

Actividad Comercio y Servicios

Cuarto Trimestre 2023 y Cierre 2023



Cámara de Comercio y
Servicios del Uruguay



La realización del presente informe contó con el apoyo del INEFOP, en el marco del Proyecto de Investigación en Negociación Colectiva, Art. 2 Literal Ñ – Ley 18.406.

ÍNDICE

Resumen ejecutivo

Metodología

Comercio

Servicios

E-commerce

Situación actual, empresas familiares y perspectivas

Actividad por localización

Actividad por tipo de bien

Actividad por tamaño empresa

Anexo

Resumen Ejecutivo I – Principales resultados

- 1 - Cuarto trimestre 2023.** La actividad del sector Comercio y Servicios, medida por la variación interanual de las ventas reales, volvió a mostrar una caída de cierta durante el cuarto trimestre, de 1,4%, aunque la misma resultó más leve que la verificada en el tercer trimestre del año pasado (cuando las ventas habían descendido 2,8%). Los menores niveles de actividad en el cuarto trimestre se explicó a partir de una caída bastante generalizada, que no alcanzó a ser compensada por la buena performance de algunos rubros como Indumentaria o Agencias de Viaje. En esta línea, el índice de difusión por rubros mostró una reducción, para ubicarse en 25%, un registro menor al del trimestre anterior (35%). El rubro Indumentaria fue el que mostró un crecimiento más pronunciado, con 7,3%, seguido por Agencias de Viajes, con un avance de 5,9%. Los retrocesos más pronunciados se observaron en Hoteles (8,4%) y Ópticas (6,3%).
- 2 - Balance 2023.** El año pasado estuvo caracterizado por retrocesos en los niveles de venta en la mayoría de los trimestres analizados (del segundo al cuarto), lo que motivó una disminución de importancia en el conjunto del año, de 2%. Este resultado contrasta con la recuperación, aunque leve, que habían tenido las ventas en el 2022, cuando habían crecido 0,5%. Cuando se mira la performance por rubros, se observa que la mayoría de los mismos, atravesaron fases de retrocesos. Las variaciones reales de las ventas se ubicaron en un rango aproximado de entre -10% y +7%. Los rubros con mayores descensos en el año fueron Hoteles (9,7%), Minimercados (8,5%) e Inmobiliarias (8,4%), al tiempo que Indumentaria (7,3%) y Agencias de Viajes (4,4%) fueron las que mostraron avances más sustantivos. De esta forma, el comercio continúa sin mostrar variaciones positivas sustanciales de las ventas en los últimos años: el aumento de 2022 referido, fue el único incremento posterior a la llegada de la pandemia en 2020.
- 2 – Situación por segmentos.** En el cuarto trimestre, la evolución de las ventas fue heterogénea por segmentos. Así, las empresas micro fueron las que mostraron las caídas de mayor entidad (2%) al tiempo que las medianas retrocedieron sólo 0,6%. Cuando se analizan los resultados por tipo de producto, se observan también diferencias: las ventas de no durables y bienes de inversión mostraron aumentos, al tiempo que las ventas de semi durables, durables y servicios mostraron contracciones de importancia. Las empresas de servicios mostraron retrocesos más pronunciados que las del comercio. En el conjunto del año, se destacó la performance negativa de las empresas de servicios, con una caída de 3,9%.
- 4 - Leading indicators.** En el cuarto trimestre los indicadores adelantados se mostraron casi en el mismo nivel que en el trimestre anterior, anticipando que no habrá cambios sustanciales en la demanda de trabajadores, insumos o en la realización de inversiones en comercio y servicios para al menos la primera mitad del año.

RUBRO	Variación real ventas			Indice de difusión*			Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
	III.2023	IV.2023	2023	III.2023	IV.2023	2023	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III
Total	-2,8%	-1,4%	-2,0%	39%	40%	38%	67	^	53		73	

*Refiere al total de empresas que establecieron que sus ventas aumentaron

Resumen Ejecutivo II – Caracterización de las empresas encuestadas

INDICADOR	No durables	Semi durables	Durables	Inversion	Servicios	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Cantidad empresas que informaron ventas	168	119	76	34	109	228	188	68	22	506
<i>Locales</i>	<i>341</i>	<i>207</i>	<i>80</i>	<i>43</i>	<i>119</i>	<i>195</i>	<i>224</i>	<i>126</i>	<i>247</i>	<i>792</i>
<i>Personal Ocupado</i>	<i>12.464</i>	<i>2.018</i>	<i>1.392</i>	<i>581</i>	<i>1.469</i>	<i>442</i>	<i>1.715</i>	<i>2.497</i>	<i>13.430</i>	<i>18.084</i>
Indice de Difusión* IV.2023	38%	43%	39%	62%	35%	37%	44%	43%	36%	40%
Variación ventas IV.2023	0,3%	-1,7%	-3,4%	2,2%	-3,0%	-2,0%	-1,5%	-0,6%	-1,5%	-1,4%
Indice de Difusión* 2023	31%	46%	34%	56%	36%	36%	40%	37%	32%	38%
Variación ventas 2023	-0,2%	1,1%	-2,4%	0,6%	-3,9%	-2,4%	-2,2%	-0,9%	-2,2%	-2,0%

*Refiere al indice de difusión por empresas, calculado según el porcentaje de empresas dentro de la categoría que mantuvieron variaciones positivas de sus ventas

- La variación real de las ventas surge de considerar en este caso las respuestas de **506** empresas que ocupan a **18.084** trabajadores.
- El promedio ponderado de la variación de las ventas registró en el último trimestre del 2023 una caída de **1,4%** explicada, en buena parte, por los retrocesos en todos los segmentos de tamaños.
- Para 2023, se observó una caída de cierta importancia de las ventas, de **2%**, a partir de las reducciones en todos los tamaños considerados.

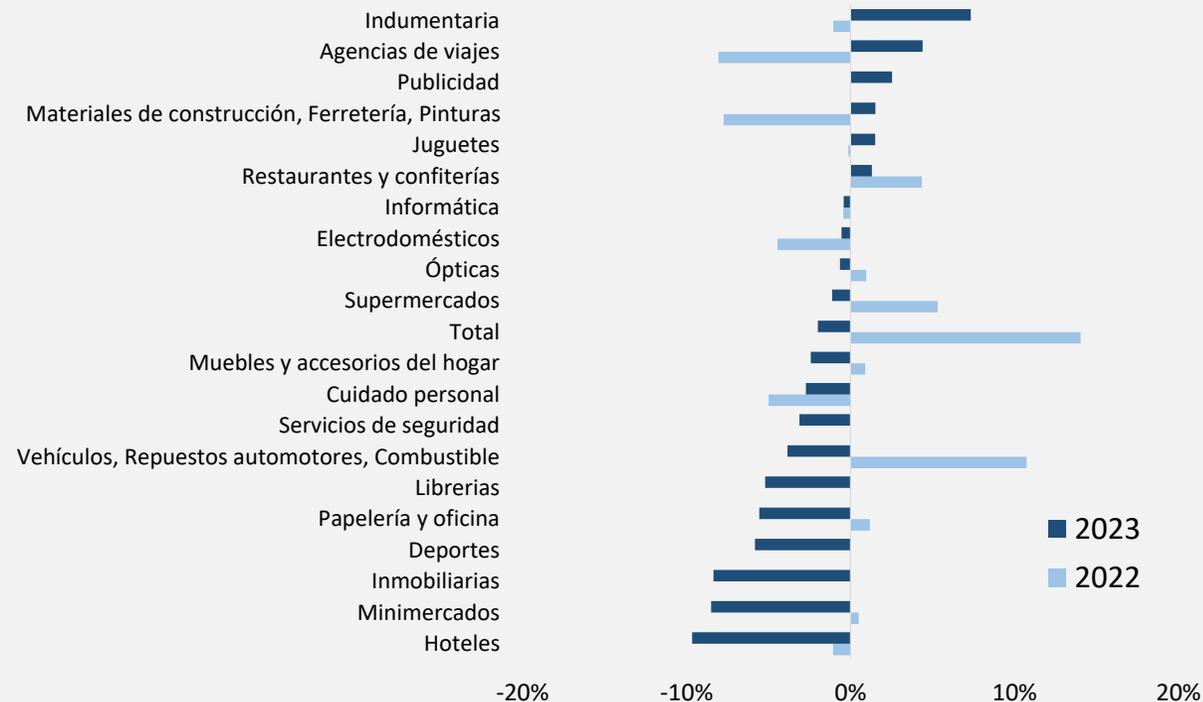
Resumen Ejecutivo III – Ventas por rubros

Variación real interanual de las ventas



- En el cuarto trimestre de 2023 se destacaron los retrocesos de las ventas en la amplia mayoría de los rubros analizados, en línea con lo sucedido en trimestres anteriores. Así, se destacó la performance de indumentaria, que fue de los pocos rubros que mostró variaciones positivas relevantes en la segunda parte del año. Agencias de viajes denotó una reversión, con un crecimiento de entidad en el cuarto trimestre, luego de un retroceso de importancia en el período anterior. Por el contrario, Ópticas fue el rubro que mostró caídas más claras en la segunda mitad del año, algo similar a lo que se observó en Librerías y Electrodomésticos.

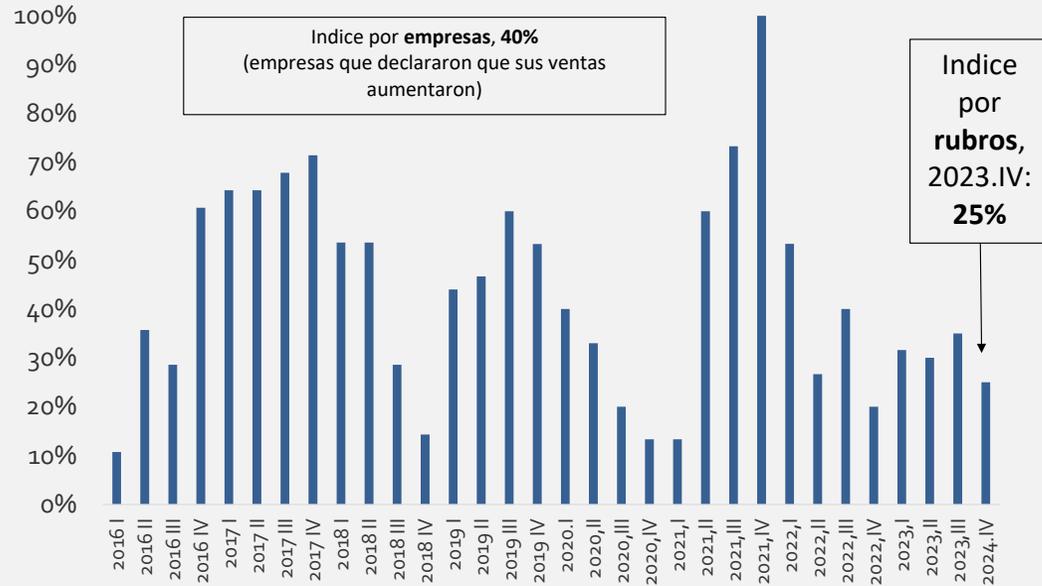
Variación real interanual de las ventas



- En 2023, la mayoría de los rubros mostraron retrocesos en sus ventas, como se observa en el gráfico. Asimismo, ninguno de los rubros considerados mostró avances sustanciales en los últimos dos años. El rubro que mostró retrocesos de relativa importancia tanto en 2022 como en 2023 fue Cuidado personal, en particular como resultado de los efectos de la diferencia de precios y la fuga de consumo de estos productos hacia Argentina. Mientras tanto, se destacó la reversión de Agencias del viajes que, luego de tener una caída de importancia en 2022 y algunos trimestres de 2023, cierra el año bajo una fase de crecimiento.

Resumen Ejecutivo IV – Difusión actual y esperada

Índice de Difusión por Rubros

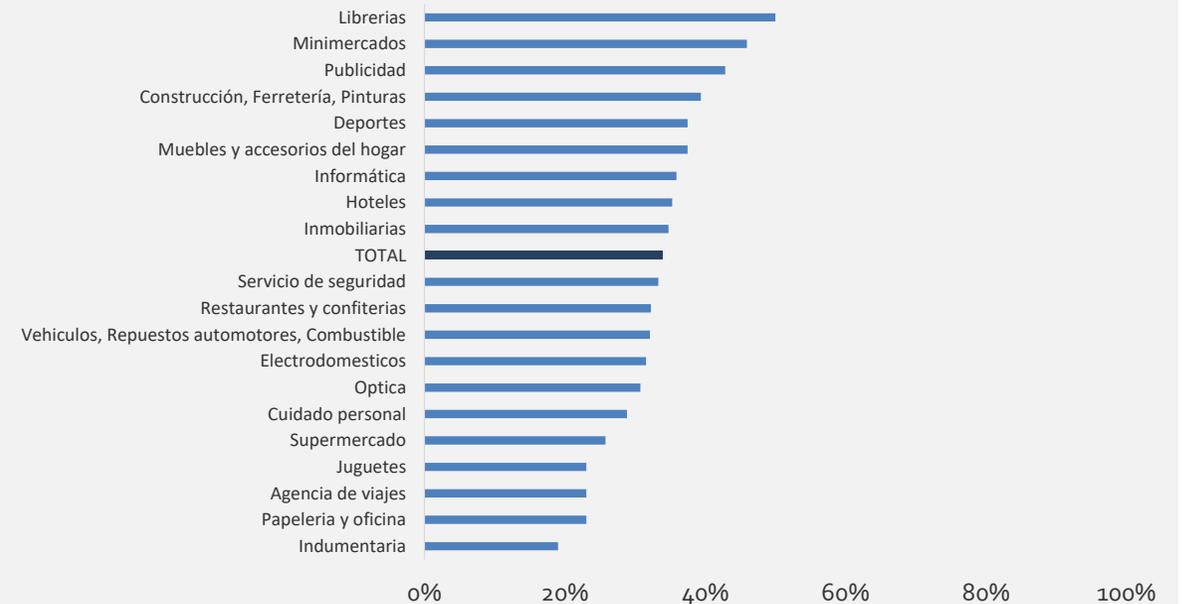


Fuente: CCSU y Equipos Consultores

- Índice de Difusión:** el índice de difusión por rubros (porcentaje de rubros con variaciones positivas de las ventas reales) descendió en el cuarto trimestre y llegó al 25% de los 20 ítems considerados (se había ubicado en 35% en el tercer trimestre). Se trató de uno de los menores registros desde la fuerte crisis de 2020, cuando el indicador había llegado a un mínimo en años, de 13%. En el cuarto trimestre, sólo 5 de los 20 rubros mostraron variaciones positivas, y en general no de gran importancia, de sus ventas: Agencias de viajes, Materiales de construcción, Indumentaria, Informática y Restaurantes y confiterías. El indicador por empresas se ubicó en 40%.

Índice de Difusión Esperado

Primer trimestre 2024



- Índice de difusión esperado:** El índice de difusión esperado de las empresas, para el primer trimestre de 2024 se ubicó en 34%, un registro casi idéntico al índice de difusión efectivo por empresas del cuarto trimestre del año pasado. Así, no se esperan cambios fuertes en la evolución de las ventas a nivel agregado para el primer trimestre del año, en línea con la estabilidad de los indicadores adelantados comentados previamente. A nivel de rubros, Librerías, Minimercados y Publicidad, fueron los rubros que registraron las respuestas más positivas. Por el contrario, las empresas de Indumentaria, Papelería y Agencias de Viajes fueron las que mostraron registros más reducidos.

Resumen Ejecutivo V – Ventas por segmentos en el tercer trimestre y 2023

RUBRO		Variación real ventas			
		III.2023	IV.2023	2022	2023
Por Naturaleza de la actividad y Localización	Comercio Montevideo	-2,6%	-3,1%	0,3%	-4,2%
	Comercio Interior	-1,6%	2,2%	-0,1%	2,5%
	Servicios Montevideo	-6,3%	-1,1%	7,7%	-1,7%
	Servicios Interior	-1,7%	-3,8%	1,1%	-4,9%
Por Tipo de Bien	No durables	0,4%	0,3%	1,2%	-0,2%
	Semi durables	1,7%	-1,7%	1,7%	1,1%
	Durables	-3,7%	-3,4%	3,7%	-2,4%
	Inversión	0,4%	2,2%	-1,4%	0,6%
	Servicios	-4,9%	-3,0%	3,8%	-3,9%
Por Tamaño de Empresa	Micro	-4,1%	-2,0%	-4,5%	-2,4%
	Pequeña	-3,0%	-1,5%	0,0%	-2,2%
	Mediana	0,3%	-0,6%	2,7%	-0,9%
	Grande	-3,9%	-1,5%	-0,1%	-2,2%
Montevideo		-3,0%	-3,1%	0,6%	-4,1%
Interior		-1,6%	1,28%	0,1%	1,4%
Interior - Litoral, Centro, Noreste		-5,6%	-4,9%	1,0%	-4,7%
Interior - Costa		0,9%	3,3%	-0,5%	3,3%
Servicios		-4,9%	-3,0%	3,8%	-3,9%
Comercio		-2,4%	-1,3%	0,2%	-1,8%
Total		-2,8%	-1,40%	0,5%	-2,0%

Cuarto trimestre de 2023

- En el cuarto trimestre se observaron evoluciones heterogéneas por segmentos.
- Así, en el análisis por zona se destacó la performance de Montevideo, con un incremento real de las ventas leve, de 0,6%. Esto contrastó con el estancamiento del interior, que mostró una variación positiva de sólo 0,1%.
- El análisis por tipo de bien mostró un desempeño destacado de bienes de inversión, con un crecimiento de 2,2%. Por el contrario, los durables y los servicios mostraron las caídas de mayor entidad, de 3,4% y 3% respectivamente.
- En lo que refiere al tamaño, todos los segmentos mostraron caídas, siendo las medianas las que mostraron un retroceso más leve, con 0,6%.

Año 2023

- El balance del año en términos generales fue desfavorable, con una caída de las ventas de 2%, que contrasta con el aumento, aunque leve, de 0,5% de 2022.
- A nivel de regiones, tanto Montevideo como la zona Interior (Litoral, Centro y Noreste), fueron las que alcanzaron los peores registros, contracciones por encima del 4%.
- Para el conjunto del año, se destacó la performance de semi-durables, con un crecimiento de 1,1%, explicado, entre otros, por el impulso del rubro indumentaria.
- Por tamaño, todos los segmentos mostraron caídas en sus ventas.
- Por sector, se destacó la caída de servicios, de 3,9%, al tiempo que el comercio mostró un descenso más moderado, de 1,8%.



Metodología

Metodología

- La metodología (supuestos, criterios, etc.) para el armado de este informe fue definida conjuntamente por la CCSUY y Equipos Consultores.
- El público objetivo de cada encuesta trimestral son las empresas de Comercio y Servicios que conjuntamente con la CCSUY se han ido acordando y que actualmente refieren a 20 rubros.
- El marco muestral fue en general las empresas de comercio y servicios incluidas en el RPAE (2021) de todo el país. Se excluyeron algunas secciones de actividad particulares (por tanto, los resultados de este informe no incluyen todos los sectores de comercio y servicios).
- A las empresas del panel se las contactó vía formulario auto administrado (online). A las empresas de la muestra aleatoria se las contactó telefónicamente y/o vía formulario auto administrado.
- Contamos con un marco de 106.848 empresas que son elegibles para el estudio que se realiza trimestralmente. A un porcentaje del marco se les envía la encuesta por mail ya que en relevamientos anteriores fueron contactados telefónicamente y establecieron que en siguientes relevamientos sean contactados vía mail. Estos relevamientos online se realizan en cada trimestre y se les consulta lo mismo que se realiza telefónicamente a nuevas empresas. El contacto vía mail se realiza con recordatorios periódicos cada 3 días hasta que se está cercano a la fecha de cierre del estudio que ahí se realiza día promedio el recordatorio.

Cantidad empresas Rubros CCSU RPAE 2021	
Agencia de viajes	447
Construcción, Ferretería, Pinturas	6323
Cuidado personal	13244
Deportes	96
Electrodomesticos	1775
Hoteles	848
Indumentaria	13723
Informática	7630
Inmobiliarias	5268
Juguetes	433
Librerías	221
Minimercados	24487
Muebles y accesorios del hogar	2071
Optica	623
Papelería y oficina	784
Publicidad	5123
Restaurantes y confiterías	10370
Servicio de Seguridad	751
Supermercado	2987
Vehiculos, Repuestos automotores	9644

RPAE 2021	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	MICRO	Total general
Servicios	0,4%	2,2%	14,7%	82,8%	21,3%
Comercio	0,2%	1,8%	9,1%	88,9%	78,7%
Total general	0,2%	1,9%	10,3%	87,6%	100,0%

Muestra IV.2023	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	MICRO	Total general
Servicios	3,0%	13,6%	50,0%	33,3%	16,4%
Comercio	3,3%	13,7%	35,1%	47,9%	83,6%
Total general	3,2%	13,7%	37,6%	45,5%	100,0%

Muestra IV.2023	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	MICRO	Total general
Online	4,1%	16,3%	44,1%	35,6%	73,4%
Comercio	4,5%	15,9%	56,8%	22,7%	10,9%
Servicios	4,0%	16,3%	41,8%	37,8%	62,4%
Telemedios	0,9%	6,5%	19,6%	72,9%	26,6%
Comercio	0,0%	9,1%	36,4%	54,5%	5,5%
Servicios	1,2%	5,9%	15,3%	77,6%	21,1%
Total general	3,2%	13,7%	37,6%	45,5%	100,0%

Metodología

- La encuesta de actividad del tercer trimestre se realizó a partir de un panel de empresas que contestan habitualmente a la CCSUY lo que se sumó una muestra aleatoria, lo que resultó en un total de **506** casos, como se detalla a continuación.
- Se ponderaron las diferentes empresas para cada uno de los rubros en relación al personal ocupado, de modo de obtener el peso relativo de cada uno, alcanzando así una estimación a nivel agregado para cada categorización (rubro, tamaño, tipo de producto, etc.).
- Dichas variaciones son deflactadas por el Índice de Precios más adecuado para cada rubro según información del INE, de acuerdo a los artículos desagregados que componen el IPC para la canasta con base octubre 2022.
- Los resultados correspondientes a las respuestas recibidas de las empresas de comercio de repuestos automotores, autos se complementaron con la base a datos de AUTODATA (venta de vehículos 0 Km).

INDICADOR	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Cantidad empresas que informaron ventas	228	188	68	22	506
<i>Locales</i>	<i>195</i>	<i>224</i>	<i>126</i>	<i>247</i>	<i>792</i>
<i>Personal Ocupado</i>	<i>442</i>	<i>1.715</i>	<i>2.497</i>	<i>13.430</i>	<i>18.084</i>
Indice de Difusión* IV.2023	37%	44%	43%	36%	40%
Variación ventas IV.2023	-2,0%	-1,5%	-0,6%	-1,5%	-1,4%
Indice de Difusión* 2023	36%	40%	37%	32%	38%
Variación ventas 2023	-2,4%	-2,2%	-0,9%	-2,2%	-2,0%
*Refiere al indice de difusión por empresas, calculado según el porcentaje de empresas dentro de la categoría que mantuvieron variaciones positivas de sus ventas					

Metodología

- Los índices para cada indicador se construyeron en base a la diferencia entre respuestas positivas y negativas. Se transformó a un índice en escala de 0 a 100, donde 100 corresponde a todas las respuestas positivas y 0 a todas las respuestas negativas, siendo 50 el valor de neutralidad (iguales respuestas positivas que negativas). Los resultados se muestran con 5 íconos de colores, según el valor del indicador:
 - ✓ 0 – 20: Rojo
 - ✓ 21-40: Rosado
 - ✓ 41-60: Amarillo
 - ✓ 61-80: Verde
 - ✓ 81-100: Verde ✓
- El índice de difusión global se construyó en base a las respuestas de variación positiva de las ventas en términos reales sobre el total de empresas que contestaron la variación de sus ventas.
- En esta oportunidad, el índice de rentabilidad actual refiere al año 2023, mientras que el de expectativas a 2024 ya que las empresas fueron consultadas en el corriente año.
- Los bienes que comercializa cada empresa se clasifican según su durabilidad, cabe destacar que en el caso de “Supermercados” se subdivide cada rubro según su tipología (aunque la mayor proporción corresponde a no durables).
 - ✓ No durables (cuidado personal, minimercados, papelería y oficina y la mayoría de los supermercados)
 - ✓ Semidurables (indumentaria, juguetes, óptica, repuestos automotores, deportes, librerías)
 - ✓ Durables (electrodomésticos, informática, muebles y accesorios del hogar y bazar)
 - ✓ Inversión (construcción, ferreterías, pinturerías)
 - ✓ Servicios (agencias de viajes, restaurantes y confiterías, inmobiliarias, publicidad, servicios de seguridad y hoteles)
- En cada rubro se menciona la variación de las ventas con color verde cuando fueron positivas, amarillo cuando no variaron y rojo cuando son negativas. Por otro lado, en lo que refiere al porcentaje de empresas que establecieron si sus ventas aumentaron (difusión), se destaca con rojo cuando el indicador es menor a 40%, amarillo cuando está entre 41% y 59% y verde cuando es mayor o igual a 60%.
- La atención a la demanda con “holgura” refiere a la capacidad ociosa que la empresa mantiene por lo que, en general, a mayor holgura es más clara la insuficiencia de demanda (o el exceso de capacidad instalada) y, por ende, más “negativa” la situación.



Sector Comercio

Ventas, Índice difusión por rubro del sector Comercio

Comercio

Descriptivo

- Los resultados se basan en 400 empresas, las cuales establecieron la variación de sus ventas en el cuarto trimestre de 2023. De estas 400 empresas que indicaron la variación cuantitativa de sus ventas, 195 se encuentran en Montevideo y, 205 en el interior. El personal ocupado para las 400 empresas fue de 17.185 con 678 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de comercio en Montevideo fue de -3,1% en el cuarto trimestre de 2023, mientras que, la variación real de las ventas interanuales para el año 2023 cerró en -4,2%. Para el interior se registró un incremento de 2,2% en el cuarto trimestre y para el 2023 la variación real de las ventas interanuales cerró en 2,5%. Estos registros continuaron con la tónica del trimestre anterior para el caso de las de Montevideo, mientras que, mejoraron para las del interior. De esta forma, para el total del sector comercio, se registró una caída de 1,3% interanual en el período octubre – diciembre de 2023.
- El índice de difusión para el total de empresas de comercio en Montevideo se ubicó en 41% en el cuarto trimestre de 2023, al tiempo que, para las empresas del interior se ubicó en 42%.

