 50 cc) y 8.544 motocicletas de potencia media (hasta 125 cc), lo que representa una variación de 181,7% y de -8,0% respectivamente frente a igual período del año anterior.
- Igualmente, tal como ya se ha comentado anteriormente, lo ocurrido en un período breve de tiempo como es el primer trimestre, no permite realizar conclusiones muy precisas, por lo que habrá que observar el desempeño en los períodos acumulados a lo largo del año.
- De todas formas, lo que sí es posible establecer tomando los datos de 2017 en su conjunto, que éstos mostraron una recuperación en relación a lo ocurrido con anterioridad, luego de años registrando variaciones negativas.
- En relación al origen de las unidades, el mercado continúa cubierto casi en su totalidad por marcas chinas (97,2%), al menos en relación a esta clase de ciclomotores de menor potencia de hasta 125 cc.

IMPORTACIÓN DE CICLOMOTORES HASTA 50cc (en unidades)

Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Año
2014	275	269	197	724	1.465
2015	539	107	635	393	1.674
2016	185	260	315	453	1.213
2017	93	314	452	530	1.389
2018	262				262

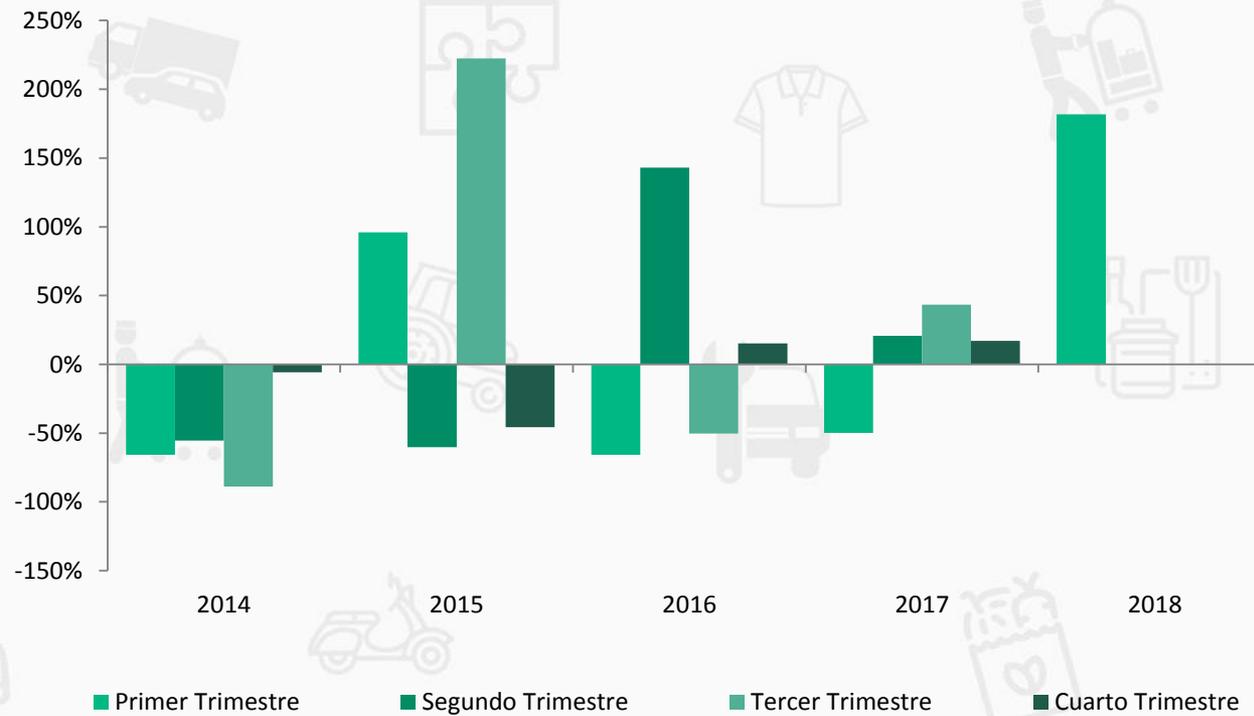
Fuente: Dirección Nacional de Aduanas

IMPORTACIÓN DE MOTOCICLETAS HASTA 125cc (en unidades)

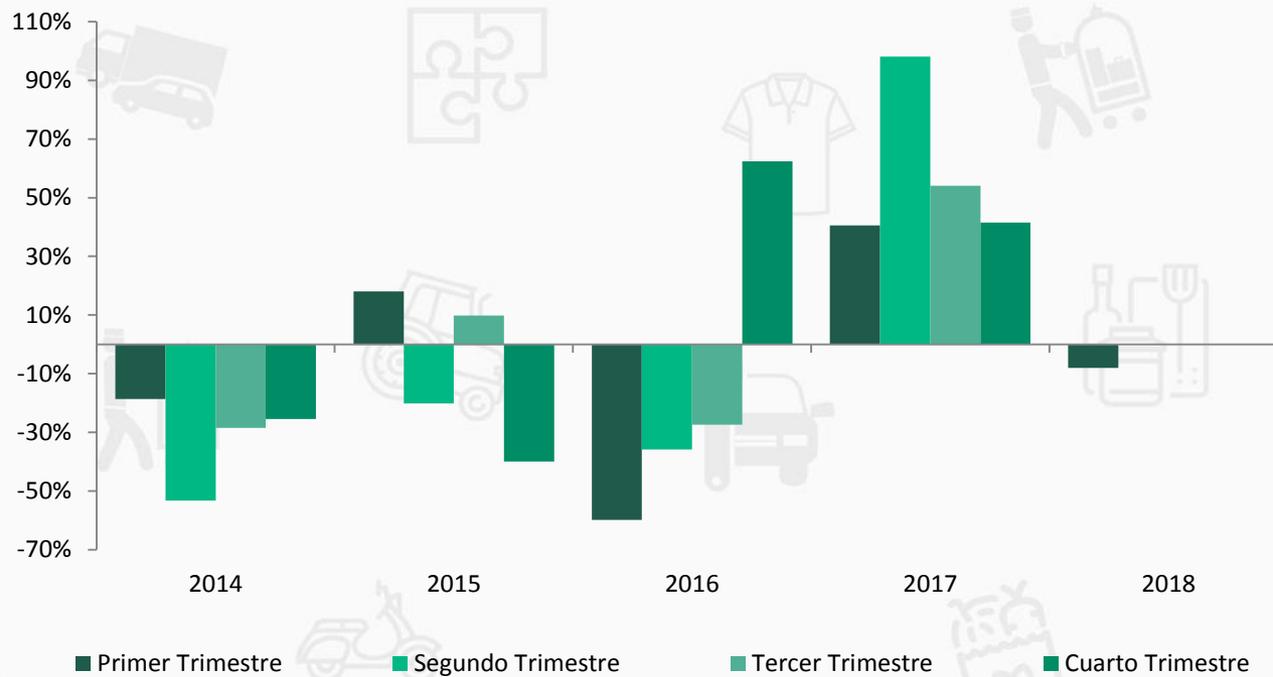
Año	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	Año
2014	13.946	10.199	8.970	11.897	45.012
2015	16.459	8.150	9.850	7.149	41.608
2016	6.609	5.227	7.150	11.612	30.598
2017	9.286	10.352	11.012	16.438	47.088
2018	8.544				8.544

