

Departamento de Estudios Económicos

ENCUESTA DE COMERCIO Y SERVICIOS

M O N T E V I D E O

Período de referencia

OCTUBRE–DICIEMBRE
y ENERO–DICIEMBRE 2008

Montevideo, Uruguay
Febrero 2 0 0 9

ASPECTOS GENERALES	3
ENTORNO ECONÓMICO	4
PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO.....	7
CUADRO RESUMEN DE VARIACIÓN PORCENTUAL REAL DE VENTAS POR GIRO.....	9
COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS PROMEDIO ANUALES	10
COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES.....	11
VARIACIONES POR GIRO.....	12
I – BIENES DE CONSUMO	12
1 - <i>Artículos de bazar</i>	12
2 - <i>Artículos de Confitería</i>	15
3- <i>Electrodomésticos</i>	16
4 A- <i>Ferreterías Mayoristas</i>	20
4 B- <i>Ferreterías y Pinturerías (Minoristas)</i>	21
5- <i>Ópticas</i>	23
6 - <i>Supermercados</i>	25
7- <i>Cooperativas de consumo</i>	28
8- <i>Tocador, Cosmética, Perfumería</i>	29
9 - <i>Vestimenta</i>	31
10- <i>Calzado</i>	35
II – OTROS BIENES.....	37
1 - <i>Autos</i>	37
2 - <i>Camiones</i>	39
3 - <i>Barracas de Materiales de Construcción</i>	42
4 - <i>Repuestos y Accesorios Automotrices</i>	44
5 - <i>Maquinaria Agrícola - Tractores</i>	45
III SERVICIOS.....	49
1- <i>Agencias de Viaje- Turismo emisoro</i>	49
2- <i>HOTELES TRES Y CUATRO ESTRELLAS</i>	51
3- <i>Informática: Hardware, Software y Soluciones Informáticas</i>	54

ASPECTOS GENERALES

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

Presentamos en esta oportunidad el informe No. 74 correspondiente al cuarto trimestre y año 2008, **para la ciudad de Montevideo**. *(Salvo automóviles, camiones, maquinaria agrícola, informática, cuya venta se refiera a todo el país)*

El objetivo del estudio es reflejar la evolución en el corto plazo de las ventas reales en el mercado interno, 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**. En la mayoría de los casos se pondera a las empresas según su personal ocupado y se utiliza el mejor indicador de precios disponible, ya sea a nivel del giro, o mejor aún, de la propia empresa, cuando ello es posible.

También se contó con la información de importaciones relevada por el Departamento de Comercio Exterior de la Cámara.

En la medición de la actividad, participaron más de 200 empresas de diferentes rubros del sector Comercio y Servicios, con más de 600 locales y una ocupación en el entorno de las 14 mil personas.

Asimismo, como es tradicional, se ha contado con el aporte de numerosos informantes calificados.

Adicionalmente a este informe, se entregan 43 gráficos personalizados a 33 empresas con 322 establecimientos comerciales, para las cuales se cuenta con índices mensuales de venta.

A través de dichos gráficos, en los cuales las empresas se encuentran agrupadas por giros comerciales, es posible apreciar las tendencias que presentan las ventas, salvaguardando la identidad de los informantes.

ENTORNO ECONÓMICO

El Banco Central del Uruguay (BCU) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) han divulgado los resultados de la actividad económica, así como la evolución de precios, ocupación e ingresos de la población.

La economía durante los primeros nueve del 2008, respecto a igual periodo del año 2007 mostró un significativo crecimiento de 13.4 %.

De acuerdo con el BCU, el comportamiento fuertemente expansivo del Producto en ese período se explica tanto por el impulso de la demanda externa como de la interna (consumo e inversión), siendo la actividad comercial una de las más dinámicas, destacándose el incremento del comercio de bienes importados, en especial de bienes de consumo.

Esta información corrobora los Informes trimestrales divulgados por nuestra Cámara.

Sin embargo, el crecimiento económico tuvo una significativa desaceleración en los últimos meses del año, como consecuencia de la crisis internacional y de algunas medidas adoptadas por las autoridades.

La Cámara Nacional de Comercio y Servicios ve con profunda preocupación que la crisis internacional ya comenzó a golpear al país y que las medidas que se están tomando por parte de las autoridades no van en el sentido correcto. Así, actualmente las empresas en los diversos sectores de actividad enfrentan una serie de problemas, algunos de ellos originados en factores externos y otros, en inadecuadas medidas oficiales:

- recesión en los mercados internacionales
- caída de los precios de exportación de bienes y servicios uruguayos
- incremento de costos salariales
- incremento de costos tributarios
- incremento de regulaciones
- incremento de tarifas públicas o no reducción acorde a los precios internacionales
- incremento del costo del crédito
- caída del tipo de cambio real
- sequía y plaga de langosta en algunas zonas del país

La Cámara se permite sugerir una serie de medidas que, si bien son difíciles de tomar, permitirán sobrellevar la crisis internacional que ya golpea al país, con el menor impacto posible:

- suspensión de gastos gubernamentales por seis meses (ajustes de salarios públicos, y por tanto, de pasividades¹, otros gastos corrientes)
- reducción de regulaciones y de impuestos internos en importaciones. Equiparación con el régimen impositivo de producción nacional.
- revisión a la baja de los incrementos de salarios privados basados en los lineamientos oficiales en el último consejo de salarios.
- reducción de la tasa de interés
- dejar flotar al dólar

Con relación a los ingresos de la población, el *índice medio de salario real promedio* entre los años 2007 y 2008 ha aumentado un 4.3 %.

Entre los cuartos trimestres de ambos años el crecimiento se situó en 4.0 %.

En lo que se refiera al *Ingreso Medio Real de los hogares de Montevideo*, entre los once primeros meses de los años 2007 y 2008 se habría producido un aumento del 8.5 %

En lo que corresponde a los indicadores de ocupación para **Montevideo, considerando los años calendario:**

- *la tasa de empleo* pasó de 58.4 en 2007 a 58.8 en 2008

- *la tasa de desempleo* pasó de 8.7 en 2007 a 7.1 en 2008

Considerando los cuartos trimestres de ambos años:

- *la tasa de empleo* pasó de 58.9 en octubre-diciembre 2007 a 60.6 en igual trimestre de 2008

- *la tasa de desempleo* pasó de 7.9 en el último trimestre de 2007 a 6.2 en el correspondiente a 2008

Con referencia a la evolución de los *precios al consumidor*, el crecimiento entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 y 2008, **en promedio**, se han situado en 8.59 % y 7.87 respectivamente, destacándose por su mayor magnitud el rubro Alimentos y Bebidas, con 9.54 % y 13.70 %, respectivamente.

¹ Se debe recordar que las pasividades se ajustan en oportunidad de incrementar los salarios públicos.

El tipo de cambio promedio anual, entre los cuartos trimestres 2007 y 2008 aumentó en 6.67 %, mientras que entre los años calendario, disminuyó en -10.77 %.

PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO

La Encuesta realizada por la Cámara Nacional de Comercio y Servicios para el último trimestre del año 2008 muestra comportamientos diferentes en los giros estudiados.

En el cuarto trimestre de 2008 en relación al cuarto trimestre del año 2007

aumentan las ventas en:

- artículos de bazar en Supermercados y Cooperativas
- artículos de confitería
- electrodomésticos, en casas especializadas
- artículos ópticos
- supermercados
- artículos de tocador, cosmética y perfumería
- vestimenta de damas y caballeros
- calzado
- automóviles y camiones
- repuestos automotores
- servicios de hotelería
- informática: hardware, software y servicios informáticos

disminuyen las ventas en:

- artículos de bazar en casas especializadas (Bazares)
- artículos electrodomésticos en Supermercados y Cooperativas
- artículos de ferretería en distribuidores mayoristas
- artículos de ferretería y pinturería en comercios minoristas
- cooperativas de consumo
- barracas de materiales de construcción
- tractores y maquinaria agrícola
- agencias de viajes

En el último trimestre del año 2008, las menores ventas realizadas en algunos de los giros estudiados respecto a igual período del año anterior, así como la desaceleración de los crecimientos en algunos de los casos, se explicarían principalmente, **a juicio de nuestros entrevistados**, por la incertidumbre que se han venido generando ante la creciente evolución de la crisis internacional que está afectando a las principales economías mundiales y que ya está golpeando las exportaciones de bienes y servicios nacionales. Esta situación ha sido agravada por la sequía y el desarrollo de algunas plagas que afectaron gravemente la producción agropecuaria, así como por regulaciones y medidas económicas que dificultan y/o encarecen la actividad empresarial.

Considerando los años calendario 2007 y 2008, la actividad ha crecido en el conjunto de los giros estudiados de manera significativa, como consecuencia de las favorables condiciones que se han procesado hasta el mes de setiembre, en cuanto a la mayor actividad económica, aumento de los ingresos y mayor ocupación.

La mayoría de nuestros entrevistados manifiestan que se habrían cumplido las expectativas favorables que tenían a comienzos del 2008, y que a pesar de la desaceleración o caída de actividad sobre finales del año, señalada en algunos casos, puede considerarse que el 2008 tuvo un comportamiento comercial excelente.

Las importaciones de los rubros de las “canastas” que se consideran en este informe, entre los años calendario 2007 y 2008, de acuerdo con el Departamento de Comercio Exterior de la CNCS, aumentaron en dólares corrientes entre un mínimo de 27.0 % en el caso del calzado y un 55.1 % tratándose de artículos electrodomésticos.

Respecto a las previsiones para el 2009, los empresarios manifiestan una gran incertidumbre respecto a las repercusiones de la crisis mundial sobre nuestro país y a las medidas oficiales para combatirla o minimizar su impacto.

**CUADRO RESUMEN DE VARIACIÓN PORCENTUAL REAL DE VENTAS
POR GIRO DE ACTIVIDAD**

En el siguiente cuadro se presentan las variaciones reales de las ventas entre los respectivos trimestres y nueve meses de los años 2008 y 2007. El número de empresas, locales y personal ocupado corresponde al último período estudiado.

I. BIENES DE CONSUMO	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM	A Ñ O
1. ARTÍCULOS DE BAZAR Y MENAGE	12	71	-	-	-	-	-	-
-ARTS. EN SUPERM. Y COOPERATIVAS	6	65	-	20.0	16.7	10.9	3.6	11.3
-ARTS. EN BAZARES	6	6	50	-10.0	-2.7	-8.6	-2.1	-2.6
2. ARTÍCULOS DE CONFITERÍA	8	15	607	2.2	-1.0	0.0	1.4	0.3
3. ELECTRODOMÉSTICOS	12	81	-	-	-	-	-	-
-ARTS. EN SUPERM. Y COOPERATIVAS	5	51	-	29.2*	15.7*	15.3*	-11.0	11.5
-ARTS. EN CASAS DE ELECTRODOMÉST.	7	30	394	21.8	25.0	25.1	1.1	16.4
4.A. FERRETERÍAS MAYORISTAS	5	6	191	17.9	36.8	26.0	-5.2	17.9
4.B. FERRETERÍAS Y PINTURERÍAS	15	24	301	10.0	17.2	7.2	-5.4	6.2
-PINTURERÍAS	6	12	126	12.6	22.3	11.3	-2.1	10.4
5. ÓPTICAS	12	35	248	9.8	21.2	10.2	7.8	12.0
6. SUPERMERCADOS	6	69	7358	9.2	5.5*	1.9*	1.5	4.5
7. COOPERATIVAS DE CONSUMO	3	3	407	6.8	2.8	6.1	-1.0	5.0
8. TOCADOR, COSMÉT. PERFUM.	11	82	655	17.9	17.3	4.1	5.8	8.4
9. VESTIMENTA	15	72	712	9.3	7.5	7.4	5.9	7.8
- Vestimenta Damas	8	47	461	11.4	8.1	10.0	7.0	8.8
- Vestimenta Caballeros	7	25	251	6.7	6.9	2.8	3.7	5.9
10. CALZADO	5	36	350	7.8	8.7	7.1	8.8	8.4
II. OTROS BIENES								
	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	A Ñ O
1. AUTOS - ASCOMA	45**	-	-	35.0*	52.5	55.0*	9.2	36.0
2. CAMIONES - ASCOMA	21**	-	-	75.9*	233.9*	12.4*	17.5	64.9
3. BARRACAS -MAT. CONSTRUC.	8	12	242	-8.1	9.0	7.3	-8.5	0.5
4. REPUESTOS, AUTOMOTORES	7	15	158	27.5	26.7	20.6	9.8	21.1
5. TRACTORES - CITRAMA	6	-	-	82.0	151.9	43.8	-28.2	41.3
III. SERVICIOS								
	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	A Ñ O
1. AGENCIAS DE VIAJES-TUR.EMISIVO	5	13	276	0.0	11.0	16.0	-18.8	0.0
2. HOTELES	8	8	196	-	-	-	-	-
HOTELES 3 ESTRELLAS	4	4	85	11.0	8.0	31.3	7.4	14.7
HOTELES 4 ESTRELLAS	4	4	111	28.0	6.0	7.0	3.5	5.4
3. INFORMÁTICA	13***	-	1057	-	-	-	-	-
INFORMÁTICA HARDWARE	8	-	336	64.0	114.0	0.0	27.0	64.0
INFORMÁTICA SOFTWARE	10	-	279	117.0	79.0	29.0	67.0	83.0
INFORMÁTICA SERVICIOS	8	-	442	28.0	27.0	30.0	28.0	26.0

(*) datos ajustados (**)empresas informantes (***) varias empresas son informantes múltiples

COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS PROMEDIO ANUALES

En el siguiente Cuadro se presentan las variaciones **promedio anual** trimestrales y anuales de los precios en pesos por giros y/o productos, así como del dólar.

Dichas variaciones han sido calculadas a partir de la información proporcionada por el INE y BCU².