Leading indicators

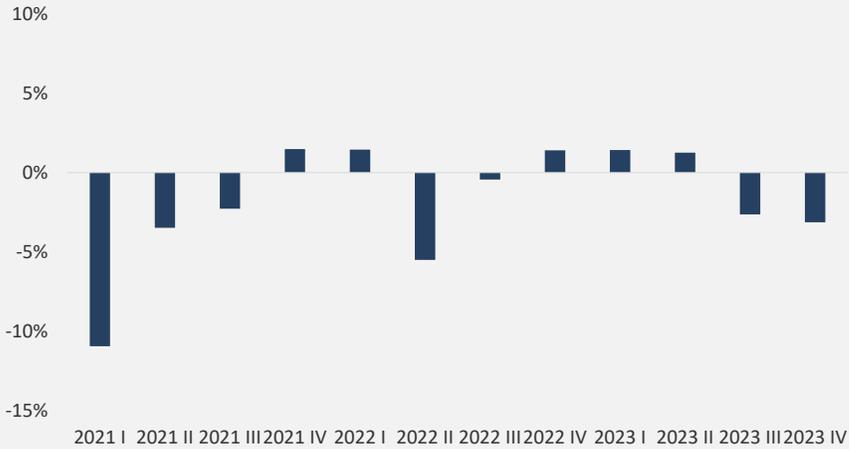
- Los indicadores de avance se ubicaron en 54 puntos en las empresas de Montevideo y para las del interior, ubicándose en zona de moderado optimismo en ambos casos.
- Las empresas de Montevideo se mostraron más positivas respecto a la proyección de inversiones, a su vez, las del interior también se mostraron más positivas respecto a las inversiones.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona de optimismo, ubicándose por encima a las del trimestre pasado. En efecto, los valores se ubican en 75 puntos para Montevideo y 74 puntos para el interior. Estos resultados sugieren que un porcentaje más amplio de empresas estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor respecto a las que establecieron mucho peor o peor.
- Las empresas de comercio de Montevideo son levemente más optimistas respecto a que la facturación en el primer trimestre de 2024 mejore, ya que, se registró un porcentaje levemente mayor de respuestas positivas por sobre las negativas, lo que continúa indicando buenas perspectivas para el próximo trimestre.

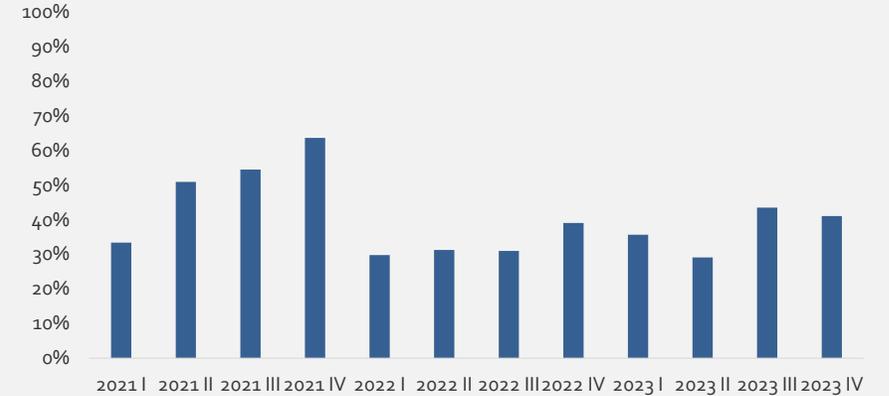
Comercio Montevideo

Variación real de las ventas

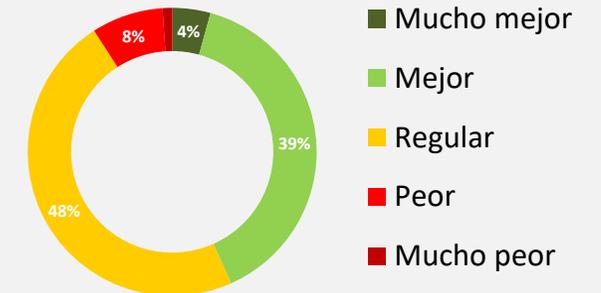


41%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

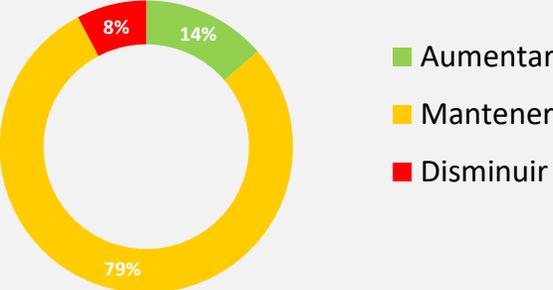


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Comercio Montevideo	193	368	10.745	-2,6%	-3,1%	0,3%	-4,2%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

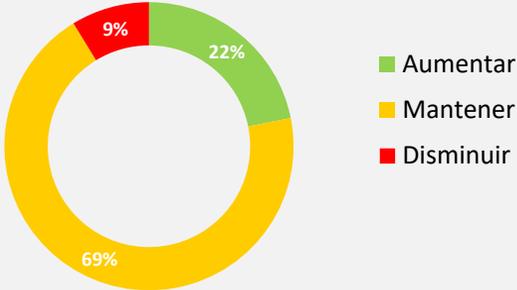
Comercio Montevideo

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

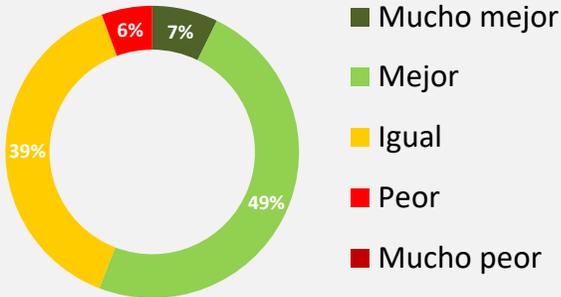
Cantidad personal ocupado



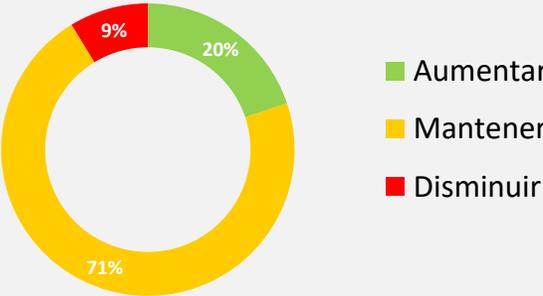
Inversiones



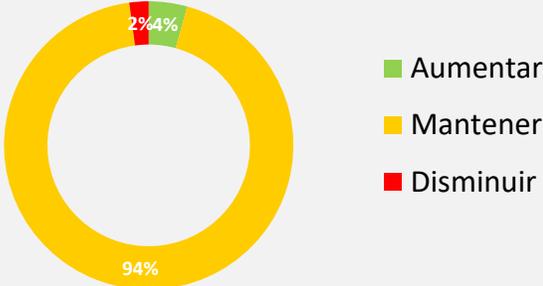
Rentabilidad futura



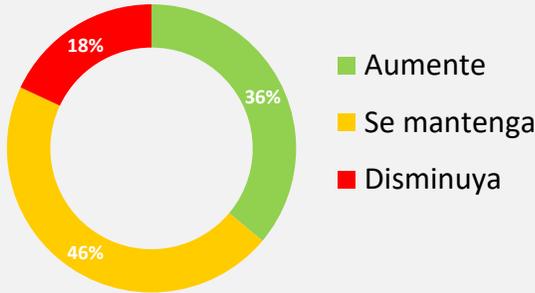
Compra de insumos



Cantidad de locales

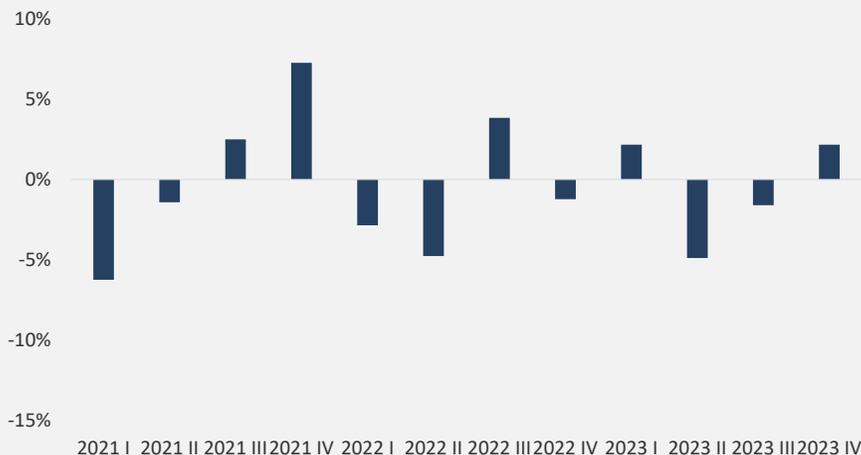


Facturación en el próximo trimestre



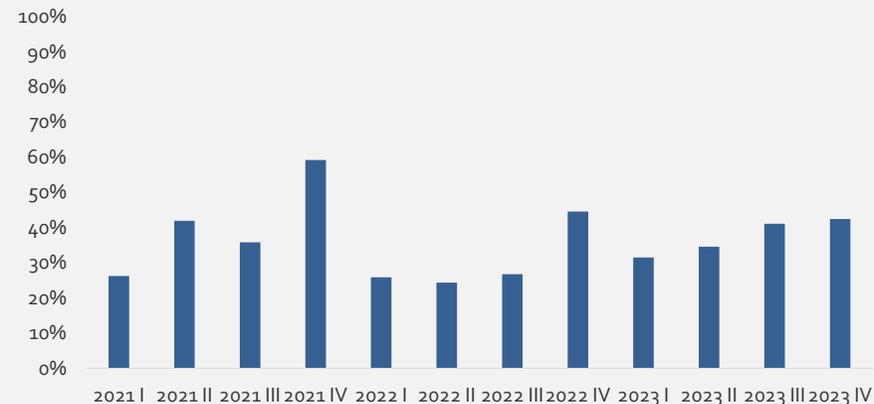
Comercio Interior

Variación real de las ventas

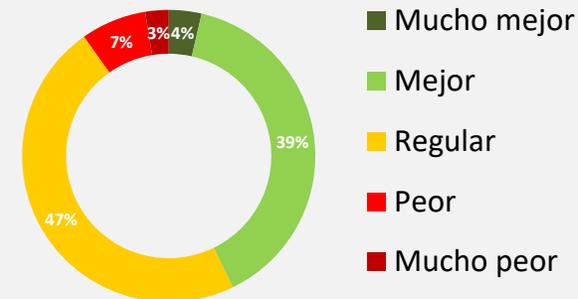


42% establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

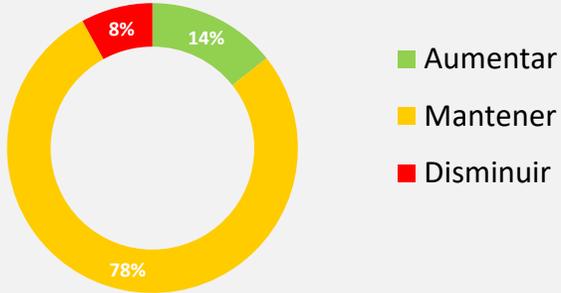


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Comercio Interior	204	305	5.870	-1,6%	2,2%	-0,1%	2,5%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

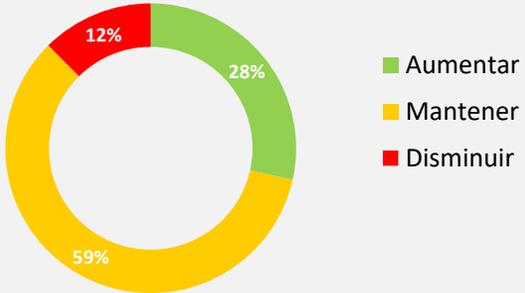
Comercio Interior

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

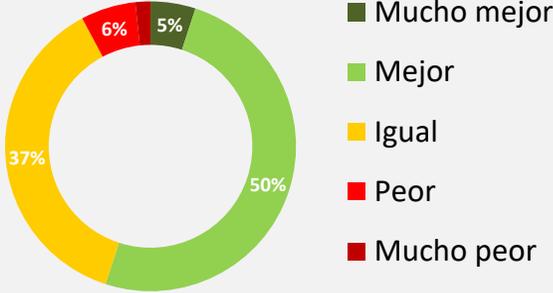
Cantidad personal ocupado



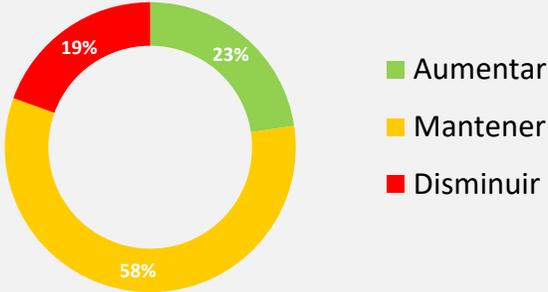
Inversiones



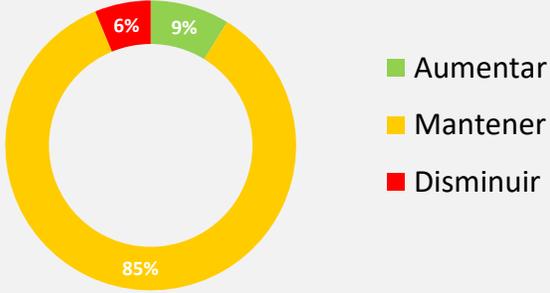
Rentabilidad futura



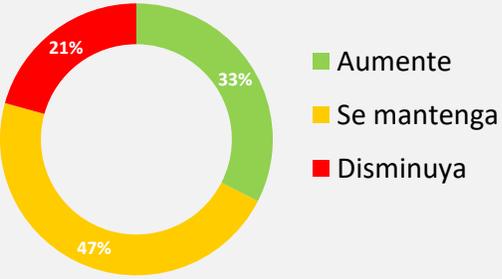
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre





Comercio por rubros

Cuadro resumen Comercio

RUBRO	Variación real ventas				Indice de difusión*				Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
	III.2023	IV.2023	2022	2023	III.2023	IV.2023	2022	2023	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III
Materiales de construcción, Ferretería, Pinturas	1,0%	3,4%	-1,0%	1,5%	49%	64%	49%	58%	67	^	58		72	
Cuidado personal	-3,5%	-5,6%	-5,0%	-2,7%	33%	35%	46%	35%	69	^	51		80	
Deportes	13,4%	-5,0%	sd	-5,8%	67%	63%	sd	38%	50		40		42	
Electrodomésticos	-4,2%	-7,8%	-1,1%	-0,6%	24%	26%	22%	26%	53		57		61	^
Indumentaria	3,3%	7,3%	4,3%	7,3%	49%	48%	53%	52%	64	^	49		60	
Informática	-0,7%	3,1%	14,0%	-0,4%	45%	45%	60%	38%	58	v	51		68	
Juguetes	0,8%	-4,3%	-4,5%	1,5%	50%	14%	36%	29%	85	^	52		92	^
Librerías	-7,6%	-4,6%	sd	-5,2%	17%	67%	sd	67%	80		55		80	
Minimercados	-4,8%	-1,2%	-8,1%	-8,5%	24%	41%	33%	32%	71	^	59		82	^
Muebles y accesorios del hogar	-3,8%	-3,3%	-0,4%	-2,4%	50%	44%	23%	38%	70	^	48		84	^
Ópticas	-9,7%	-6,3%	1,2%	-0,6%	31%	46%	44%	54%	83	^	57		82	^
Papelería y oficina	-0,4%	-3,3%	-7,7%	-5,6%	43%	31%	70%	15%	73	^	50		85	^
Supermercados	-3,9%	-1,4%	-0,1%	-1,1%	24%	32%	52%	26%	59		50		66	
Vehículos, Repuestos automotores, Combustible	6,1%	-2,2%	0,9%	-3,9%	74%	43%	53%	45%	65	^	54		74	
Comercio	-2,4%	-1,3%	0,2%	-1,8%	42%	42%	47%	38%	67	^	51		72	

*Refiere al total de empresas que establecieron que sus ventas aumentaron

^v Denota cambio de zona (color) respecto a la medición del trimestre anterior.

Nota: Los índices se construyen en una escala de 0 a 100 siendo 50 para aquellos casos en los que las respuestas positivas son iguales a las respuestas negativas, 0 cuando la totalidad de las respuestas son negativas y 100 cuando la totalidad de las respuestas son positivas. Para la columna de rentabilidad actual se tomó el indicador de rentabilidad actual respecto a un año atrás. Para la columna de leading indicators se tomaron la intención a disminuir, mantener o aumentar el personal ocupado, la compra de insumos, las inversiones y la red de locales. Para la columna de expectativas, se incluyó la rentabilidad esperada dentro de un año.

Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías

Descriptivo

- Los resultados se basan en 33 empresas de Materiales de construcción, ferreterías y pinturerías las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 33 empresas fue de 504 personas y de 42 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de materiales de construcción, ferreterías y pinturerías en el cuarto trimestre de 2023 fue de 3,4%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para el año 2023, la variación de las ventas interanuales cerró en 1,5%, mejorando respecto al resultado del 2022 (-1,0%).
- El índice de difusión para las 33 empresas se ubicó en 64%, es decir que 21 de las 33 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una importante mejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 58%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas del rubro se constata una percepción relativamente positiva, el indicador se ubicó en 67 puntos, por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (37%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 3%.

Leading indicators

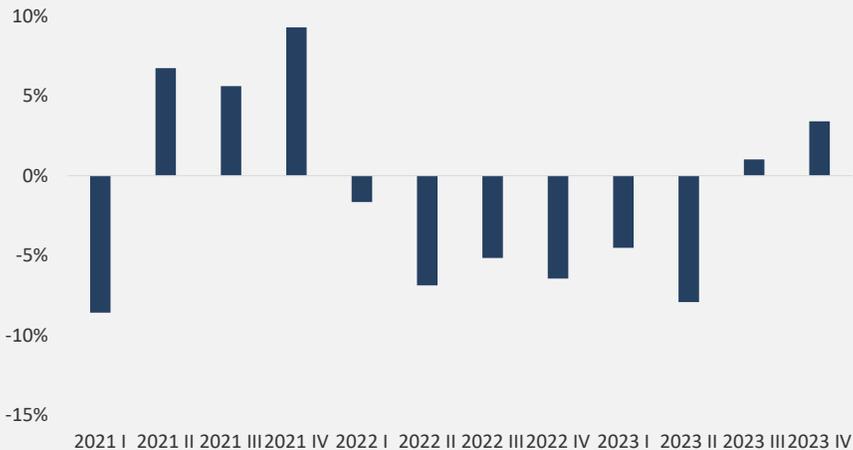
- Los indicadores de avance se ubicaron en 58 puntos, guarismo superior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran más optimistas respecto al desarrollo de nuevas inversiones y frente a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mostrando una mejora respecto al tercer trimestre, y se ubican en zona de atendible optimismo. El 50% estableció que la rentabilidad futura será mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que, el 39% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

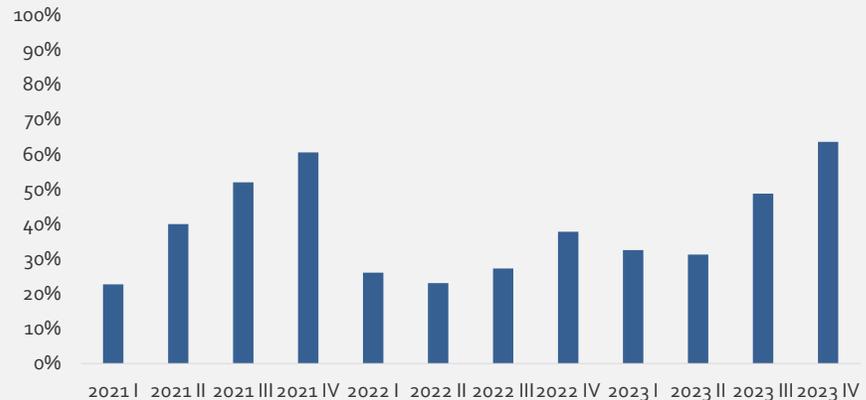
Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías

Variación real de las ventas

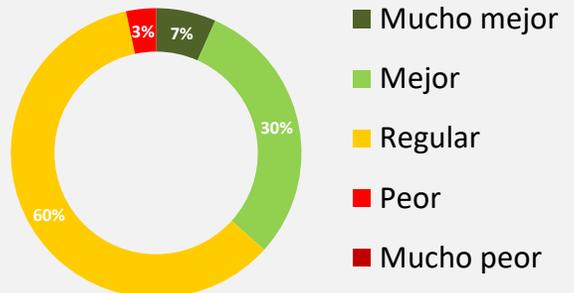


64% establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

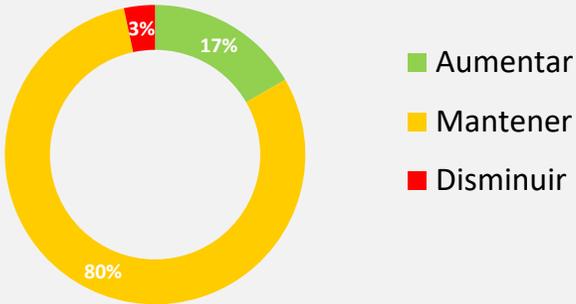


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías	33	42	504	1,0%	3,4%	-1,0%	1,5%
Índice de precios	-	-	-	1,6%	2,4%	5,8%	2,7%

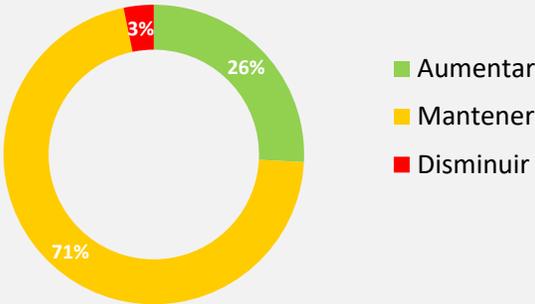
Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

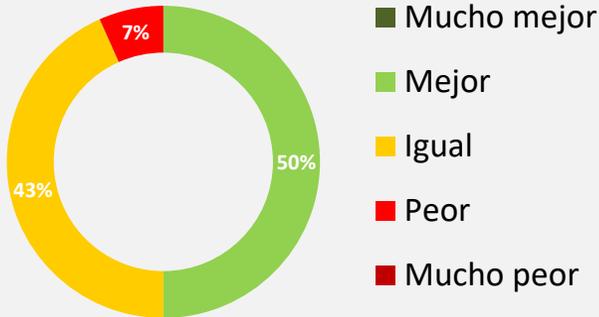
Cantidad personal ocupado



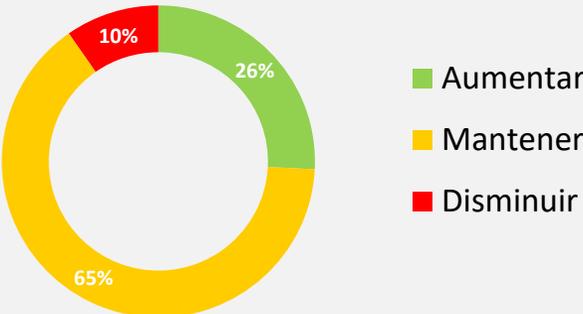
Inversiones



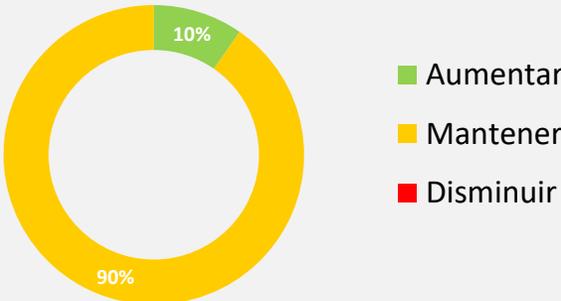
Rentabilidad futura



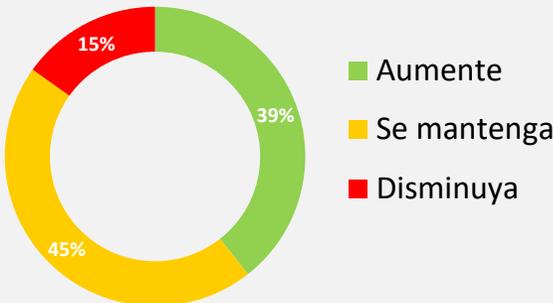
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Cuidado personal

Descriptivo

- Los resultados se basan en 52 empresas de cuidado personal las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 52 empresas fue de 645 personas y de 51 locales.
- Además, se incorporan los resultados de Cuidado personal en Supermercados (8 empresas con 302 ocupados en el rubro).

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de cuidado personal en el cuarto trimestre de 2023 fue de -5,6%, denotando una leve desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior (-3,5%).
- El índice de difusión para las 60 empresas se ubicó en 35%, es decir que 21 de las 60 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa cierta estabilidad respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 35%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de cuidado personal se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 69 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (45%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 6%.