Fuente: Dirección Nacional de Aduanas

VARIACIÓN REAL DE VENTAS CICLOMOTORES HASTA 50CC



VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE MOTOCICLETAS HASTA 125CC



II - BARRACAS

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Barracas	5	8	198	-4,1%	-0,5%			
Índice de Precios	-	-	-	4,7%	6,1%			

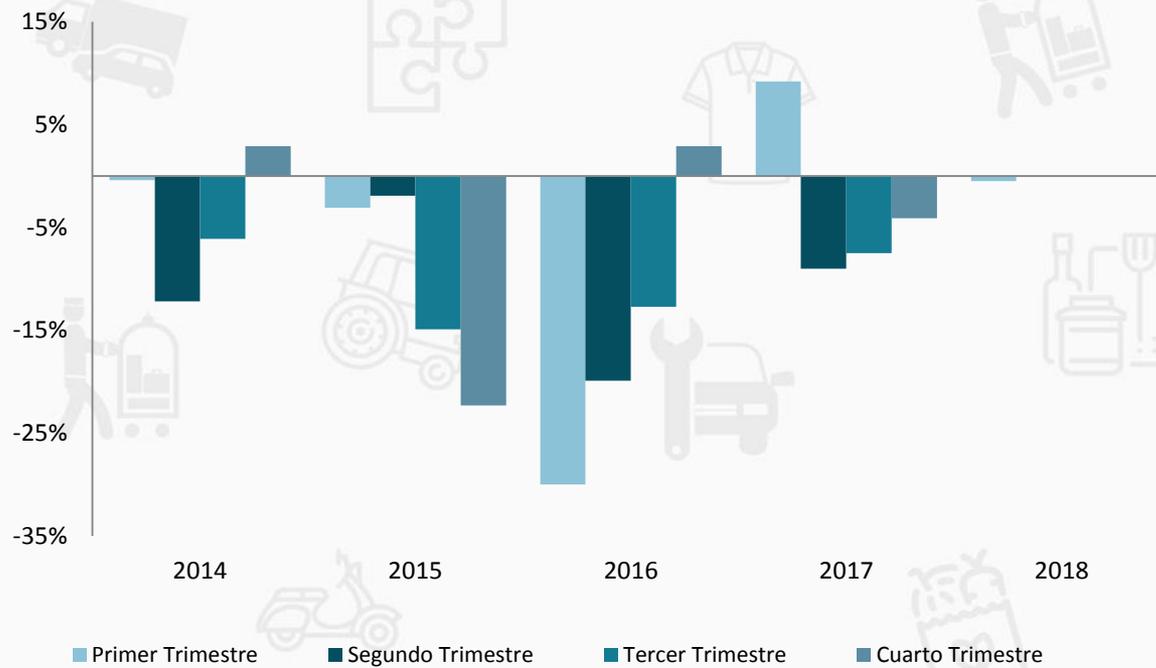
- Los niveles de ventas en Barracas, sufrieron en el primer trimestre del año una leve contracción, aunque la misma fue de menor magnitud que la observada en los sucesivos trimestre de 2017.

- Dicha evolución refleja el proceso actual por el que atraviesa el sector de la construcción a nivel de la economía en su conjunto, caracterizado por la acumulación de tasas de crecimiento negativas en los últimos años.
- Tanto a nivel público como privado, han culminado importantes obras de infraestructura, y si bien se han anunciado reiteradamente la necesidad de continuar con nuevas obras, los proyectos concretos de inversiones aún son escasos.
- Bajo este marco, los empresarios consultados aspiran a recuperar los niveles de venta y rentabilidad en el presente año, en la medida que se retome un mayor ritmo en concreción de las obras anunciadas.
- La evolución del nivel de precios de la canasta representativa de artículos para la construcción y reparación de la vivienda, muestra un crecimiento de 6,1% en el primer trimestre, algo mayor al registrado sobre el cierre de 2017, respondiendo al comportamiento de los principales rubros de obra.

