

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN LAS MIPYMES URUGUAYAS Y LAS PERSPECTIVAS DE RECUPERACIÓN A CORTO Y MEDIANO PLAZO

**Micaela Camacho, Roberto Horta,
Luis Silveira, Lucía Ferreira**
19 de noviembre de 2020



Contenido

- Introducción
- El impacto del COVID-19:
 - En la actividad económica y el empleo
 - En el empleo de las mipymes
 - En el comportamiento de los consumidores
- Conclusiones

INTRODUCCIÓN



Introducción

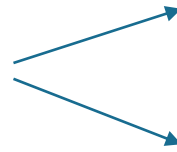


En Uruguay:

- ✓ Se tomaron medidas para fomentar el distanciamiento social desde que se conocieron los primeros casos
- ✓ No se estableció cuarentena obligatoria
- ✓ Se promovieron algunas medidas específicas para empresas, como la flexibilización del régimen de seguro de desempleo y el diferimiento de algunos pagos de haberes

Introducción

Shock COVID-19 generó impacto en



Oferta

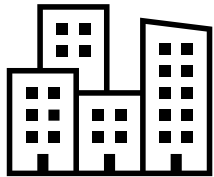
(actividad económica y empleo)

Demanda

(comportamiento del consumidor)

Mipymes

99%
151.910



Entidades jurídicas

68%
802.578



Población ocupada

Micro

Pequeña

Mediana



85%

12%

3%



51%

27%

22%

Fuente: MIEM (2017), INE (2018)

Las mipymes representan una parte muy importante de la economía y juegan un papel fundamental en el entretejido empresarial (Camacho, 2018)

Marco teórico

Importancia de las **mipymes** en América (Dini y Stumpo, 2018).

Índice de Confianza del Consumidor (1946, Universidad de Michigan) recolecta datos de los gastos y deudas de los hogares.

El **comportamiento de los consumidores** es un buen predictor del curso futuro de la economía (Universidad de Michigan y Curtin, R. 2007).

En Uruguay el ICC es calculados y analizados por el Instituto de Competitividad de la Universidad Católica del Uruguay.

Metodología

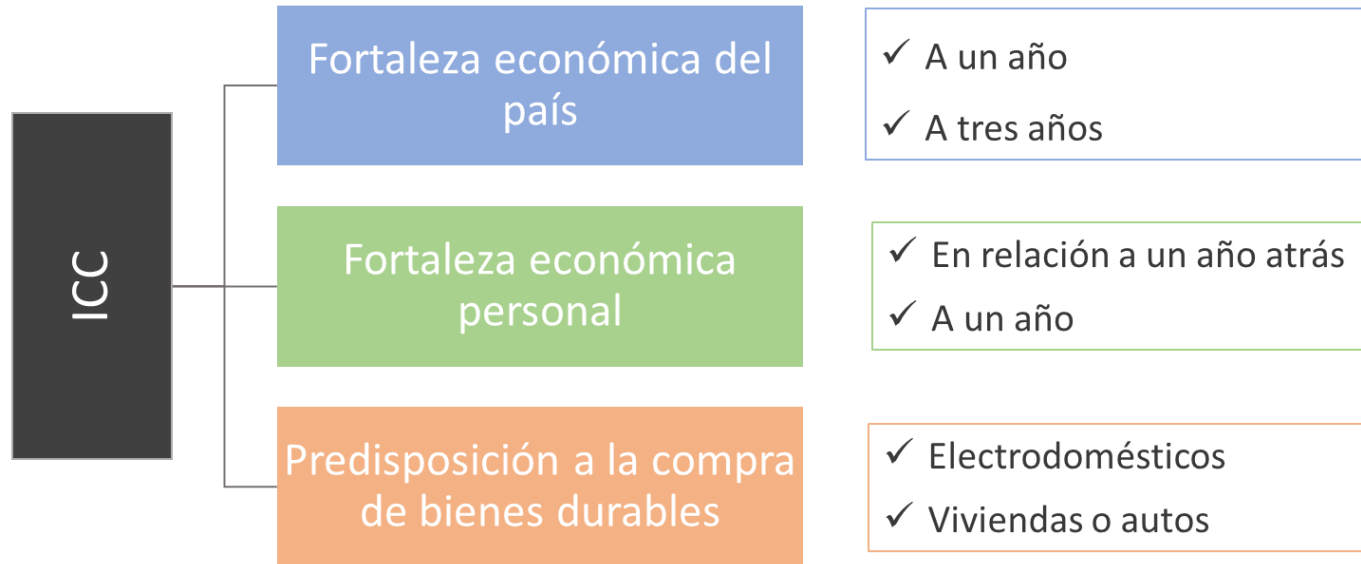
Análisis de los impactos de la crisis sanitaria en la oferta a través del empleo utilizando:

- 1 La **contribución al valor agregado** global de los principales sectores de la economía
- 2 El **empleo** que generan las mipymes por sector
- 3 El **incremento de los beneficiarios al seguro de desempleo** entre el mes de febrero y el mes de abril para medir el impacto de la crisis del COVID-19 a nivel sectorial.