Leading indicators

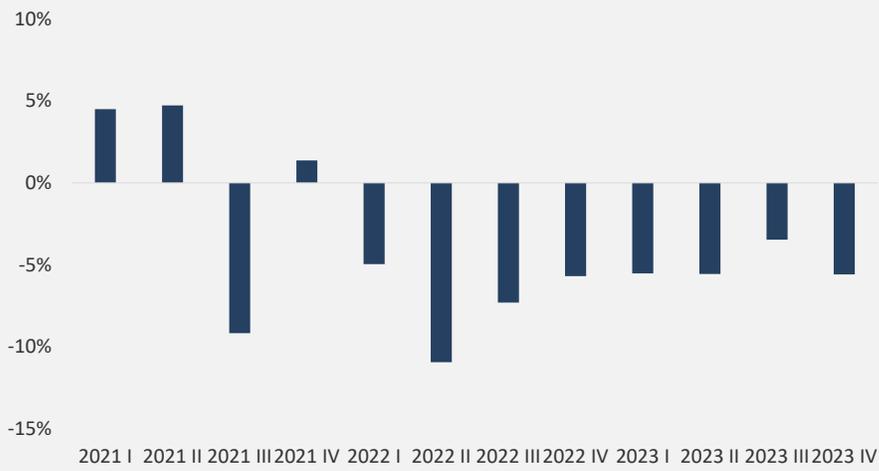
- Los indicadores de avance se ubicaron en 51 puntos, guarismo similar al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto a aumentar el personal y respecto al desarrollo de nuevas inversiones. Por su parte, se muestran neutrales frente a la compra de insumos y a la cantidad de locales.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mostrando una clara mejora respecto al tercer trimestre, y se ubican en zona de importante optimismo. El 64% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 29% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

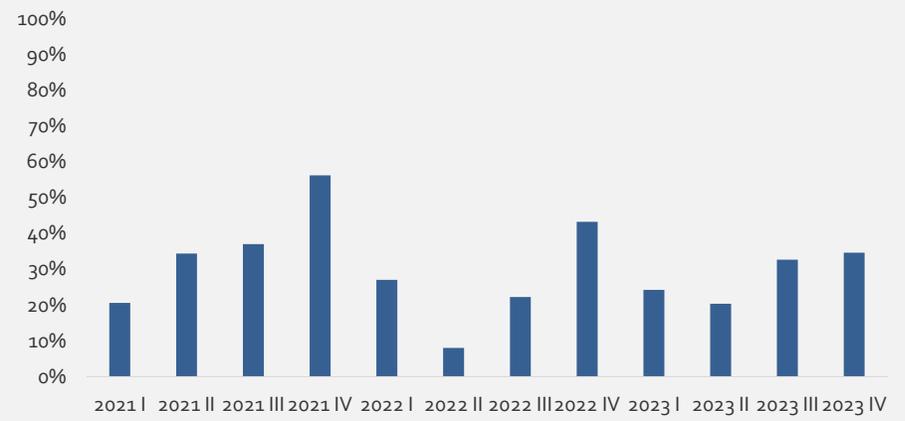
Cuidado personal

Variación real de las ventas



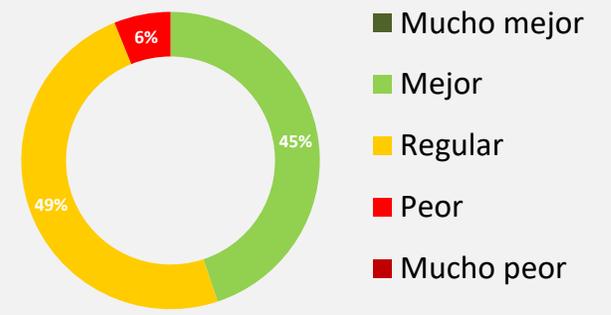
35%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Cuidado personal total	60	51	947	-3,5%	-5,6%	-5,0%	-2,7%
Cuidado personal	52	51	645	0,7%	-4,4%	-1,9%	0,0%
Cuidado personal - Supermercados	8		302	-9,1%	-8,2%	-8,5%	-8,5%
Índice de precios				6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

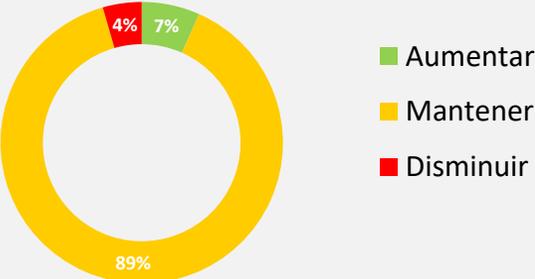
Rentabilidad actual



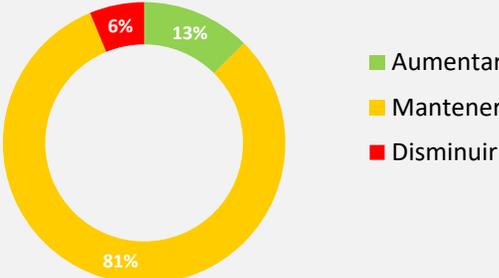
Cuidado personal

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

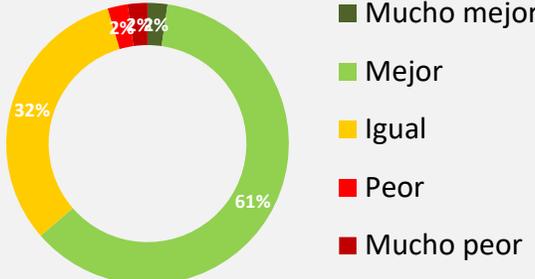
Cantidad personal ocupado



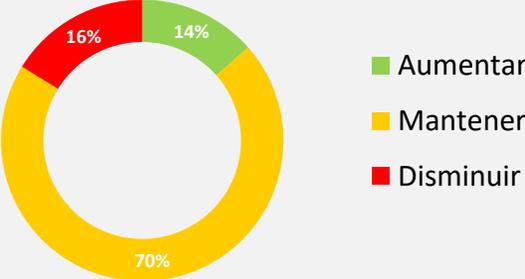
Inversiones



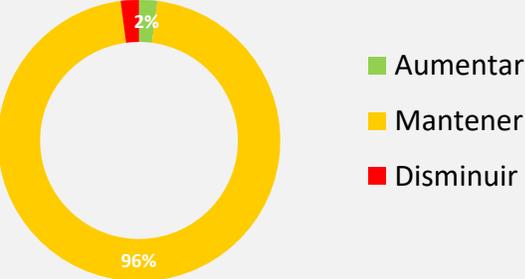
Rentabilidad futura



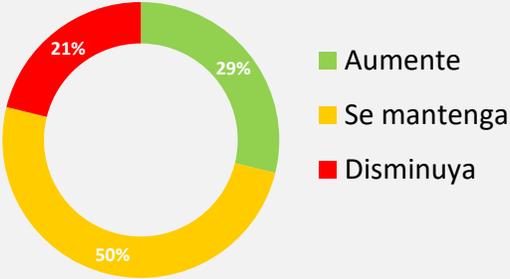
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Deportes

Descriptivo

- Los resultados se basan en 8 empresas de deportes las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 8 empresas fue de 60 personas y de 9 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de deportes en el cuarto trimestre de 2023 fue de -5,0%, denotando una clara desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -5,8%.
- El índice de difusión para las 8 empresas se ubicó en 63%, es decir que 5 de las 8 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una leve desmejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 38%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de deportes se constata una percepción neutral, el indicador se ubicó en 50 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (43%) igualó a las pesimistas que se ubicaron en 43% también.

Leading indicators

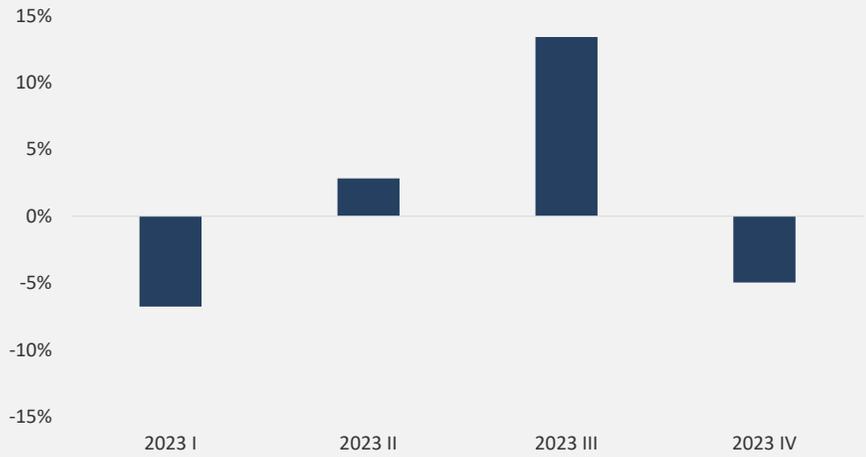
- Los indicadores de avance se ubicaron en 40 puntos, guarismo 10 p.p. inferior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran pesimistas respecto a aumentar el personal, a la compra de insumos y al aumento de la cantidad de locales. Por el contrario, se muestran optimistas respecto al desarrollo de nuevas inversiones.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, desmejorando respecto al tercer trimestre, y se ubican en zona de moderado pesimismo. El 33% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 38% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

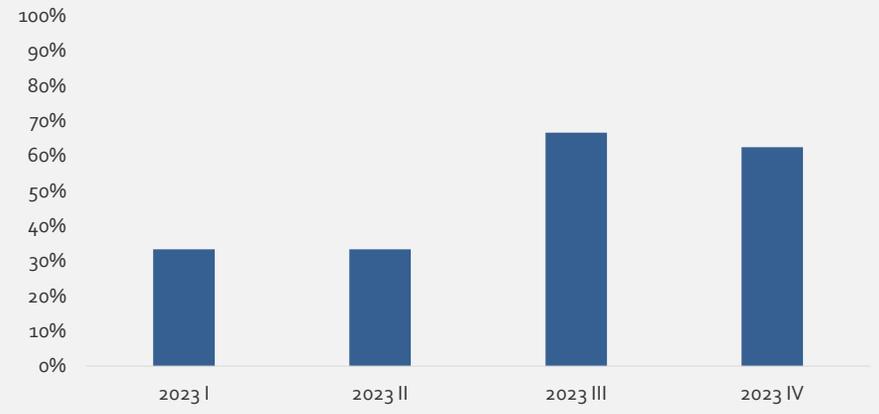
Deportes

Variación real de las ventas

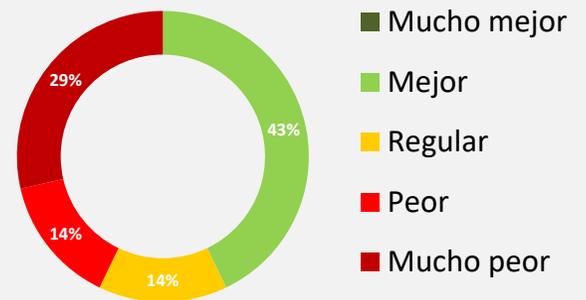


63%
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

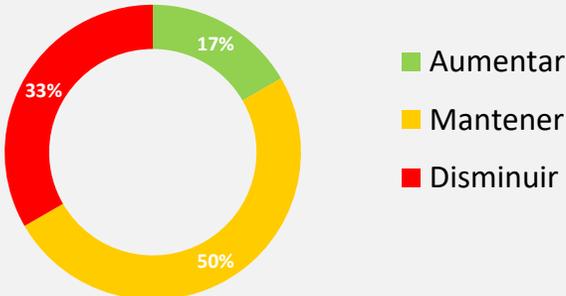


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				III. 2023	IV. 2023	2023
Deportes	8	9	60	13,4%	-5,0%	-5,8%
Índice de precios	-	-	-	-3,5%	-5,0%	-5,0%

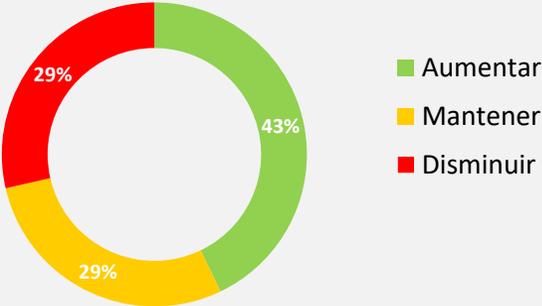
Deportes

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

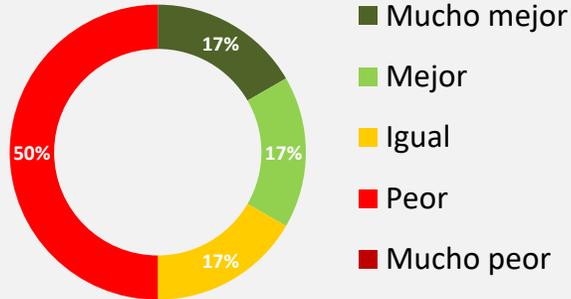
Cantidad personal ocupado



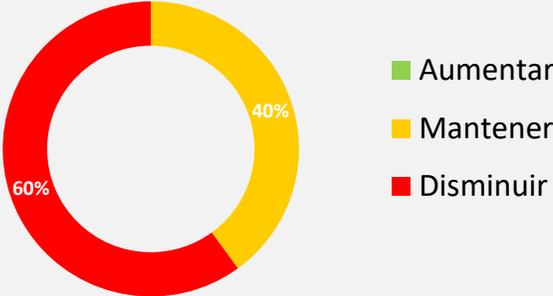
Inversiones



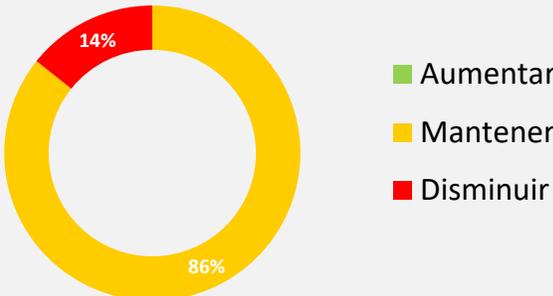
Rentabilidad futura



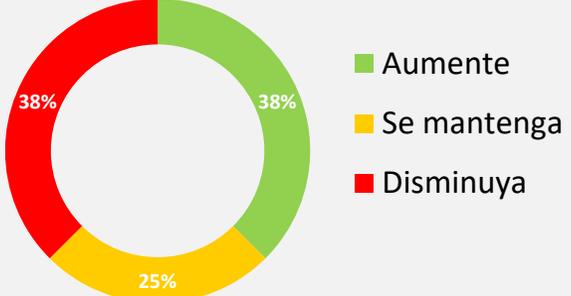
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Electrodomésticos

Descriptivo

- Los resultados se basan en 19 empresas de electrodomésticos las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 19 empresas fue de 213 personas y de 19 locales.
- Además, se incorporan los resultados de Electrodomésticos en Supermercados (8 empresas con 149 ocupados en el rubro).

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de electrodomésticos en el cuarto trimestre de 2023 fue de -7,8%, denotando una leve desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -0,6%.
- El índice de difusión para las 27 empresas se ubicó en 26%, es decir que 7 de las 27 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo es similar al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 26%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 53 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (21%) es levemente superior a las pesimistas que se ubicaron en 16%.

Leading indicators

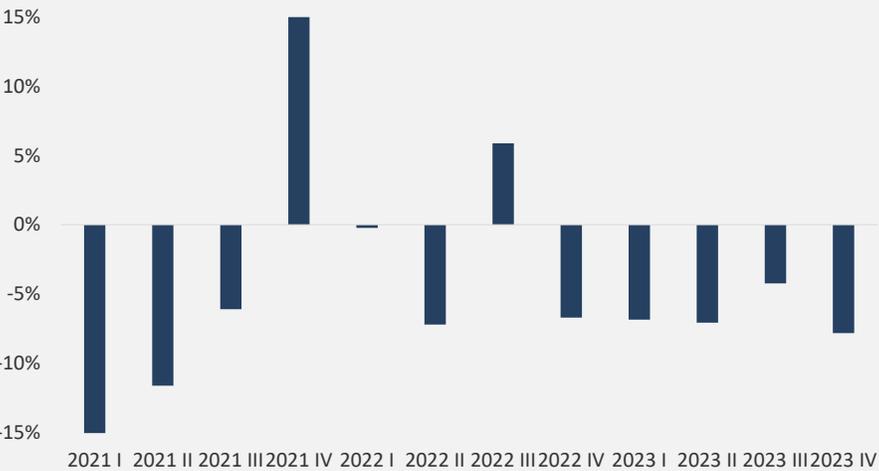
- Los indicadores de avance se ubicaron en 57 puntos, guarismo algo superior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto a aumentar el personal, respecto al desarrollo de nuevas inversiones y frente a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, mostrando una leve mejora respecto al tercer trimestre, y se ubican en zona de atendible optimismo. El 26% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 32% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

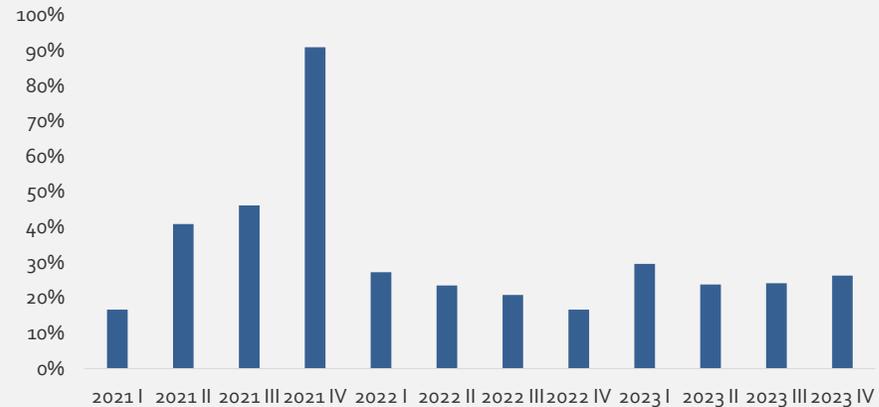
Electrodomésticos

Variación real de las ventas



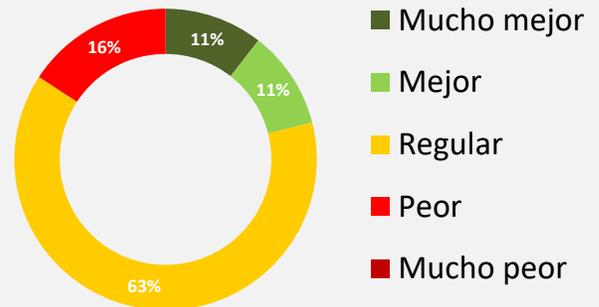
26%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Electrodomésticos total	27	19	362	-4,2%	-7,8%	-1,1%	-0,6%
Electrodomésticos	19	19	213	-6,9%	-4,5%	-2,6%	-6,7%
Electrodomésticos - Supermercados	8	-	149	1,4%	-12,5%	8,2%	8,2%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

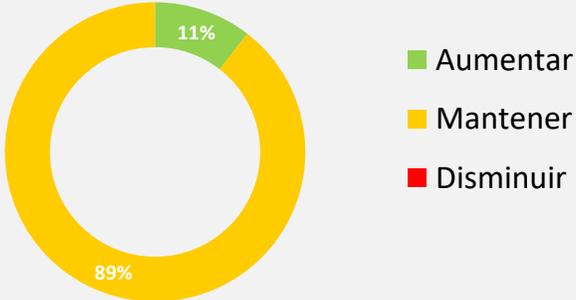
Rentabilidad actual



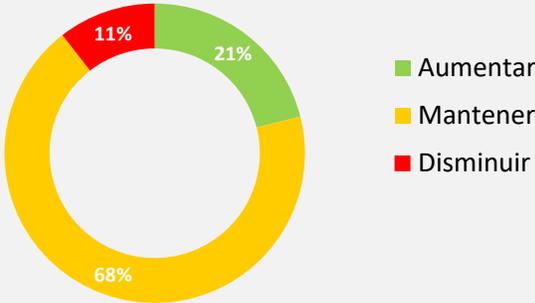
Electrodomésticos

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

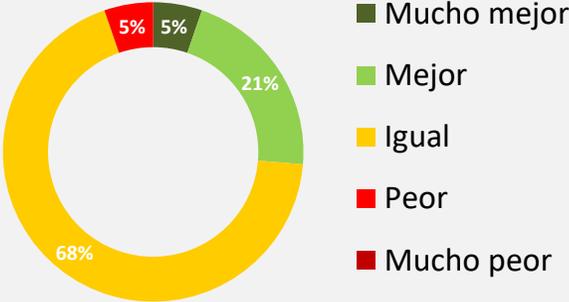
Cantidad personal ocupado



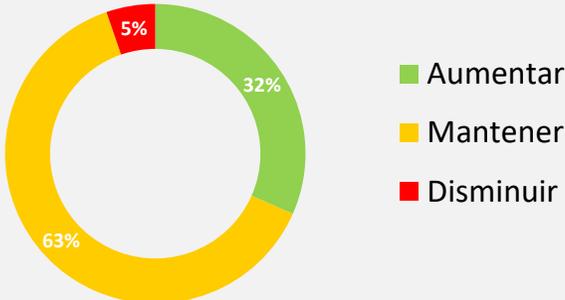
Inversiones



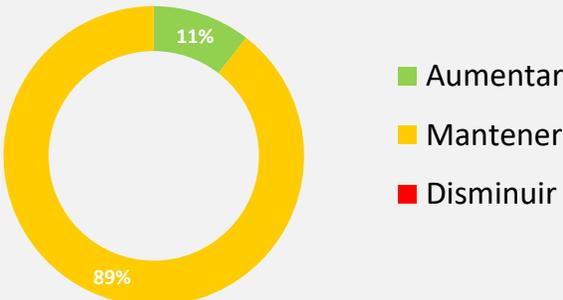
Rentabilidad futura



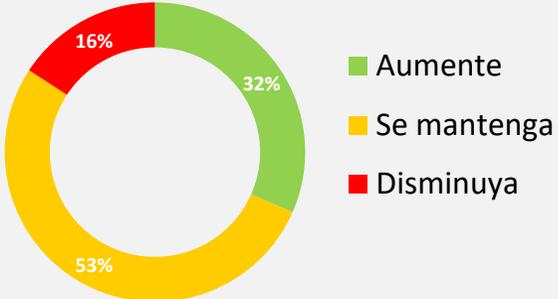
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Indumentaria

Descriptivo

- Los resultados se basan en 21 empresas de indumentaria las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 21 empresas fue de 457 personas y de 83 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de indumentaria en el cuarto trimestre de 2023 fue de 7,3%, denotando cierta mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en 7,3%.
- El índice de difusión para las 21 empresas se ubicó en 48%, es decir que 10 de las 21 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa cierta estabilidad respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 52%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de indumentaria se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 64 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (43%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 14%.

Leading indicators

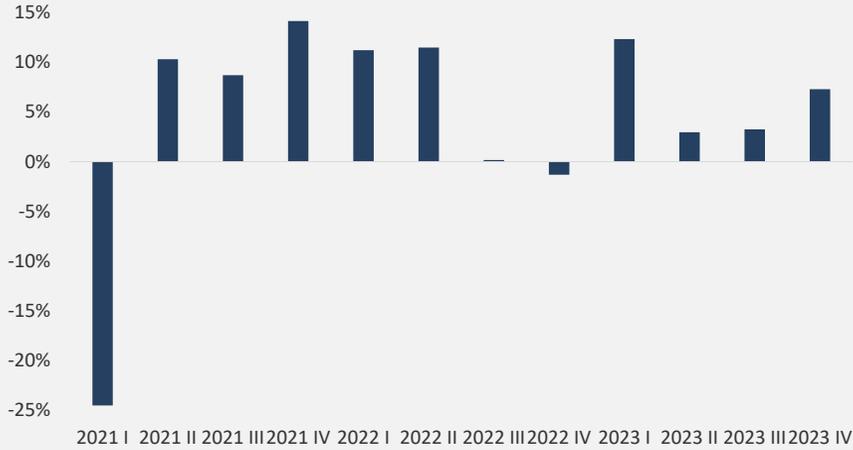
- Los indicadores de avance se ubicaron en 49 puntos, guarismo levemente superior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran pesimistas respecto a aumentar el personal y respecto a la compra de insumos. Po su parte, se muestran positivas frente al desarrollo de nuevas inversiones.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, manteniéndose estables respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de moderado optimismo. El 35% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 19% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

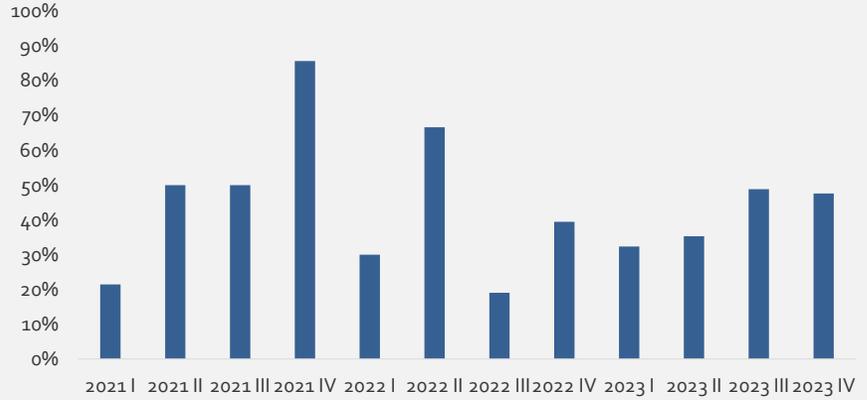
Indumentaria

Variación real de las ventas



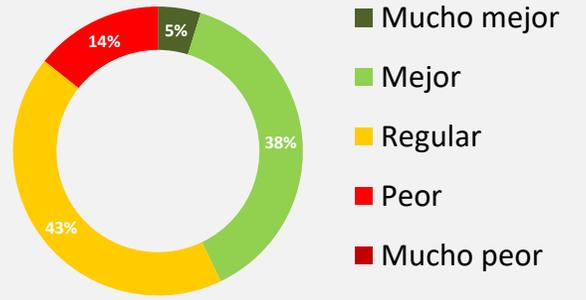
48%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Indumentaria	21	83	457	3,3%	7,3%	4,3%	7,3%
Índice de precios	-	-	-	-3,5%	-5,0%	4,7%	-5,0%

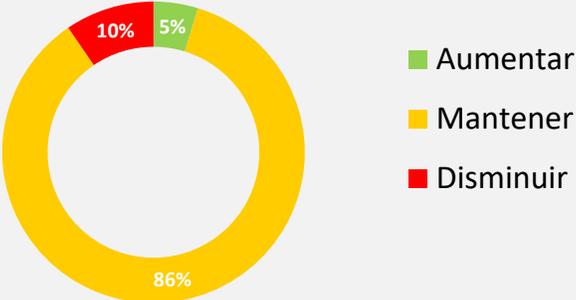
Rentabilidad actual



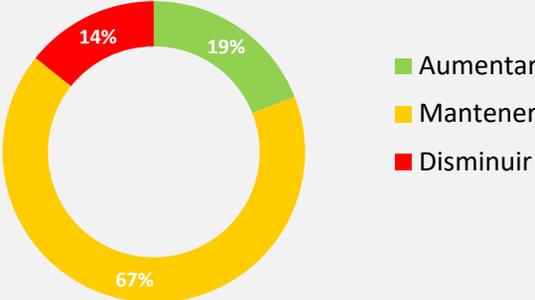
Indumentaria

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

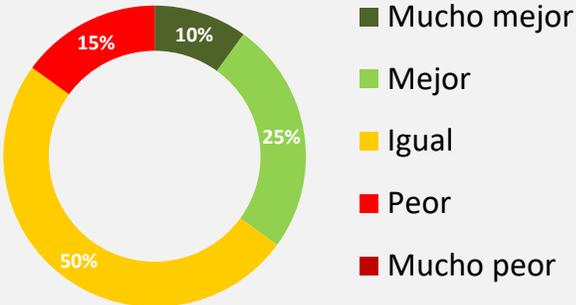
Cantidad personal ocupado



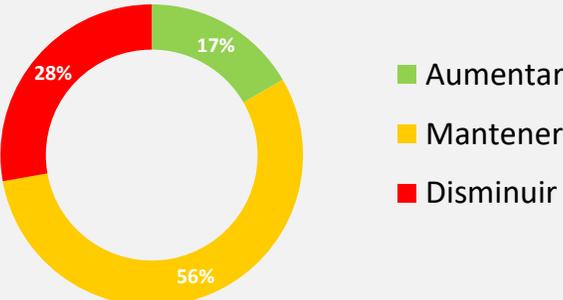
Inversiones



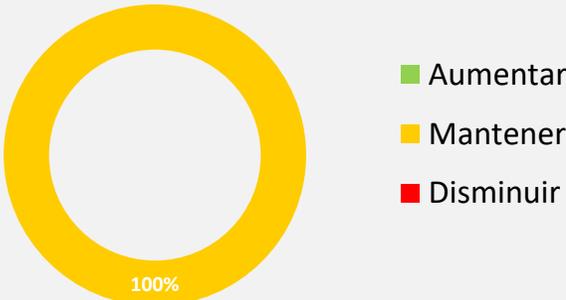
Rentabilidad futura



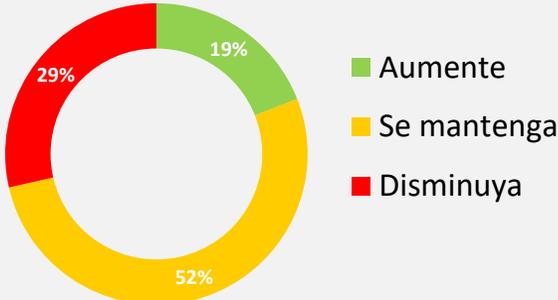
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Informática

Descriptivo

- Los resultados se basan en 40 empresas de Informática las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 40 empresas fue de 361 personas y de 30 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de informática en el cuarto trimestre de 2023 fue de 3,1%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -0,4%.
- El índice de difusión para las 40 empresas se ubicó en 45%, es decir que 18 de las 40 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo fue idéntico respecto al registro del tercer trimestre. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 38%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de informática se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 58 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (32%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 16%.