CUADRO RESUMEN: VARIACIÓN % PROMEDIO ANUAL DE PRECIOS 2008/07					
	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
TIPO DE CAMBIO	-14.0	-17.6	-16.7	6.7	-10.8
IPC GENERAL	7.8	7.6	7.6	8.6	7.9
ALIMENTOS Y BEBIDAS	17.0	15.0	13.8	9.5	13.7
ARTÍCULOS. DE CONFITERÍA	15.5	15.8	16.4	15.1	15.7
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	10.0	8.4	7.7	8.9	8.7
ARTÍCULOS ÓPTICOS	3.7	2.9	3.0	2.3	3.0
COMPUTADORAS	-24.3	-25.9	-23.7	1.5	-18.8
COOPERATIVAS DE CONSUMO	4.0	2.6	3.3	8.0	2.9
COSMÉTICA, PERFUMERÍA, HIGIENE	-3.8	0.0	5.8	8.0	2.4
CUID. DE LA CASA- MAT. DE CONSTRUCCIÓN	9.0	12.8	19.0	26.9	17.0
CUID. DE LA CASA- PINTURAS Y SOLVENTES (IPC)	2.1	2.9	10.1	15.5	7.7
ELECTRODOMÉSTICOS	-6.5	-9.1	-7.0	11.8	-2.9
INDUMENTARIA- CALZADO	2.4	2.3	0.7	0.7	1.5
INDUMENTARIA- VESTIMENTA EXTERIOR	4.2	3.7	1.2	3.1	3.0
INDUMENTARIA- VESTIMENTA INTERIOR	4.9	3.4	2.5	2.9	3.4
MENAJE	4.7	2.2	1.5	5.2	3.4
MUEBLES	4.7	5.4	6.5	12.3	7.3
SERVICIO DE HOTELES Y ALOJAMIENTO	4.3	2.8	6.9	29.0	10.9
SERVICIOS TURÍSTICOS - EXCURSIONES	-5.8	-11.1	-0.9	17.7	1.0
SUPERMERCADOS	12.1	10.4	9.3	9.0	10.0

Fuente: elaboración propia basándose en información del I.N.E y BCU.

² Estos indicadores han sido utilizados como ajuste de los valores corrientes de venta (deflatores) para la determinación de las variaciones reales de la venta en los diferentes giros, **en aquellos casos** en los que las empresas no poseen sus propios indicadores de precios y/o los informantes calificados consultados no han proporcionado estimaciones de variaciones de precios.

COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES

A partir de canastas de partidas arancelarias representativas³, se puede determinar las variaciones de las importaciones efectuadas entre los períodos similares de los años 2007 y 2008⁴.

IMPORTACIONES POR GIRO					
VARIACIÓN %	POR GIROS COMERCIALES 2008/2007				
	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	AÑO
ELECTRODOMÉSTICOS	37	103	68	28	55
CALZADO	47	30	13	26	27
REPUESTOS Y ACCESORIOS AUTOM.	47	78	56	35	54
ARTÍCULOS ÓPTICOS	35	34	37	26	32
ARTÍCULOS DE FERRETERÍA	34	37	52	44	42
TOCADOR, COSMÉTICA, PERFUMERÍA	26	34	33	34	32
ARTÍCULOS DE BAZAR Y MENAGE	29	22	50	31	33

Fuente: Elaboración a partir de la información proporcionada por el Dpto. de Comercio Exterior de la CNCS - *preliminar* de Aduanas al mes de febrero de 2009

³ En base a canastas elaboradas por el Departamento de Comercio Exterior de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios.

⁴ Esta información se ajusta a medida que se dispone de la información definitiva.

VARIACIONES POR GIRO

I – BIENES DE CONSUMO

1 – Artículos de bazar y menaje

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Enlentecimiento en el crecimiento de la venta agregada de las grandes superficies y disminución en los bazares

Entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 la tendencia de crecimiento de la venta real agregada de los Supermercados y Cooperativas de consumo se ha mantenido, aunque con cierta desaceleración, mientras que en los bazares la venta habría sido ligeramente inferior.

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
ARTÍCULOS DE BAZAR Y MENAJE	12	71	-	-	-	-	-	-
- ARTS. EN SUPERM. Y COOPERATIVAS	6	65	-	20.0 %	16.7 %	10.9 %	3.6	11.3 %
- ARTS. EN BAZARES	6	6	50	-10.0 %	-2.7 %	-8.6 %	-2.1	-2.6 %

Entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 – 2008, **los precios** en términos generales habrían experimentado un aumento en pesos de un 5.2 % y de 3.4 %, respectivamente, resultado de variaciones diferenciadas según artículos y origen de importación.

Estos comportamientos se explicarían por las evoluciones del tipo de cambio y de los precios en origen.

Las importaciones se mantuvieron en niveles elevados, de acuerdo a la información proporcionada por el Departamento de Comercio Exterior de la Cámara Nacional de Comercio.

ARTÍCULOS DE BAZAR Y MENAGE EN BAZARES

VENTA DE ARTÍCULOS EN BAZARES					
VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	-1.1	-3.7	-4.5	-18.5	-6.7
2002	-35.9	-22.2	-30.4	-47.1	-34.0
2003	-35.6	-32.1	-5.6	5.2	-14.0
2004	22.7	8.7	12.6	8.2	12.0
2005	4.1	9.9	4.8	21.0	10.4
2006	9.9	1.4	5.7	3.8	4.7
2007	3.7	0.0	4.2	1.0	2.1
2008	-10.0	-2.7	-8.6	-2.1	-2.6

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES EN BAZARES



En los comercios especializados – Bazares –, comparando los cuartos trimestres y años 2007 y 2008, la venta real habría tenido una disminución del orden de - 2.1 % y -2.6 %, respectivamente.

Aunque con diferentes intensidades, durante todo el año el comportamiento ha sido contractivo para la mayoría de los informantes.

Este es el primer año de caída de ventas para los bazares, luego de un sostenido crecimiento desde fines del año 2003.

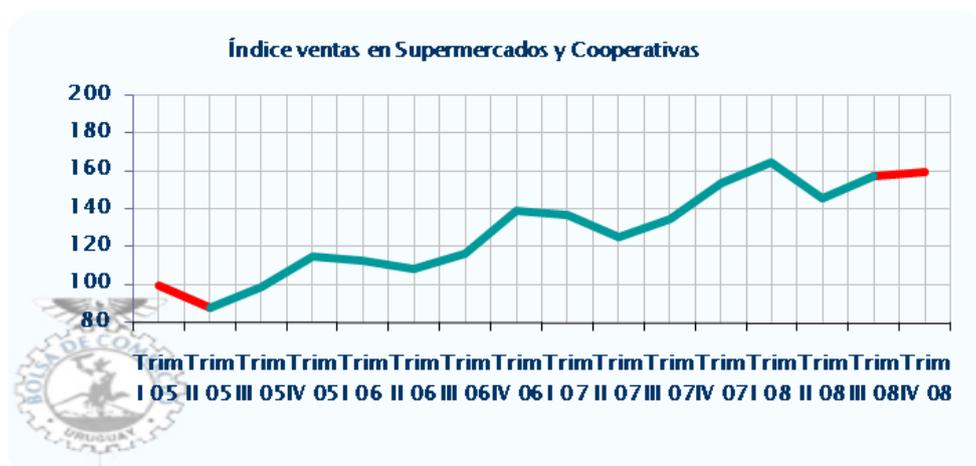
VENTA DE ARTÍCULOS DE BAZAR y MENAGE EN SUPERMERCADOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO					
VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2006	13,3	22,8	17,5	20,7	18.5
2007	21,5	15,7	21,3	10,3	14,5
2008	20.0	16.7	10.9	3.6	11.3

El crecimiento de ventas ha continuado, especialmente en Supermercados, aunque con cierta desaceleración.

Como se ha expresado en anteriores informes, el crecimiento en los volúmenes de la comercialización de estos artículos en los Supermercados se debería principalmente a una mayor participación en el mercado como consecuencia de una diversificada oferta, aumento del crédito y mayores facilidades de pago, así como de importantes promociones.

Entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 los crecimientos reales de la venta se habrían situado en 3.6 % y 11.3 %, respectivamente.

En el siguiente gráfico podemos apreciar el sostenido aumento de la venta desde el primer trimestre del año 2005, situándose actualmente en un nivel real aproximadamente 60 % superior al de aquel período.



2 - Artículos de Confitería

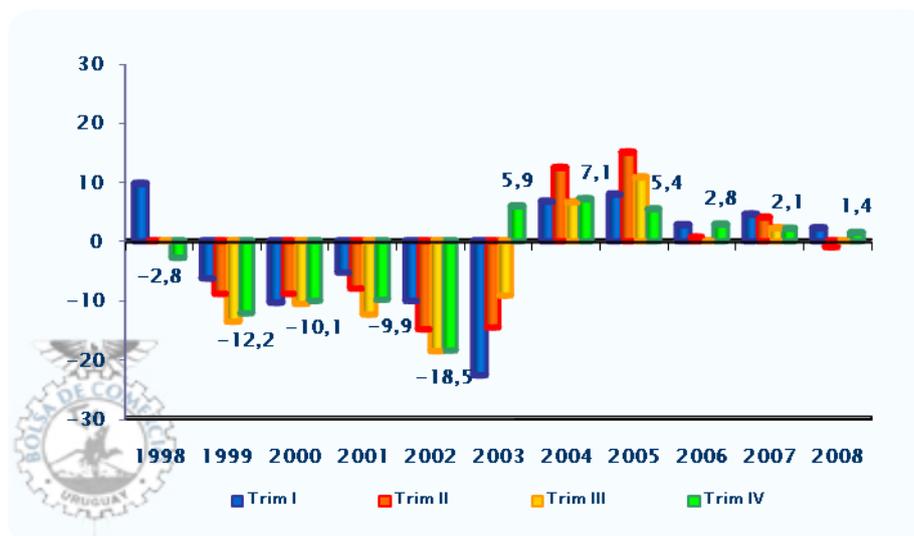
CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Venta ligeramente creciente entre los cuartos trimestres y prácticamente estable, respecto al año anterior, a pesar del importante aumento en los precios

PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	-5.3	-8.0	-12.4	-9.9	-9.7
2002	-10.1	-14.9	-18.6	-18.5	-15.5
2003	-22.7	-14.6	-9.2	5.9	-6.2
2004	6.7	12.4	6.6	7.1	9.2
2005	7.9	15.0	10.8	5.4	9.5
2006	2.7	0.6	0.0	2.8	2.2
2007	4.5	4.0	2.2	2.1	2.7
2008	2.2	-1.0	0.0	1.4	0.3

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
CONFITERÍAS	8	15	607	2.2 %	-1.0 %	0.0 %	1.4 %	0.3 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Entre los cuartos trimestres de 2007 y 2008, la comercialización real habría aumentado ligeramente, en 1.4 %, a pesar del crecimiento en los precios de venta de principales productos comercializados.

Entre ambos años, 2007 y 2008, se presentaría una situación prácticamente estable.

El comportamiento de las ventas ha sido, salvo excepciones, bastante similar entre las empresas informantes.

Las empresas que mostraron cierto crecimiento lo atribuyen a la evolución en los ingresos de la población y el aumento en el empleo.

Si se comparan los cuartos trimestres y años 2007 y 2008, en promedio, los precios habrían aumentado en un 15.1 %, y 15.7 %, respectivamente.

VARIACIÓN DE PRECIOS DE PRINCIPALES INSUMOS EN LA PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS DE CONFITERÍA 2008/2007

(% promedio trimestral y acumulado anuales)

PRODUCTOS (*)	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	A Ñ O
AZÚCAR	-31.2	-16.1	0.0	27.0	-7.9
ACEITES Y GRASAS	44.1	49.1	38.9	21.8	37.4
HARINA DE TRIGO	37.8	51.8	32.4	13.5	32.7
PANES Y CEREALES	21.6	25.3	22.3	18.2	21.7
LÁCTEOS Y HUEVOS	23.7	25.3	18.6	7.5	18.3
JAMÓN	12.2	13.4	16.0	15.2	14.2
MERMELADA, DULCES Y MIEL	13.3	13.8	13.2	5.7	11.4

(*) Elaborado a partir de la información del INE (Instituto Nacional de Estadística)

3- Electrodomésticos

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- En el cuarto trimestre disminución de la venta en supermercados y ligero aumento en casas de electrodomésticos
- Tendencia a la suba de los precios por crecimiento de la cotización del dólar en los últimos meses de 2008

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IVTRIM	A Ñ O
ELECTRODOMÉSTICOS	12	81	-	-	-	-	-	-
-ARTS. EN SUPERM. Y COOPERATIVAS	5	51	-	29.2 %*	15.7 %*	15.3 %*	-11.0%	11.5 %
-ARTS. EN CASAS DE ELECTRODOM.	7	30	394	21.8 %	25.0 %	25.1 %	1.1%	16.4

*datos ajustados

Se produce en los últimos meses una reversión de la tendencia en la venta de artículos electrodomésticos en supermercados.

Si bien se mantienen los factores que hasta septiembre explicaban la expansión de la venta, como la creciente oferta de nuevos productos, facilidades de pago y promociones, en los últimos meses del año las ventas en los Supermercados habrían sido inferiores a las de igual período del año 2007.

Esta situación se podría relativizar al considerar que el periodo con el cual se está realizando la comparación fue el 2007 con excepcionales ventas y en un periodo que estacionalmente es el más elevado del año.

Entre los cuartos trimestres de 2007 y 2008, de acuerdo con el relevamiento del INE, los precios **en pesos promedio anuales** de la “canasta de electrodomésticos” habrían aumentado en un 11.8 %.

A la vez, si se comparan los años calendario 2007–2008, **en promedio** los precios disminuyeron en - 2.9 %.

En el cuadro adjunto podemos observar que, entre los cuartos trimestres los precios relevados por el INE aumentan, aunque con diferentes intensidades.

Si tomamos ambos años calendario, habrían disminuido los precios de: video-caseteros, televisores, aparatos telefónicos, radio-grabadores, equipos de audio, licuadoras, hornos microondas y lustra-aspiradoras.