- A continuación se detalla la evolución de los precios de los principales rubros asociados a la Construcción:

Productos	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Hormigón Armado	10,6%	8,0%			
Albañilería	8,9%	6,6%			
Carpintería	9,5%	8,3%			
Aluminio	3,3%	2,6%			
Herrería	6,5%	3,6%			
Eléctrica	7,9%	6,0%			
Sanitaria	7,2%	6,7%			
Grifería	-0,3%	1,0%			
Vidrio	8,8%	12,5%			

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN BARRACAS



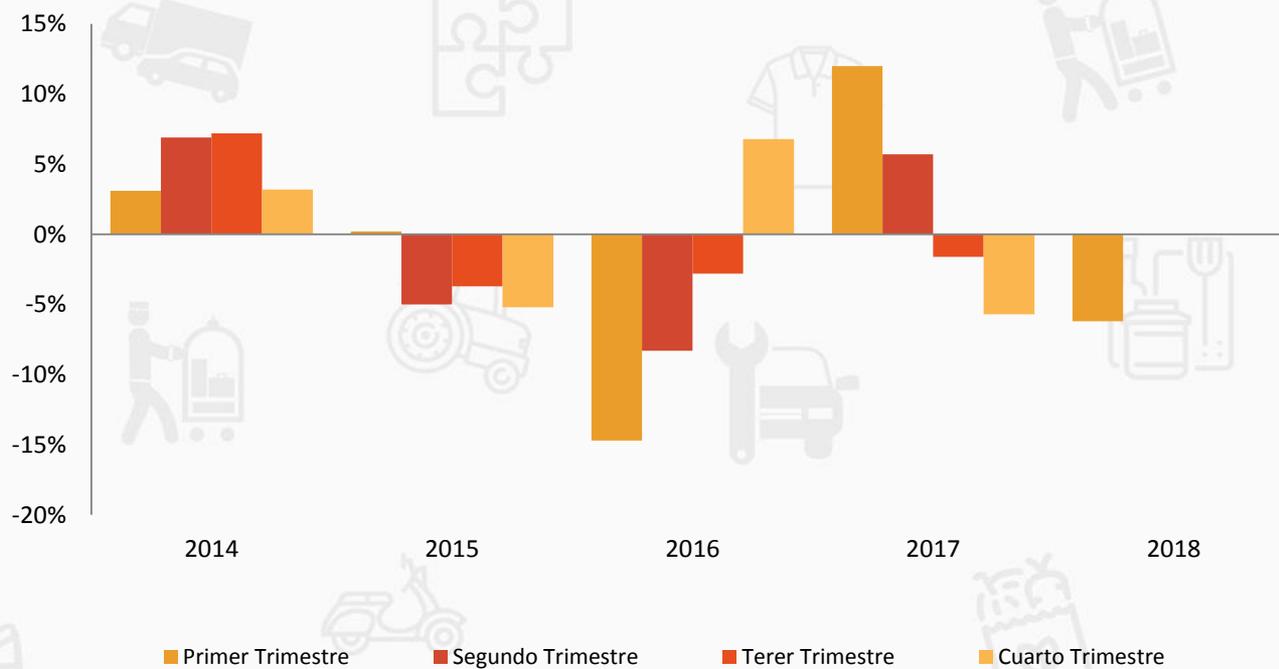
III – REPUESTOS AUTOMOTRICES

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Repuestos Automotrices	6	8	176	-5,7%	-6,2%			
Índice de Precios	-	-	-	4,2%	2,7%			

- Las ventas de Repuestos Automotrices mantienen un desempeño negativo en el primer trimestre en función de los datos relevados para el presente informe.

- Nuevamente se confirma lo mencionado en informes anteriores: el gasto en reparación y mantenimiento de vehículos, y por tanto, la venta de repuestos y accesorios ha evidenciado un retroceso período tras período.
- Si bien el crecimiento del parque automotor de los últimos años ha sido significativo, el mismo no ha tenido aparentemente una incidencia positiva en relación a la venta de repuestos.
- El crecimiento en la venta de vehículos nuevos, se asocia también, a la aparición de nuevas marcas en el mercado generando a su vez una mayor dispersión en la oferta de insumos para el transporte de personas.
- El nivel de precios continúa creciendo en valores moderados, 2,7% en el primer trimestre, siguiendo la dinámica de otros bienes de origen importado.
- Por su parte, la importación de piezas de repuestos en el primer trimestre del año no mostró variaciones importantes respecto a lo ocurrido un año antes (-0,6%).

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE REPUESTOS AUTOMOTRICES



III – MAQUINARIA AGRÍCOLA

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. IV 2018
Maquinaria Agrícola*	-	-	-	-9,6%	20,4%**			

Fuente: CITRAMA

*Datos correspondientes al total del país.

**Comprende únicamente la venta de tractores.

- De acuerdo a la información proporcionada por CITRAMA se observa un crecimiento del 20,4% para el primer trimestre del año en relación a la venta de tractores, pasando de 147 unidades comercializadas en 2017, a 177 unidades vendidas en el período actual.
- En esta oportunidad no se contó con la información relativa a la venta de máquinas cosechadoras, las cuales en igual período de 2017 habían alcanzado las 20 unidades.

- De esta forma, se retoma un mayor ritmo de ventas, luego del descenso ocurrido en el período previo, cuya variación fue de -9,6% a pesar de que en el acumulado anual de 2017 se mantuvo un leve crecimiento (1,3%) respecto a 2016.
- La falta de agua y el intenso calor que han caracterizado los primeros meses del año, generaron grandes perjuicios al sector agroexportador, sumado a una situación cambiara fuertemente adversa, y un nivel de precio de los *commodities*, que no logra recuperar los valores de años anteriores.
- Sin embargo, aún bajo dicho contexto, los datos muestran que las ventas de maquinaria han evolucionando de manera positiva, indicando la confianza en que dichos elementos sean de carácter transitorio y logren superarse, lo cual es de trascendental importancia no sólo para el sector en sí, sino para toda la actividad de servicios complementarios.

VENTAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA*

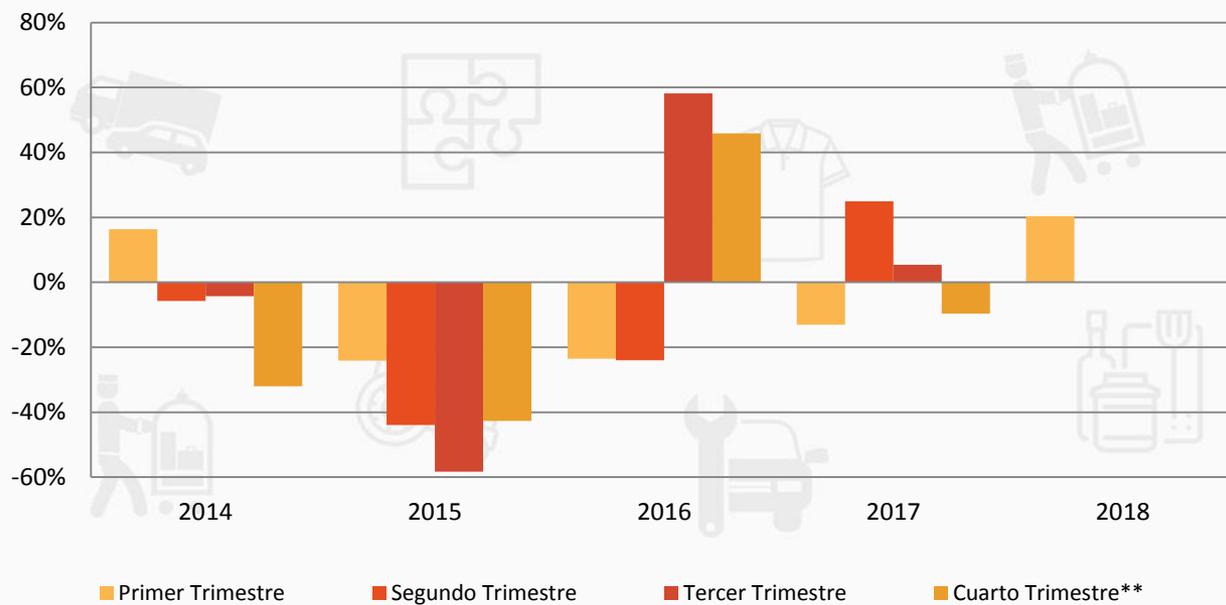
AÑO	TRIM I	TRIM II	TRIM III	TRIM IV	Año
2014	291	394	338	274	1.297
2015	221	221	141	157	740
2016	169	168	223	229	789
2017	167	210	235	207	819
2018	177**				177

Fuente: CITRAMA

*Datos correspondiente al total del país.

**Comprende únicamente la venta de tractores.

VARIACIÓN REAL DE VENTAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA*



Fuente: CITRAMA

*Datos correspondientes al total del país

**Comprende únicamente la venta de tractores



I – AGENCIAS DE VIAJE

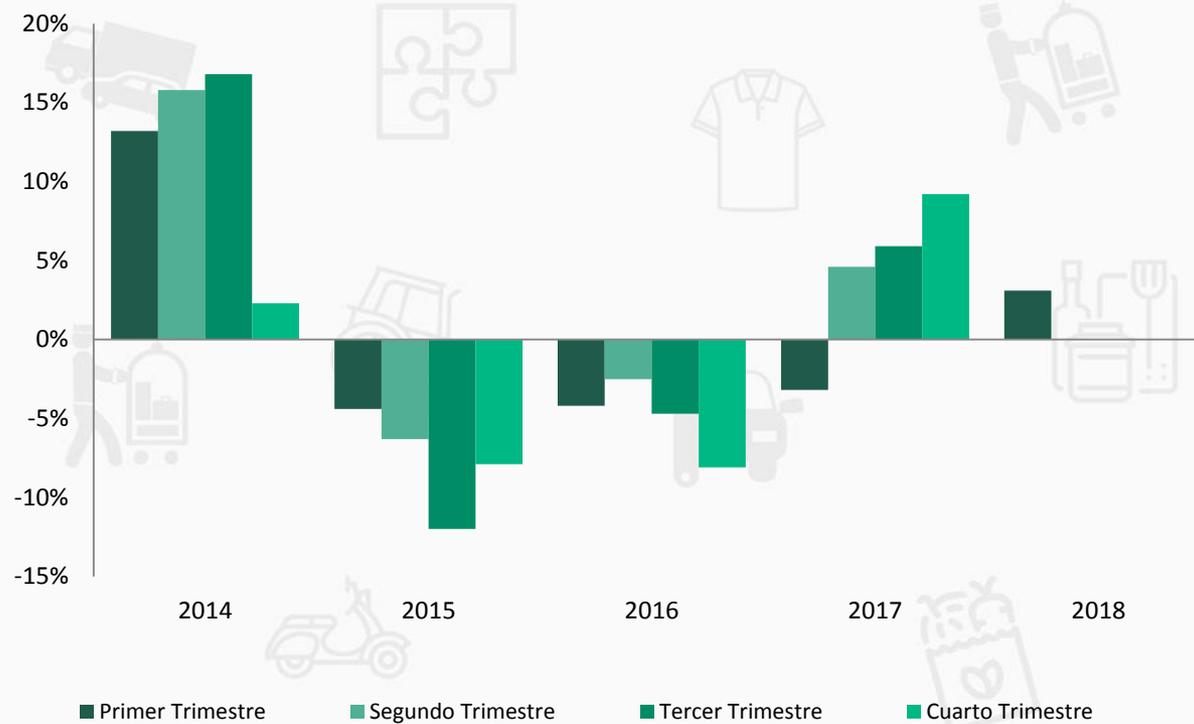
	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Agencias de Viaje	3	6	120	9,2%	3,1%			
Índice de Precios	-	-	-	6,4%	1,3%			

- Las ventas en las Agencias de Viaje continúan mostrando un desempeño positivo en el primer trimestre del año, aunque al mismo tiempo se aprecia cierto freno en la actividad respecto a los registros de los períodos previos, de acuerdo a la información recogida.