Leading indicators

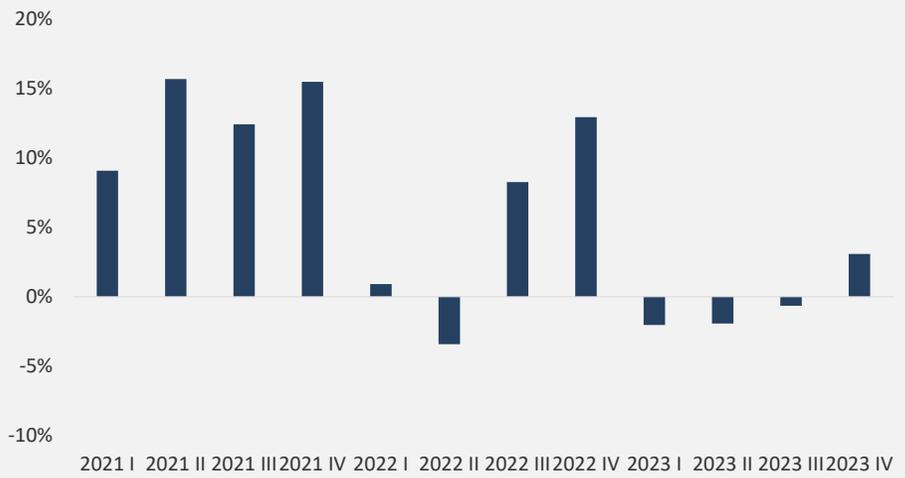
- Los indicadores de avance se ubicaron en 51 puntos, guarismo idéntico al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran optimistas respecto a aumentar el personal y respecto al desarrollo de inversiones.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, disminuyendo respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de atendible optimismo. El 46% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 36% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

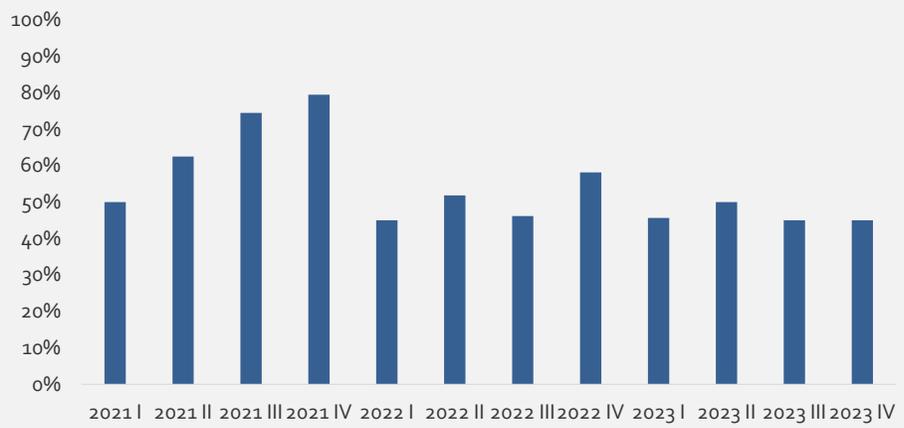
Informática

Variación real de las ventas



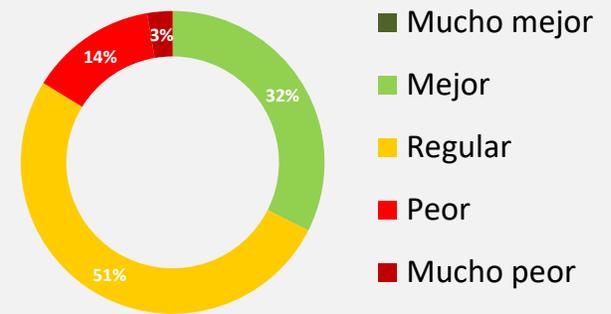
45% establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Informática	40	30	361	-0,7%	3,1%	14,0%	-0,4%
Índice de precios	-	-	-	1,8%	3,3%	0,1%	3,7%

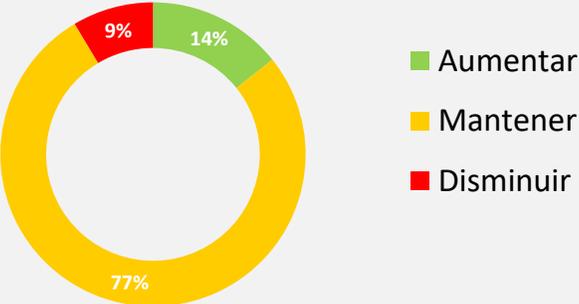
Rentabilidad actual



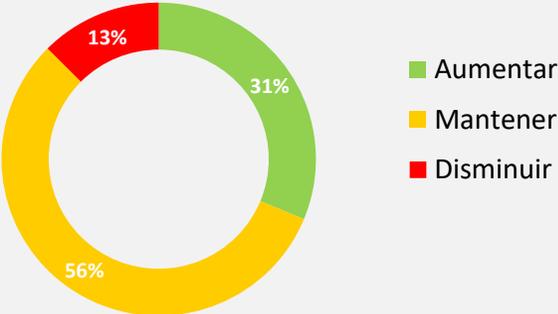
Informática

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

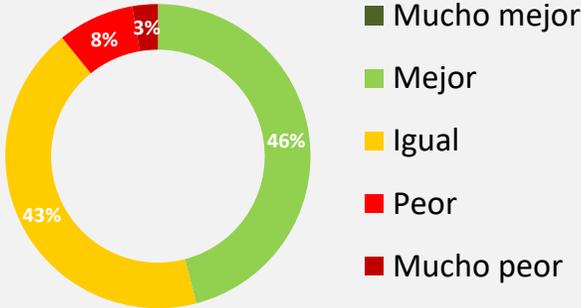
Cantidad personal ocupado



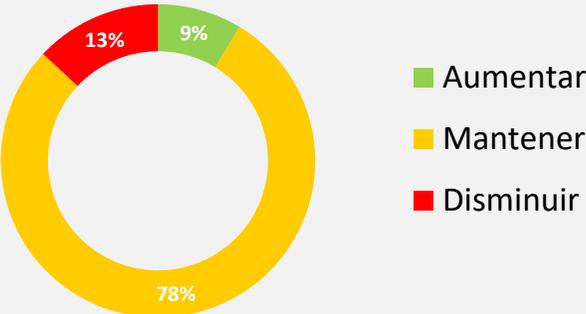
Inversiones



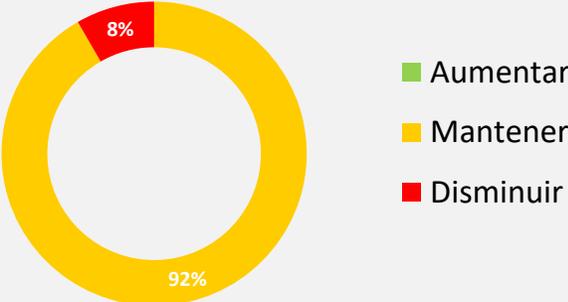
Rentabilidad futura



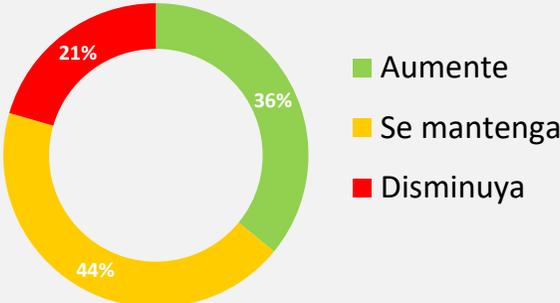
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Jugueterías

Descriptivo

- Los resultados se basan en 14 empresas de Juguetería las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 14 empresas fue de 363 personas y de 9 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de juguetería en el cuarto trimestre de 2023 fue de -4,3%, denotando una desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en 1,5%.
- El índice de difusión para las 14 empresas se ubicó en 14%, es decir que 2 de las 14 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una notoria desmejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 29%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de juguetería se constata una percepción bastante positiva, el indicador se ubicó en 85 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (69%) es bastante superior a las pesimistas.

Leading indicators

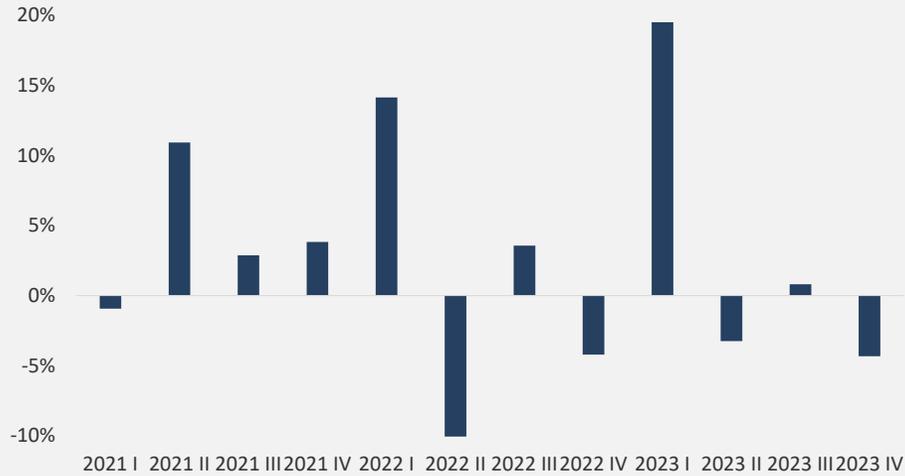
- Los indicadores de avance se ubicaron en 52 puntos, guarismo similar al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran neutrales respecto a aumentar la cantidad de locales, aunque se muestran positivas respecto al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando notoriamente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de importante optimismo. El 83% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Por el contrario, se mostraron levemente negativas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que, el 23% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

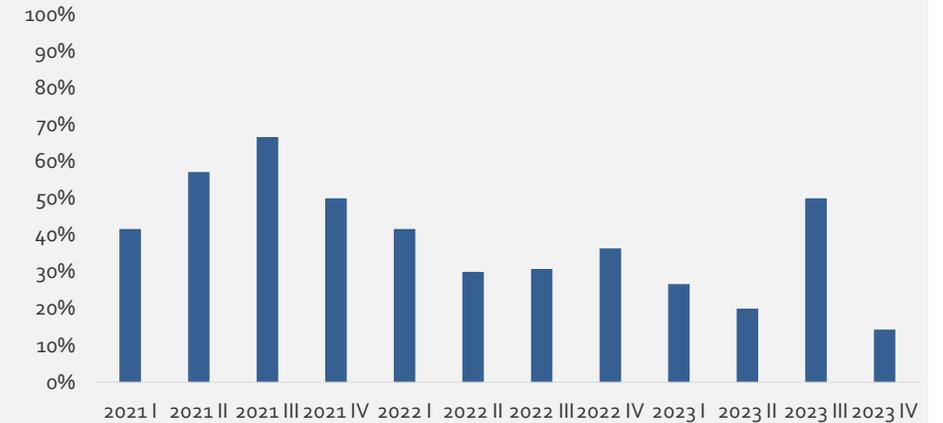
Jugueterías

Variación real de las ventas

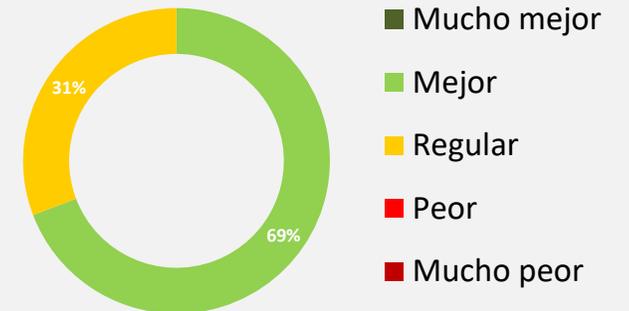


14%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

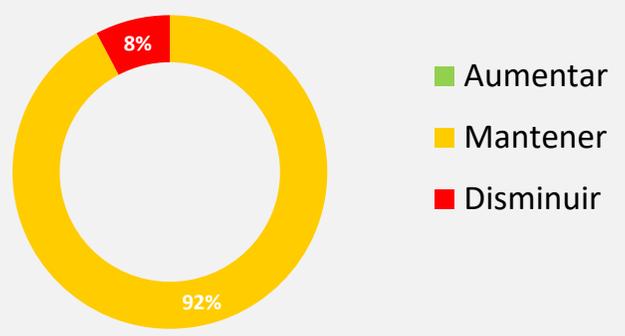


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Juguetes	14	9	363	0,8%	-4,3%	-4,5%	1,5%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

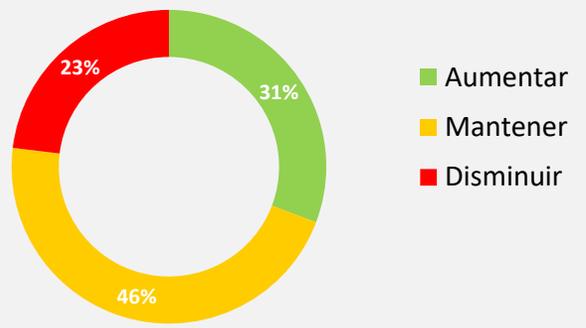
Jugueterías

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

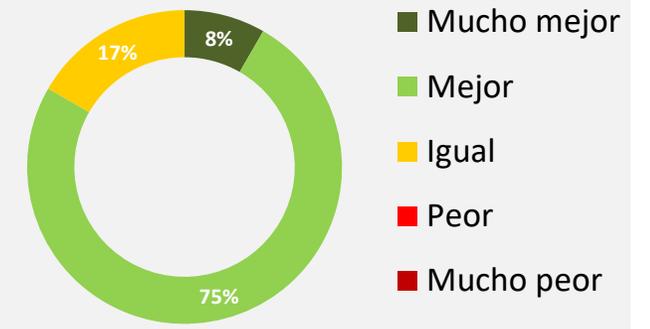
Cantidad personal ocupado



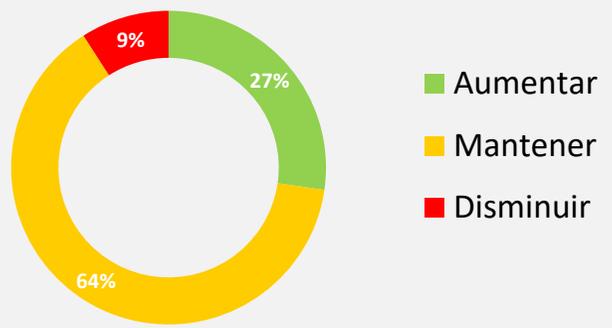
Inversiones



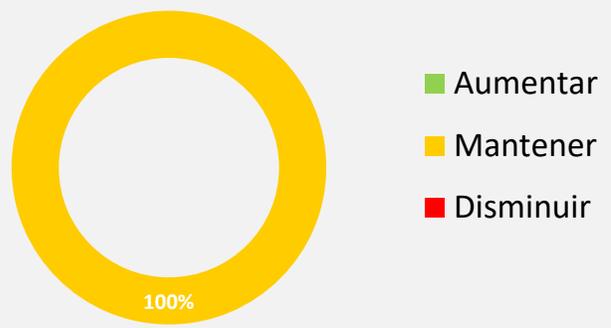
Rentabilidad futura



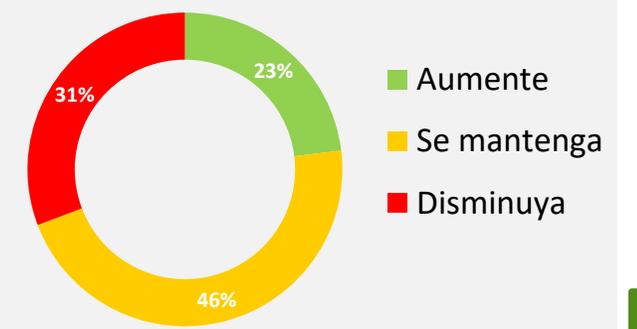
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Librerías

Descriptivo

- Los resultados se basan en 6 empresas del tipo Librerías las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 6 empresas fue de 39 personas y de 7 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las librerías en el cuarto trimestre de 2023 fue de -4,6%, denotando una leve mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -5,2%.
- El índice de difusión para las 6 empresas se ubicó en 67%, es decir que 4 de las 6 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una clara mejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 67%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de juguetería se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 80 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (60%) superó a las pesimistas.

Leading indicators

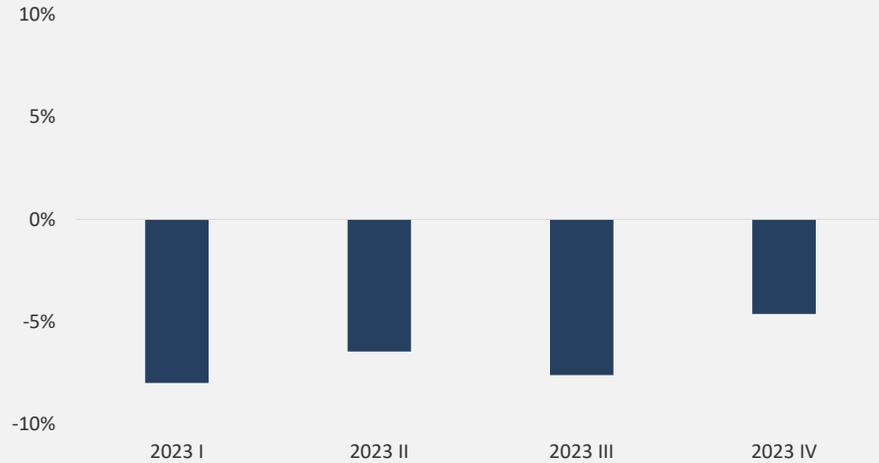
- Los indicadores de avance se ubicaron en 55 puntos, guarismo inferior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al desarrollo de inversiones y al aumento de la cantidad de locales. Por su parte, se mostraron neutrales frente al aumento del personal contratado y frente a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de importante optimismo. El 60% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivos frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 50% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

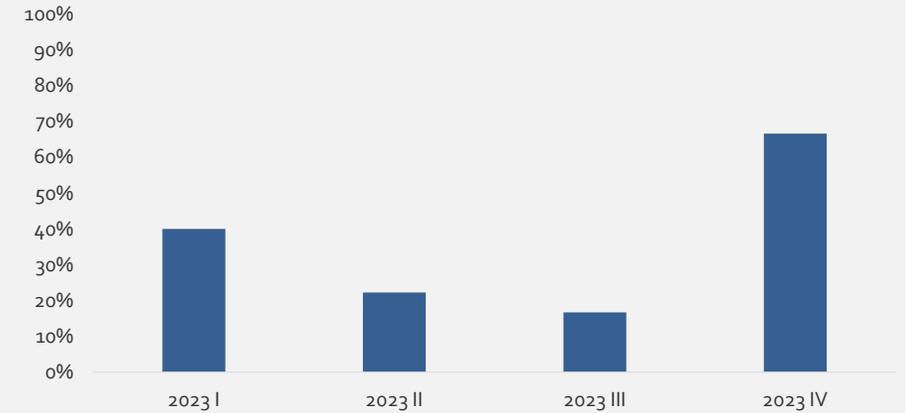
Librerías

Variación real de las ventas

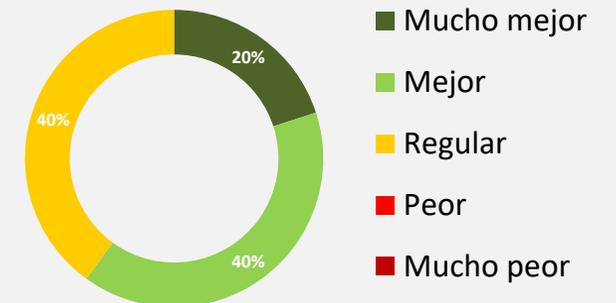


67%
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

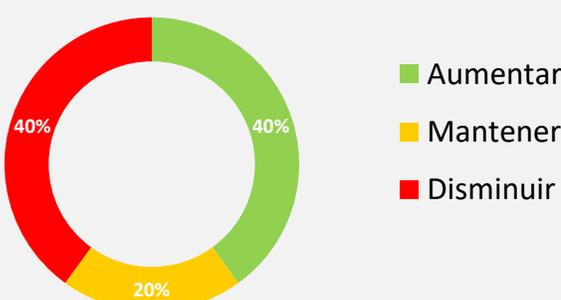


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Librerías	6	7	39	-7,6%	-4,6%	0,9%	-5,2%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

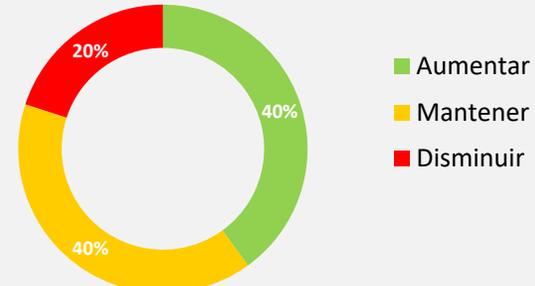
Librerías

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

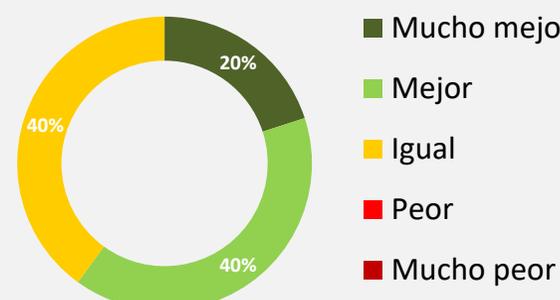
Cantidad personal ocupado



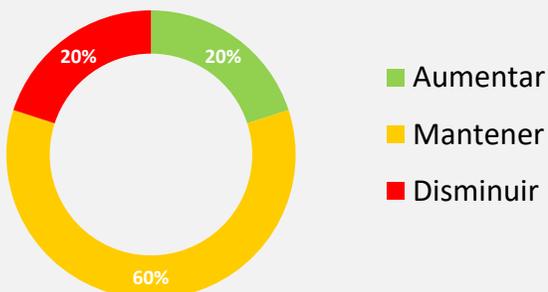
Inversiones



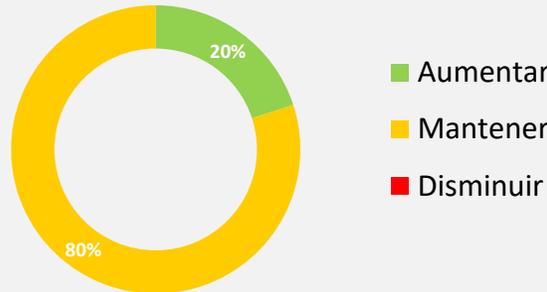
Rentabilidad futura



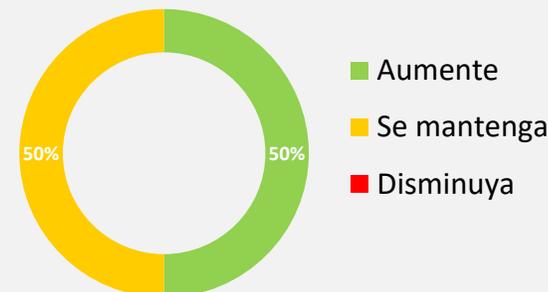
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Minimercados

Descriptivo

- Los resultados se basan en 75 empresas del rubro Minimercados las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 75 empresas fue de 1.899 personas y de 92 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de los Minimercados en el cuarto trimestre de 2023 fue de -1,2%, denotando una leve mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -8,5%.
- El índice de difusión para las 75 empresas se ubicó en 41%, es decir que 31 de las 75 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una mejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 32%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de los minimercados se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 71 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (48%) fue mayor a las pesimistas que se ubicaron en 5%.