VARIACIONES % PROMEDIO ANUALES 2008/2007					
Artículos	I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM	A Ñ O
Video-caseteros	-18,3	-20,4	-18,2	4,4	-13,7
Televisores	-16,5	-20,3	-18,3	1,8	-13,7
Aparatos telefónicos	-14,4	-17,6	-15,6	4,3	-11,2
Radio-grabadores	-14,3	-16,2	-13,9	6,5	-9,8
Equipos de audio	-12,3	-14,1	-11,7	9,0	-7,6
Licuadoras	-9,0	-9,1	-9,6	14,3	-3,6
Hornos microondas	-14,9	-11,9	-4,8	21,0	-3,3
Refrigeradores	-6,1	-8,6	-4,4	14,8	-1,2
Lustra-aspiradoras	-4,2	-5,4	-3,1	23,4	2,5
Lavarropas	-1,7	-5,2	-0,7	19,3	2,8
Cocinas a gas	-3,9	-2,6	-0,6	18,9	2,9
Ventiladores	0,5	-1,0	6,2	25,4	7,8
Calefones eléctricos	12,8	12,1	6,7	7,1	9,5
Estufas a gas	28,9	10,0	5,2	10,8	12,9
TOTAL (Variación % promedio anual ponderado, canasta del I.N.E.)	-6,5	-9,1	-7,0	11,8	-2,9

En la “canasta” elaborada por el INE para la determinación de la evolución agregada de los precios, no se considera los “pequeños electrodomésticos” así como tampoco un conjunto de artículos de relativa reciente aparición en el mercado como los celulares, reproductores mp3, etc.

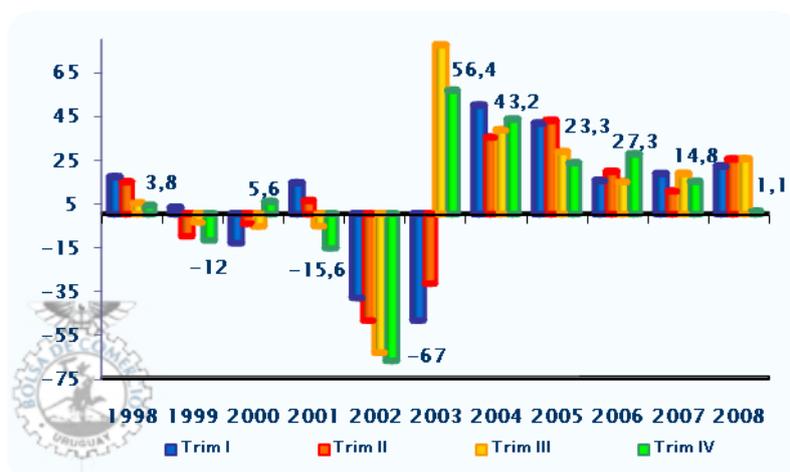
Ventas en Casas de artículos electrodomésticos

Entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 el crecimiento real de la venta se habría situado en el 1.1 % y 16.4 %, respectivamente.

Este es un comportamiento expansivo que se da por sexto año consecutivo, con ventas que se habrían multiplicado por 3.5 veces en valores reales, después de la fuerte crisis del 2001–2002.

VENTA EN CASAS DE ARTÍCULOS ELECTRODOMÉSTICOS VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	14.1	6.0	-5.5	-15.6	-3.7
2002	-38.3	-48.6	-63.3	-67.0	-55.0
2003	-48.6	-31.7	77.1	56.4	7.6
2004	49.6	35.0	38.3	43.2	45.4
2005	41.4	42.6	28.4	23.3	34.0
2006	15.2	19.3	14.7	27.3	23.4
2007	18.3	10.4	18.4	14.8	14.9
2008	21.8	25.0	25.1	1.1	16.4

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



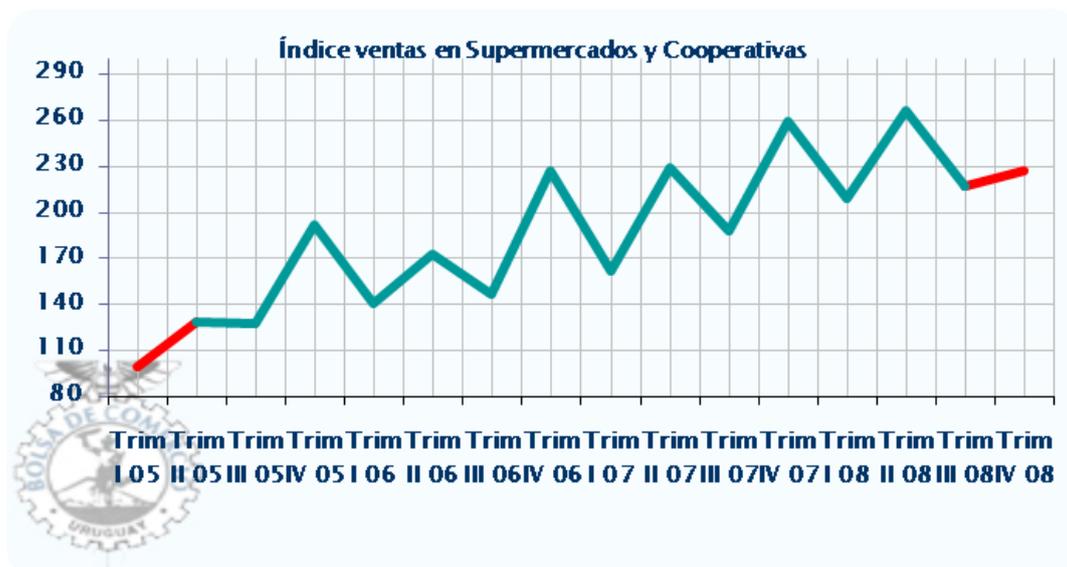
Artículos en Supermercados y Cooperativas de consumo

VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS EN SUPERMERCADOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO					
VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2006	40.8	34.6	15.4	17.8	23.4
2007	14.8	32.3	27.8	13.8	21.1
2008	29.2	15.7	15.3	-11.0	11.5

La disminución de la venta agregada en los Supermercados y Cooperativas de Consumo que han proporcionado la información correspondiente (51 establecimientos en Montevideo), habría sido de -11.0 % entre los cuartos trimestres de 2007 - 2008. Considerando los años calendario, la comercialización se habría incrementado en un 11.5 %, en términos reales

En el siguiente gráfico podemos observar la evolución del crecimiento real de la venta desde el primer trimestre del año 2005.

Respecto a ese período base, el aumento habría sido de un 127 % en términos reales. Cabe mencionar que la venta de este rubro en Supermercados y Cooperativas recién se comenzó a relevar en 2005, por lo que no es posible cuantificar la situación actual respecto a la caída de ventas sufrida en la crisis 2001-2002.



4 A- Ferreterías Mayoristas

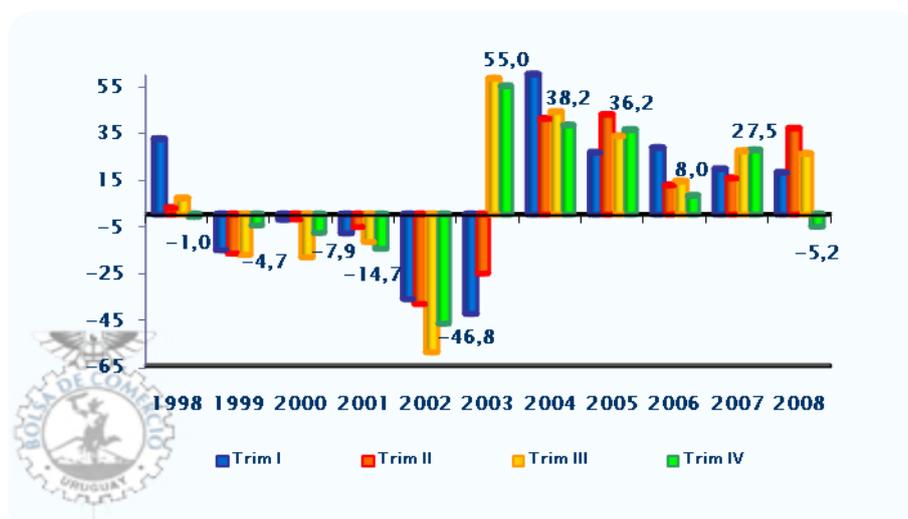
CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Decrecimiento de la venta mayorista (en dólares) entre los cuartos trimestres 2007-2008.
- Aumento de precios por devaluación del peso uruguayo
- Creciente incertidumbre respecto a las repercusiones de la crisis internacional

VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	-8.1	-5.3	-11.8	-14.7	-11.5
2002	-36.3	-38.4	-59.1	-46.8	-45.0
2003	-42.6	-25.3	58.2	55.0	1.7
2004	59.0	40.7	43.6	38.2	46.4
2005	26.5	42.7	33.6	36.2	36.3
2006	28.5	12.5	14.1	8.0	15.3
2007	19.4	15.5	27.1	27.5	22.8
2008	17.9	36.8	26.0	-5.2	17.9

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
FERRETERÍAS MAYORISTAS	5	6	191	17.9 %	36.8 %	26.0 %	-5.2 %	17.9 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Se analiza la comercialización tanto de maquinarias y equipos de porte, así como de herramientas de mano.

Entre los cuartos trimestres, la venta medida en dólares habría decrecido en un -5.2 %.

Considerando los años calendario 2007-2008 habría aumentado en 17.9 %.

En esta oportunidad, los comportamientos en las diferentes empresas no resultaron homogéneos.

Hasta el mes de setiembre, la expansión de la venta se explicaba básicamente por la mayor demanda directa del sector empresarial tanto industrial como agrícola en el marco de la creciente actividad económica.

Esta situación se revierte en los últimos meses, como consecuencia de la sequía, del aumento de los precios por la devaluación de la moneda, y de las crecientes incertidumbres por los efectos de la situación internacional sobre nuestro país.

4 B- Ferreterías y Pinturerías (Minoristas)

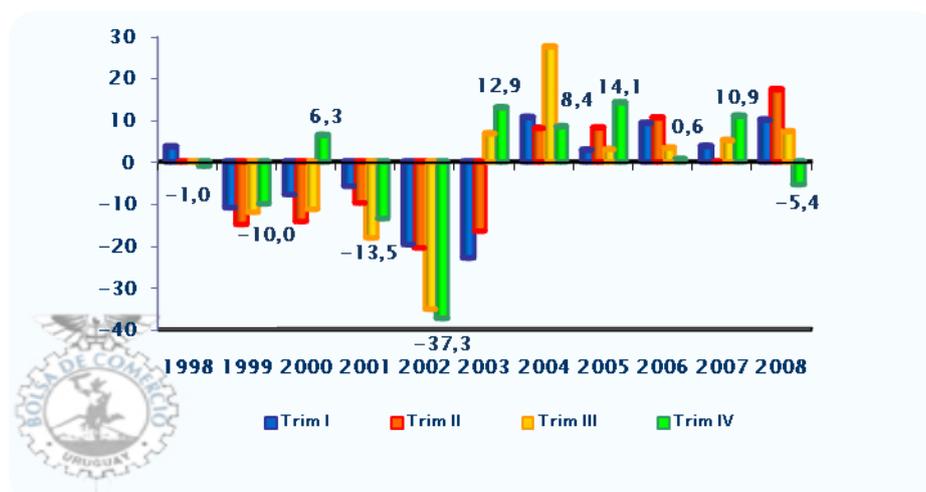
CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Disminución entre los cuartos trimestres de la venta de artículos en general, así como de pintura y artículos conexos en las pinturerías

PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	-5.8	-9.8	-18.1	-13.5	-7.3
2002	-19.7	-20.5	-35.1	-37.3	-28.0
2003	-22.9	-16.5	6.7	12.9	-4.0
2004	10.6	8.0	27.4	8.4	15.7
2005	2.8	8.1	3.0	14.1	7.7
2006	9.2	10.5	3.3	0.6	5.5
2007	3.7	0.0	5.1	10.9	5.6
2008	10.0	17.2	7.2	-5.4	6.2

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
FERRETERÍAS Y PINTURERÍAS	15	24	301	10.0 %	17.2 %	7.2 %	-5.4%	6.2 %
-PINTURERÍAS	6	12	126	12.6 %	22.3 %	11.3 %	-2.1 %	10.4 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



En las ferreterías minoristas, entre los cuartos trimestres de 2007 y 2008 la venta real habría disminuido en -5.4 %.

Entre ambos años calendario, la venta habría aumentado en 6.2 %.

Hasta el mes de septiembre, el crecimiento habría sido impulsado, a criterio de nuestros informantes, por los mismos factores que estarían incidiendo en la mayor actividad del resto de los giros comerciales:

En los últimos meses, como también ocurre con otros giros, la menor demanda de artículos de ferretería en general sería principalmente consecuencia de las incertidumbres generadas por la crisis externa y también habría incidido el aumento de los precios para algunos artículos

Informantes calificados han estimado para el “mix de venta” un crecimiento de precios entre los cuartos trimestres de un 9 %, considerando principalmente las variaciones de los precios internacionales así como el comportamiento del tipo de cambio

Esta es la variación de precios que hemos tomado en consideración a fin de la determinación de las variaciones reales de ventas de las ferreterías minoristas.

Pinturas, solventes y productos conexos en pinturerías

En lo que se refiere a la venta de Pintura y Artículos conexos, en la muestra continúan participando seis empresas con doce locales comerciales.

Entre los cuartos trimestres la venta agregada de pintura habría tenido un decrecimiento real del orden del -2.1 %.

