

Encuesta de Actividad Comercio y Servicios

Fiestas Tradicionales 2018 – 2019

Enero 2019



CAMARA NACIONAL
DE COMERCIO Y
SERVICIOS DEL
URUGUAY

Introducción



Principales resultados



Cuadro de resumen



Comportamiento de precios





Introducción

- Para la elaboración del presente informe de actividad, se contó con la colaboración de los empresarios, quienes brindaron información comercial con el objetivo de evaluar el comportamiento de las ventas correspondientes a la celebración de las Fiestas Tradicionales 2018 – 2019.
- Se tomó como período de referencia desde el 18 de diciembre de 2018 al 6 de enero de 2019, respecto a igual período del año anterior.
- Las empresas fueron seleccionadas a partir de la muestra habitual de la Encuesta de Actividad del Sector Comercio y Servicios, en los rubros considerados más representativos: Artículos de Bazar, Confitería, Electrodomésticos, Jugueteterías, Vestimenta y Calzado, al que se agregó en esta oportunidad, las ventas en grandes superficies.

- Con los datos recabados durante el período de referencia, y utilizando como ponderador el personal ocupado a nivel de cada empresa, se obtuvo la variación interanual de ventas en términos corrientes a nivel agregado para cada sector.
- Finalmente se utilizó el índice de precios por grupo de artículos definido por el INE para el mes de diciembre, obteniendo de esta forma una estimación en términos reales, datos que se presentan resumidos al final del presente informe.



Principales resultados

- Los datos obtenidos en esta oportunidad responden de forma similar al comportamiento que se ha observado durante el año 2018 en el sector Comercio en general, es decir un escenario de contracción en los niveles de venta en términos reales, producto de un menor gasto en consumo por parte de los hogares.
- En efecto, el resultado obtenido indica una caída en las ventas en todas las ramas del comercio consideradas, aunque de diversa magnitud de acuerdo al rubro específico, algunos de los cuales mostraron un retroceso incluso mayor al observado en los períodos previos.
- A pesar de ello, de acuerdo con las opiniones recogidas, los resultados se encuentran dentro de lo esperado por parte de los empresarios dado lo acontecido trimestres anteriores.

- Tal como se ha mencionado en informes anteriores, durante el año 2018 se pudo observar un deterioro de los indicadores de confianza del consumidor, un mercado de trabajo que presenta importantes desafíos junto con un menor poder de compra por parte de los hogares tanto en pesos como en dólares, lo que trae como consecuencia una demanda interna más débil.
- En relación con las habituales campañas comerciales y promociones especiales para estas fechas, éstas se mantuvieron respecto a las del año previo, con una mayor incidencia incluso en la utilización de redes sociales y otros medios web, según destacan los empresarios consultados.
- Se destaca como es tradicional, la campaña de descuentos del Día del Centro, y otras similares organizadas en los principales puntos comerciales de la ciudad, así como en los Shoppings.
- Al esfuerzo realizado por los comerciantes en dichas campañas, se sumaron tal como viene ocurriendo en los años previos, descuentos importantes a partir de la utilización de determinados medios electrónicos de pago, junto a planes de financiación.

- Según la mayoría de las opiniones recogidas, las ventas se desarrollaron a un ritmo lento durante la semana previa al 25 de diciembre, tomando mayor impulso los días jueves y viernes, así como durante todo el fin de semana a nivel de los Centros Comerciales, donde se notó un fuerte movimiento comercial.
- De todas formas si bien el movimiento comercial en dichos períodos fue intenso, con fuerte afluencia de público, se registró un menor gasto por persona.
- Asimismo, como ha venido ocurriendo desde hace un tiempo durante los últimos días del año y primeros días del mes de enero, la actividad comercial en la capital se desaceleró notoriamente, producto del inicio de las vacaciones en las cuales muchas familias se trasladan hacia distintos puntos del país.