Leading indicators

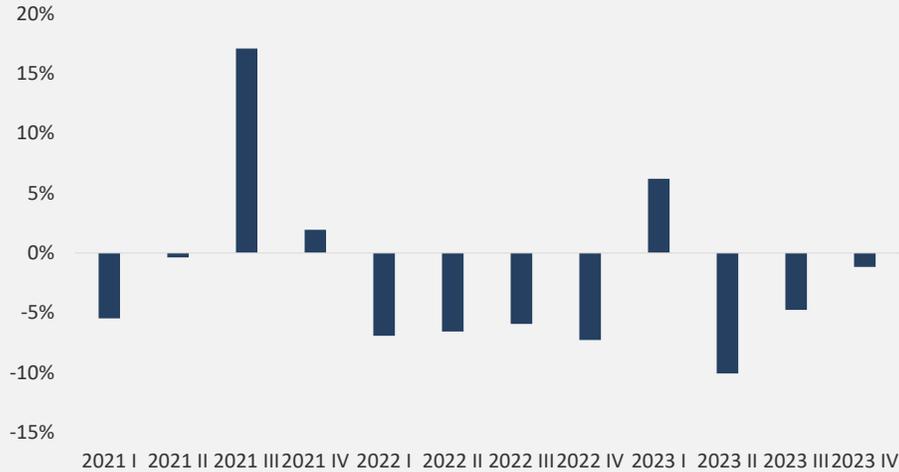
- Los indicadores de avance se ubicaron en 59 puntos, guarismo levemente superior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran más positivas respecto al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de importante optimismo. El 66% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron optimistas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 46% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

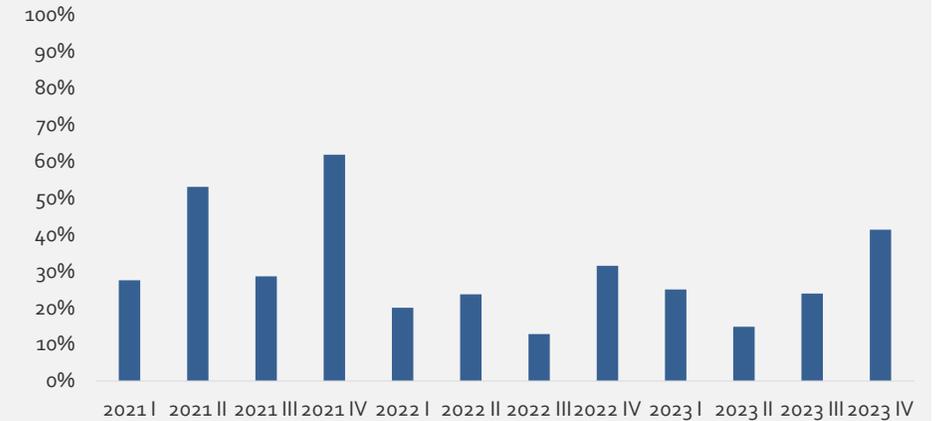
Minimercados

Variación real de las ventas

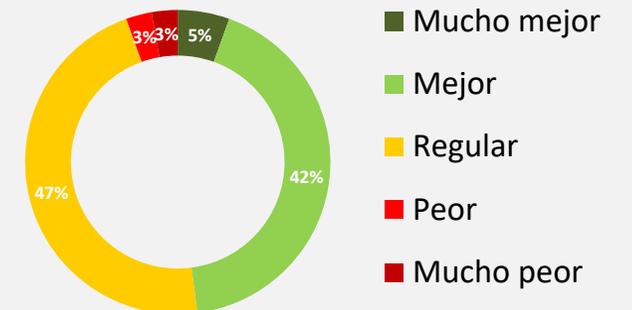


41%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

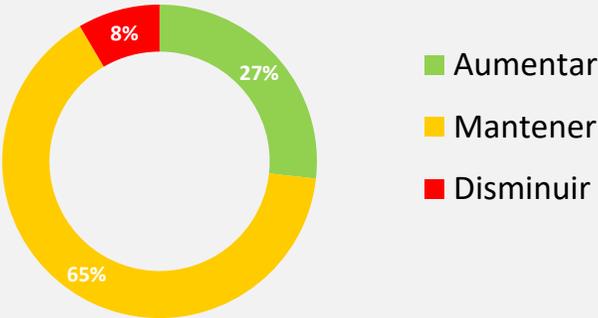


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Minimercados	75	92	1.899	-4,8%	-1,2%	-8,1%	-8,5%
Índice de precios	-	-	-	6,3%	5,7%	11,8%	6,2%

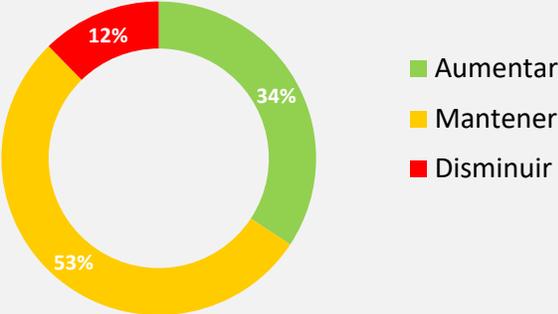
Minimercados

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

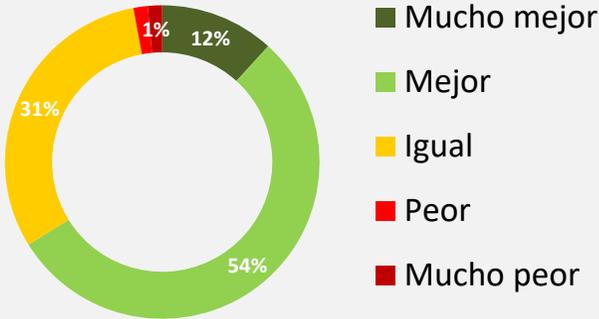
Cantidad personal ocupado



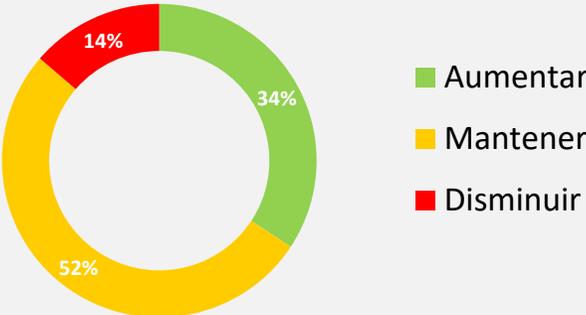
Inversiones



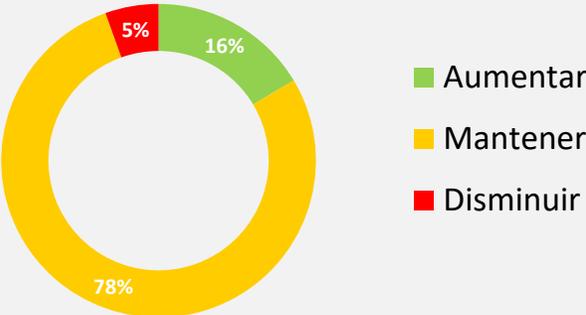
Rentabilidad futura



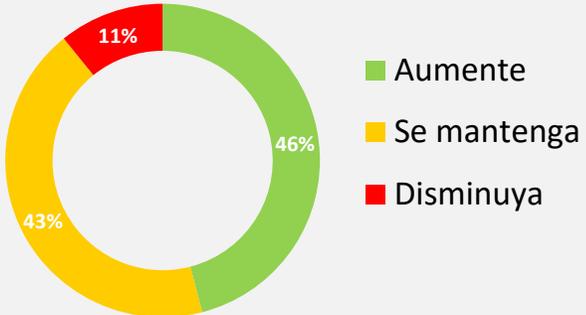
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Muebles, accesorios para el hogar y bazar

Descriptivo

- Los resultados se basan en 16 empresas del rubro Muebles, accesorios para el hogar y bazar de las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 16 empresas fue de 146 personas y de 22 locales.
- Además, se incorporan los resultados de Electrodomésticos en Supermercados (8 empresas con 429 ocupados en el rubro).

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas Muebles, accesorios para el hogar y bazar en el cuarto trimestre de 2023 fue de -3,3%, denotando cierta estabilidad respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -2,4%.
- El índice de difusión para las 24 empresas se ubicó en 44%, es decir que 11 de las 24 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo es levemente inferior al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 38%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 70 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (60%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 20%.

Leading indicators

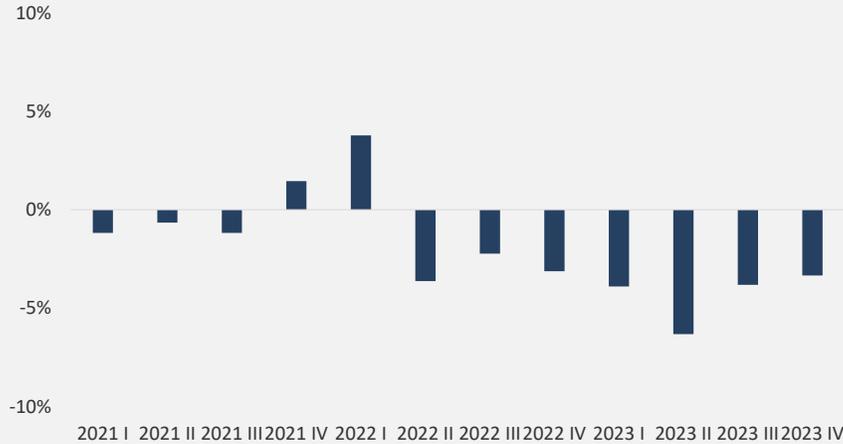
- Los indicadores de avance se ubicaron en 48 puntos, guarismo similar al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran negativas respecto al aumento del personal, frente a la compra de insumos y frente al aumento de la cantidad de locales. A su vez, se muestran positivas respecto al desarrollo de nuevas inversiones.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mostrando una mejora respecto al tercer trimestre, y se ubican en zona de importante optimismo. El 69% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 38% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

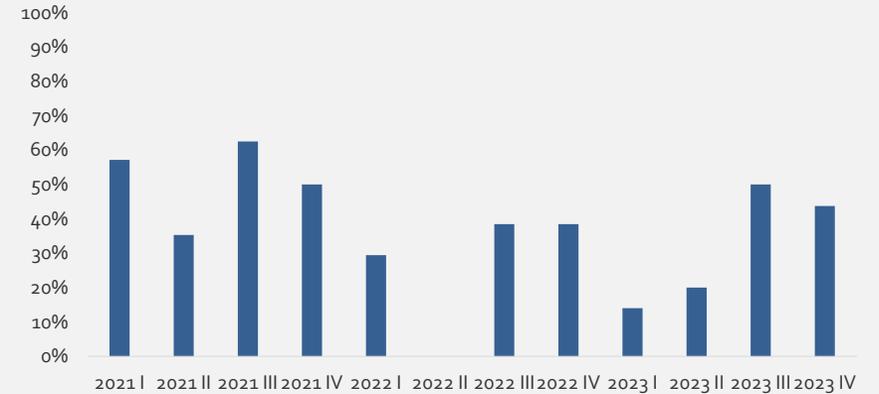
Muebles, accesorios para el hogar y bazar

Variación real de las ventas



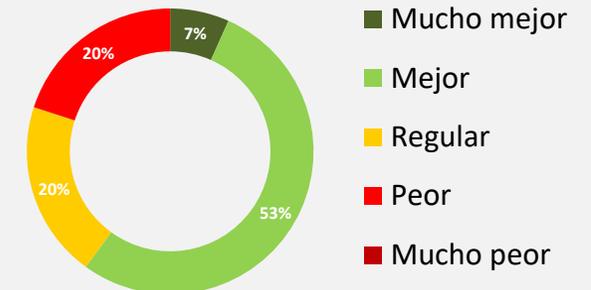
44%
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Muebles y accesorios del hogar Total	24	22	575	-3,8%	-3,3%	-0,4%	-2,4%
Muebles y accesorios del hogar	16	22	146	-1,4%	-4,6%	-0,2%	-7,8%
Muebles y accesorios del hogar Supermercados	8	-	429	-5,4%	-2,9%	-0,6%	-0,6%
Índice de precios	-	-	-	1,6%	2,4%	5,8%	2,7%

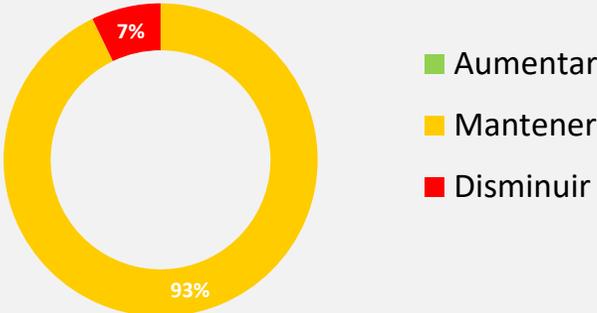
Rentabilidad actual



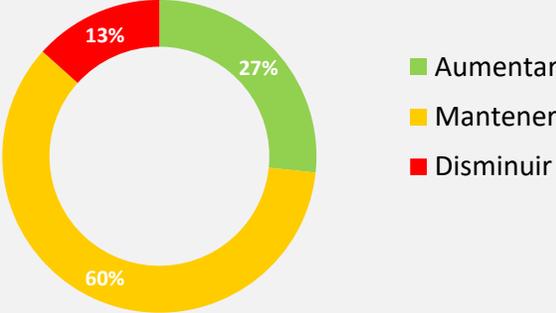
Muebles, accesorios para el hogar y bazar

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

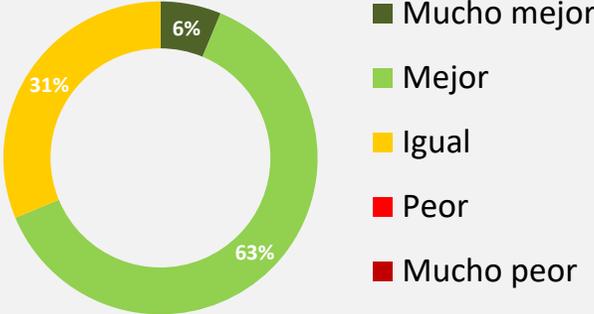
Cantidad personal ocupado



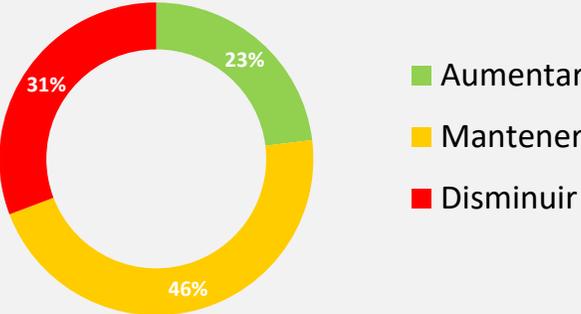
Inversiones



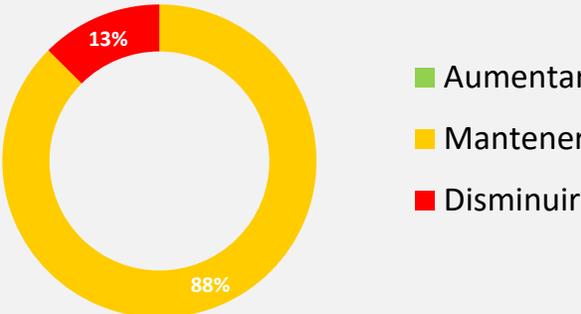
Rentabilidad futura



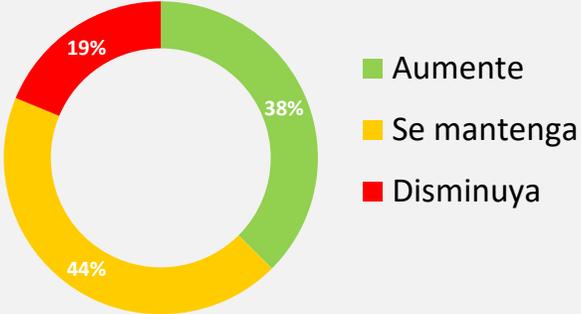
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Ópticas

Descriptivo

- Los resultados se basan en 13 empresas del rubro Ópticas las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las empresas fue de 108 personas y de 26 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las ópticas en el cuarto trimestre de 2023 fue de -6,3%, denotando un resultado algo mejor respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -0,6%.
- El índice de difusión para las 13 empresas se ubicó en 46%, es decir que 6 de las 13 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una mejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 54%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las ópticas se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 83 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (67%) superó ampliamente a las pesimistas.

Leading indicators

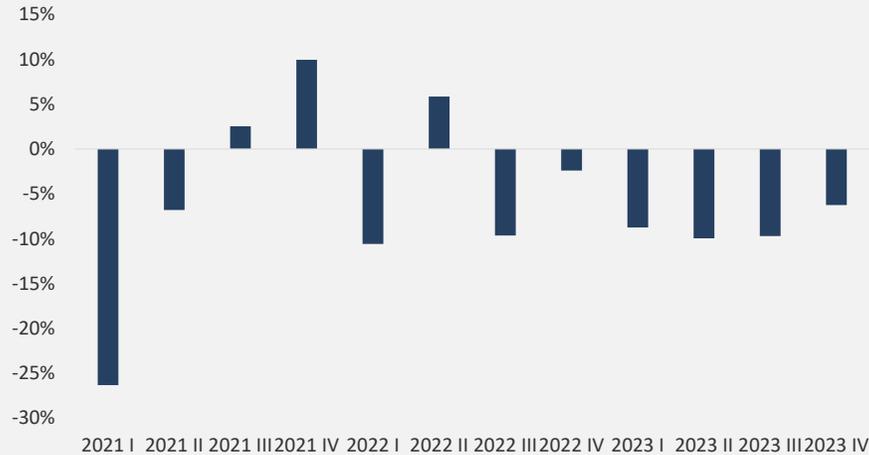
- Los indicadores de avance se ubicaron en 57 puntos, guarismo superior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al aumento de personal, al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos. Por su parte, se muestran neutrales al aumento de la cantidad de locales.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando notoriamente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de importante optimismo. El 64% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 31% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación, guarismo idéntico para la respuesta negativa.

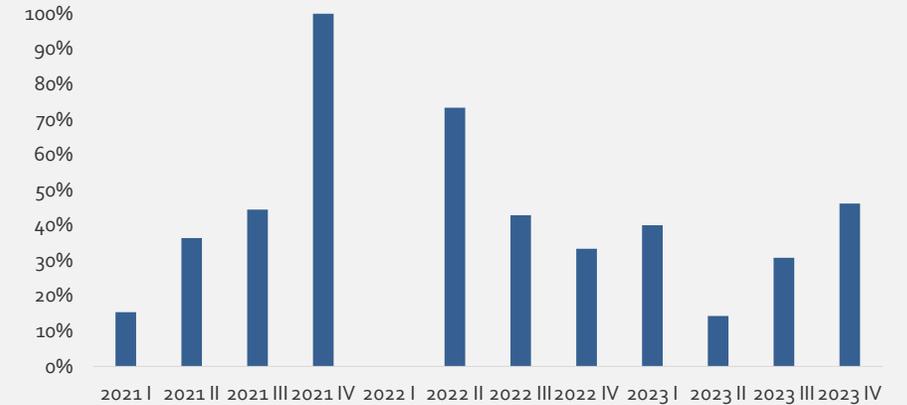
Ópticas

Variación real de las ventas



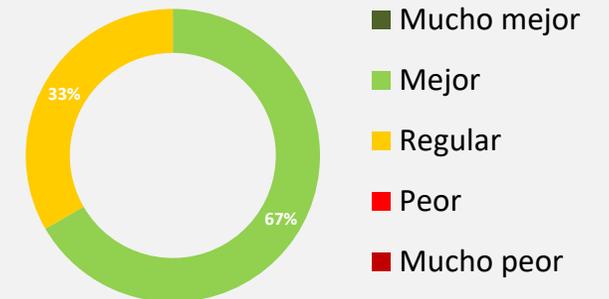
46%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

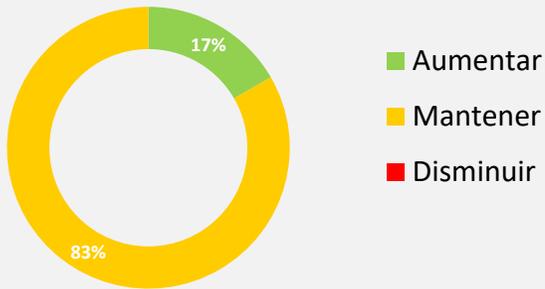
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Ópticas	13	26	108	-9,7%	-6,3%	1,2%	-0,6%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%



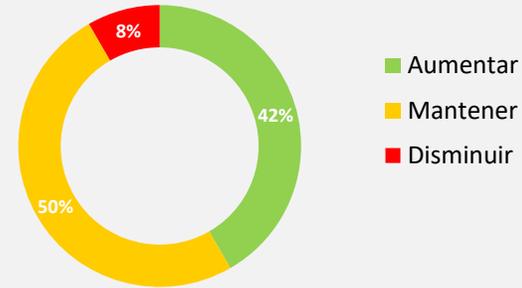
Ópticas

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

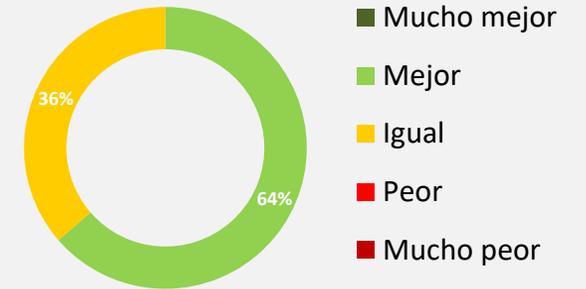
Cantidad personal ocupado



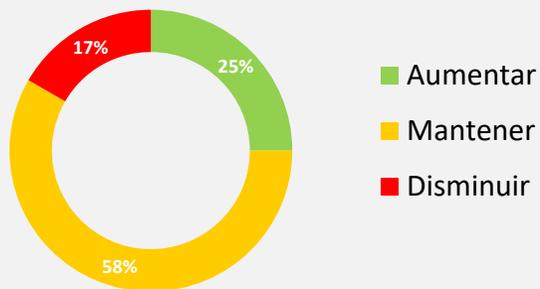
Inversiones



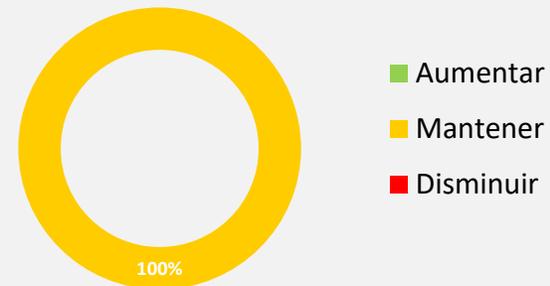
Rentabilidad futura



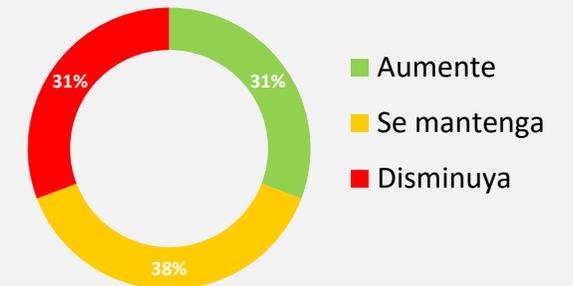
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Papelería y Oficina

Descriptivo

- Los resultados se basan en 13 empresas del rubro Papelería y oficina las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las empresas fue de 101 personas y de 21 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas en el cuarto trimestre de 2023 fue de -3,3%, denotando una desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -5,6%.
- El índice de difusión para las 13 empresas se ubicó en 31%, es decir que 4 de las 13 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una leve desmejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 15%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 73 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (62%) fue superior a las pesimistas que se ubicaron en 15%.

Leading indicators

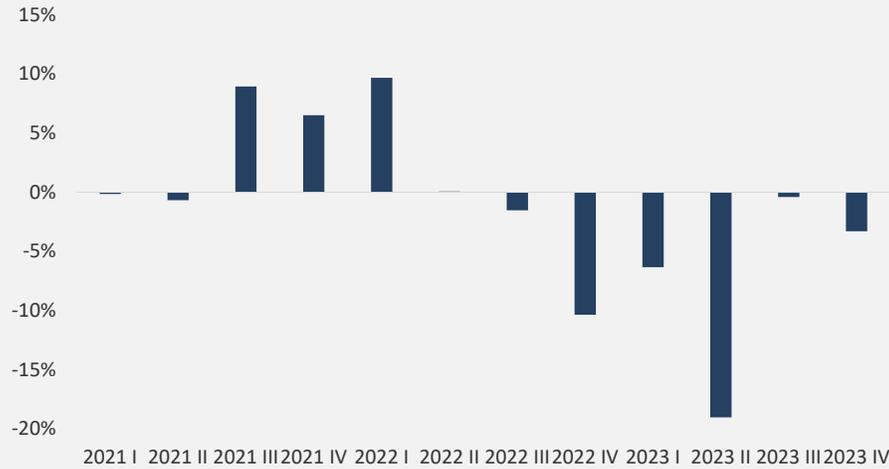
- Los indicadores de avance se ubicaron en 50 puntos, guarismo levemente inferior al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran negativas respecto al aumento de la cantidad de locales. Mientras que, se mostraron positivas respecto al desarrollo de inversiones y neutrales respecto al aumento del personal contratado y a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando notoriamente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de importante optimismo. El 80% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron algo neutrales frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 23% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación, guarismo idéntico para los que proyectan una disminución.