Metodología

Análisis de los impactos de la crisis sanitaria en la **demanda** a través del comportamiento del **consumidor** utilizando:

El **Índice de Confianza del Consumidor** en Uruguay (ICC), que se elabora desde el 2007.

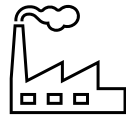


EL IMPACTO DEL COVID-19



La actividad económica y el empleo

1 Nivel de actividad (BCU)



Ene-Mar 2020 vs Ene-Mar 2019 → -1,4%

Ene-Mar 2020 vs Oct-Dic 2019 → -1,6%

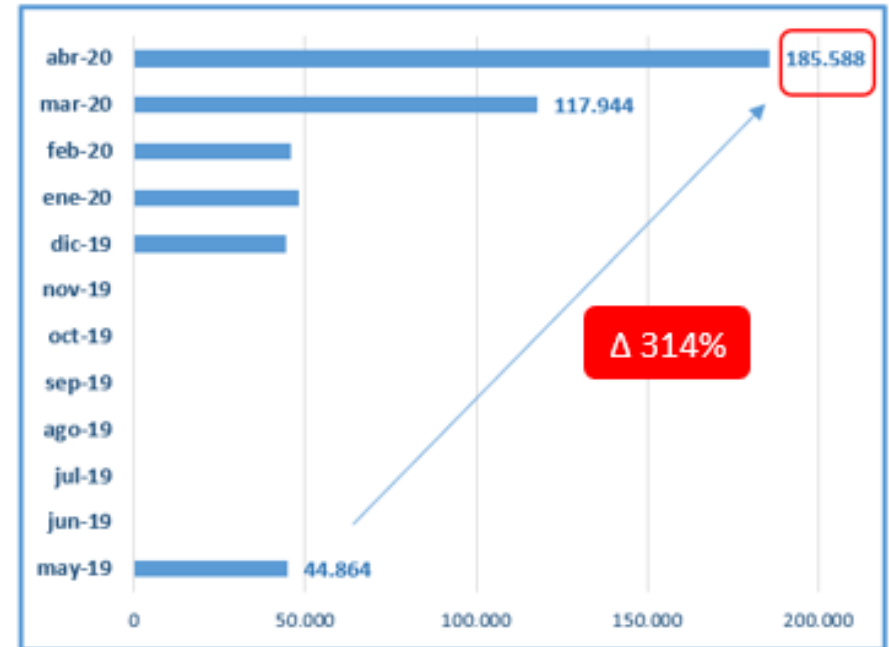
2 Proyección 2020 (MEF)