- La venta de pasajes y excursiones muestra un comportamiento satisfactorio explicado a partir de las distintas propuestas por parte de los operadores, tarifas y planes comerciales accesibles, favorecido asimismo por la estabilidad en el valor del dólar.
- Sin embargo los empresarios del sector destacan que a pesar del comportamiento positivo en términos de venta, obtienen menores niveles de rentabilidad producto de que los costos medidos en dólares han crecido de forma sostenida en los últimos tiempos, y la competencia a nivel del mercado se ha vuelto más intensa con el surgimiento de nuevos operadores, y nuevas modalidades comerciales.
- Las expectativas se mantienen igualmente positivas de acuerdo a las opiniones recogidas, aunque en un marco de mayores restricciones para el crecimiento, producto de los factores antes mencionados.
- Asimismo, dado que en los próximos meses tendrá lugar la celebración de la Copa Mundial de Fútbol en un destino no tradicional, surge una gran oportunidad de negocios para las empresas del sector.

- En relación con los datos aportados por el Ministerio de Turismo, correspondientes al primer trimestre del año, éstos indican que viajaron al exterior 488.438 residentes, frente a los 470.108 de igual período de 2017, lo que significó un incremento de 3,9%.
- Sin embargo se redujo la estadía promedio, pasando de 7,4 días en 2017 a 6,7 días en 2018, mientras que el gasto medio por el contrario registró un crecimiento de 13,1%.
- Argentina y Brasil representaron en su conjunto más del 86% de los destinos elegidos (66,2% y 20,6% respectivamente),
- Al mismo tiempo se registra un incremento de los viajes a Paraguay (42,7%) y en menor medida, a otros destinos de Norte y Centro América (17,3%), mientras que el resto de América y otros destinos registraron un fuerte descenso (-42,2% y -21,2% respectivamente).

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN AGENCIAS DE VIAJE



II - HOTELES

	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Hoteles tres estrellas	6	6	139	5,8%	5,6%			
Hoteles cuatro estrellas	6	6	211	3,6%	4,3%			
Índice de Precios	-	-	-	5,1%	-0,7%			

- La venta de servicios de alojamiento en Hoteles tres y cuatro estrellas en el comienzo del año indica, al igual que en el cierre de 2017, una recuperación respecto a lo ocurrido un año antes.

- Es así que tanto la variación interanual de los niveles de venta medida en pesos constantes, como el nivel de ocupación muestra nuevamente un desempeño, positivo similar al del cierre del año 2017.
- Igualmente, a pesar de los resultados buenos en términos globales, continúan evidenciándose situaciones particulares de empresas que aún se mantienen bajo un escenario de contracción, con un desempeño que claramente no cubre sus expectativas.
- Los datos aportados por el Ministerio de Turismo en relación al primer trimestre del año, evidencian también una recuperación parcial del sector. Por un lado a nivel país ingresaron 1.531.746 visitantes, lo que significa un incremento del 10,2% respecto al mismo período del año anterior. Sin embargo, el gasto total medido en dólares tuvo un crecimiento leve (1,1%). En el caso concreto de la ciudad de Montevideo, ingresaron 4,3% más visitantes que el año anterior, pero los días de estadía y el gasto en hoteles se redujo en la comparación interanual.
- Un elemento que se destaca en el sector es el incremento de los costos medidos en dólares, los cuales generan grandes dificultades en términos de rentabilidad de la actividad, sumado a que las tarifas no han sufrido grandes modificaciones para poder mantenerse en un mercado cada vez más competitivo.

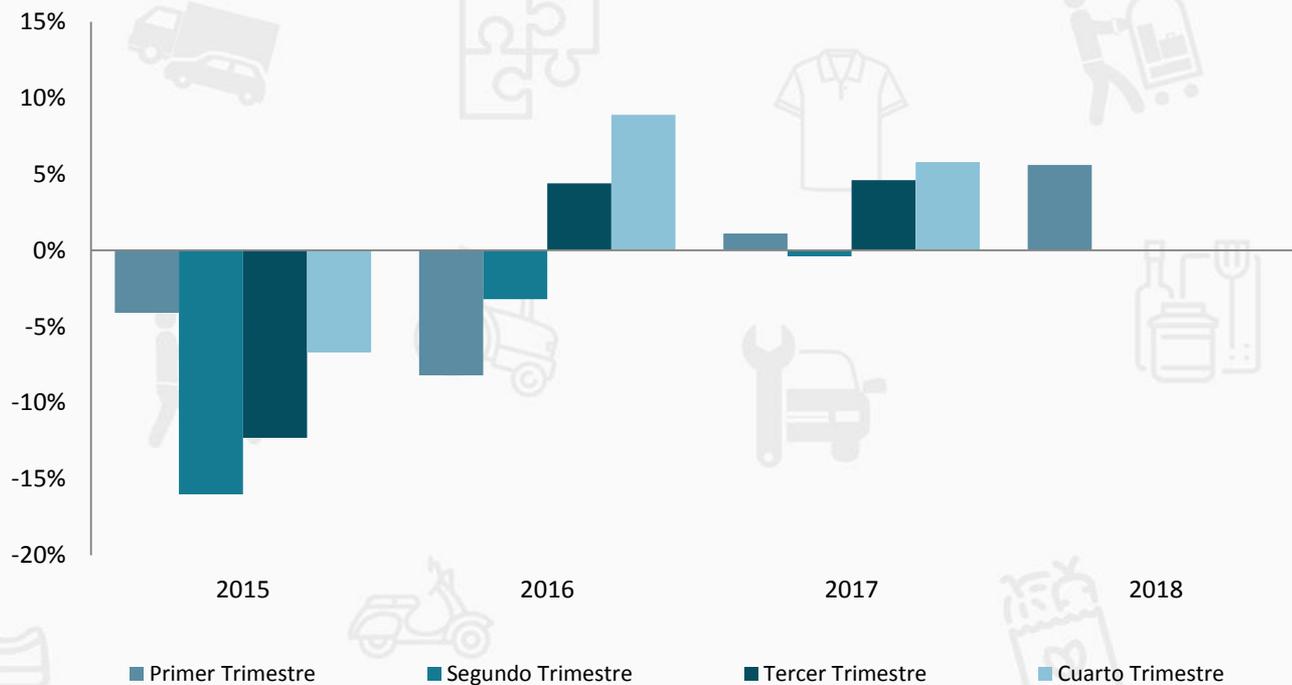
- En efecto, de acuerdo a la información del INE para el conjunto de servicios de alojamiento, la variación en el nivel de precios, medida en pesos uruguayos se contrajo 0,7% en relación al año anterior, lo que evidencia la situación planteada anteriormente.
- Se reitera así el hecho de que a pesar de ciertos elementos positivos observados en la presente temporada, con mayor flujo de turistas y una recuperación en el número de visitantes fundamentalmente de la región, el sector está aún con restricciones, persistiendo problemas importantes de rentabilidad ante el crecimiento de los costos medidos en dólares, la mayor oferta hotelera y las dificultades en términos de competitividad.