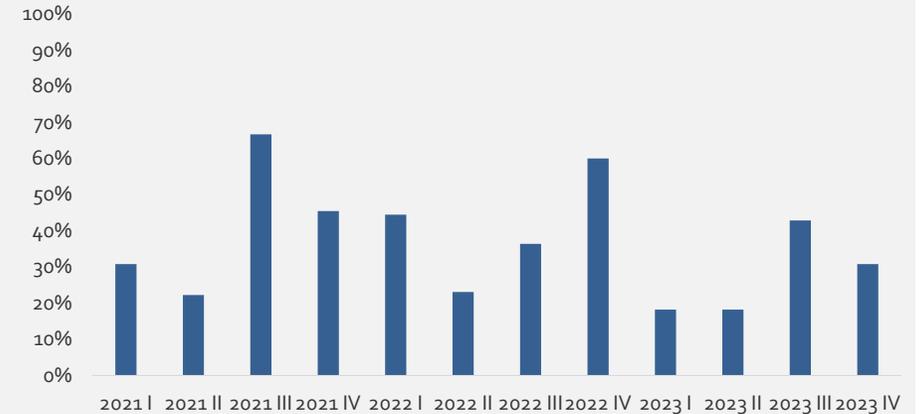
Papelería y Oficina

Variación real de las ventas



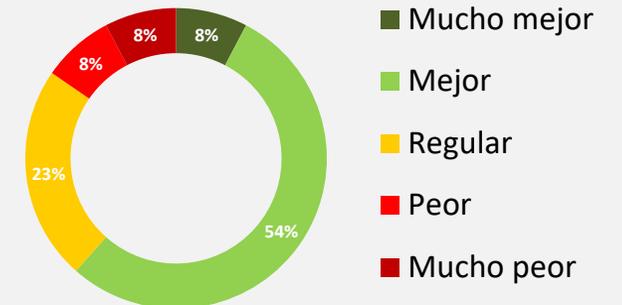
31%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

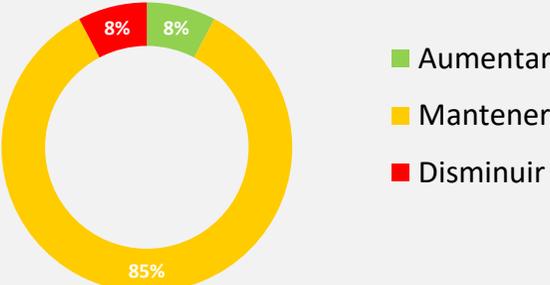
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Papelería y oficina	13	21	101	-0,4%	-3,3%	-7,7%	-5,6%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%



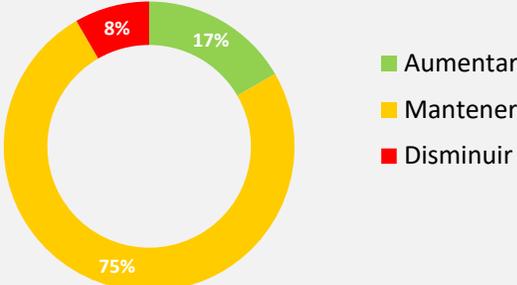
Papelería y Oficina

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

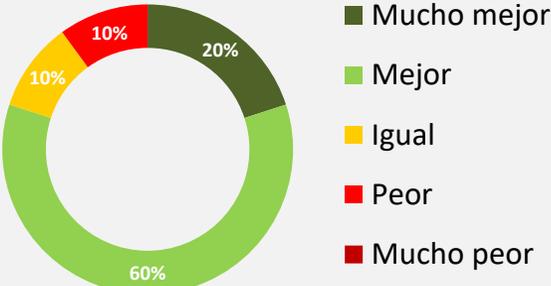
Cantidad personal ocupado



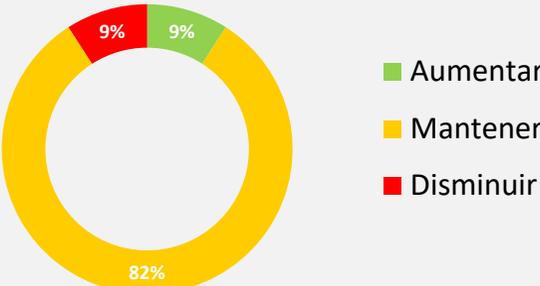
Inversiones



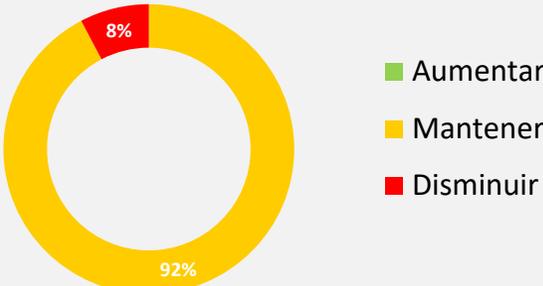
Rentabilidad futura



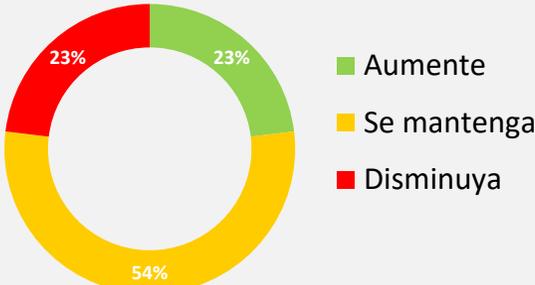
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Supermercados

Descriptivo

- Los resultados se basan en 31 Supermercados los cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para los supermercados fue de 11.067 personas y de 194 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas en el cuarto trimestre de 2023 fue de -1,4%, denotando una leve mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -1,1%.
- El índice de difusión para las 31 empresas se ubicó en 32%, es decir que 10 de las 31 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una leve mejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 26%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción algo positiva, el indicador se ubicó en 59 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (31%) fue levemente superior a las pesimistas que se ubicaron en 14%.

Leading indicators

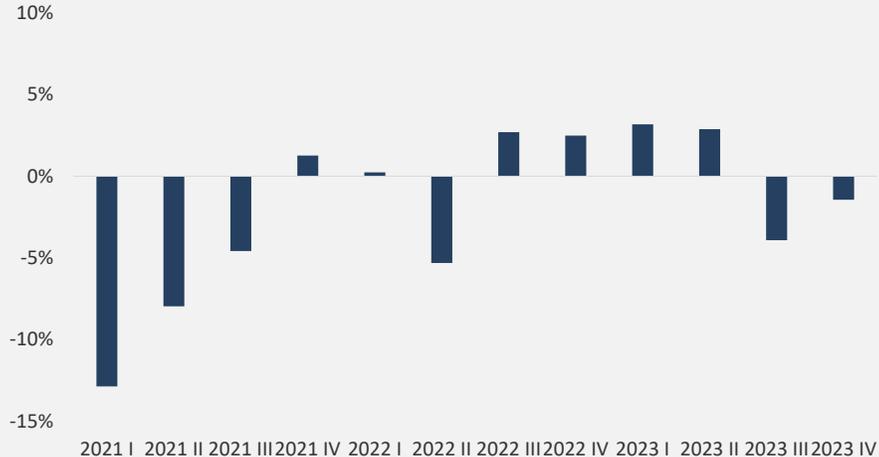
- Los indicadores de avance se ubicaron en 50 puntos, guarismo similar al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al aumento de personal y de la cantidad de locales. Mientras que, se mostraron negativas respecto a la compra de insumos y al desarrollo de inversiones.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando levemente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de atendible optimismo. El 50% estableció que la rentabilidad futura será mejor.
- Asimismo, se mostraron algo neutrales frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 26% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación, guarismo idéntico para los que proyectan una disminución.

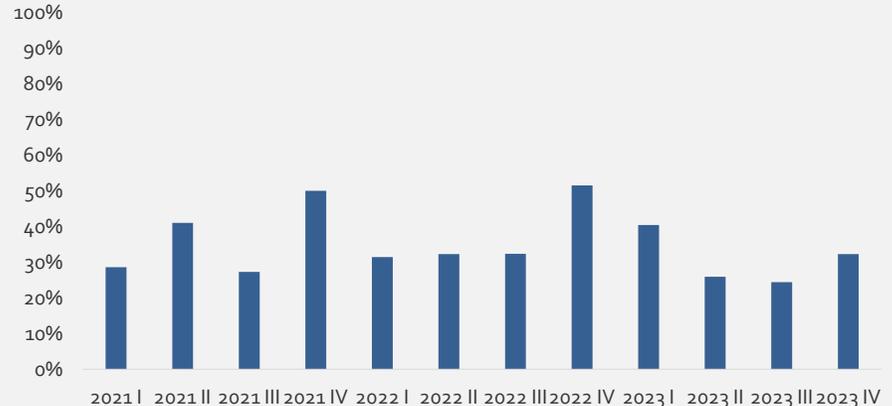
Supermercados

Variación real de las ventas

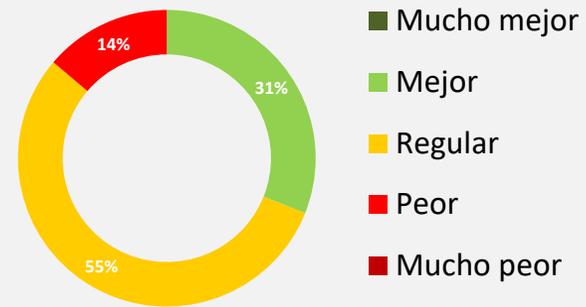


32%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Supermercados	31	194	11.067	-3,9%	-1,4%	-0,1%	-1,1%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

Supermercados

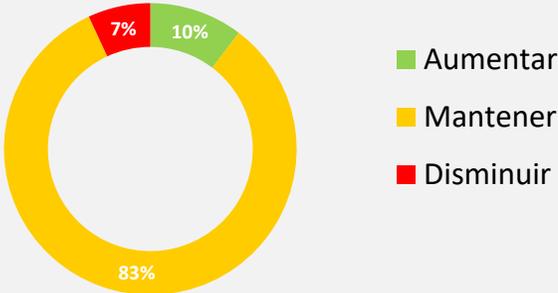
Rubros	III.2023	IV.2023	2022	2023
Alimentos no perecederos	-3,2%	-2,9%	-0,4%	-4,3%
Alimentos perecederos, congelados	2,9%	3,1%	3,2%	-0,3%
Panadería, Rotisería, etc.	9,7%	4,9%	19,6%	5,2%
Refrescos y Bebidas alcohólicas	13,3%	0,3%	-1,9%	3,5%
Limpieza del hogar	-4,4%	-4,5%	-6,3%	-4,1%
Informática, Imagen, Audio, Video	-7,1%	-9,5%	-7,9%	-10,4%
Grandes electrodomésticos	1,4%	-12,9%	8,2%	-10,7%
Otros artículos del hogar	-3,7%	-4,8%	-3,1%	-6,0%
Bazar	-6,2%	-1,4%	2,5%	-4,8%
Cosmética y Perfumería	-9,1%	-8,6%	-8,5%	-8,6%
Juguetería	-7,2%	-10,0%	-1,8%	-6,6%
Librería y papelería	-47,0%	-16,2%	28,6%	-15,1%
Ferretería	-5,7%	-5,7%	-5,4%	-6,6%
Vestimenta	1,8%	-3,6%	-1,4%	0,2%
Calzado	13,6%	-16,9%	8,8%	-4,0%
Otros	5,8%	8,0%	6,4%	83,4%
TOTAL	0,5%	0,4%	1,6%	-0,1%

Nota: La variación total de las ventas del cuadro anterior refiere a la variación de aquellos supermercados que establecieron las ventas por subrubro, es por ello que, para el total de supermercados se registró un decremento de 1,4% mientras que, para el cuadro abierto por subrubro el total es un incremento de 0,4%.

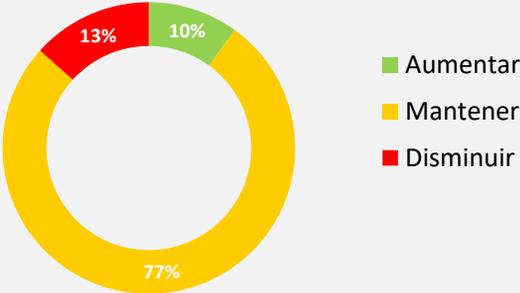
Supermercados

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

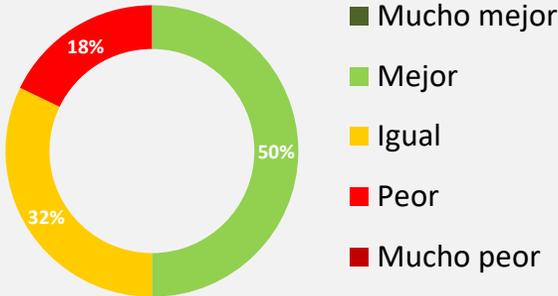
Cantidad personal ocupado



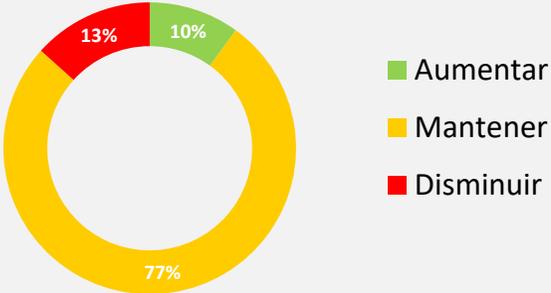
Inversiones



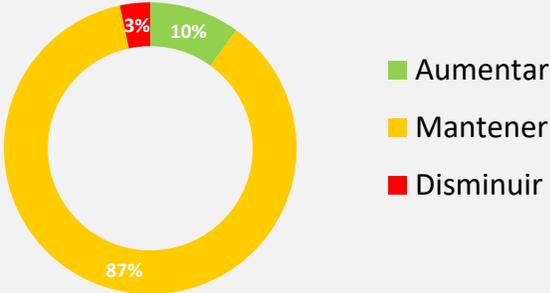
Rentabilidad futura



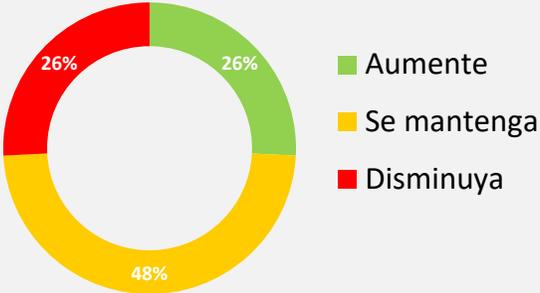
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Vehículos, repuestos automotores, combustible

Descriptivo

- Los resultados se basan en 56 empresas del rubro Vehículos, repuestos automotores, combustible las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las empresas fue de 652 personas y de 68 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas en el cuarto trimestre de 2023 fue de -2,2%, denotando una desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Por su parte, para 2023, la variación interanual de las ventas cerró en -3,9%.
- El índice de difusión para las 56 empresas se ubicó en 43%, es decir que 24 de las 56 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una clara desmejora respecto al registro del tercer trimestre de 2023. Para el año 2023 el índice de difusión se ubicó en 45%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 65 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (38%) fue superior a las pesimistas que se ubicaron en 7%.

Leading indicators

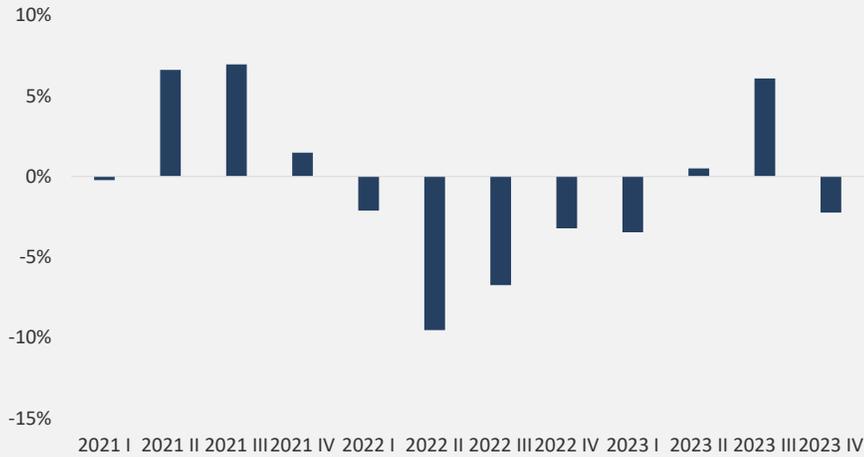
- Los indicadores de avance se ubicaron en 54 puntos, guarismo idéntico al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al aumento de personal, al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos. Mientras que, se muestran algo neutrales respecto al aumento de la cantidad de locales.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando levemente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de atendible optimismo. El 50% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 32% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

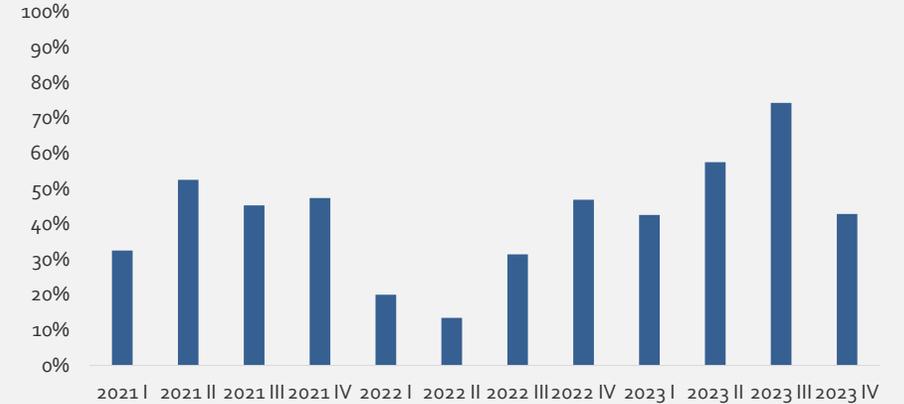
Vehículos, repuestos automotores, combustible

Variación real de las ventas



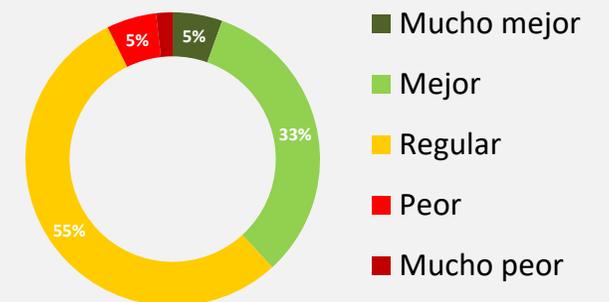
43%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

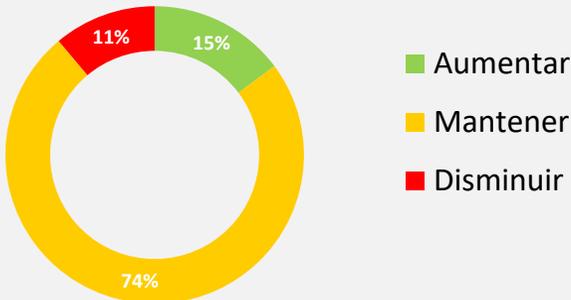
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III. 2023	IV. 2023	2022	2023
Vehículos, Repuestos automotores, Combustible	56	68	652	6,1%	-2,2%	0,9%	-3,9%
Índice de precios	-	-	-	-4,8%	1,3%	2,9%	2,0%



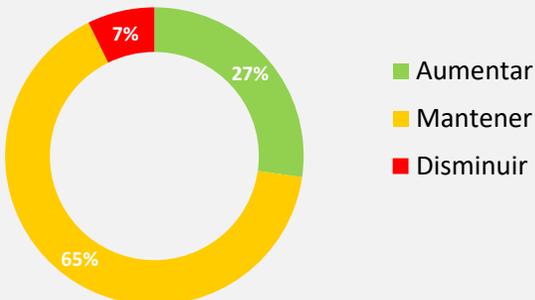
Vehículos, repuestos automotores, combustible

Rentabilidad Futura, Facturación en el próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

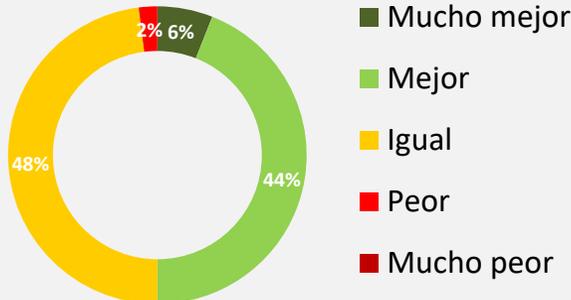
Cantidad personal ocupado



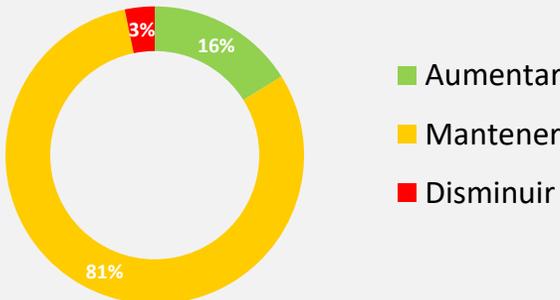
Inversiones



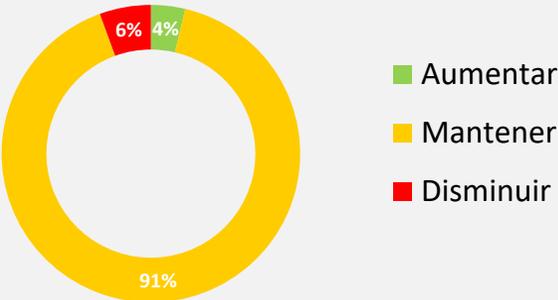
Rentabilidad futura



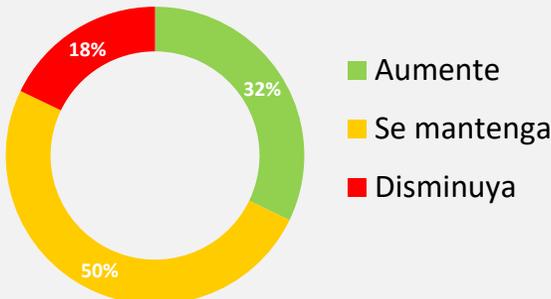
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Automóviles, camionetas, camiones y ómnibus

Venta okm (variación interanual)	I. 2023	II. 2023	III. 2023	IV. 2023	Total 2022	Total 2023
Autos y Camionetas	1,9%	5,9%	14,9%	17,7%	7,3%	10,4%
Camiones y Ómnibus	5,4%	15,2%	9,2%	-5,8%	6,2%	5,1%

Fuente: Elaboración propia en base a datos AUTODATA

- En lo que refiere a la venta de autos y camionetas Okm, en el cuarto trimestre del año 2023 se vendieron 17.341 unidades de autos y camionetas Okm. Este resultado implicó un avance de 17,7% en comparación al guarismo de igual período un año atrás cuando se había comercializado un total de 14.729 unidades.
- Para el total de 2023, las unidades comercializadas alcanzaron las 58.367, así las ventas registraron un incremento de 10,4% en comparación con el total de 2022. Se trató de una mejora pero de mayor magnitud respecto al resultado observado en 2022, cuando las ventas habían crecido 7,3%.
- Por otra parte, las ventas de ómnibus y camiones registraron un decremento de 5,8% el cuarto trimestre de 2023 en comparación con el mismo periodo del año anterior. En concreto, durante el cuarto trimestre se comercializaron 963 (873 camiones y 90 ómnibus) unidades de ómnibus y camiones, mientras que, en el mismo período un año atrás se habían comercializado 1.022.
- Finalmente, en 2023 se vendieron 3.422 unidades de ómnibus y camiones Okm; 5,1% por encima a los volúmenes comercializados en 2022, cuando se habían vendido 3.255. Lo anterior implicó un retroceso de 1,1 p.p. en comparación al resultado de 2022, cuando las ventas habían registrado un incremento de 6,2% respecto a 2021.

AÑO	Venta de automóviles y camionetas				
	I	II	III	IV	Total
2016	10.069	10.212	10.776	14.579	45.636
2017	12.593	13.626	12.767	15.536	54.522
2018	11.652	10.681	10.043	11.433	43.809
2019	9.253	9.606	10.402	11.333	40.594
2020	8.156	5.115	9.407	12.112	34.790
2021	11.831	12.823	11.886	12.725	49.265
2022	12.487	12.759	12.882	14.729	52.857
2023	12.722	13.508	14.796	17.341	58.367

Fuente: Elaboración propia en base a datos AUTODATA

AÑO	Venta de ómnibus y camiones				
	I	II	III	IV	Total
2016	336	351	316	490	1.493
2017	385	456	453	589	1.883
2018	396	497	513	559	1.965
2019	389	387	424	694	1.894
2020	336	394	567	754	2.051
2021	680	636	874	874	3.064
2022	645	758	830	1.022	3.255
2023	680	873	906	963	3.422

Fuente: Elaboración propia en base a datos AUTODATA



Sector Servicios

Ventas, Índice difusión por rubro del sector Servicios



Servicios

Descriptivo

- Los resultados se basan en 109 empresas, las cuales establecieron la variación de sus ventas en el cuarto trimestre de 2023. De estas 109 empresas que indicaron la variación cuantitativa de sus ventas, 51 se encuentran en Montevideo, y 58 en el interior. El personal ocupado para las 109 empresas fue de 1.469 con 119 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las empresas de servicios en Montevideo fue de -1,1% en el cuarto trimestre de 2023, mientras que para el Interior se registró un retroceso de 3,8%. Estos registros continuaron con la tónica del trimestre anterior. Sin embargo, al analizar el año cerrado 2023, el comportamiento fue similar, mientras en Montevideo disminuyeron 1,7%, en el interior retrocedieron 4,9%.
- El índice de difusión para el total de empresas de servicios en Montevideo se ubicó en 43% en el cuarto trimestre de 2023, habiendo aumentado respecto al registro del trimestre anterior, al tiempo que para las empresas del interior se ubicó en 28%. En el promedio año 2023, el índice de difusión fue de 35% para las empresas de Montevideo y 36% para las empresas ubicadas en el Interior.

Leading indicators

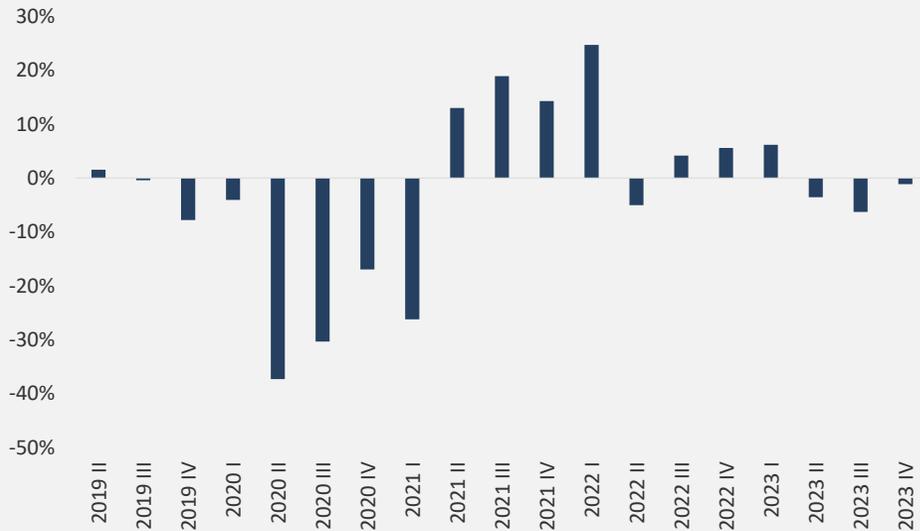
- Los indicadores de avance no lograron superar los 50 puntos en las empresas de Montevideo, aunque se ubican muy cercano al nivel de neutralidad, mientras que las del Interior si superaron los 50 puntos, es decir para las del interior aún hay un cierto optimismo.
- Tanto las empresas de Montevideo como las del Interior son optimistas en cuanto a la proyección de realizar inversiones, mientras que las del Interior se mostraron optimistas también en lo que refiere al personal contratado, la compra de insumos y el aumento de locales, no así en Montevideo.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona de optimismo, manteniéndose en zonas similares a las del trimestre pasado. En efecto, los valores se ubican en 69 puntos para Montevideo y 70 puntos para el interior. Estos resultados sugieren que un porcentaje más amplio de empresas estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor respecto a las que establecieron mucho peor o peor.
- Las empresas de servicios de Montevideo son optimistas respecto a que la facturación en el primer trimestre de 2024 mejore, ya que se registró un porcentaje mayor de respuestas positivas por sobre las negativas, lo que continúa indicando buenas perspectivas para el próximo trimestre. En concreto, el 37% de las empresas de Montevideo piensan que las ventas el próximo trimestre aumentarían, mientras que para las del interior fue de 30%.