Caída del 3,5%,

3 Impacto en la ocupación

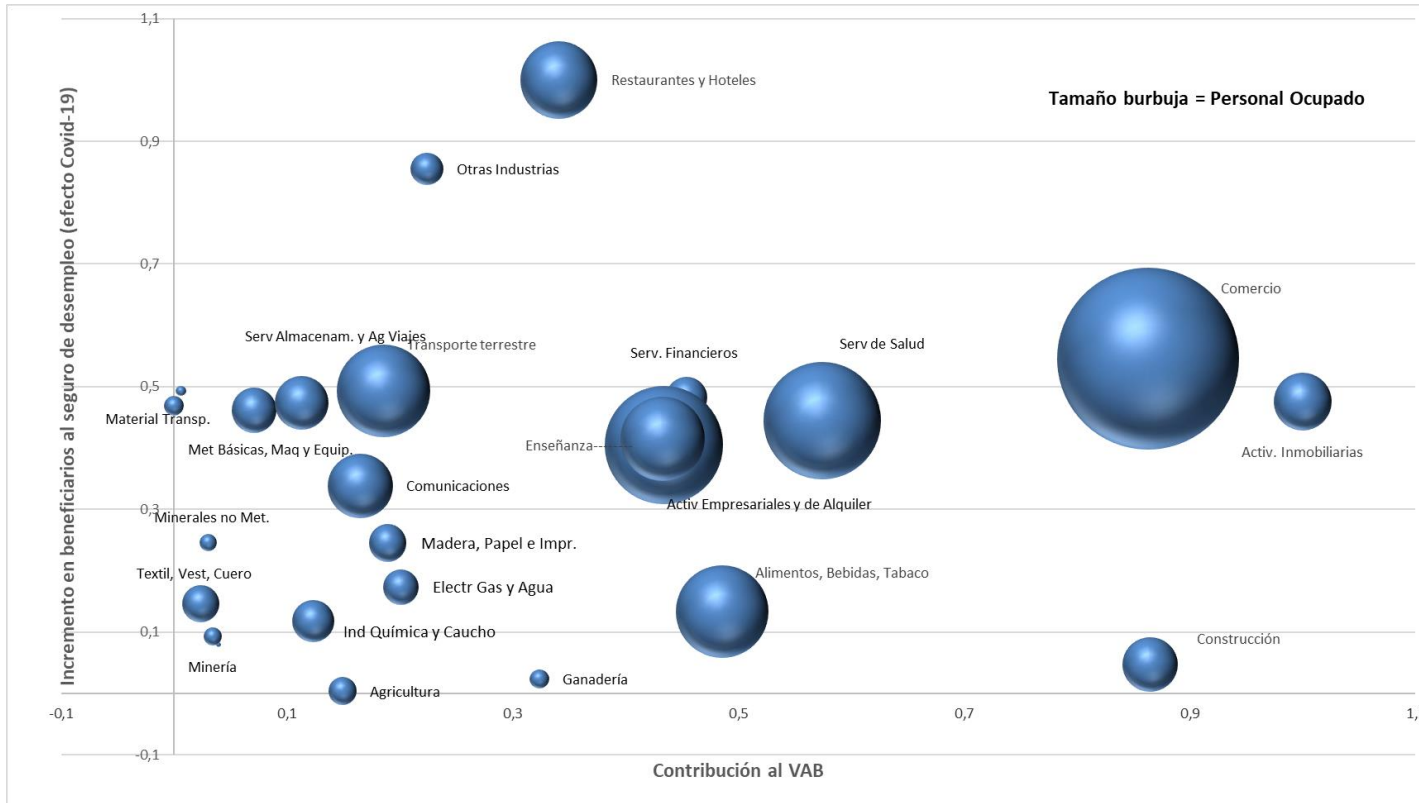
Personas en subsidio por desempleo



Fuente: BPS

El empleo de las mipymes

Relación tres variables: la contribución de cada sector al valor agregado total, el efecto COVID-19 y el personal ocupado de las mipymes.



Consecuencias del impacto:

✗ Retracción del empleo

✗ Reducción o cierre de actividad

✗ Adecuar su oferta a la baja

✓ Algunos sectores de la industria manufacturera son los menos afectados

Se normalizan las tres variables a los efectos de su análisis y se correlacionaron los sectores de las clasificaciones CIU Rev.3 y CIU Rev.4.

El comportamiento de los consumidores



La caída de marzo fue la **mayor caída mensual** desde que se mide



se alejó del niveles de **optimismo** para situarse en el nivel de **moderado pesimismo**



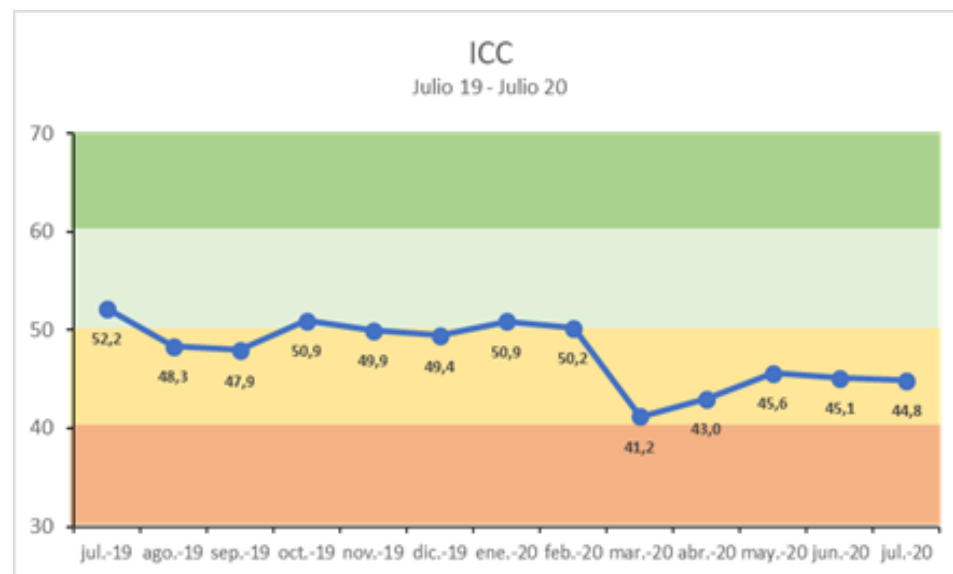
En **abril y mayo** el índice mostró una leve mejora de 4,4 puntos