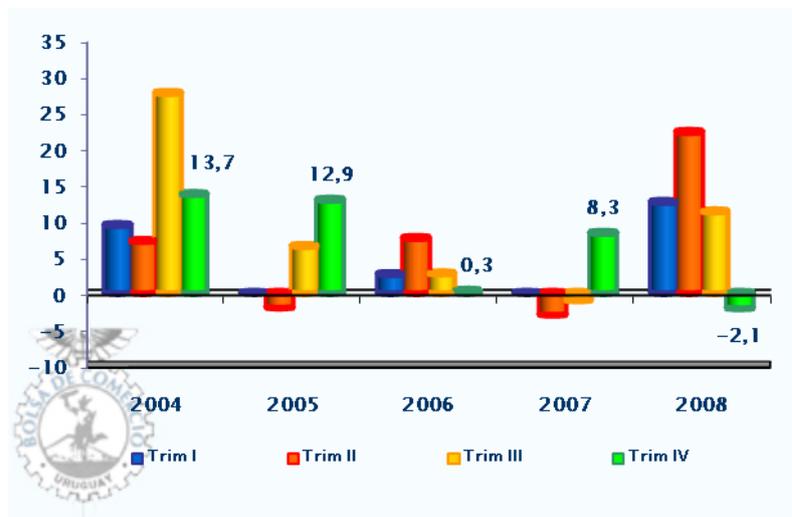
Considerando los años calendario, la variación es positiva en 10.4 %.

De acuerdo a las opiniones empresariales, en un mercado en creciente competencia que se caracteriza por una mayor oferta de pinturas de diferentes empresas, e inclusive diferenciación de productos por parte de los mismos fabricantes, se habría mantenido durante todo el año la tendencia de una demanda creciente por artículos

de mayor calidad y precio, aunque en algunos casos, con menores cantidades vendidas.

VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2004	9,4	7,2	27,7	13,7	18,5
2005	0,0	-2,0	6,5	12,9	6,1
2006	2,6	7,6	2,7	0,3	4,3
2007	0,0	-3,0	-1,0	8,3	1,7
2008	12,6	22,3	11,3	-2,1	10,4

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



5- Ópticas

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

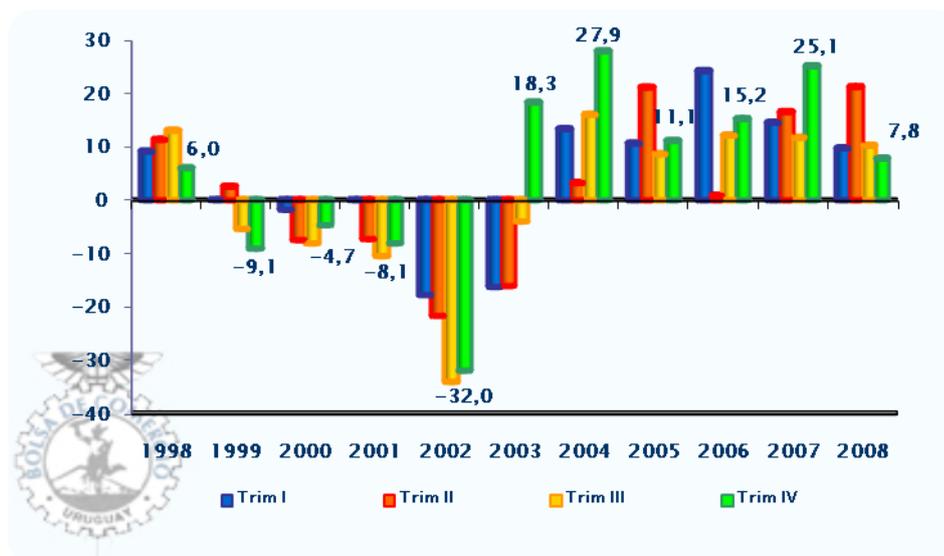
- Continúa la tendencia de sostenido crecimiento.

VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	0,0	-7,3	-10,5	-8,1	-7,3
2002	-17,8	-21,7	-34,1	-32,0	-27,0
2003	-16,3	-16,1	-4,0	18,3	-7,4
2004	13,3	3,2	16,0	27,9	16,7
2005	10,6	21,1	8,6	11,1	12,3
2006	24,2	0,8	12,1	15,2	13,1

2007	14.5	16.5	11.7	25.1	18.7
2008	9.8	21.2	10.2	7.8	12.0

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
ÓPTICAS	12	35	248	9.8 %	21.2 %	10.2 %	7.8 %	12.0 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



En comparación con iguales periodos del año anterior, entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 la venta real se habría intensificado en 7.8 % y 12.0 %, respectivamente.

Los comportamientos son diferenciados entre las empresas, con crecimientos de diferente magnitud en ocho de las empresas informantes.

De acuerdo a las opiniones de los empresarios consultados, la mayor actividad se explicaría por:

- Mantenimiento o leve crecimiento de los precios para artículos similares.
- Venta de artículos de mayor valor y precio.
- Mejoramiento en la gestión empresarial.
- Aumento de la demanda por mayores ingresos de la población y del número de personas ocupadas.
- Acceso de los jubilados a préstamos del BPS, con una nueva modalidad en la que se les posibilita poder escoger la óptica de su preferencia
- Intensificación de las políticas de prevención y atención por parte del Estado.

6 -Supermercados

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Desaceleración en el crecimiento respecto a igual trimestre de 2007

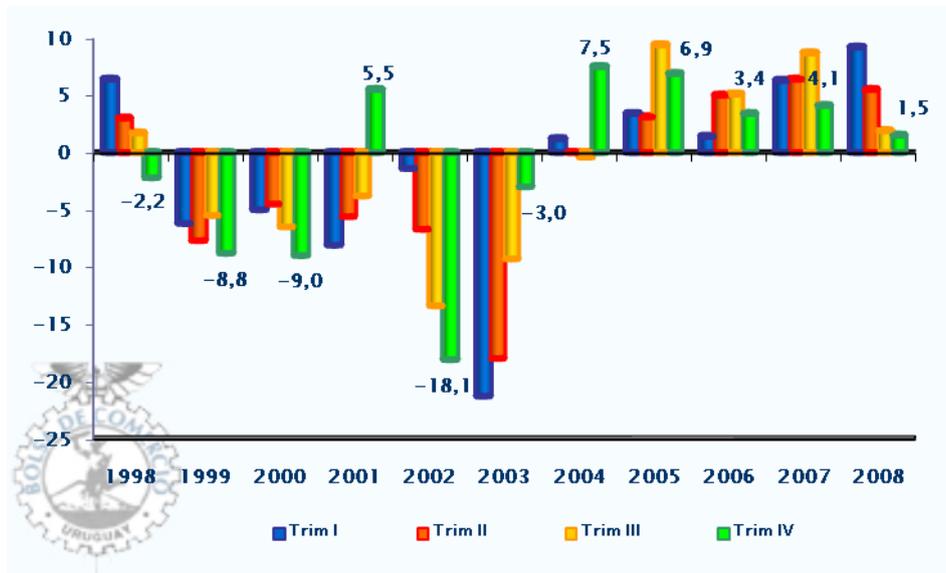
PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	-8.1	-5.6	-3.8	5.5	-3.2
2002	-1.4	-6.7	-13.4	-18.1	-9.5
2003	-21.3	-18.0	-9.3	-3.0	-12.5
2004	1.2	0.0	-0.4	7.5	2.6
2005	3.4	3.1	9.4	6.9	5.4
2006	1.4	5.0	5.1	3.4	3.2
2007	6.3	6.4	8.7	4.1	6.3
2008	9.2	5.5*	1.9*	1.5	4.5

*datos ajustados

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
SUPERMERCADOS	6	69	7358	9.2 %	5.5 %*	1.9 %*	1.5 %	4.5 %

*datos ajustados

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Los aumentos reales de ventas se habrían situado en 1.5 % entre octubre-diciembre y en 4.5 % entre los años calendario.

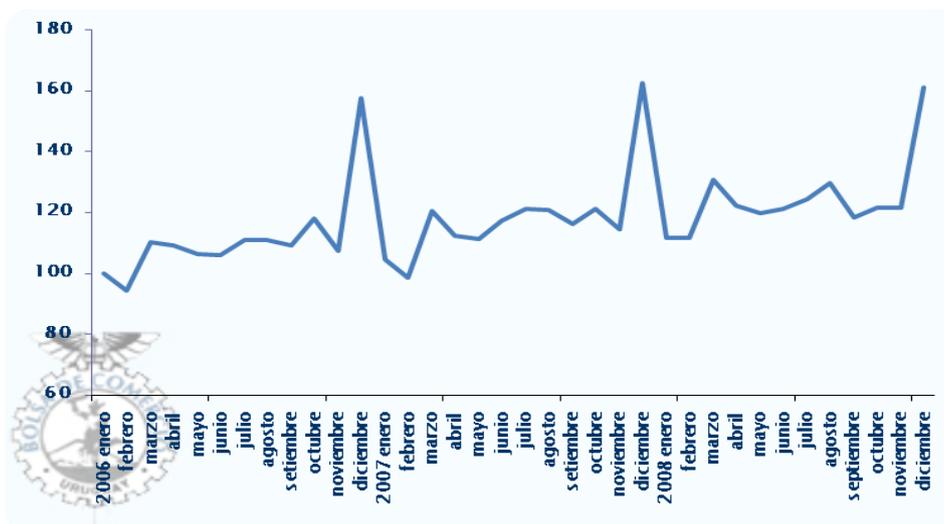
En pesos corrientes, los crecimientos entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 y 2008 se han situado en 10.6 % y 15.0 % respectivamente.

El conjunto de las cadenas informantes experimenta crecimientos en las ventas en pesos corrientes, que van , entre los cuatrimestres de un 8 % a un 18 %, y entre los doce meses de entre un 14 % a un 22 %.

Para los Supermercados, considerando su particular “mix” de venta promedio, de acuerdo a nuestros cálculos, los precios habrían crecido anualmente en 9.0 % entre los cuartos trimestres y 10.0 % entre los años calendario.

En el gráfico siguiente se observa cuál ha sido la evolución, en el ámbito agregado, del conjunto de las cadenas de Supermercados tomando como referencia el mes de enero de 2006.

Se observa que la venta real en diciembre de 2008 se sitúa un 61 % por arriba de la de aquel período, recuperando las ventas luego de los trimestres de caída que llegaron hasta el año 2003 inclusive.



En los meses de octubre y diciembre la venta en el 2008 habrían sido similares en términos reales a las del año anterior.

El enlentecimiento en los últimos meses estaría explicado por la comparación con un muy bien trimestre del 2007 y por la incertidumbre que estaría ganando a ciertos sectores de los consumidores.

Al respecto cabría precisar que los últimos meses del año son estacionalmente los de mayor actividad, y que la comparación se realiza con iguales meses del año 2007 que se caracterizaron por niveles de venta sumamente elevados.

Ventas mensuales de los Supermercados (Var. % real respecto a igual período del año anterior)	
2007	
Enero	4.1
Febrero	4.5
Marzo	9.8
Abril	3.1
Mayo	5.0
Junio	11.3
julio	9.6
agosto	9.4
setiembre	7.0
octubre	2.5
noviembre	6.5
diciembre	3.5
2008	
Enero	7.1
Febrero	12.3
Marzo	8.5
Abril	7.8
Mayo	7.0*
Junio	2.3*
julio	1.6*
agosto	6.7*
septiembre	0.2*
octubre	0.0
noviembre	5.6
diciembre	0.0

* datos ajustados

La mayor actividad en esta modalidad comercial durante el pasado año, encontraría su explicación en los factores que hemos venido señalando:

*crecimiento en el empleo

*aumento del salario real

*estabilidad e inclusive caída de algunos precios en pesos para un conjunto de artículos por efecto de la disminución del tipo de cambio (hasta el mes de septiembre)

* expansión de la oferta de productos, promociones y mayores facilidades de pago.

7- Cooperativas de consumo

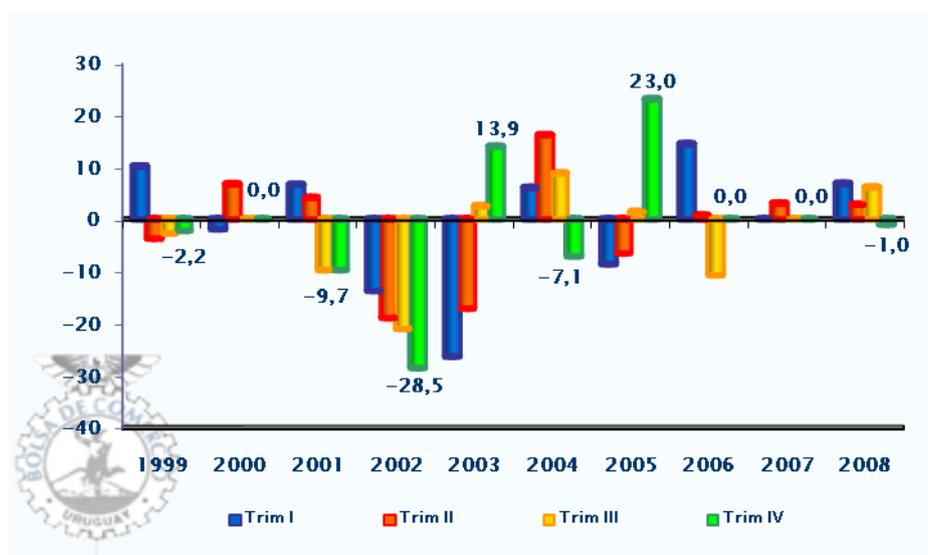
CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Ligera disminución de la venta en el cuarto trimestre y crecimiento en el conjunto del año 2008

PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	6.6	4.1	-9.7	-9.7	-2.0
2002	-13.7	-18.9	-21.0	-28.5	-20.5
2003	-26.3	-17.1	-2.5	13.9	-7.0
2004	6.0	16.1	8.8	-7.1	6.0
2005	-8.6	-6.5	1.4	23.0	3.0
2006	14.4	0.7	-10.7	0.0	1.1
2007	0.0	3.0	0.0	0.0	1.0
2008	6.8	2.8	6.1	-1.0	5.0

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
COOPERATIVAS DE CONSUMO	3	3	407	6.8 %	2.8 %	6.1 %	-1.0 %	5.0 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Entre los cuartos trimestres de 2007 y 2008 la venta habría decrecido ligeramente en términos reales en -1.0 %.