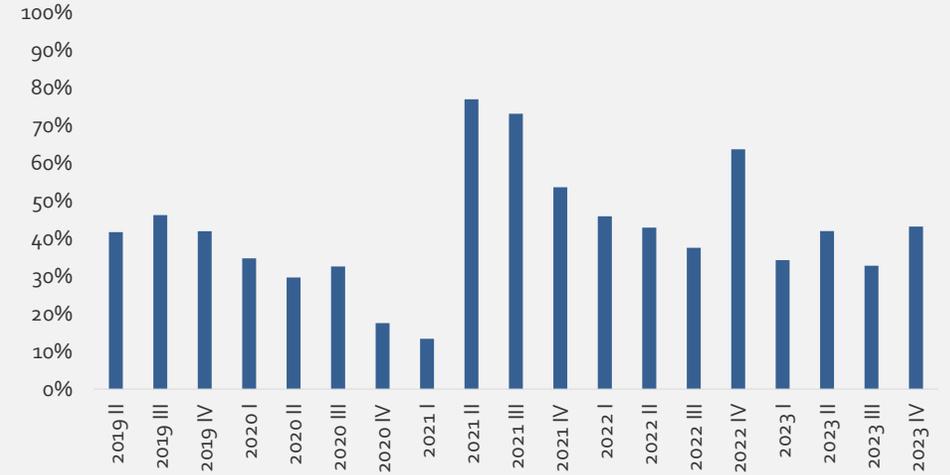
Servicios Montevideo

Variación real de las ventas

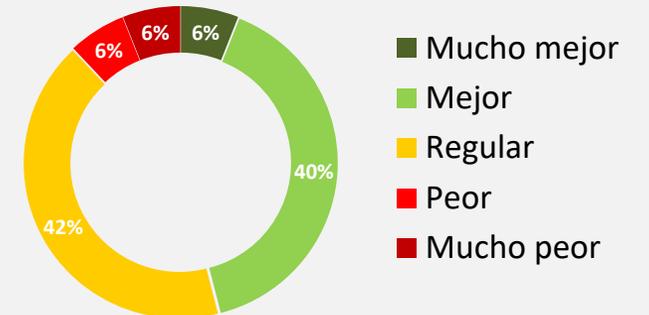


43%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

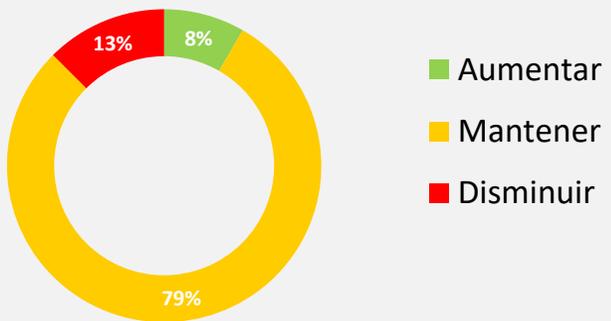


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Servicios Montevideo	51	52	448	-6,3%	-1,1%	7,7%	-1,7%
Índice de precios	-	-	-	7,2%	6,6%	9,5%	6,3%

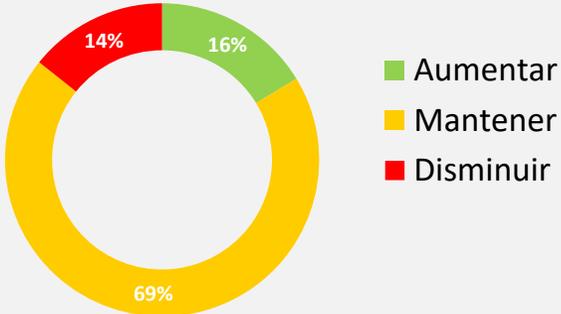
Servicios Montevideo

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

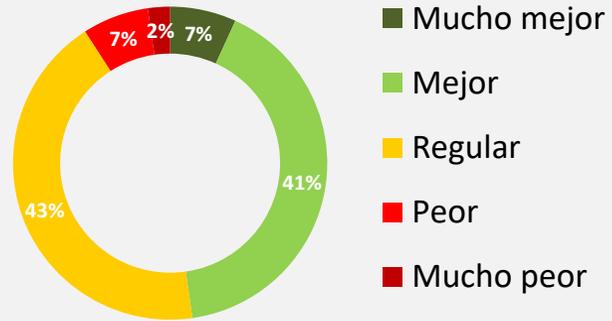
Cantidad personal ocupado



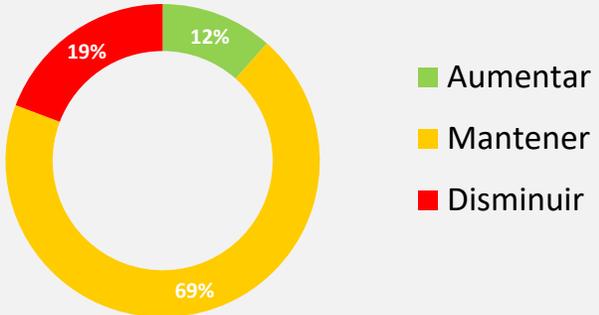
Inversiones



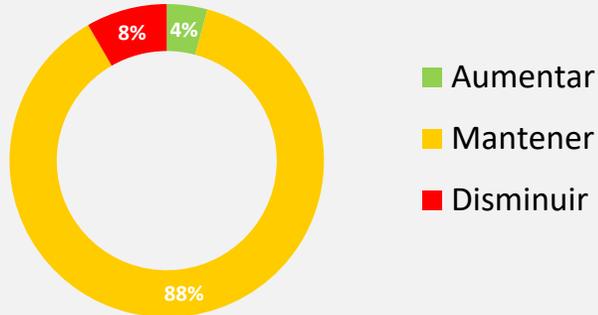
Rentabilidad futura



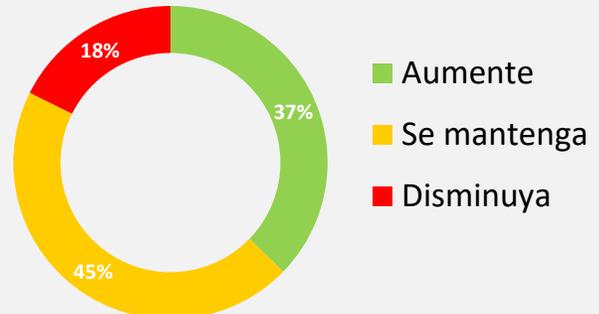
Compra de insumos



Cantidad de locales

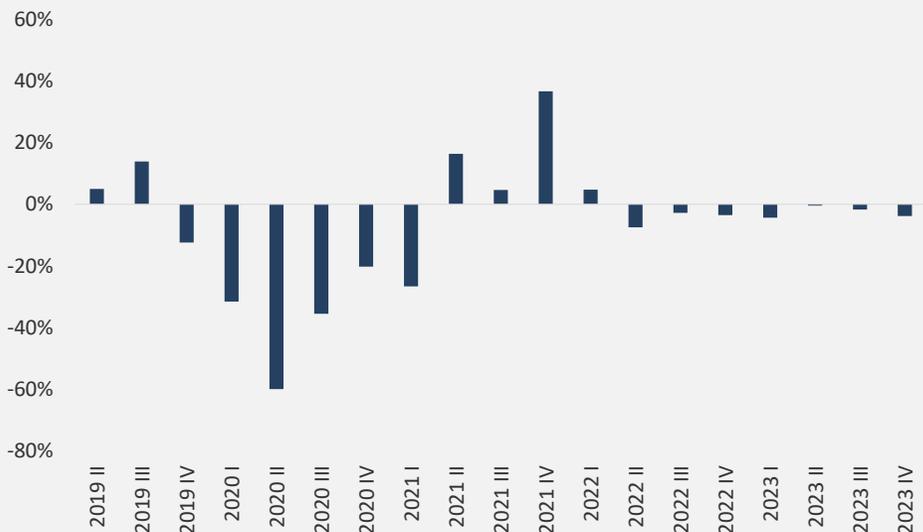


Facturación en el próximo trimestre



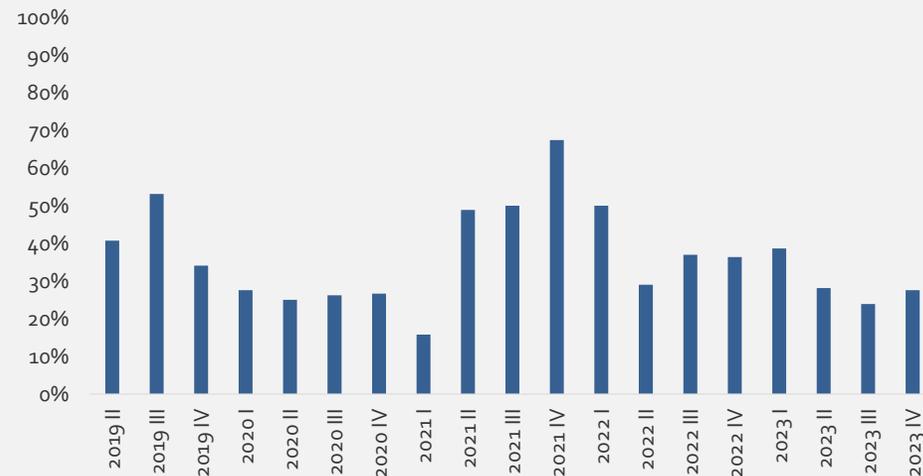
Servicios Interior

Variación real de las ventas

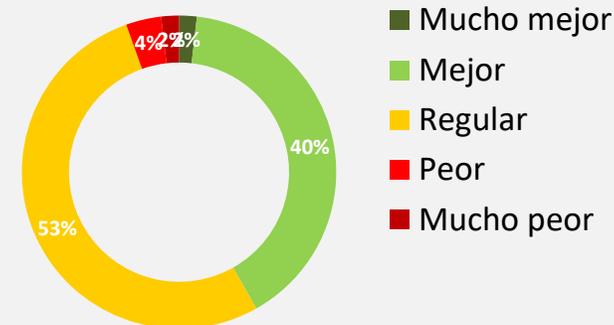


28%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

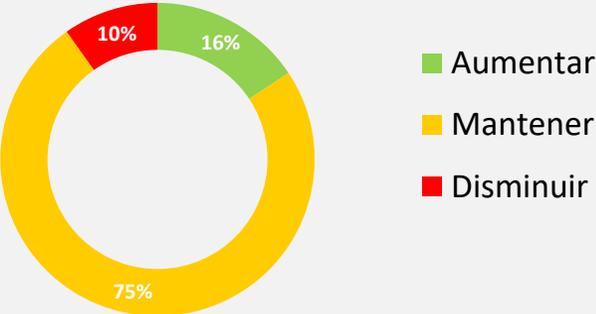


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Servicios Interior	58	67	1.021	-1,7%	-3,8%	1,1%	-4,9%
Índice de precios	-	-	-	7,2%	6,6%	9,5%	6,3%

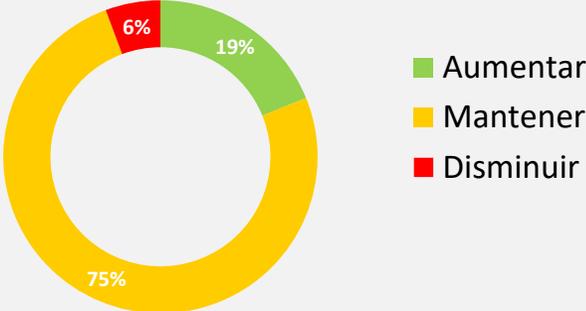
Servicios Interior

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

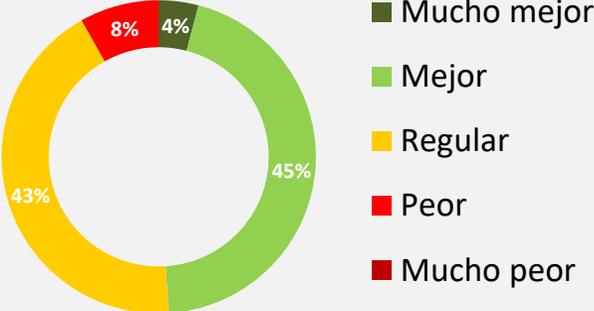
Cantidad personal ocupado



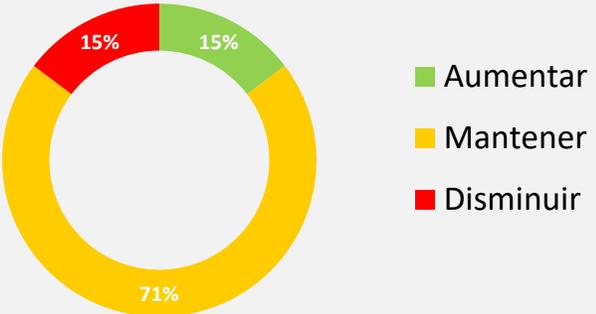
Inversiones



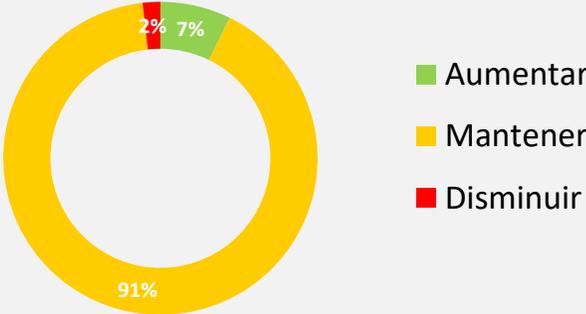
Rentabilidad futura



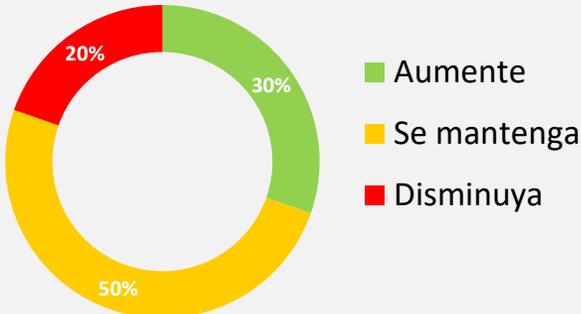
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre





Servicios por rubros

Cuadro resumen Servicios

RUBRO	Variación real ventas				Indice de difusión*				Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
	III.2023	IV.2023	2022	2023	III.2023	IV.2023	2022	2023	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III
Agencias de viajes	-5,2%	5,9%	5,3%	4,4%	● 15%	● 46%	✓ 80%	● 31%	● 75		● 49		● 64	^
Hoteles	-1,1%	-8,4%	10,7%	-9,7%	● 40%	● 28%	● 58%	● 11%	● 56		● 46		● 70	^
Inmobiliarias	-9,0%	-1,6%	sd	-8,4%	● 18%	● 30%	sd	● 35%	● 74		● 52		● 79	
Publicidad	2,8%	-1,2%	sd	2,5%	● 33%	● 43%	sd	● 64%	● 75		● 66		● 68	
Restaurantes y confiterías	-8,8%	1,4%	1,0%	1,3%	● 26%	● 31%	● 48%	● 34%	● 62		● 46		● 63	
Servicios de seguridad	3,5%	-1,5%	sd	-3,1%	● 44%	● 44%	sd	● 56%	● 72		● 52		✓ 83	
Servicios	-4,9%	-3,0%	3,8%	-3,9%	● 29%	● 35%	● 56%	● 36%	● 68		● 51		● 70	

*Refiere al total de empresas que establecieron que sus ventas aumentaron

^v Denota cambio de zona (color) respecto a la medición del trimestre anterior.

Nota: Los índices se construyen en una escala de 0 a 100 siendo 50 para aquellos casos en los que las respuestas positivas son iguales a las respuestas negativas, 0 cuando la totalidad de las respuestas son negativas y 100 cuando la totalidad de las respuestas son positivas. Para la columna de rentabilidad actual se tomó el indicador de rentabilidad actual respecto a un año atrás. Para la columna de leading indicators se tomaron la intención a disminuir, mantener o aumentar el personal ocupado, la compra de insumos, las inversiones y la red de locales. Para la columna de expectativas, se incluyó la rentabilidad esperada dentro de un año.

Agencias de viajes

Descriptivo

- Los resultados se basan en 13 agencias de viaje las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023. El personal ocupado para las 13 agencias de viajes fue de 80 personas y de 9 locales (algunas agencias solo trabajan online).

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de agencias de viajes en el cuarto trimestre de 2023 fue de 5,9%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Durante 2023, las ventas en términos reales aumentaron un 4,4%.
- El índice de difusión para las 13 agencias de viajes se ubicó en 46%, es decir que casi 5 de las 10 agencias de viajes establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Este guarismo representa una suba de importancia respecto al registro del tercer trimestre de 2023 (15%). Para 2023, el índice de difusión se ubicó en 31%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2024) de las agencias de viajes se constata una percepción optimista, el indicador se ubicó en 75 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (50%) es superior a las pesimistas que no se constataron respuestas mucho peor o peor.

Leading indicators

- Los indicadores de avance se ubicaron en 49 puntos, guarismo similar al constatado en el tercer trimestre del 2023.
- Las agencias de viaje se muestran optimistas respecto a aumentar la cantidad personal ocupado, mientras que son pesimistas frente a aumentar la compra de insumos, el desarrollo de nuevas inversiones y a incrementar la cantidad de locales.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, aumentando respecto al tercer trimestre, y se ubican en zona de atendible optimismo. El 36% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, respecto al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, mientras que un 23% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación, un 15% espera que desciendan y el restante que se mantengan.

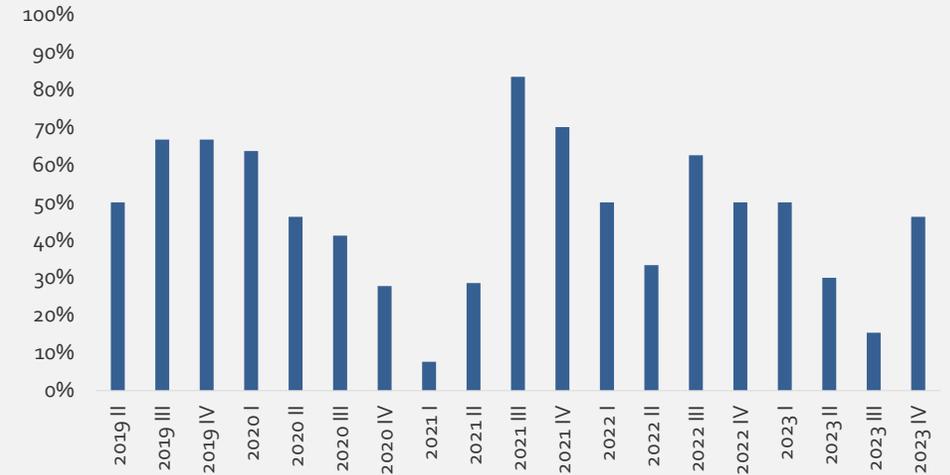
Agencias de viajes

Variación real de las ventas

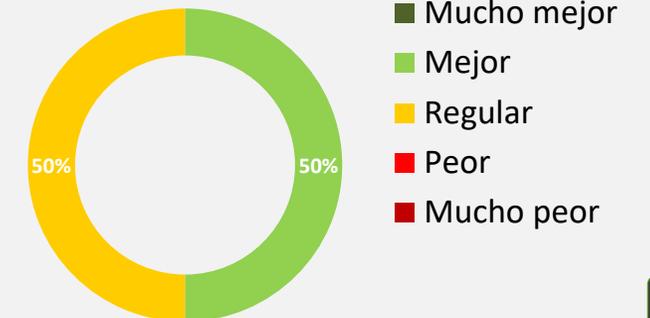


46%
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

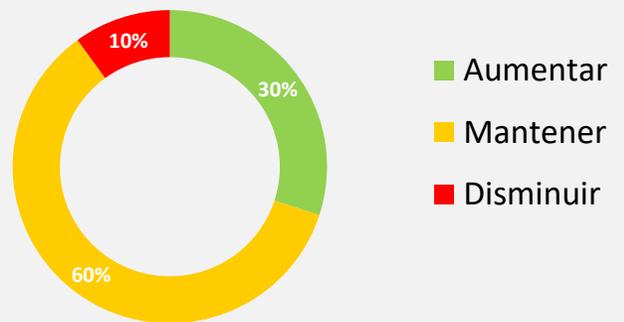


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales*	Personal ocupado	Var. Real ventas (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Agencia de viajes	13	9	80	-5,2%	5,9%	5,3%	4,4%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	8,3%	5,3%

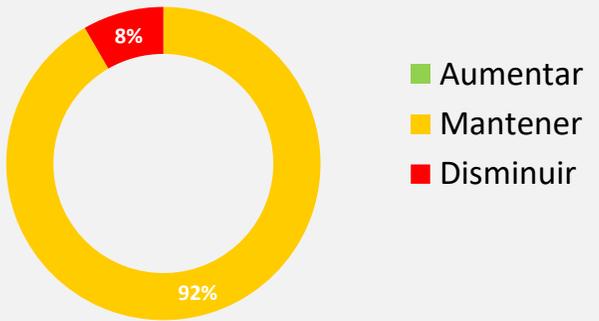
Agencias de viajes

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

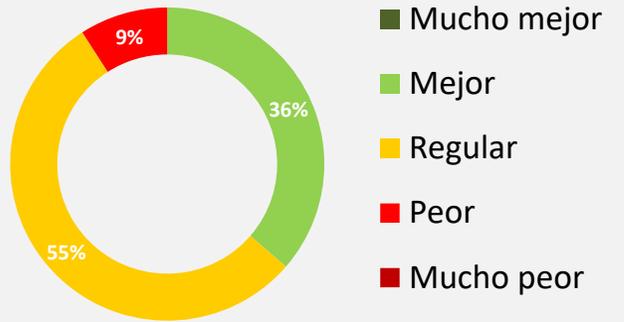
Cantidad personal ocupado



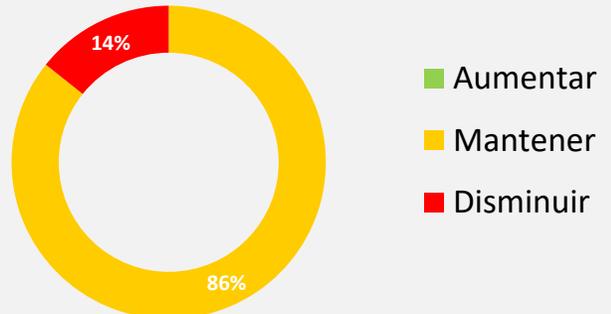
Inversiones



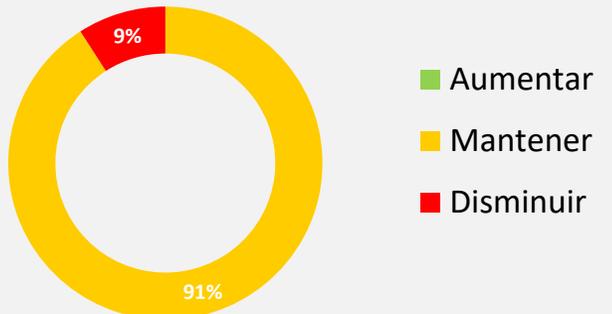
Rentabilidad futura



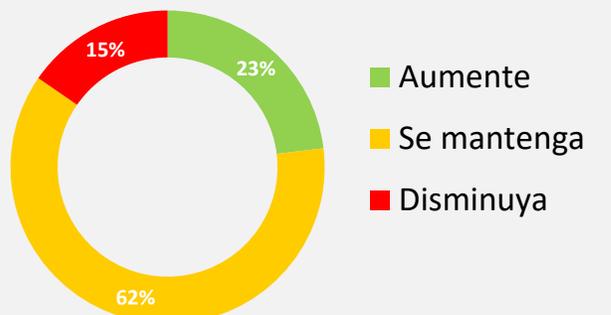
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Hoteles

Descriptivo

- Los resultados se basan en 18 hoteles, los cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre y año cerrado 2023.
- El personal ocupado para los 18 hoteles fue de 641 personas en 22 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de hoteles en el cuarto trimestre fue negativa, alcanzó un decremento de 8,4% , y de esta forma acrecentó la caída registrada en el tercer trimestre. Por otro lado, cuando se observa según categorías las variaciones muestran diferencias, los de 2 estrellas descendieron 6,1%, los de 3 estrellas disminuyeron 3,6%, mientras que los de 4 estrellas disminuyeron sus ventas un 12,8%.
- En el año cerrado 2023, las ventas de los hoteles cayeron 9,7%, y este decremento estuvo influenciado por descensos en todas las categorías, siendo el mayor decremento en el hotel de 4 estrellas, seguido por el descenso de los de 2 estrellas con el 5,9% y los de 3 estrellas con el 5%.
- El índice de difusión para los 18 hoteles se ubicó en 28%, lo que representó un decremento de 12 p.p. en comparación al trimestre inmediato anterior. En el año 2023, el índice de difusión se ubicó en 11%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de los hoteles se constata una percepción neutral, aunque en terreno optimista, el 29% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mucho mejor o mejor, 53% que es regular y 18% que es peor o mucho peor.

• Leading indicators

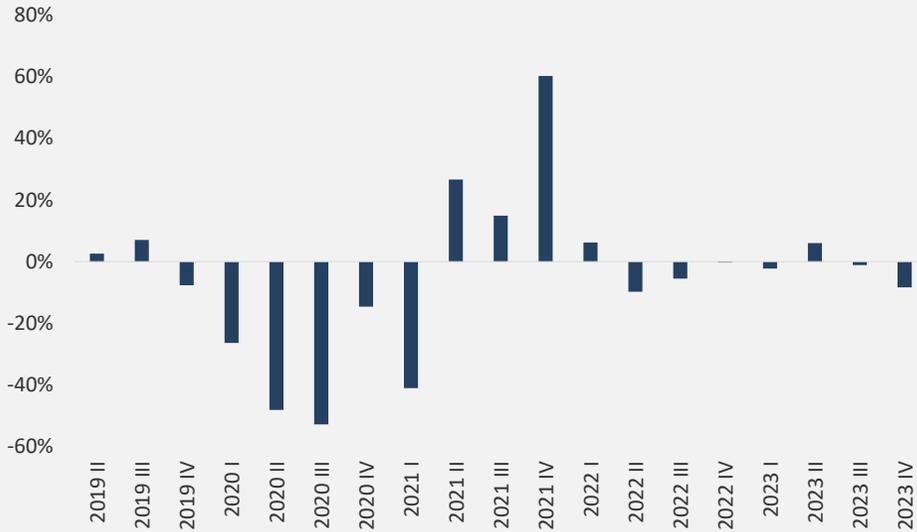
- Los indicadores de avance se ubicaron en terreno pesimista y se ubicaron en 46 puntos, manteniéndose estable respecto al trimestre anterior.
- Los hoteles se muestran pesimistas respecto al aumento de la cantidad de locales, a la contratación de personal, la compra de insumos y a la realización de inversiones para los próximos 3 meses.

Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona de optimismo, aumentando levemente frente al tercer trimestre. En efecto los valores se ubican en 70 puntos, donde el 53% estableció que el año que viene la rentabilidad será mucho mejor o mejor, 33% que será neutral y 14% que será mucho peor o peor.
- Asimismo, frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, y el 35% estableció que la facturación se verá aumentada, y un 35% que disminuya.