El siguiente cuadro resume variables de interés del sector:

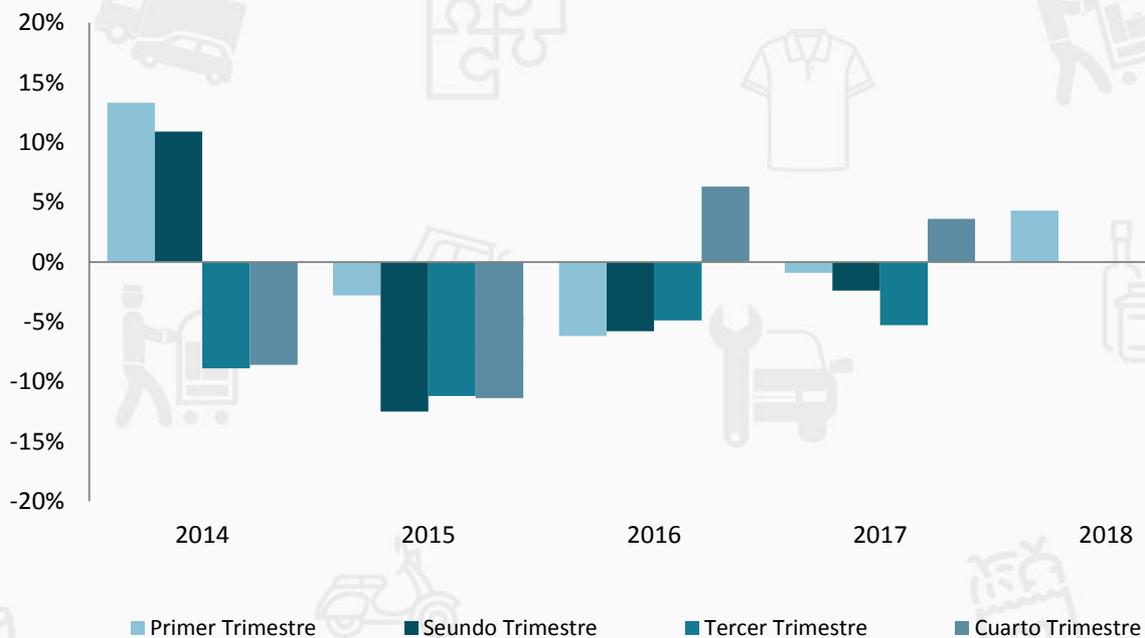
Hoteles Tres Estrellas	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Nivel de Ocupación	68,2%	74,7%			
Tarifa Promedio	54,2 USD	54,4 USD			

Hoteles Cuatro Estrellas	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Nivel de Ocupación	67,6%	77,1%			
Tarifa Promedio	65,0 USD	65,3 USD			

VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN HOTELES DE TRES ESTRELLAS



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN HOTELES DE CUATRO ESTRELLAS



III- SERVICIOS INFORMÁTICOS

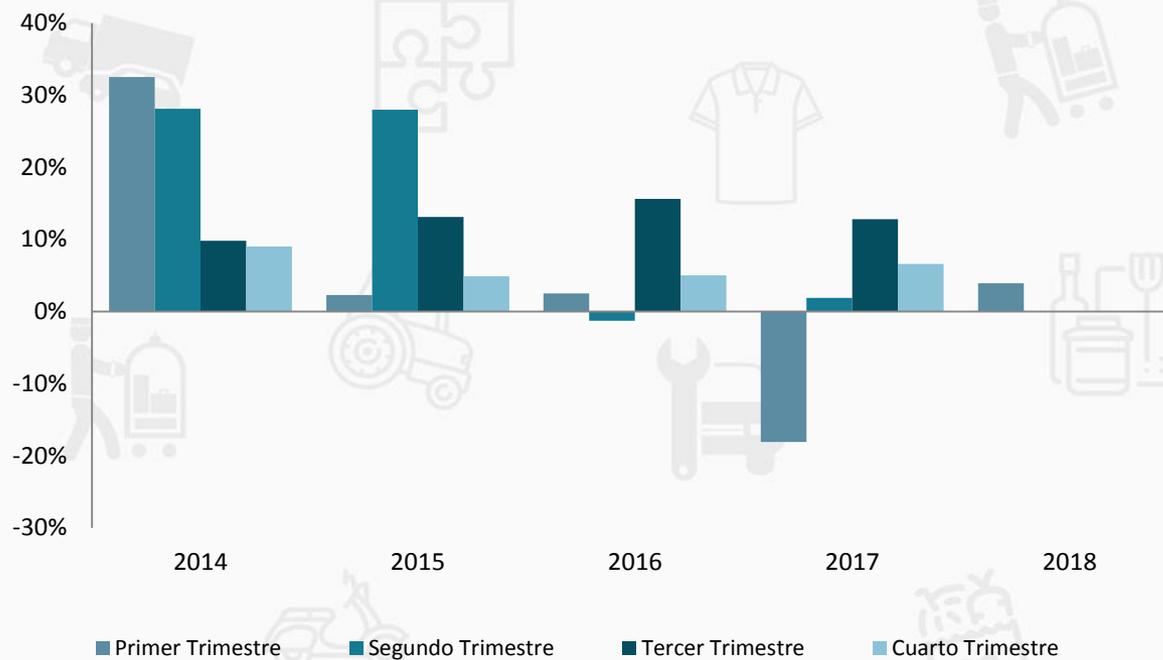
	Nro. Emp.	Nro. Locales	Personal Ocupado	Trim. IV 2017	Trim. I 2018	Trim. II 2018	Trim. III 2018	Trim. V 2018
Servicios Informáticos	5	5	420	6,6%	3,9%			
Software	4	4	67	-15,3%	-18,0%			
Hardware	4	4	181	23,0%	-11,2%			