- A continuación se analiza la información obtenida de los diferentes rubros relevados. A nivel general tal como se mencionó anteriormente, la totalidad de los rubros registraron un retroceso en las ventas respecto al año anterior, en algunos incluso la caída fue de mayor magnitud en relación a informes previos.
- Las ventas de Artículos de Bazar, que se habían mostrado en cierta forma estables a lo largo del año, tuvieron en esta oportunidad un descenso de 2,3%.
- Los empresarios del rubro indican que el movimiento comercial en esta oportunidad no ha sido diferente al observado otros años, aunque se percibe un menor gasto por parte del público, concretamente en artículos para el hogar y decoración. Esto último a pesar del esfuerzo por parte de las empresas, de incorporar a la oferta de artículos productos novedosos y diseños modernos.

- En relación a las ventas de artículos de Confiterías, los resultados muestran igual comportamiento que el observado a lo largo de los últimos años, caracterizado por el permanente retroceso en los niveles de venta en términos reales.
- En efecto, las ventas en este rubro habían mostrado un deterioro de 4,8% en los primeros nueve meses del año. En esta oportunidad dicha variación fue aún mas significativa: -10,1%.
- Asimismo, todas las empresas consultadas mostraron un retroceso en las ventas en este período respecto del año anterior.
- Los empresarios sostienen que año tras año, la campaña de ventas del período de las Fiestas Tradicionales va perdiendo relevancia, y se ha visto afectada tanto por aspectos económicos relacionados con la menor capacidad de gasto de los hogares, y el crecimiento de la competencia a nivel del mercado interno, como también debido a un constante cambio cultural y de pautas de consumo para este rubro en particular.

- Asimismo, de acuerdo a las opiniones el mayor retroceso en los niveles de ventas se observó en la modalidad “por encargo”, mientras que la venta en mostrador se redujo de forma menos pronunciada.
- Las ventas de electrodomésticos por su parte, también mostraron un deterioro de mayor magnitud respecto a lo registrado el año anterior, cayendo 18,7%, considerando incluso que a lo largo del año la variación había tenido un saldo positivo hasta la primera mitad de 2018.
- En esta oportunidad se registró un descenso notorio en las ventas del rubro, debido fundamentalmente a una contracción en la demanda de artículos duraderos para el hogar respecto al año anterior, tales como equipos de aire acondicionado y televisores.
- De acuerdo con algunas opiniones, la excepción a este desempeño negativo, estuvo asociada a la venta de artículos de tecnología digital, celulares, dispositivos y accesorios cuyas ventas continuaron en valores positivos y a buen ritmo

- En el rubro Jugueterías el comportamiento de las ventas fue también negativo aunque de menor magnitud respecto al observado en otros rubros.
- La variación porcentual de la ventas en las casas del ramo respecto al año anterior fue una caída de 3,3% en términos reales, aunque algunos comercios mostraron un comportamiento positivo, producto de una campaña comercial que resultó exitoso y una fuerte apuesta a la incorporación de una variada gama de artículos nuevos.
- De acuerdo a lo manifestado por algunos de los empresarios consultados, la magnitud de la caída en las ventas estuvo dentro de los márgenes esperados en función de lo observado meses previos, aunque se hicieron fuertes esfuerzos en materia de publicidad, promoción y oferta de artículos, así como en materia de precios, buscando revertir dicho resultado.
- A nivel de artículos se destaca la venta de bicicletas infantiles, monopatinés y patinetas eléctricas, muñecas y accesorios con los personajes de TV, Slime, LoL, Super Heroes, Fancy Nancy, La granja de Senón, y los típicos juguetes para uso al aire libre como piscinas, inflables y pelotas.