Considerando el comportamiento de todo el año, la evolución se habría situado en un 5.0 %, como consecuencia de lo ocurrido en los trimestres anteriores.

A fin de determinar los comportamientos reales de venta agregada se utilizaron “deflatores” de precios a partir de la “canasta” de la venta de las cooperativas, utilizando las variaciones de los precios informados por el INE en la canasta del IPC.

A partir de esta información, entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008, de acuerdo a nuestras estimaciones, las variaciones promedio anual de los precios, habrían sido de 8.0 % y 2.9 %, respectivamente

El crecimiento del “deflactor” de precios en este último período estudiado en relación a los trimestres anteriores ha obedecido al crecimiento del tipo de cambio y sus repercusiones en el aumento de un conjunto de artículos, en especial de los electrodomésticos.

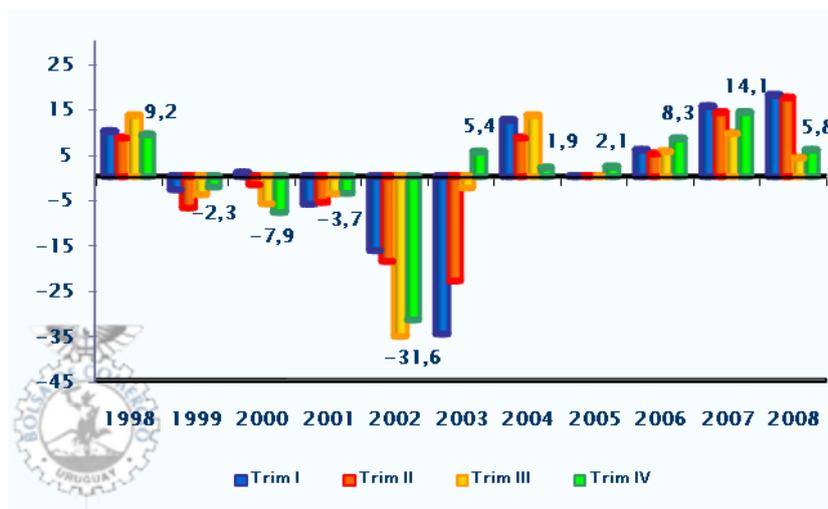
8- Tocador, Cosmética, Perfumería

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE	
•	Crecimiento de la venta real, tanto en el trimestre como en el año 2007-2008.
•	Significativo crecimiento en los precios

PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	-6.1	-5.7	-3.8	-3.7	-3.8
2002	-16.3	-18.7	-35.2	-31.6	-25.5
2003	-34.7	-23.0	-2.5	5.4	-8.6
2004	12.4	8.5	13.4	1.9	7.2
2005	0.0	0.0	0.0	2.1	0.5
2006	5.8	5.0	5.5	8.3	6.5
2007	15.4	14.1	9.5	14.1	12.9
2008	17.9	17.3	4.1	5.8	8.4

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
TOCADOR, COSMÉTICA , PERFUMERÍA	11	82	655	17.9 %	17.3 %	4.1 %	5.8 %	8.4 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



La venta real entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 habrían aumentado un 5.8 % y 8.4 %, respectivamente.

Estos porcentajes continúan siendo significativos, aunque sean de menor intensidad a los presentados durante el primer semestre del año.

Con la sola excepción de una empresa que manifiesta haber comercializado un nivel similar en el último trimestre de 2008 respecto a similar periodo del año anterior, el resto ha venido experimentando crecimiento, aunque con diferentes intensidades.

Reiteramos que las evoluciones expuestas en la venta real se presentan a pesar del aumento de los precios, principalmente en artículos de tocador.

A juicio de los empresarios informantes, esta situación obedecería a un conjunto de factores entre los que cabría mencionar los mayores ingresos de la población así como de los esfuerzos empresariales en cuanto a las mayores facilidades crediticias y promociones.

9 – Vestimenta

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

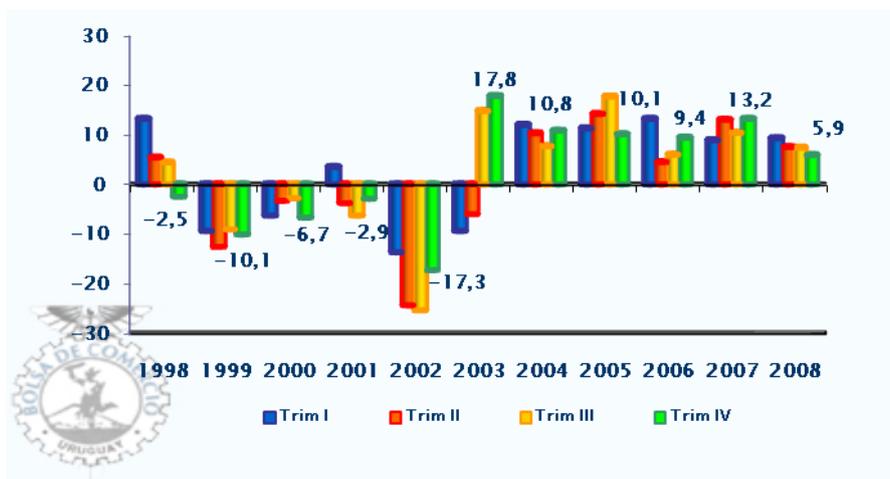
- Crecimiento entre los períodos estudiados.

DAMAS Y CABALLEROS VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	3,5	-3,8	-6,3	-2,9	-0,9
2002	-13,7	-24,4	-25,4	-17,3	-22,1
2003	-9,4	-4,5	14,8	17,8	4,6
2004	12,0	10,0	7,7	10,8	10,5
2005	11,3	14,2	17,7	10,1	12,8
2006	13,2	4,5	6,0	9,4	8,8
2007	8,9	13,0	10,4	13,2	12,8
2008	9,3	7,5	7,4	5,9	7,8

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
VESTIMENTA	15	72	712	9.3 %	7.5 %	7.4 %	5.9 %	7.8 %
- Vestimenta Damas	8	47	461	11.4 %	8.1 %	10.0 %	7.0 %	8.8 %
- Vestimenta Caballeros	7	25	251	6.7 %*	6.9 %	2.8 %*	3.7 %	5.9%

* datos ajustados

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES – DAMAS–CABALLEROS



Como es tradicional, quince empresas son las informantes con 72 locales en la ciudad de Montevideo, ubicados en los diferentes shoppings y barrios, con una ocupación aproximada de 712 personas.

La muestra esta conformada por 47 locales de ropa de dama y 25 de ropa de caballero.

Entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 y 2008, la venta real agregada habría aumentado en 5.9 % y 7.8 %, respectivamente, mostrando un crecimiento en la comercialización tanto en la vestimenta de dama (ropa exterior e interior) como de caballero.

Las empresas proporcionan la información sobre la base de la facturación en pesos y/o en dólares.

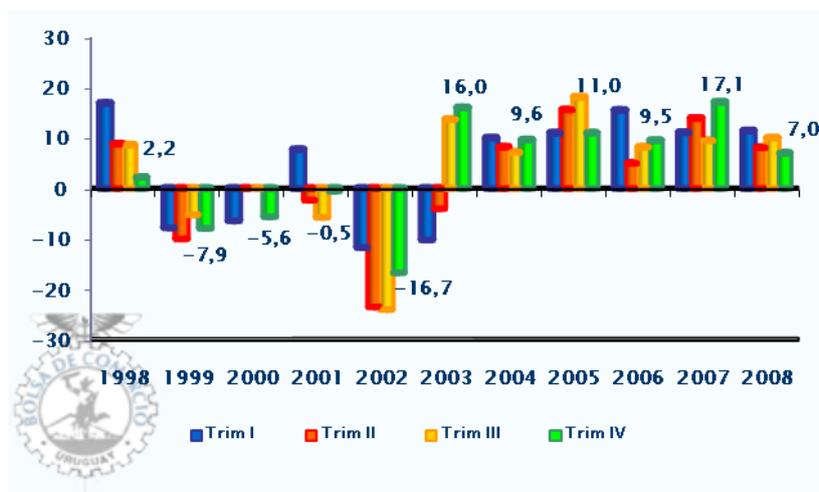
Para determinar los comportamientos reales de la venta, se utilizó la información de evolución de los precios, en algunos casos de los propios comercios, y en otros del INE tanto para venta de la ropa exterior (caballero y dama), como ropa interior.

Entre los factores que se señalan como los de mayor incidencia en el crecimiento, se mencionan los esfuerzos por mejorar la gestión en cuanto a la atención de los clientes, y crecimiento de la demanda como consecuencia de mejores ingresos de la población y el mantenimiento de los precios.

Vestimenta de dama

DAMA					
VARIACIONES (%)					
Empresas - 8			Locales -47		
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	7,7	-2,3	-5,7	-0,5	1,5
2002	-11,7	-23,5	-24	-16,7	-21,3
2003	-10,2	-4	13,7	16	2,9
2004	10	8,2	7,2	9,6	9,2
2005	11	15,6	18,1	11	12,9
2006	15.5	5.0	8.2	9.5	9.9
2007	11.1	13.9	9.5	17.1	13.6
2008	11.4	8.1	10.0	7.0	8.8

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES - DAMAS



El crecimiento en la venta se presenta por sexto año consecutivo, acumulando en el período un aumento del 72 % real, luego de las caídas de ventas experimentadas durante la anterior crisis económica, que en este caso, llegó hasta mediados de 2003.

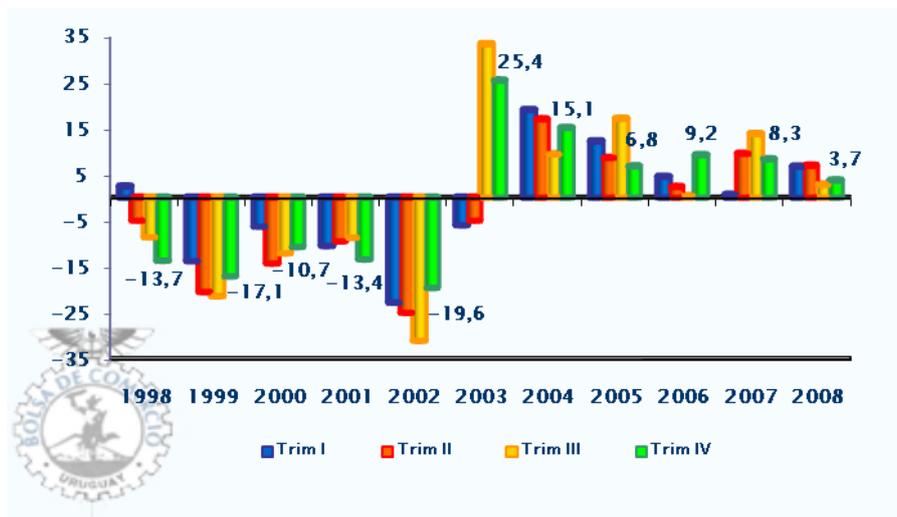
Entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 y 2008 la venta de ropa de dama en términos reales habría aumentando un 7.0 % y 8.8 %, respectivamente.

Vestimenta caballero

CABALLERO					
VARIACIONES (%)					
Empresas - 7			Locales -25		
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	-10,5	-9,5	-8,7	-13,4	-10,9
2002	-22,8	-25,0	-31,1	-19,6	-25,4
2003	-6,0	-5,0	33,3	25,4	11,9
2004	19,0	17,0	9,4	15,1	15,6
2005	12,2	8,6	17,1	6,8	12,5
2006	4,5	2,3	0,3	9,2	8,1
2007	0,6	9,5	13,8	8,3	10,0
2008	6,7	6,9	2,8*	3,7	5,9

* datos ajustados

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES - CABALLEROS



La venta de vestimenta de caballero habría crecido tanto entre los cuartos trimestres como entre los años calendario, en 3.7 % y 5.9 %, respectivamente, en términos reales.

Con la sola excepción de un establecimiento, el resto de los informantes señala crecimiento de ventas.

Es opinión prácticamente unánime que el año habría sido altamente exitoso, inclusive considerando que los crecimientos entre los segundos semestres de ambos años fueron de menor intensidad que los correspondientes a los períodos de enero a junio.

10- Calzado

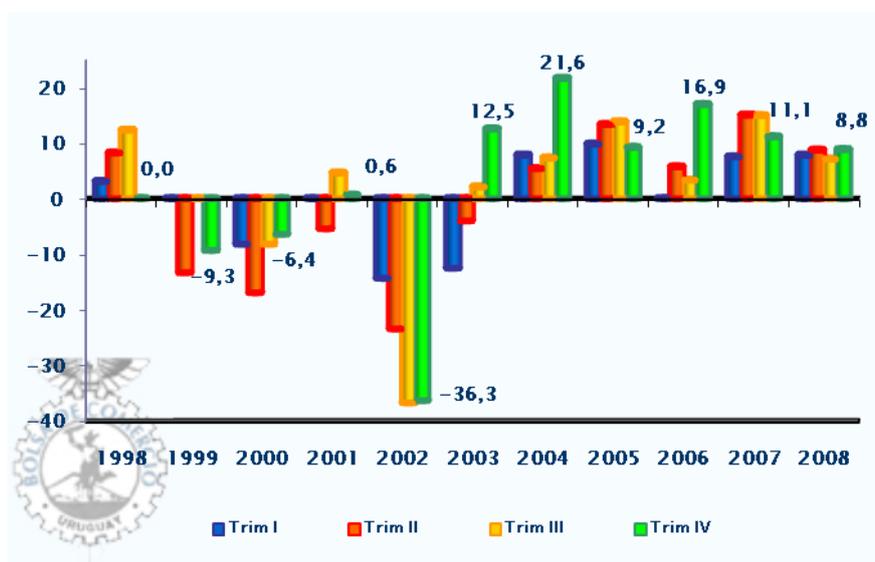
CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Sostenido aumento de la venta.
- Precios prácticamente estables.