- Los sectores asociados a las tecnologías de la información (hardware, software y servicios), mostraron nuevamente en el comienzo del año un comportamiento heterogéneo entre los diferentes subsectores que lo integran.

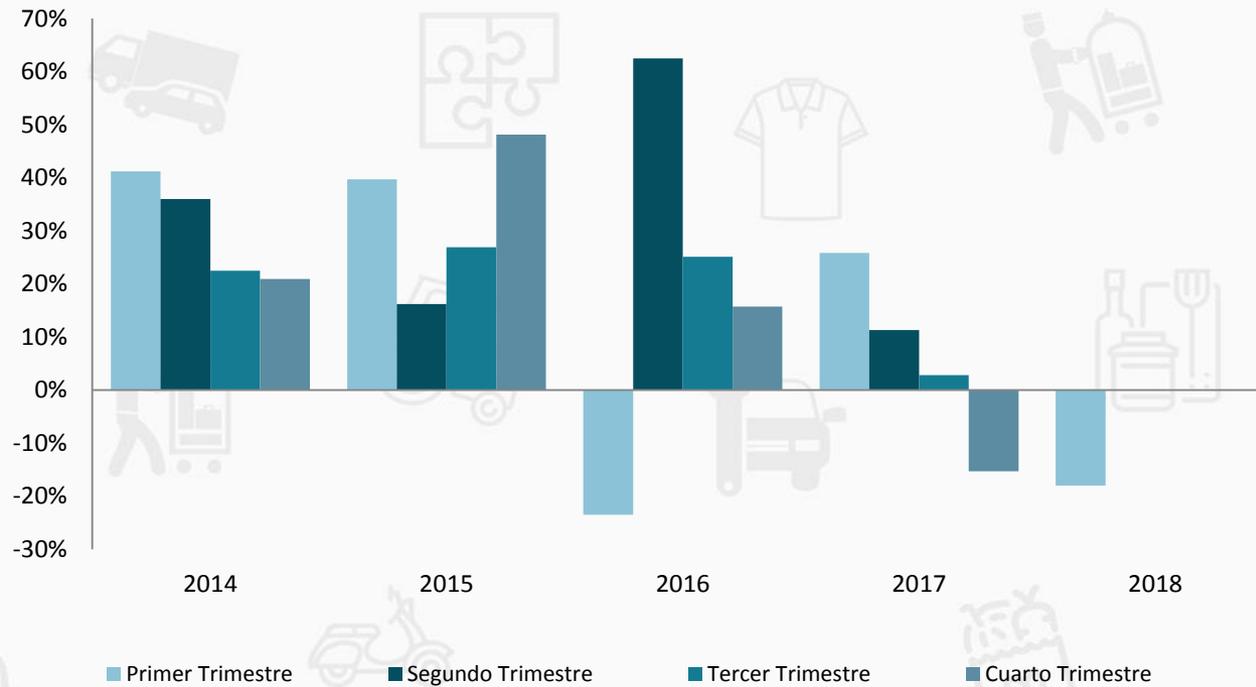
- Si bien la volatilidad en cuanto a la evolución en las ventas del sector suele ser mayor que en otros rubros del comercio, fundamentalmente en períodos cortos de tiempo, los datos indican, y así lo establecen los empresarios consultados, que se observan mayores dificultades y un entorno menos dinámico.
- Por un lado, el sector servicios, continuó mostrando una evolución positiva. Esto se debe fundamentalmente a que en general los servicios ofrecidos por las empresas se establecen a partir de contratos de mediano y largo plazo, lo que hace que la volatilidad sea menor y las oscilaciones se alcancen con mayor rezago.
- En relación a la venta de software es donde se observan las mayores restricciones a nivel del mercado interno, tras un enlentecimiento de los procesos de inversión por parte del sector público y privado. Asimismo, algunos informantes consultados observan dificultades en cuanto a la competitividad del sector, lo cual limita los esfuerzos realizados buscando oportunidades de negocios en el exterior.

- Por su parte, la venta de hardware también ha mostrado oscilaciones importantes en cuanto a su evolución reciente, sin embargo en términos anuales ha mantenido una evolución positiva en los últimos años bajo un marco económico relativamente favorable para la importación de equipamiento ante su menor costo en términos de moneda local.