- Por otra parte, en lo que tiene que ver con las grandes cadenas de supermercados, los datos obtenidos son de carácter parcial, en la medida que no se encuentran representadas todas las empresas de mayor peso en el sector.
- Igualmente, dichos datos están indicando a nivel de las ventas totales, una disminución de 2,5% en términos reales, respecto a los valores observados un año antes, lo cual es consistente con el comportamiento recesivo observado a lo largo del año 2018.
- En efecto, si bien de acuerdo a dicho comportamiento, y teniendo en cuenta el contexto económico actual, no se esperaba una recuperación en los valores de venta para esta oportunidad, el resultado alcanzado estuvo incluso por debajo de lo esperado, de acuerdo a lo anunciado por los informantes consultados.
- Los productos de mayor incidencia en esta oportunidad fueron los típicos de estas fechas de celebración, destacándose el rubro bebidas, panes y turrónes, productos de carnicería y juguetes.

- En relación al sector Vestimenta, los datos muestran un deterioro de 5,8% y 3,2% en el segmento femenino y masculino respectivamente.
- En ambos casos, se aprecian diferencias notorias entre las empresas consultadas, algunas de las cuales incluso llegaron a mostrar valores positivos de venta respecto al año anterior, y un comportamiento satisfactorio particularmente en los locales del centro, fundamentalmente la semana previa a Navidad.
- La incidencia en materia de descuentos, y la amplia oferta en prendas de temporada contribuyó a sostener la venta en algunas casas del ramo. Sin embargo, pese a lo anterior, se registró en promedio un descenso en la venta de prendas de vestir en relación al año anterior, comportamiento que ha persistido a lo largo de 2018.
- En el mismo sentido evolucionó la venta de calzado, produciéndose una contracción de 6,6% respecto al año anterior, asociado a un menor volumen de venta de calzado deportivo, prendas y accesorios para el deporte.

- A modo de conclusión es posible establecer que la campaña comercial referida a las tradicionales Fiestas de Fin de Año, ha mostrado un resultado que si bien en general responde a la situación observada en el sector Comercio durante el año 2018, en los últimos meses del año el proceso contractivo se ha acentuado gradualmente.
- En efecto, el comportamiento general de la economía que ha evolucionado a un menor ritmo, impacta directamente en un menor poder de compra por parte de los hogares, un comportamiento del consumidor menos predispuesto a realizar gastos en consumo corriente, y una mayor competencia de las empresas por mantener su posición en el mercado.
- Por lo tanto el resultado ha sido un deterioro en la actividad comercial, y una fuerte pérdida de rentabilidad en los últimos años, como consecuencia de menores ventas reales, y crecimiento a nivel de costos de funcionamiento.

- A pesar de esto, el sector empresarial ha mantenido los esfuerzos desde el punto de vista comercial, tanto en materia de publicidad y promociones, como en lo que refiere a precios, stock de mercadería e incorporación de nuevos productos, buscando en cierta forma revertir o al menos amortiguar los efectos de un menor nivel de consumo por parte de los hogares.
- Sin embargo, pese a dicho esfuerzo en los últimos meses, y en función de los datos obtenidos, se observa un menor optimismo en cuanto a una recuperación en los niveles de venta y rentabilidad de cara al comienzo de 2019.



Cuadro de resumen

Rubros	Empresas	Locales	Personal Ocupado	Variación
Bazar	4	4	21	-2,3%
Confitería	5	5	163	-10,1 %
Electrodomésticos	6	22	246	-18,7%
Jugueterías	7	29	165	-3,3%
Supermercados	5	60	8.364	-2,5%
Vestimenta Femenina	6	59	449	-5,8 %
Vestimenta Masculina	5	29	201	-3,2 %
Calzado	5	52	249	-6,6%



Comportamiento de precios

Rubros	Variación de Precios
Bazar	5,1%
Confitería	9,0%
Electrodomésticos	9,0%
Jugueterías	8,4%
Supermercados	8,0%
Vestimenta Femenina	2,9%
Vestimenta Masculina	2,9%
Calzado	2,1%

Fuente: INE

Volver