VARIACIONES (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	0.0	-5.4	4.6	0.6	2.0
2002	-14.3	-23.4	-36.7	-36.3	-33.3
2003	-12.5	-4.0	2.1	12.5	-6.4
2004	7.8	5.4	7.3	21.6	12.0
2005	9.8	13.3	13.8	9.2	10.4
2006	9.0	5.7	3.3	16.9	7.9
2007	7.5	15.0	14.9	11.1	13.2
2008	7.8	8.7	7.1	8.8	8.4

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
CALZADO	5	36	350	7.8 %	8.7 %	7.1 %	8.8 %	8.4 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Entre los cuartos trimestres y períodos acumulados de 2007 y 2008 la venta real habría aumentando un 8.8 %, y 8.4 %, respectivamente.

De acuerdo con la información del INE el precio del calzado entre los cuartos trimestres prácticamente no habría variado.

Como tradicionalmente lo expresamos, las variaciones reales comercializadas son de difícil determinación dado que la venta es sumamente diversificada, por tipo y

calidades y por el hecho de la aparición de modelos cuyos precios no son estrictamente comparables con los comercializados anteriormente.

No disponiendo por lo tanto de deflatores consensuados, a fin de la determinación de las variaciones reales comercializadas continuamos utilizando las variaciones de precios del INE (0.7 % entre los cuartos trimestres y 1.5 % entre ambos años calendario), comportamiento de precios prácticamente estable que es convalidado por la mayoría de nuestros informantes.

Todas las empresas informantes con 36 locales en Montevideo, manifiestan haber vendido más que en 2007, tanto en los últimos meses como en el conjunto del año.

Como ha venido ocurriendo desde hace un buen tiempo, mientras que en algunos casos el aumento se correspondería con la comercialización de un calzado de mayor calidad y valor, en otros obedecería a una mayor comercialización de calzado importado generalmente de menor calidad.

Informantes calificados y empresarios han manifestado su inquietud con referencia a un reciente decreto de nuevo etiquetado. Dicha disposición, entienden, podría perjudicar la producción y comercialización de calzado y a los consumidores en general, por los altos costos que se establecerían por parte de los organismos de contralor a fin de verificar la calidad del calzado informado en el etiquetado.

II – OTROS BIENES

1 – Autos

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Crecimiento entre los cuartos trimestres, aunque de menor intensidad, en la venta de autos 0 km entre los cuartos trimestres.
- Mantenimiento de la concentración en pocas marcas.

PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	25.0	-33.6	-31.1	-32.9	-18.2
2002	-63.5	-35.3	-77.6	-75.2	-63.4
2003	-70.8	-60.6	40.5	177.3	-16.2
2004	111.0	212.7	182.2	55.9	115.2
2005	138.0	85.0	63.4	24.0	64.0
2006	16.3	-8.9	-16.0	7.5	-1.6
2007	14.8	17.3	36.2	32.8	25.8
2008	35.0*	52.5	55.0*	9.2	36.0

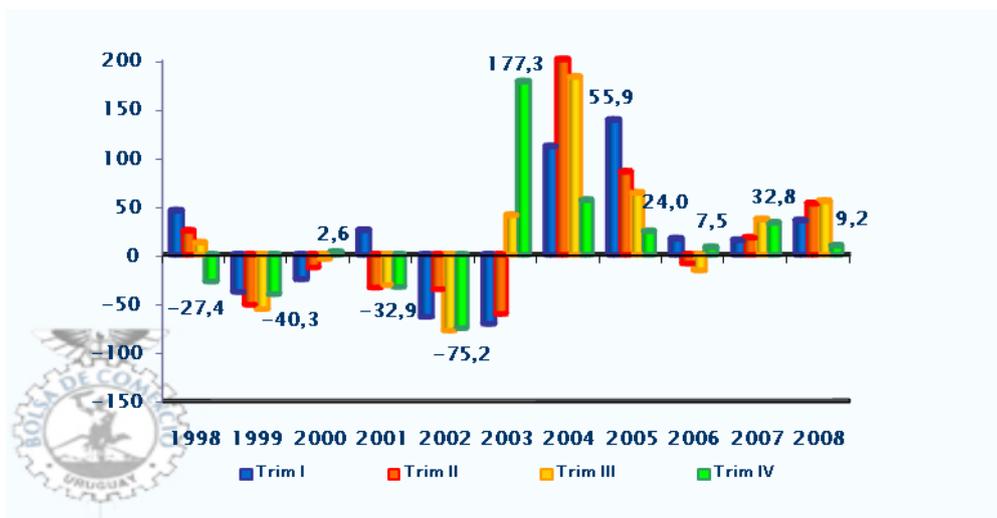
Fuente: ASCOMA

*datos ajustados

	EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
AUTOS – ASCOMA	45(**)	-	35.0%*	52.5%	55.0%*	9.2%	36.0%

*datos ajustados, **marcas informantes

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



CANTIDAD DE AUTOMÓVILES VENDIDOS A CONCESIONARIOS (primera venta)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2000	4.326	4.163	4.221	4.686	17.396
2001	5.406	2.765	2.908	3.145	14.224
2002	1.986	1.786	656	779	5.207
2003	580	703	922	2.160	4.365
2004	1.224	2.198	2.602	3.368	9.392
2005	2.913	4.067	4.251	4.177	15.408
2006	3.388	3.706	3569	4496	15159
2007	3.892	4.348	4861	5971	19072
2008	5.256*	6630	7534*	6522	25950

Fuente: ASCOMA

*datos ajustados

En el cuarto trimestre y año 2008 se habrían comercializado 6522 y 25950 vehículos, respectivamente (primera venta a concesionarios), de acuerdo con la información brindada por ASCOMA, que resulta de la agregación, en esta oportunidad, de 45 marcas que han informado ventas.

Por lo expresado, el crecimiento entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 es del 9.2 % y 46.5 %, respectivamente

Como lo hemos venido comentando, informantes calificados entienden que el crecimiento sostenido durante todo el año 2008 tiene su explicación, por el lado de la demanda, en la expansión de la economía nacional y por ende en los ingresos de las familias; y por el lado de la oferta, en la aparición en el mercado de nuevas marcas y modelos que, por el nivel de precios, habrían desplazando la comercialización de unidades usadas.

La concentración de la venta en pocas marcas sigue siendo importante, teniendo mayor presencia principalmente aquellas que se fabrican en la región.

En el año 2008, nueve marcas con más de 1000 unidades cada una representan el 71.5 % de las ventas, mientras que las trece con más de 500 unidades comercializadas concentran el 83.1 % de la venta total.

Ventas de automóviles
(unidades mes)



2 - Camiones

Cuadro Resumen Trimestre

- Sostenido crecimiento de unidades 0km.
- Concentración de la venta en pocas marcas.

PERÍODO	VARIACIONES (%)				AÑO
	TRIMESTRES				
	I	II	III	IV	
2001	10.5	5.9	-32.2	-44.3	-17.7
2002	-59.3	-55.7	-87.3	-95.4	-70.3
2003	-91.1	-85.0	27.3	414.3	-63.4
2004	681.8	600.0	425.0	293.0	428.0
2005	116.3	136.5	56.5	105.9	101.7
2006	38.7	-12.4	24.9	15.2	13.7
2007	17.4	17.6	80.8	45.4	42.0
2008	75.9*	233.9*	12.4*	17.5	64.9

Fuente: ASCOMA

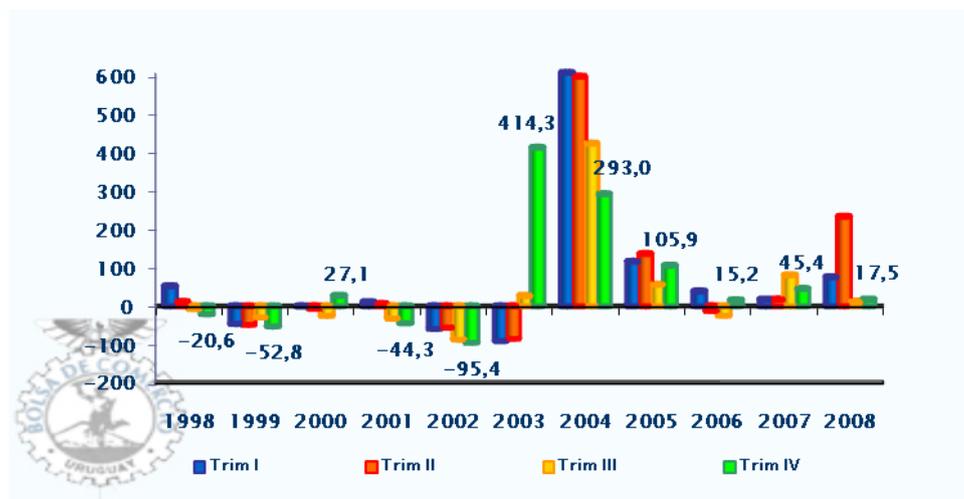
* datos ajustados

	EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
CAMIONES - ASCOMA	21**	-	75.9%*	233.9%*	12.4%*	17.5%	64.9%

**empresas informantes

*datos ajustados

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



CANTIDAD DE CAMIONES VENDIDOS A CONCESIONARIOS (primera venta)					
T R I M E S T R E S					
PERÍODO	I	II	III	IV	AÑO
2000	276	256	280	305	1.117
2001	305	271	173	170	919
2002	124	120	22	7	273
2003	11	18	28	43	100
2004	86	126	147	169	528
2005	186	298	233	348	1.065
2006	258	261	291	401	1211
2007	303	307	526	583	1719
2008	533*	1.025*	591*	685	2834

Fuente: ASCOMA

*datos ajustados

Ventas de camiones (unidades mes)



De acuerdo a los datos proporcionados por ASCOMA, en esta oportunidad por 21 marcas de camiones y ómnibus informantes, se vendieron 685 unidades durante el cuarto trimestre y un total de 2834 en todo el año 2008.

El total comercializado en el año 2008 ha superado al año 2007 en 1115 unidades.

Por lo expuesto, entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 los crecimientos se sitúan en el 17.5 %, y 64.9 %, respectivamente.

La favorable situación en el agro y de las exportaciones en la mayor parte del año, así como el desarrollo del sector forestal y de los flujos comerciales determinaron el importante crecimiento en el año.

En la segunda mitad del año se aprecia una significativa desaceleración de las ventas, aunque la expansión no se detuvo.

Como es tradicional la concentración de la venta en pocas marcas es sumamente alta. En el año, tres marcas con más de 400 unidades comercializadas representaron el 53 % de la venta, que sumadas a otras tres marcas con más de 100 unidades representan el 71 % del total comercializado.

3 – Barracas de Materiales de Construcción

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

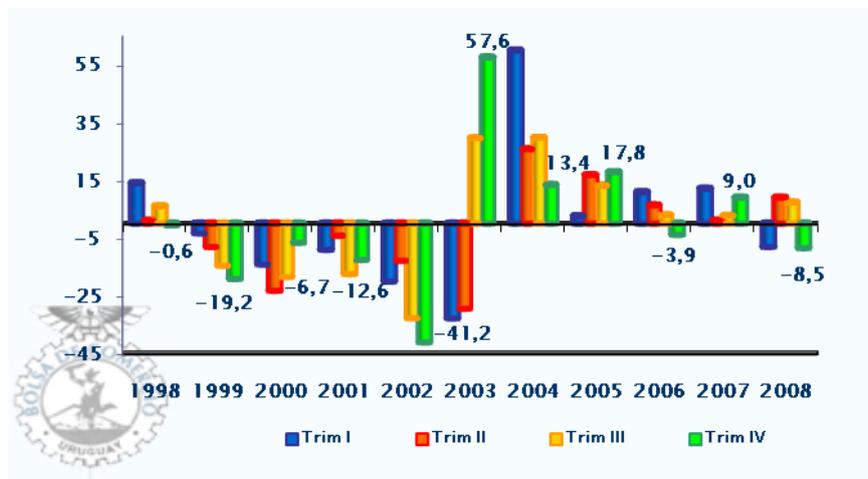
- Disminución en el cuarto trimestre de la venta de materiales de construcción en barracas.
- En el año, situación prácticamente estable respecto al 2007.

VARIACIONES (%)

PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	- 9.1	- 4.2	- 17.5	- 12.6	- 11.1
2002	- 20.1	- 12,9	-32.8	-41.2	- 29.1
2003	-32.9	-29.5	29.6	57.6	1.0
2004	60.0	25.8	29.7	13.4	30.6
2005	2.6	16.8	13.2	17.8	14.3
2006	10.9	6.3	2.9	-3.9	2.2
2007	12.1	1.0	2.7	9.0	5.0
2008	-8.1	9.0	7.3	-8.5	0.5

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IVTRIM	AÑO
BARRACAS –MAT. CONSTRUC.	8	12	242	-8.1 %	9.0 %	7.3 %	-8.5 %	0.5 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



En términos reales de acuerdo al crecimiento anual de los precios, las ventas físicas entre los cuartos trimestres habrían disminuido en un -8.5 %, mientras que se habrían prácticamente estabilizado comparando ambos años calendario.

Las ventas, **en pesos corrientes**, aumentaron en aproximadamente 17 % entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008

Se debe tener presente que, salvo situaciones excepcionales, las compras en grandes volúmenes realizadas por las mayores empresas constructoras no se canalizan a través de las barracas.

Por lo tanto el comportamiento señalado en este informe en cuanto a materiales de construcción se circunscribe principalmente a las denominadas ventas “en mostrador” destinadas a mejoras de las construcciones por parte de consumidores individuales, así como a la realización de construcciones por parte de pequeñas y medianas empresas.

Se percibe incertidumbre en el mercado a la hora de encarar obras de refacción y mantenimiento de los hogares.

Con el fin de estimar los comportamientos reales, hemos procedido a utilizar las variaciones de precios de los materiales publicados por el INE.

Entre los cuartos trimestres y años calendario los precios de los materiales de construcción se habrían incrementado en el 26.9 % y en 17.0 %, respectivamente.

Como referencia de dichas variaciones de precios, exponemos las evoluciones promedio trimestrales anuales de los **componentes de costo**, que se calculan a partir de una “canasta” de materiales por parte del INE.