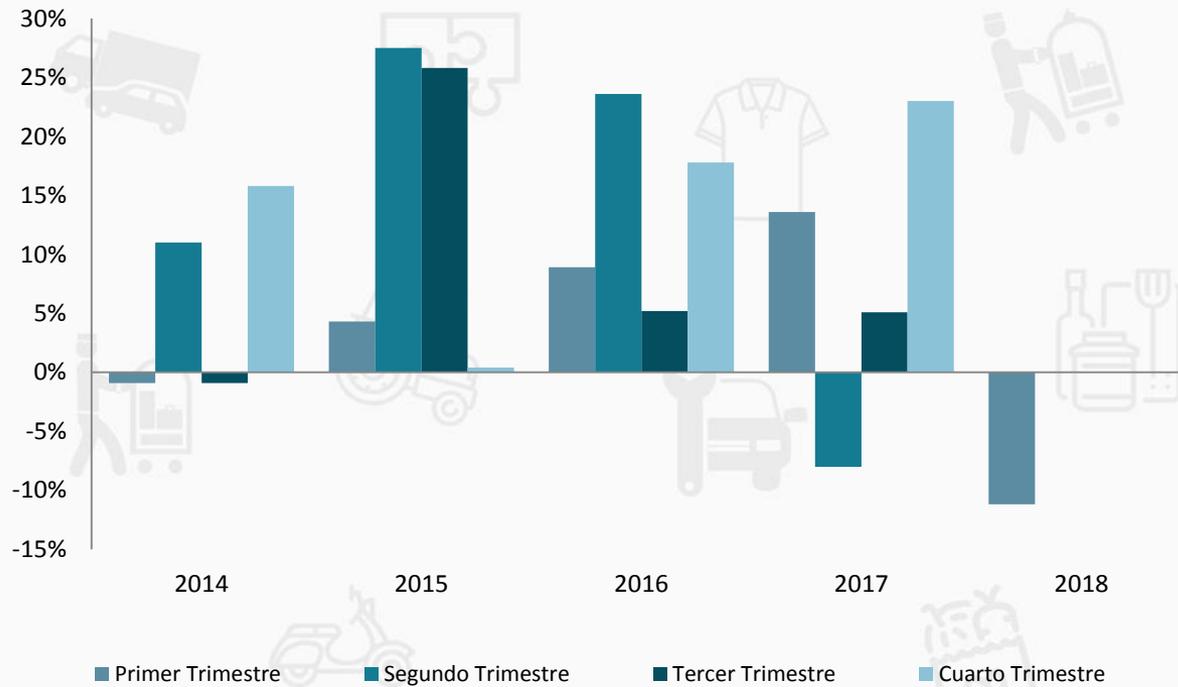
VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN SERVICIOS INFORMÁTICOS



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN SOFTWARE



VARIACIÓN REAL DE VENTAS EN HARDWARE



Conclusiones



- En el año cerrado 2017, el país atravesó un nuevo período de crecimiento económico en términos globales, alcanzando tasas de expansión moderadas (2,0% en el cuarto trimestre, y 2,7% en el acumulado anual).
- Sin embargo, se destaca como elemento característico el hecho de que algunas actividades aún permanecieron en retroceso, es decir, exhibiendo tasas de variación negativas, como es el caso de la Industria Manufacturera, las Actividades Primarias y la Construcción.
- El Sector Comercio, Reparaciones, Restaurantes y Hoteles por su parte registró en 2017 un desempeño positivo (7,5%), impulsado fundamentalmente por la venta de bienes de consumo semi-duraderos y duraderos de origen importado, así como por el buen desempeño a nivel de los servicios (Restaurantes y Hoteles).

- Si embargo, los datos aportados por las empresas consultadas en el presente informe, establecen que el escenario de expansión comercial registrado durante el año 2017, en el comienzo de este año se presenta bajo un entorno más desafiante y complejo, principalmente en aquellos rubros más representativos del consumo de los hogares.
- En efecto, si bien los datos recogidos muestran en algunos casos en particular aún signos de recuperación, la misma habría sido de tono más moderado y parcial, es decir no de carácter general, dado que persisten diferencias notorias entre los distintos sectores relevados, incluso entre empresas de un mismo rubro de actividad.
- Concretamente, el Índice de Difusión en estos primeros meses del año se ha situado en un 57%, es decir poco más de la mitad de los 28 rubros relevados registraron un crecimiento real de sus ventas en la comparación interanual, cuando en el promedio del año anterior este índice se había situado en un 67%.

- De todas formas, las variables económicas relevantes, que inciden en el consumo final de los hogares y en las decisiones de inversión de las empresas, se han mostrado relativamente estables en el comienzo del año.
- La tasa de inflación, luego de haber sufrido un aumento por el ajuste en el precio de las tarifas del mes de enero y el elevado precio de frutas y verduras afectado por factores climáticos, retomó el proceso de convergencia hacia niveles acordes a los objetivos propuestos por el gobierno. Junto con una evolución del valor de dólar en el mercado interno que permaneció en el entorno de los \$ 28, lo cual permitió sostener el mayor poder de compra de los hogares, a partir de un crecimiento del salario real.
- Sin embargo, el mercado laboral se encuentra estancado o en retroceso, producto de la baja capacidad para la generación de empleo en las condiciones actuales donde la rentabilidad de las empresas aún enfrenta dificultades notorias, como se ha mencionado en los diferentes rubros analizados.

- En este sentido, la consulta realizada a los empresarios de cara al inicio de la próxima ronda de negociación salarial indica la necesidad de alcanzar un mayor grado de flexibilización en los acuerdos salariales, que facilite el ajuste ante las oscilaciones cíclicas de la economía y de los diferentes sectores en particular, preservando así la generación de empleo en un contexto que comienza a presentar indicios de mayor inestabilidad, tanto a nivel regional como global.
- Finalmente frente a este escenario, el gran desafío que enfrentan las empresas es lograr recuperar niveles de rentabilidad que le permitan desarrollar nuevos procesos de inversión tanto en capital humano como capital físico, los cuales, pese al crecimiento que han mostrado las ventas en términos durante el año anterior, aún permanecen en retroceso producto de una ecuación de costos con fuerte carga de las tarifas públicas y una elevada presión fiscal que recae fuertemente sobre la actividad formal del sector privado.