

## Nueva caída / Reino Unido

### Ventas minoristas

0,9%

interanual en mar-2022

7,2%

interanual en feb-2022

-1,4%

intermensual en mar-2022

-0,5%

intermensual en feb-2022

- Las ventas minoristas en el Reino Unido disminuyeron 1,4% en mar-2022 respecto al mes anterior, manteniéndose en terreno negativo por 2° mes consecutivo. El resultado fue peor a lo esperado por los analistas (-0,3%).
- Las mayores caídas se registraron en *tiendas no especializadas* (-7,9% intermensual), *combustibles para automóviles* (-3,8%) y *alimentos* (-1,1%). En contraste, se observaron aumentos en *artículos para el hogar* (+2,6%).
- Las ventas en línea fueron las más afectadas y alcanzaron la menor proporción en el total de ventas desde el inicio de la pandemia (26%).
- Los analistas de la Oficina Nacional de Estadísticas del Reino Unido atribuyen la baja al aumento en el costo de vida de los hogares que golpeó el gasto de los consumidores.

## Mejor de lo esperado / Canadá

### Ventas minoristas

7,4%

interanual en feb-2022

12,0%

interanual en ene-2022

0,1%

intermensual en feb-2022

3,3%

intermensual en ene-2022

- Las ventas minoristas de Canadá aumentaron 0,1% en feb-2022 respecto al mes anterior, manteniéndose en terreno positivo por segundo mes consecutivo mientras los analistas esperaban una caída (-0,4%).
- Las mayores subas se registraron en *indumentaria y calzado* (+15,1% intermensual), *materiales para la construcción* (+5,6%) y *bienes deportivos y musicales* (+1,4%).
- Como contrapartida, hubo una baja en las ventas de *vehículos* (-5,1%), *muebles y artículos para el hogar* (-2,2%) y *salud y artículos para el cuidado personal* (-0,4%).

## Algunas luces de alerta

Hoy se dieron a conocer los índices flash PMI de Markit que miden la fuerza de los sectores de manufacturas y servicios en varios países desarrollados para abr-2022. Un valor mayor a 50 puntos indica una expansión de la actividad y viceversa. Los indicadores fueron en general positivos, pero empiezan a reflejar los inconvenientes por los aumentos de precios y la guerra entre Rusia y Ucrania.

País	Manufacturas	Servicios	Comentario
Estados Unidos	59,7	54,7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los indicadores reflejan una actividad económica sólida, aunque el crecimiento se desaceleró por el menor consumo de servicios en un contexto de aumento de precios.</li> <li><b>Analista:</b> “Las empresas reportaron un viento de cola por la demanda reprimida de la pandemia, pero también enfrentan mayores desafíos por el aumento de la inflación y el incremento del costo de vida, así como los retrasos en la cadena de suministro”.</li> </ul>
Eurozona	55,3	57,7	<ul style="list-style-type: none"> <li>El crecimiento de la Eurozona se aceleró por un mayor impulso de la actividad de servicios que se vio favorecida por un relajamiento de las restricciones de COVID-19.</li> <li><b>Analista:</b> “El aumento constante del coste de vida sugiere que el crecimiento del sector servicios podría detenerse bruscamente cuando se desvanezca el repunte inicial de la reapertura de la economía”.</li> </ul>
Reino Unido	55,3	58,3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tanto manufacturas como servicios se mantuvieron en terreno positivo, pero la actividad económica en conjunto se desaceleró respecto al mes previo.</li> <li><b>Analista:</b> “Los altos precios y el aumento del costo de vida se mencionaron a menudo como la causa principal de la menor demanda. Se consideró que el Brexit, los retrasos en el transporte y la guerra entre Rusia y Ucrania limitaron la actividad de exportación”.</li> </ul>
Japón	53,4	54,1	<ul style="list-style-type: none"> <li>La actividad económica de Japón registró una mejora tanto en manufacturas como en servicios por la baja de casos de COVID-19 y el alivio de restricciones de circulación.</li> <li><b>Analista:</b> “La confianza empresarial disminuyó a un mínimo de ocho meses en medio de mayores vientos en contra debido a las preocupaciones sobre el impacto de la guerra en Ucrania y las estrictas medidas de bloqueo de China sobre las cadenas de suministro”.</li> </ul>