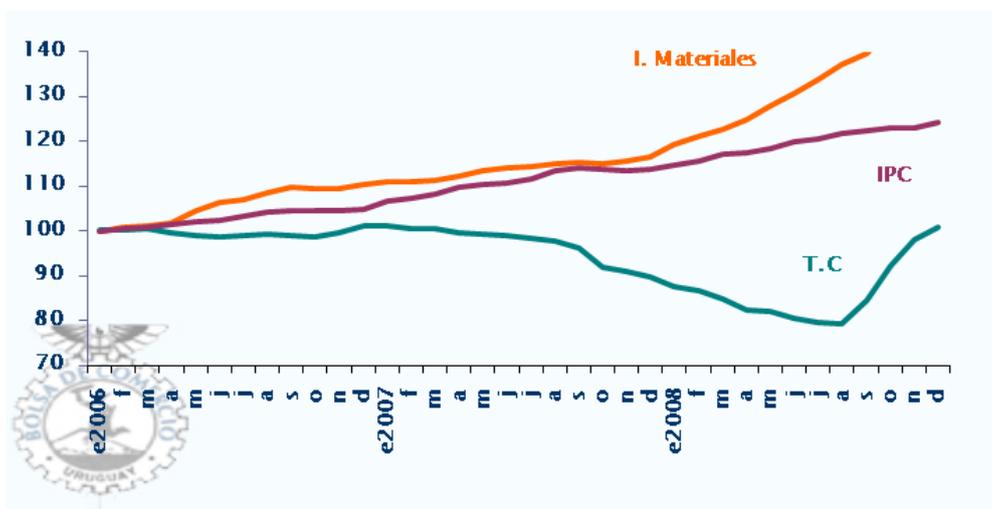
Se trata de un conjunto de rubros representativos de la construcción de viviendas, que son agrupados por el INE en los siguientes ítems: hormigón armado, albañilería, carpintería, aluminio, herrería, electricidad, sanitaria, aparatos y grifería, ascensores, pintura y vidrio.

**VARIACIONES % PROMEDIO TRIMESTRAL/ANUAL DEL ÍNDICE MENSUAL DEL COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN SEGÚN RUBROS DE OBRA (*)
(2008/2007)**

	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM	A Ñ O
HORMIGÓN ARMADO	11.0	17.9	25.6	45.6	25.0
ALBAÑILERÍA	12.7	13.8	15.1	22.0	16.0
CARPINTERÍA	16.8	14.3	9.1	14.6	13.6
ALUMINIO	9.4	11.5	11.6	18.7	12.9
HERRERÍA	13.5	23.6	25.3	41.6	26.2
ELÉCTRICA	7.4	4.2	3.1	12.7	6.8
SANITARIA SIN APARATOS	5.1	7.0	9.3	27.0	12.2
APARATOS Y GRIFERÍA	8.7	6.0	6.7	24.7	11.4
ASCENSORES	-7.6	-7.8	-5.2	14.8	-1.7
PINTURA	9.7	9.8	8.1	19.1	11.7
VIDRIO	11.0	12.9	7.4	10.8	10.5

(*) materiales y mano de obra

En el siguiente gráfico es posible observar la evolución global del Índice de Precios de Materiales de construcción, según la información proporcionada por el INE, y la evolución del Índice de Precios al Consumo y las variaciones en el Tipo de Cambio.



4 - Repuestos y Accesorios Automotrices

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

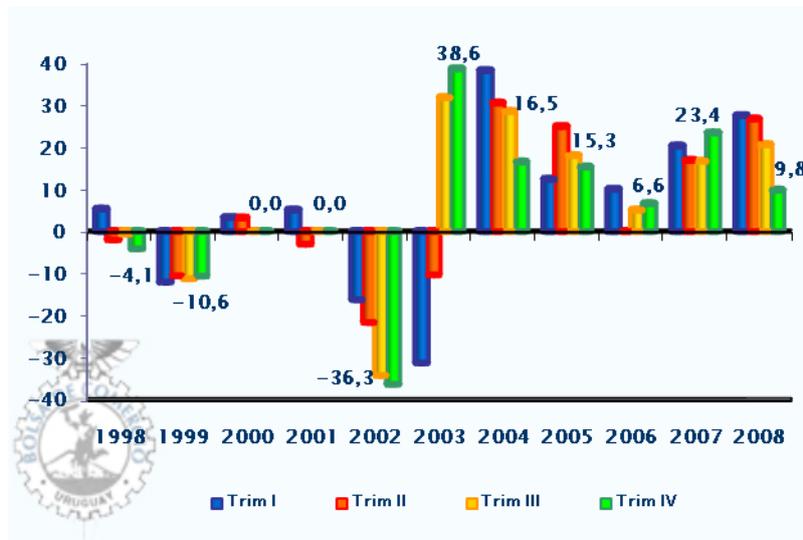
- Crecimiento de la venta, aunque con menor intensidad entre los últimos meses de ambos años.
- Sostenido crecimiento de las importaciones.

VARIACIONES (%) DE LA FACTURACIÓN EN DÓLARES

PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	AÑO
2001	5.1	-3.0	0.0	0.0	1.5
2002	-16.2	-21.6	-34.2	-36.3	-26.3
2003	-31.2	-10.3	31.8	38.6	6.1
2004	38.2	30.5	28.5	16.5	21.7
2005	12.4	24.9	18.0	15.3	17.2
2006	10.0	0.0	5.1	6.6	8.7
2007	20.3	16.9	16.7	23.4	19.7
2008	27.5	26.7	20.6	9.8	21.1

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
REPUESTOS, AUTOMOTORES	7	15	158	27.5 %	26.7 %	20.6 %	9.8 %	21.1 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Entre los cuartos trimestres y años 2007 y 2008 la venta de repuestos se habría incrementado en dólares en 9.8 % y 21.1 %, respectivamente.

La venta de repuestos y accesorios, aunque con una cierta desaceleración en los últimos meses, ha sido sumamente dinámica en el transcurso de todo el año.

En anteriores Informes hemos comentado, que nuestros informantes entienden que la introducción en el mercado uruguayo de nuevas marcas y modelos, así como los cambios tecnológicos en el parque automotriz estarían determinando una demanda sumamente dinámica de artículos cada vez más diferenciados, que presiona a los empresarios a mantener altos niveles de inventarios.

Entendemos que es importante reiterar que, más allá de que puedan existir algunos ajustes contables en función de la variación del tipo de cambio, así como ciertas variaciones en los precios de origen para algunos artículos según su procedencia, es evidente que la venta real se ha venido incrementando a buen ritmo.

5 – Maquinaria Agrícola – Tractores

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Significativa caída en la venta de tractores y demás implementos agrícolas entre los cuartos trimestres.
- Importante crecimiento entre los años calendario.

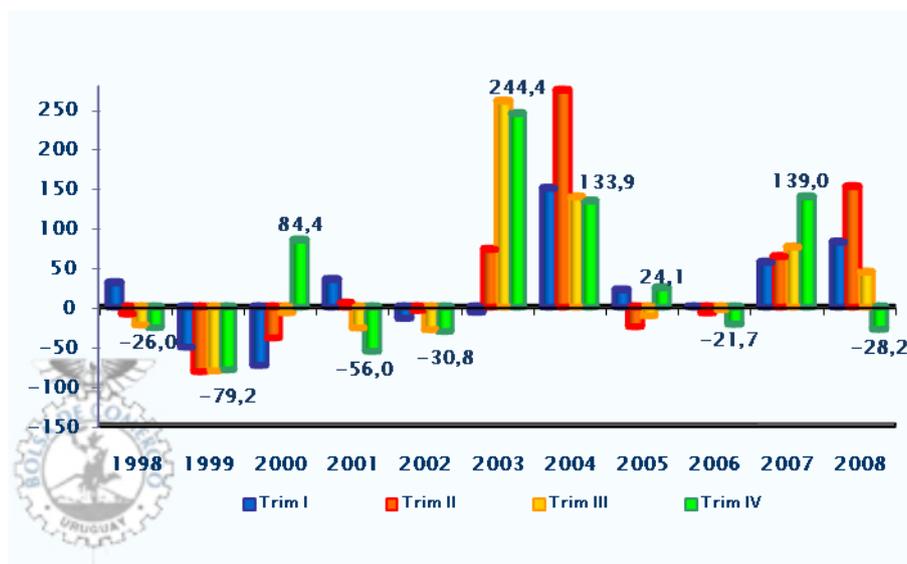
VARIACIONES CUANTITATIVAS (%)

PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2001	34.6	4.5	-26.3	-56.0	-22.8
2002	-14.3	-4.3	-28.6	-30.8	-19.6
2003	-6.7	72.7	260.0	244.4	122.2
2004	150.0	273.7	138.9	133.9	164.5
2005	21.4	-24.7	-11.0	24.1	3.2
2006	-19.8	-7.5	-3.3	-22.7	-13.3
2007	56.5	63.6	75.7	139.0	88.6
2008	82.0	151.9	43.8	-28.2	41.3

Fuente: CITRAMA

EMPRESAS	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM	AÑO	
TRACTORES – CITRAMA	6	82.0 %	151.9 %	43.8 %	-28.2 %	41.3 %

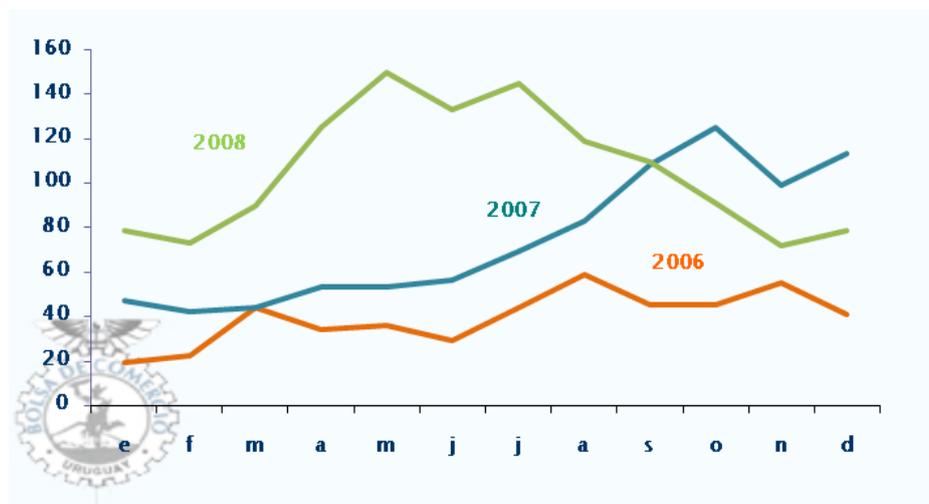
VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



CANTIDAD DE MAQUINARIA AGRÍCOLA - TRACTORES					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
1998	201	196	212	154	763
1999	99	36	41	32	208
2000	26	22	38	59	145
2001	35	23	28	26	112
2002	30	22	20	18	90
2003	28	38	72	62	200
2004	70	142	172	145	529
2005	106	107	153	180	546
2006	85	99	148	141	473
2007	133	162	260	337	892
2008	242	408	374	242	1266

Fuente: CITRAMA

Ventas de tractores
(unidades mes)



De acuerdo con la información proporcionada por CITRAMA, durante el cuarto trimestre del año 2008 se comercializaron 242 tractores (como primera venta) en comparación con 337 unidades en igual período del año 2007, lo que representa una disminución de - 28.2 %

Considerando los años calendario 2007 y 2008 se pasó de 892 unidades a 1266, lo que representa un aumento del orden de 41.9 %.

Durante la primera mitad del año, el significativo crecimiento en la venta tanto de tractores como de maquinaria agrícola en general, obedeció al crecimiento de las áreas sembradas y la necesaria tecnificación frente a las excepcionales condiciones de precios internacionales y la creciente demanda de alimentos en el ámbito

internacional. Esta situación determinó la necesidad de importantes inversiones en el agro.

En los últimos meses del año, la prolongada sequía, la existencia de algunas plagas, la caída en los precios de nuestros principales productos de exportación, las dificultades de colocación de algunos de ellos en el mercado internacional, modificaron dramáticamente la situación.

En la actualidad la incertidumbre es creciente ante lo que podría acontecer en el corto y mediano plazo, por lo que las ventas prácticamente se habrían paralizado.

III SERVICIOS

1- Agencias de Viaje- Turismo emisoro

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

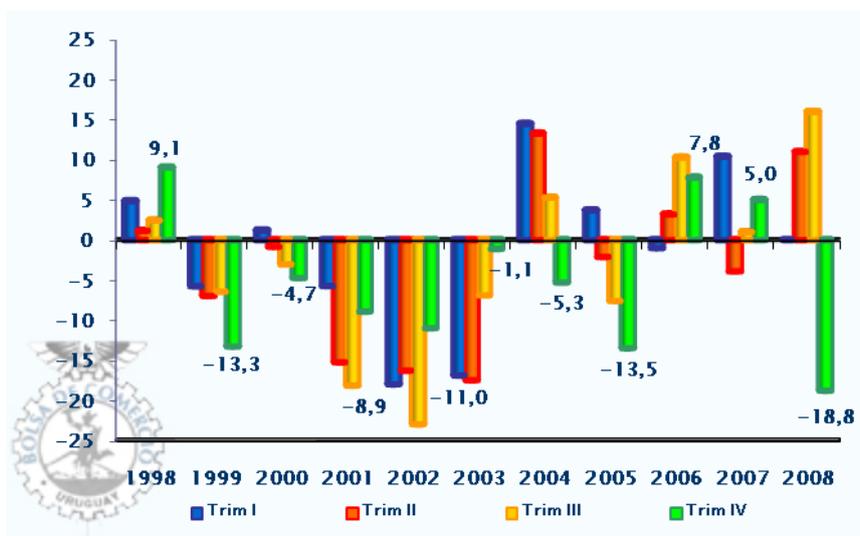
- Disminución de significación de la facturación en dólares entre los cuartos trimestres
- Mantenimiento de la venta entre años calendario

VARIACIONES CUANTITATIVAS (%) en DÓLARES

PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2002	-18.0	-16.3	-23.0	-11.0	-14.9
2003	-16.9	-17.5	-6.9	-1.1	-11.1
2004	14.5	13.3	5.3	-5.3	6.4
2005	3.7	-2.1	-7.6	-13.5	-6.6
2006	-1.0	3.2	10.3	7.8	8.3
2007	10.4	-3.9	1.0	5.0	4.0
2008	0.0	11.0	16.0	-18.8	0.0

	EMPRESAS	LOCALES	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM.	AÑO
AGENCIAS DE VIAJES-TUR.EMISIVO	5	13	276	0.0 %	11.0 %	16.0 %	-18.8 %	0.0 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Entre los cuartos trimestres de 2007 y 2008 las agencias minoristas de turismo “emisoro”, en términos agregados, habrían disminuido su actividad en forma significativa, lo que se reflejaría en una menor facturación global en dólares en un -18.8 %.

