



## Departamento de Estudios Económicos

# Resumen Encuesta de Actividad Comercio y Servicios Primer Trimestre 2018

### Introducción

- Los resultados obtenidos a partir de la Encuesta de Actividad del Sector Comercio y Servicios (SCyS) correspondientes al primer trimestre del año, mostraron una situación dividida entre las empresas consultadas: mientras algunos rubros han tenido un crecimiento moderado en la ventas, otros permanecen en una senda negativa y no han logrado revertir la situación acumulada de deterioro comercial tanto en términos de niveles de venta como en relación a sus niveles rentabilidad. Al mismo tiempo, se constata cierta heterogeneidad entre las propias empresas a la interna de un mismo rubro.
- Se destaca el crecimiento que continúan mostrando los bienes de consumo de origen importado, a pesar de que igualmente en este caso se aprecia un menor desempeño. Ello se ampara nuevamente en la evolución establece que mantiene el valor del dólar en el mercado interno, con lo cual de frenarse dicha tendencia (teniendo en cuenta la evolución más reciente y las expectativas de los agentes financieros), podría esperarse que estos rubros comiencen a ver sus niveles de venta menguar.
- El Índice de Difusión refleja claramente lo comentado: en esta oportunidad su valor fue de 57%, es decir que algo más que la mitad de las empresas mostraron un comportamiento expansivo, mientras las restantes sufrieron una caída en sus niveles de venta. Se trata de un valor considerablemente inferior a lo que se venía observando en informes previos. En particular, en el cierre de 2017 el valor del índice fue de 71%, luego de mostrar aumentos trimestre a trimestre desde el cierre de 2016.

### Consulta a los Empresarios: ¿Cuáles considera que serán los principales desafíos que deberá enfrentar su empresa durante el año 2018?

- Tratándose del primer informe del año, se consideró oportuno consultar a los empresarios acerca de las perspectivas para su negocio de cara a los meses siguientes. En esta línea, más de la mitad de los consultados (53,4%) ve como mayor desafío para este 2018, la posibilidad de mejorar sus niveles de venta. Ello se da a pesar de que las principales variables que inciden en el nivel de consumo (ingresos, nivel de precios y tipo de cambio) han evolucionado de forma relativamente favorable.

- En línea con lo anterior, el 38,6% de los empresarios considera que recuperar los niveles de rentabilidad será el mayor desafío para el año corriente. 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 los 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.

## Análisis de los resultados

- 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.
- Otro caso en esta misma línea es el de las ópticas, cuyos niveles de venta crecieron 2,4% durante el primer trimestre en términos interanuales, pese a la desaceleración respecto al comportamiento del cierre de 2017 (6,2%). Al mismo tiempo que se produce un crecimiento en las ventas reales, persiste el problema de la competencia informal que enfrenta el sector, junto con menores niveles de rentabilidad, como resultado del aumento de costos por encima de los ingresos, que se registró en los últimos años.
- 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. De esta forma, el resultado acompaña el comportamiento general de la economía, donde se ha constatado un aumento del gasto en consumo final de los hogares.
- En el caso de los servicios, las agencias de viaje son otro de los casos en que se ha recuperado el nivel de ventas en el último año. En particular, las ventas en términos reales del primer trimestre de 2018 crecieron 3,1% respecto a igual período del año anterior. La venta de pasajes y excursiones continúa mostrando un comportamiento satisfactorio, sostenida a partir de las distintas propuestas por parte de los operadores como tarifas y planes comerciales accesibles, al mismo tiempo que la

estabilidad de tipo de cambio ha sido un factor favorable. De todos modos, los empresarios destacan la caída en la 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 local se ha vuelto más intensa en los últimos años con el surgimiento de nuevos operadores, y nuevas modalidades comerciales.

- En la misma línea han evolucionado los resultados en el caso de hotelería. Las ventas en términos reales de los Hoteles 4 estrellas crecieron 4,3% durante el primer trimestre del año en términos interanuales, luego de tres caídas consecutivas en los trimestres previos. Sin embargo, pese a que la ocupación hotelera se ha recuperado, la misma es aún es parcial, tal como indican los datos del Ministerio de Turismo. A pesar de que entre enero y marzo ingresaron 4,3% más visitantes a la ciudad de Montevideo que el año anterior, tanto los días de estadía como el gasto en hoteles se redujo en relación a 2017 (en términos corrientes).
- Aquellos sectores vinculados a la venta de máquinas y herramientas de trabajo, insumos para la construcción, a pesar de tratarse 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.
- Tanto la venta de automóviles okm, como de repuestos y accesorios automotrices mostraron en este período de análisis un comportamiento negativo. 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.
- 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 contracción pero en menores niveles.

## CUADRO DE RESUMEN

Sectores	Primer Trimestre 2018
<b>Art. de Bazar</b>	
En Bazares	-0,2%
En Sup. Y Coop.	9,8%
<b>Confiterías</b>	-5,0%
<b>Electrodomésticos</b>	
Casas de electrodom.	10,3%
En Supermercados	8,1%
<b>Ferreterías Mayoristas</b>	-12,6%
<b>Ferret. Y Pinturerías</b>	9,1%
<b>Ferreterías Industriales</b>	-3,1%
<b>Pinturerías</b>	1,9%
<b>Ópticas</b>	2,4%
<b>Jugueterías</b>	5,0%
<b>Supermercados</b>	2,4%
<b>Vestimenta en Gral.</b>	
Vestimenta Dama	-8,1%
Vestimenta Caballero	-0,3%
<b>Calzado</b>	4,0%
<b>Autos y Camionetas*</b>	-7,5%
<b>Camiones y Ómnibus*</b>	2,9%
<b>Ciclomotor hasta 50cc</b>	181,7%
<b>Motocicletas hasta 125cc</b>	-8,0%
<b>Barracas</b>	-0,5%
<b>Repuestos Automotrices</b>	-6,2%
<b>Maquinaria Agrícola*</b>	20,4%**
<b>Agencias de Viaje</b>	3,1%
<b>Hoteles 3 estrellas</b>	5,6%
<b>Hoteles 4 estrellas</b>	4,3%
<b>Servicios Informáticos</b>	3,9%
<b>Software</b>	-18,0%
<b>Hardware</b>	-11,2%

\*Información para el total del país.

\*\*Comprende únicamente la venta de tractores

## Conclusiones

- Al cierre del año 2017 el Sector Comercio, Reparaciones, Restaurantes y Hoteles registró 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).
- Sin embargo, los datos aportados por las empresas consultadas en el presente informe, establecen que este escenario de expansión comercial registrado en 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.
- 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.
- 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 de actividad 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.

*Montevideo, 9 de mayo de 2018.*