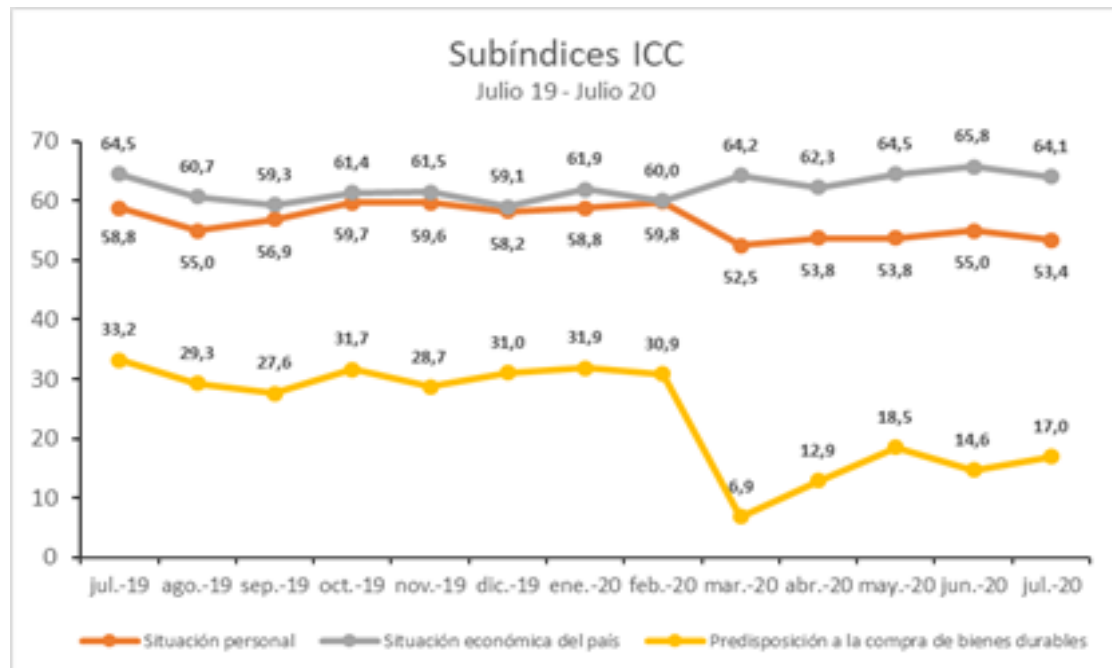
En **junio** y el **julio** el índice vuelve a caer levemente (-0,5 y -0,3)



El puntaje de **julio 2020** es **notoriamente inferior** al de **julio 2019** (-7,4)



El comportamiento de los consumidores



Predisposición a la compra de bienes durables:

-24 puntos, nivel más bajo desde que se mide el índice



Situación económica personal

-7,2 puntos



Situación económica del país

+4,2 puntos

Los consumidores **aplazan o revierten** su decisión de compra de inmuebles, automóviles o electrodomésticos en los primeros meses luego del shock.

Puede implicar un **futuro auspicioso** cuando al moderar las tendencias, los consumidores decidan gastar el ingreso que no han hecho durante los meses de crisis.

CONCLUSIONES



Conclusiones

El COVID-19 tuvo impacto en:

La oferta

- ✓ La **actividad económica se contrajo** 1,4% en el primer trimestre de 2020 respecto al mismo período del año anterior
- ✓ Fuerte **retracción del empleo** medida por los envíos al seguro de desocupación
- ✓ El empleo en **los sectores de servicios** fueron los más afectados

La demanda

- ✓ El ICC tuvo una **fuerte caída en marzo**, situándose desde entonces en la zona de moderado pesimismo.
- ✓ La **Predisposición a la Compra de Bienes Durables** es el subíndice que más descendió, pudiendo ser indicio de una población más cauta con el gasto presente.
- ✓ ICC es un **buen indicador** para evaluar los cambios en el consumo en el caso de Uruguay

Futuras investigaciones



Analizar si existe una relación entre los envíos al seguro de desocupación y los subíndices del ICC



Estudio continuo del ICC por parte del Instituto de Competitividad



Estudios comparativos entre países del cono sur de Sudamérica, permitiendo comprender las distintas reacciones de los consumidores ante el impacto del COVID-19



MUCHAS GRACIAS



competitividad@ucu.edu.uy



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

Roberto Horta – rhorta@ucu.edu.uy

Micaela Camacho – mcamacho@ucu.edu.uy

Luis Silveira – luis.silveira@ucu.edu.uy

Lucía Ferreira – ferreira.lucia@ucu.edu.uy