Considerando todo el año, se opina que la actividad se habría mantenido prácticamente en los mismos niveles que en el año 2007.

El encarecimiento de algunos destinos tradicionales como por ejemplo Brasil habría determinado una caída de las ventas en este rubro, así como variantes en las preferencias de los clientes, incrementándose relativamente otros destinos como la zona del Caribe.

Con referencia a los precios, se reitera la dificultad de determinar una variación promedio de precios de pasajes y otros servicios prestados, dados la heterogeneidad de destinos, compañías y servicios prestados.

De acuerdo a la información del INE, **los precios promedio** anuales de las excursiones habrían tenido un significativo crecimiento de los pesos, 17.7 % entre los cuartos trimestres de 2007 y 2008, mientras que entre los años calendario el crecimiento ha sido sumamente modesto, 1.0 %, resultado del modesto comportamiento hasta el mes de septiembre.

Hasta el cierre de la elaboración del presente Informe Trimestral de Actividad el Ministerio de Turismo no ha cerrado la información que elabora su Área de Investigación Estadística, al último trimestre y año calendario 2008.

2- Hoteles "TRES y CUATRO ESTRELLAS"

CUADRO RESUMEN TRIMESTRE

- Crecimiento en la actividad hotelera.

Entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 y 2008 habría aumentado la actividad hotelera.

Si bien no se cuenta, para el último trimestre, con la información acerca del número de visitantes a nuestro país así como de aquellos que habrían declarado a Montevideo como destino principal de su viaje, se podría presumir que la mayor actividad hotelera en los últimos meses del año, respecto a igual periodo del año 2007, respondería a un mayor número de visitantes.

Con relación a las tarifas, a partir de la información proporcionada por el INE, los **precios promedio anuales** en los servicios de hoteles y alojamiento entre los cuartos trimestres y años calendario habrían aumentado en pesos uruguayos, en 29.0 % y 10.9 %.

Este aumento en las tarifas de la hotelería ha sido corroborado por nuestros informantes.

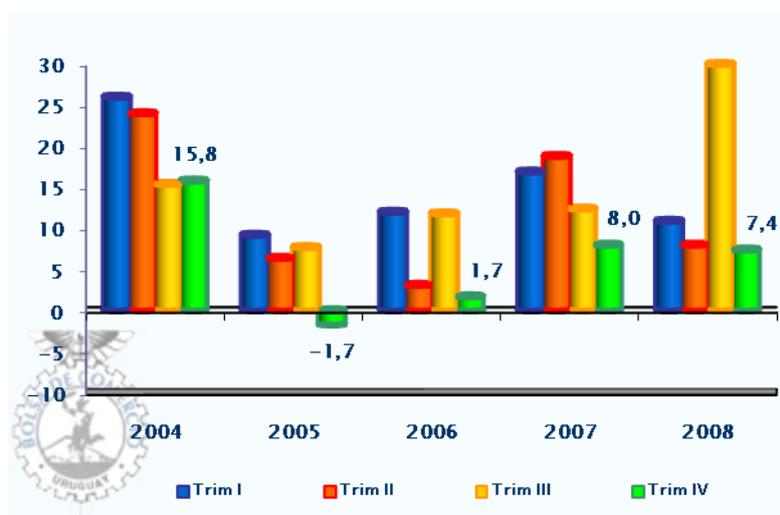
2.A HOTELES TRES ESTRELLAS

VARIACIONES DE PASAJEROS (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2004	26.0	24.0	15.4	15.8	20.9
2005	9.2	6.4	7.7	-1.7	7.3
2006	12.0	3.1	11.8	1.7	8.5
2007	16.9	18.8	12.4	8.0	13.5
2008	11.0	8.0	31.0	7.4	14.7

	EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM	IV TRIM.	AÑO
HOTELES 3 ESTRELLAS	4	85	11 %	8.0 %	31.0 %	7.4 %	14.7 %

La muestra de **Hoteles 3 estrellas**, se compone de 4 establecimientos con un total de 267 habitaciones, 443 camas y un personal ocupado de aproximadamente 85 personas.

VARIACIONES TRIMESTRALES EN EL NÚMERO DE PASAJEROS HOSPEDADOS



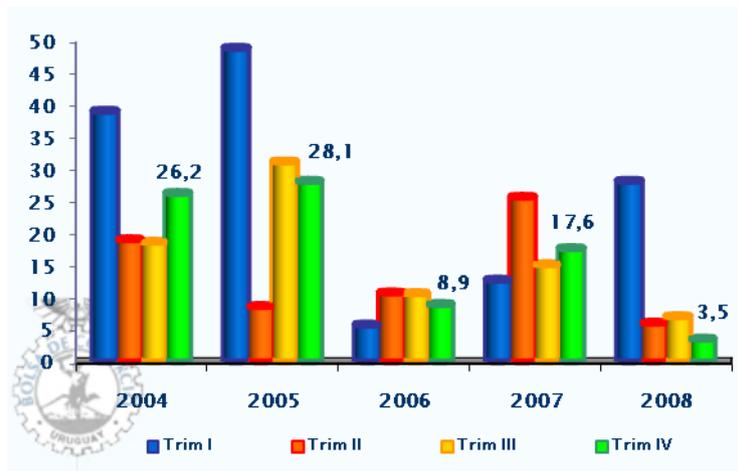
La actividad hotelera ha continuado siendo mayor en el presente año. El número de pasajeros alojados se habría incrementado entre los cuartos trimestres y años calendario 2007 y 2008 en 7.4 % y 14.7 %, respectivamente.

2.B – Hoteles cuatro estrellas

VARIACIONES DE PASAJEROS (%)					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2004	39.0	19.0	18.6	26.2	21.9
2005	48.8	8.6	31.1	28.1	38.1
2006	5.7	10.7	10.6	8.9	7.5
2007	12.7	25.6	15.1	17.6	18.6
2008	28.0	6.0	7.0	3.5	5.4

	EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM	IV TRIM.	AÑO
HOTELES 4 ESTRELLAS	4	111	28.0 %	6.0 %	7.0 %	3.5 %	5.4 %

VARIACIONES TRIMESTRALES EN EL NÚMERO DE PASAJEROS HOSPEDADOS



En el caso de los hoteles que han sido **categorizados como de 4 estrellas**, son cuatro los que vienen informando con un total de 225 habitaciones, 384 camas y un personal ocupado aproximado de 111 personas.

El número de pasajeros hospedados habría aumentado globalmente un 3.5 % entre los cuartos trimestres y 5.4 % entre los primeros acumulados de ambos años.

3- Informática:
Hardware, Software y Soluciones Informáticas

Cuadro Resumen Trimestre

- Entre los cuartos trimestres y años calendario, crecimientos de significación en el conjunto de actividades informáticas, orientadas al mercado interno (total país).

Se dispone de información proporcionada por 13 empresas, con una ocupación aproximada de 1057 empleados.

Recordamos una vez más que entendemos que, por ser las actividades informáticas una inversión que realizan los hogares y el conjunto de unidades económicas públicas y privadas, y que pueden significar un proceso prolongado de maduración, el análisis de las tendencias se debe realizar, en lo posible, considerando plazos mas extensos que en el resto de los giros.

Mas allá entonces, de que entre los últimos meses de ambos años han existido significativos crecimientos en la actividad orientadas hacia el mercado interno, el análisis anual de las tendencias no hacen más que confirmar la excepcional dinámica del sector durante el año 2008.

Consideramos plenamente vigentes, y por lo tanto reiteramos en este Informe, lo que veníamos expresando en nuestros anteriores trabajos, así comolas opiniones que hemos venido recogiendo de especialistas e informantes para la encuesta.

Se entiende, que la penetración de la informática en la población es cada vez mayor, alcanzando nuestro país uno de los niveles más elevados del continente.

A su vez, las nuevas necesidades tanto tecnológicas como de prestación de más amplios servicios, tanto en la esfera pública como privada, exigen una permanente renovación de equipos, software cada vez más especializados y servicios acordes.

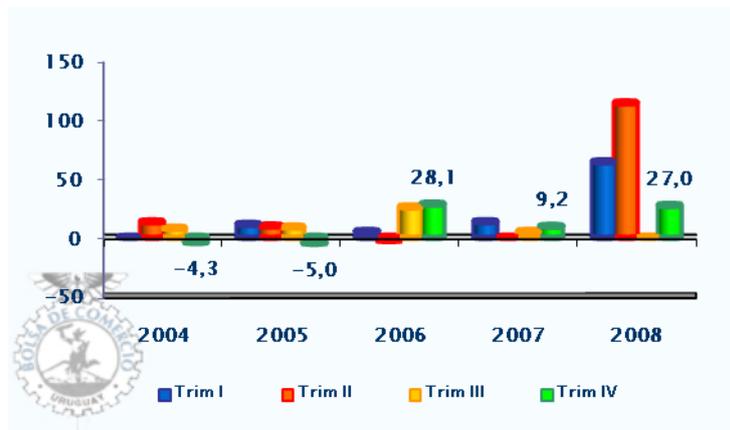
Estas herramientas están permitiendo mejoras en la gestión que, de acuerdo a opiniones de nuestros informantes, explicarían muchas veces la mayor actividad comercial y los mejores resultados empresariales.

3.A -Hardware

VARIACIONES (%) HARDWARE					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2004	0	13	7.7	-4.3	4.5
2005	10.9	9.5	8.7	-5.0	4.3
2006	4.9	-2.7	25.7	28.1	19.7
2007	13.2	0.0	4.9	9.2	11.0
2008	64.0.	114.0	0.0	27.0	64.0

	EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM	A Ñ O
INFORMÁTICA HARDWARE	8	336	64.0 %	114.0 %	0.0 %	27.0 %	64.0 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



Entre los años calendario 2007 y 2008 los niveles de comercialización hacia el mercado interno se habrían incrementado en un 64 % globalmente.

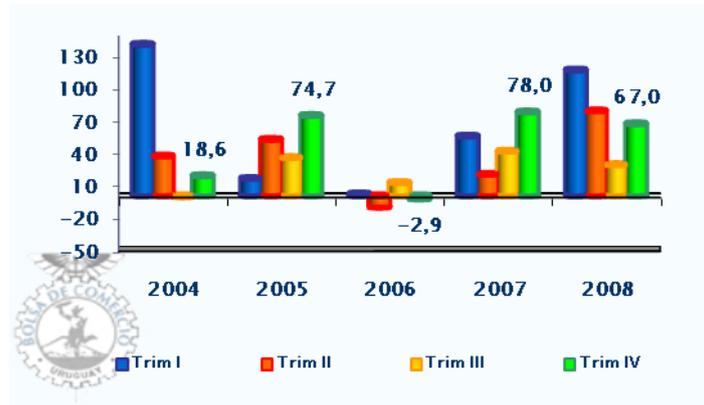
Los comportamientos son diferenciados en cuanto a la magnitud de los incrementos, pero se señala la fuerte incidencia del Plan Ceibal y su extensión a nuevos usuarios.

3.B- Software

VARIACIONES (%) SOFTWARE					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2004	141	37	-1.0	18.6	20.5
2005	16.0	52.4	35.6	74.7	42.1
2006	1.7	-10.6	12.2	-2.9	-2.7
2007	55.5	20.0	41.5	78.0	47.2
2008	117.0	79.0	29.0	67.0	83.0

	EMPRESAS	PERSONAL OCUPADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM	A Ñ O
INFORMÁTICA SOFTWARE	10	279	117.0%	79.0 %	29.0 %	67.0 %	83.0 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



La información proporcionada por diez empresas corresponde a la comercialización de programas informáticos en nuestro país.

Entre los años calendario 2007 y 2008, la facturación por software comercializados habría crecido en un 83.0 %.

3.C -Servicios Informáticos

VARIACIONES (%) Servicios Informáticos					
PERÍODO	TRIMESTRES				AÑO
	I	II	III	IV	
2004	42.0	8.0	54.0	59.9	62.0
2005	-6.8	28.0	1.6	10.0	9.1
2006	6.4	16.2	11.3	14.8	12.4
2007	26.7	12.2	21.5	35.0	23.6
2008	28.0	27.0	30.0	28.0	26.0

	EMPRESAS	PERSONAL OCU- PADO	I TRIM.	II TRIM.	III TRIM.	IV TRIM	AÑO
INFORMÁTICA SERVICIOS	8	442	28.0 %	27.0 %	30.0 %	28.0%	26.0 %

VARIACIONES DE VENTAS TRIMESTRALES



La información correspondiente a la prestación de los servicios informáticos corresponde en esta oportunidad a 8 empresas.

Entre los años calendario 2007 y 2008 el crecimiento de la actividad se habría situado en el entorno del 26.0 %, globalmente.

El crecimiento de los servicios conexos no han evolucionado con la misma intensidad que la venta de hardware y software.

De acuerdo a algunas opiniones, existen empresas que tendrían cierta dificultad en expandir su actividad debido a que la renovación de equipos puede estar limitando el requerimiento de servicios de mantenimiento de los equipos que son desplazados.