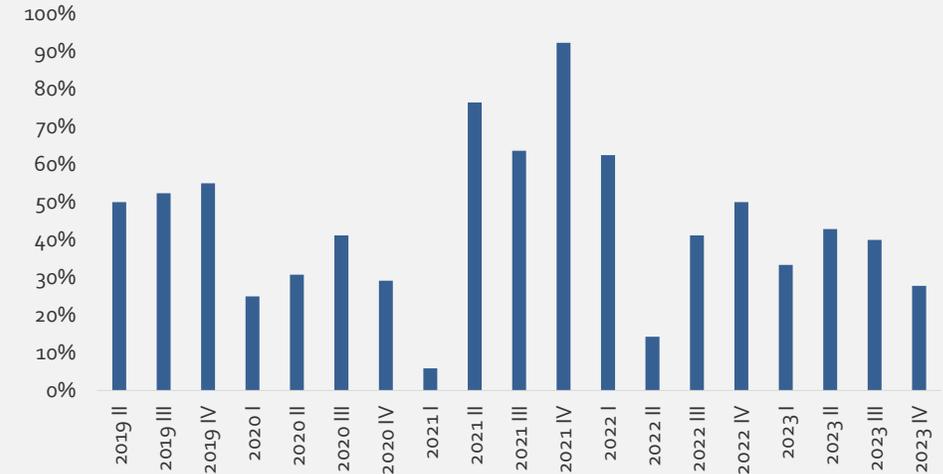
Hoteles

Variación real de las ventas



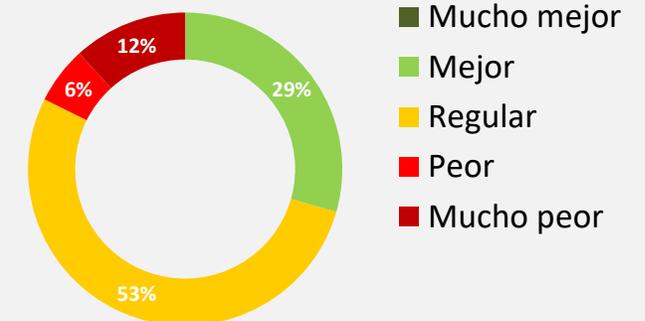
28%
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Hoteles	18	22	641	-1,1%	-8,4%	10,7%	-9,7%
Hoteles 2 estrellas	1	5	248	0,0%	-6,1%	28,0%	-5,9%
Hoteles 3 estrellas	10	10	129	26,1%	-3,6%	10,5%	-5,0%
Hoteles 4 estrellas	7	7	264	-2,8%	-12,8%	5,7%	-15,5%
Índice de Precios	-	-	-	8,3%	7,5%	10,7%	7,3%

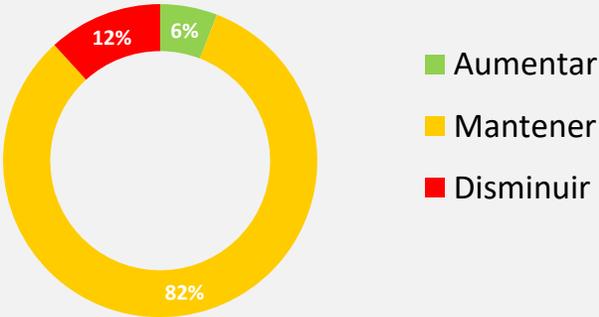
Rentabilidad actual



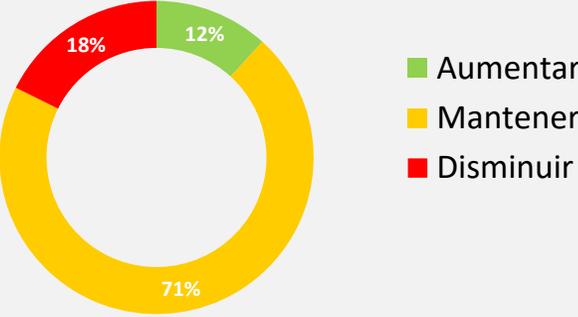
Hoteles

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

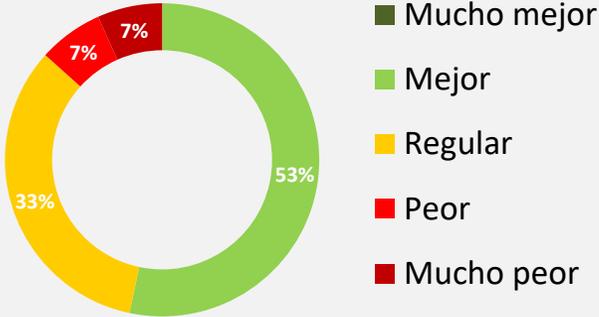
Cantidad personal ocupado



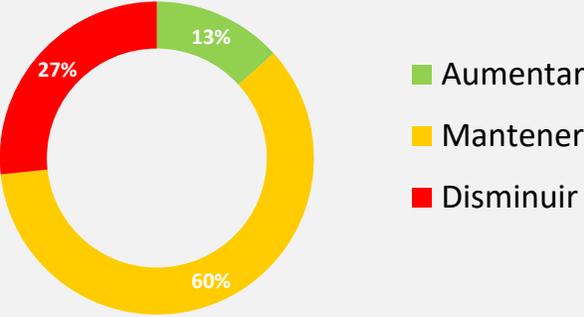
Inversiones



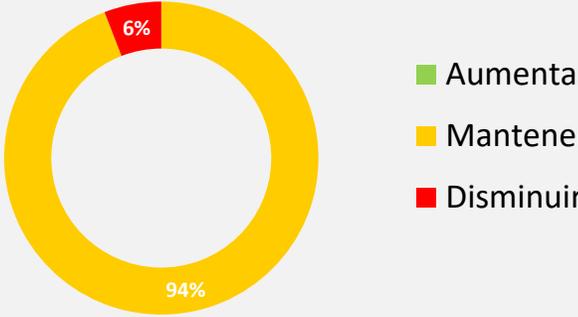
Rentabilidad futura



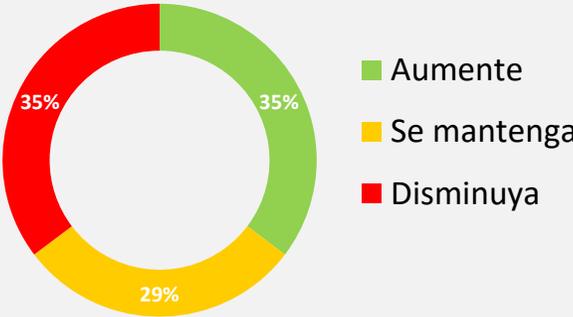
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Hoteles

Ocupación promedio y tarifa promedio

Dos Estrellas	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023	IV.2023
Nivel de ocupación	61,0%	-	48,0%	54,5%	36,0%
Tarifa promedio	58 USD	-	61 USD	50 USD	73 USD
Tres Estrellas	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023	IV.2023
Nivel de ocupación	48,5%	67,3%	44,7%	47,0%	44,7%
Tarifa promedio	76 USD	74 USD	66 USD	70 USD	73 USD
Cuatro Estrellas	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023	IV.2023
Nivel de ocupación	65,3%	60,3%	49,7%	60,8%	46,5%
Tarifa promedio	79 USD	85 USD	84 USD	70 USD	82 USD

Inmobiliarias

Descriptivo

- Los resultados se basan en 23 Inmobiliarias, las cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023.
- El personal ocupado para las 23 Inmobiliarias fue de 70 personas en 23 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de Inmobiliarias en el cuarto trimestre fue negativa, registrando una disminución de 1,6%. A su vez, en el año cerrado 2023 las ventas en términos interanuales no lograron superar el registro de 2022, descendieron 8,4%.
- El índice de difusión para las 23 Inmobiliarias se ubicó en 30%, es decir el 30% de las Inmobiliarias consultadas estableció que sus ventas aumentaron en el cuarto trimestre. Por otro lado, para 2023, el índice de difusión se ubicó en 35%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de los Inmobiliarias se constata una percepción relativamente optimista, el 48% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 52% que la situación es regular, mientras que ninguna estableció que es mucho peor o peor. Cabe destacar que las perspectivas continúan ubicándose en terreno de optimismo fuerte.

Leading indicators

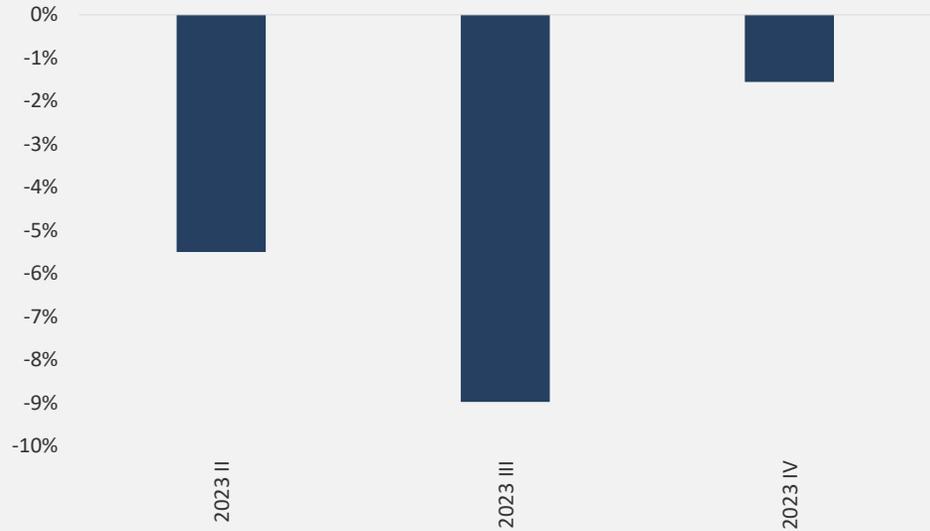
- Los indicadores de avance se mantuvieron estables respecto a los del tercer trimestre y se ubicaron en 52 puntos.
- Los Inmobiliarias se muestran optimistas respecto a aumentar la cantidad de locales, a realizar inversiones y a la contratación de personal para los próximos 3 meses y se mostraron pesimistas frente respecto a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de importante optimismo (79 puntos), manteniéndose en zona similar a la del tercer trimestre.
- Sin embargo, no se denotaron buenas perspectivas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, si bien el 35% estableció que la facturación se verá aumentada, un 57% espera que se mantengan.

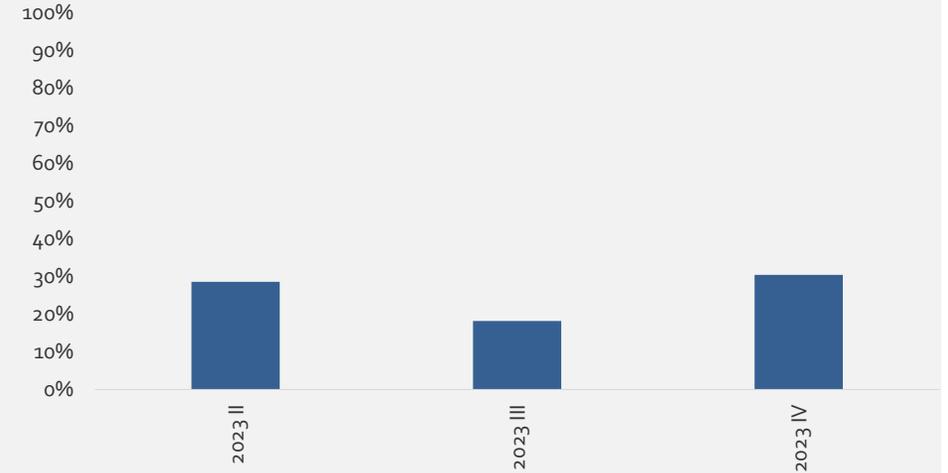
Inmobiliarias

Variación real de las ventas

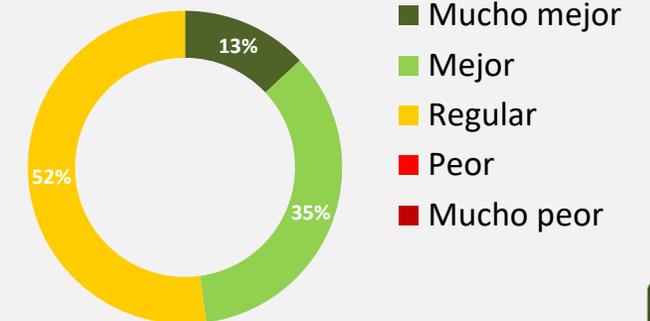


30%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

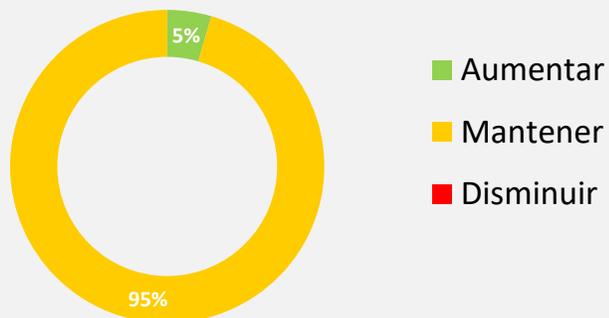


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Inmobiliarias	23	23	70	-9,0%	-1,6%	-	-8,4%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	-	5,3%

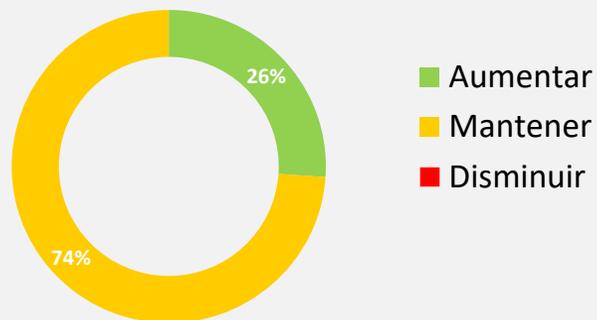
Inmobiliarias

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

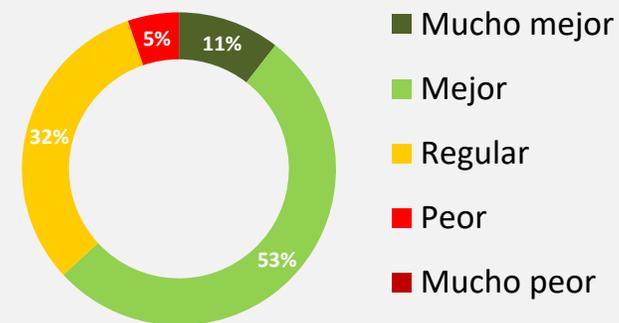
Cantidad personal ocupado



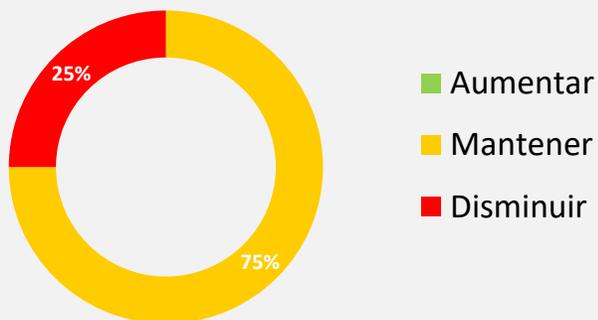
Inversiones



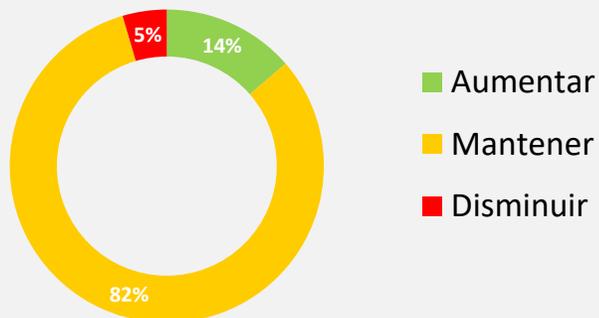
Rentabilidad futura



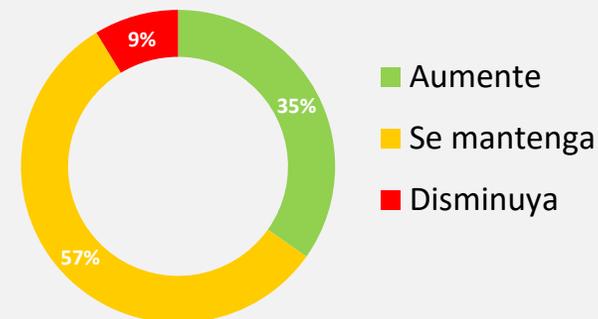
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Publicidad

Descriptivo

- Los resultados se basan en 14 empresas de Publicidad, las cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023.
- El personal ocupado para las 14 empresas de Publicidad fue de 63 personas en 16 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de empresas de Publicidad en el cuarto trimestre fue negativa, registrando una disminución de 1,2%. De esta forma se observa una situación de desmejora respecto al trimestre anterior. Sin embargo, en el año cerrado 2023 las ventas en términos interanuales aumentaron un 2,5%.
- El índice de difusión para las 14 empresas de Publicidad se ubicó en 43%, es decir el 43% de las empresas de Publicidad consultadas estableció que sus ventas aumentaron en el cuarto trimestre. Por otro lado, para 2023, el índice de difusión se ubicó en 64%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de las empresas de Publicidad se constata una percepción relativamente optimista, el 64% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 21% que la situación es regular, mientras que un 14% estableció que es mucho peor o peor. Cabe destacar que las perspectivas continúan ubicándose en terreno de optimismo fuerte.

Leading indicators

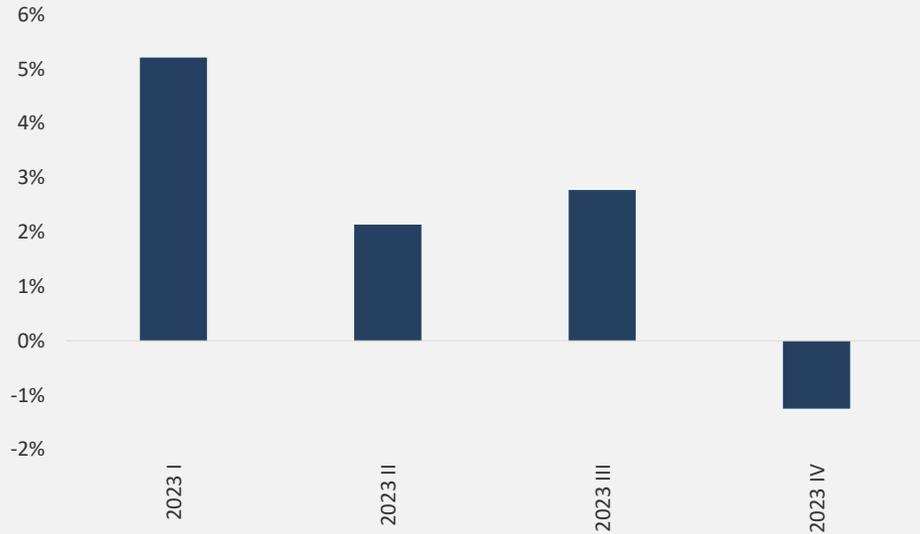
- Los indicadores de avance se mantuvieron estables respecto a los del tercer trimestre y se ubicaron en 66 puntos.
- Las empresas de Publicidad se muestran optimistas respecto a aumentar la cantidad de locales, a realizar inversiones, a la contratación de personal para los próximos 3 meses y a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de atendible optimismo (68 puntos), manteniéndose en zona similar a la del tercer trimestre.
- Además, son relativamente optimistas frente al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, ya que el 43% estableció que la facturación se verá aumentada frente a un 14% que espera menos niveles de facturación.

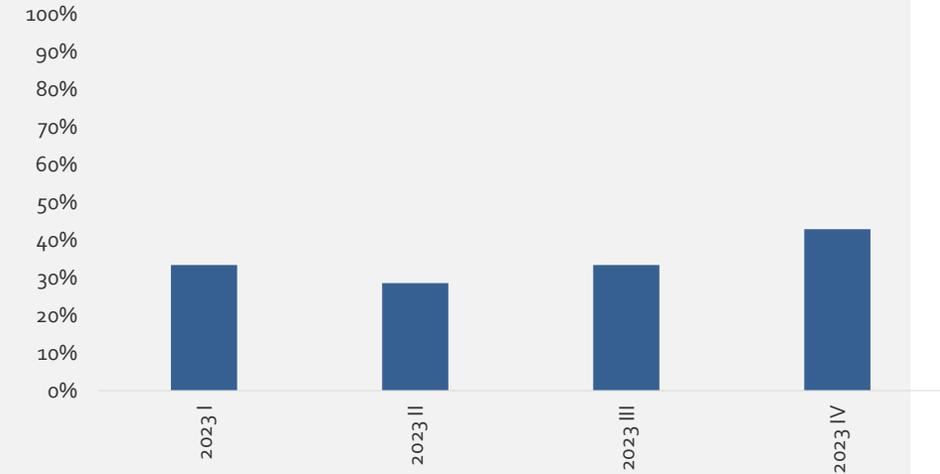
Publicidad

Variación real de las ventas

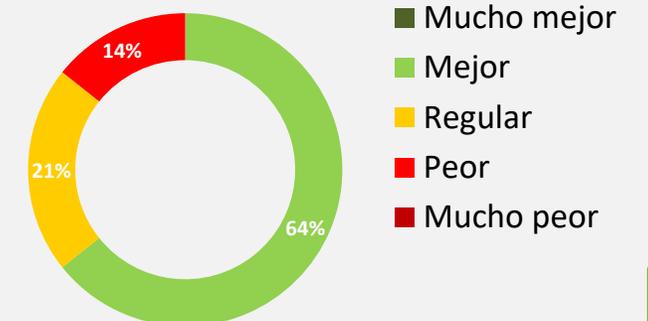


43%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual



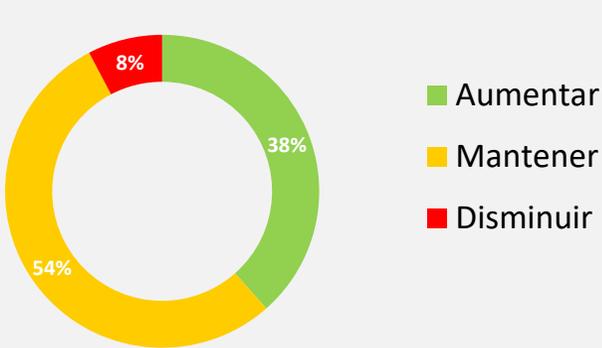
- Mucho mejor
- Mejor
- Regular
- Peor
- Mucho peor

RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Publicidad	14	16	63	2,8%	-1,2%	-	2,5%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	-	5,3%

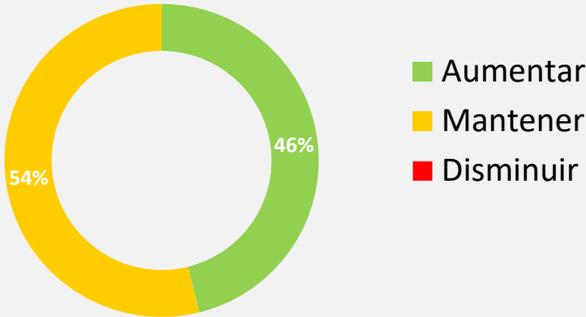
Publicidad

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

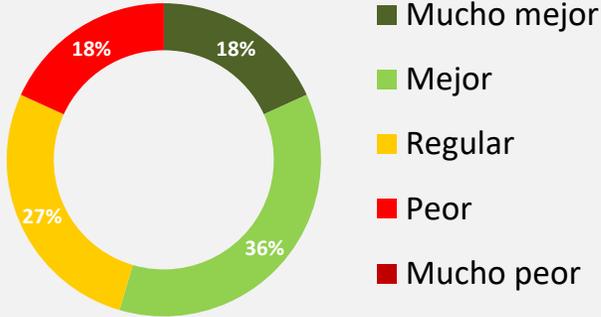
Cantidad personal ocupado



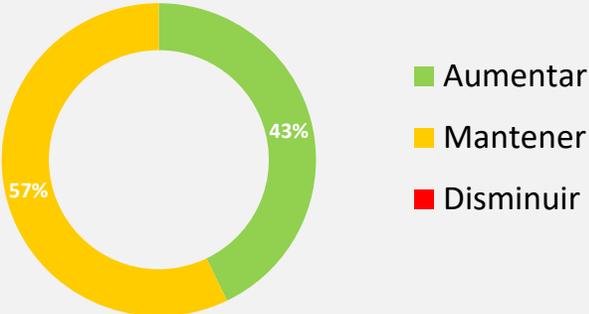
Inversiones



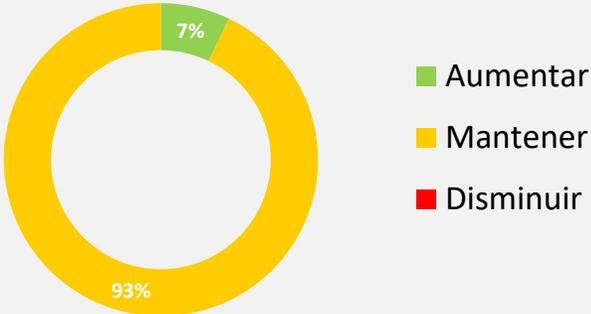
Rentabilidad futura



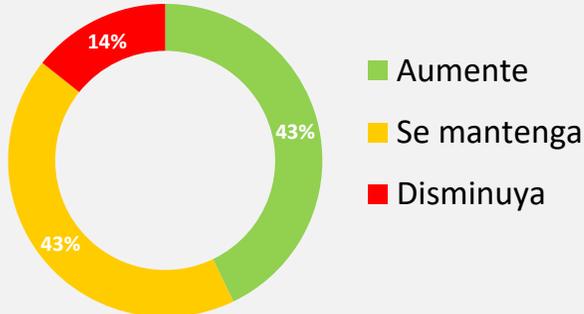
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Restaurantes y Confiterías

Descriptivo

- Los resultados se basan en 32 Restaurantes y Confiterías, los cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023.
- El personal ocupado para los 32 Restaurantes y Confiterías fue de 557 personas en 37 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de Restaurantes y Confiterías en el cuarto trimestre fue positiva, registrando una expansión de 1,4%. De esta forma se observa una situación de mejora respecto al trimestre anterior. A su vez, en el año cerrado 2023 las ventas en términos interanuales aumentaron 1,3%.
- El índice de difusión para los 23 Restaurantes y Confiterías se ubicó en 31%, es decir el 31% de los Restaurantes y Confiterías consultados estableció que sus ventas aumentaron en el cuarto trimestre. Por otro lado, para 2023, el índice de difusión se ubicó en 34%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de los Restaurantes y Confiterías se constata una percepción relativamente optimista, el 36% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 50% que la situación es regular, mientras que un 14% estableció que es mucho peor o peor. Cabe destacar que las perspectivas continúan ubicándose en terreno de atendible optimismo.

Leading indicators

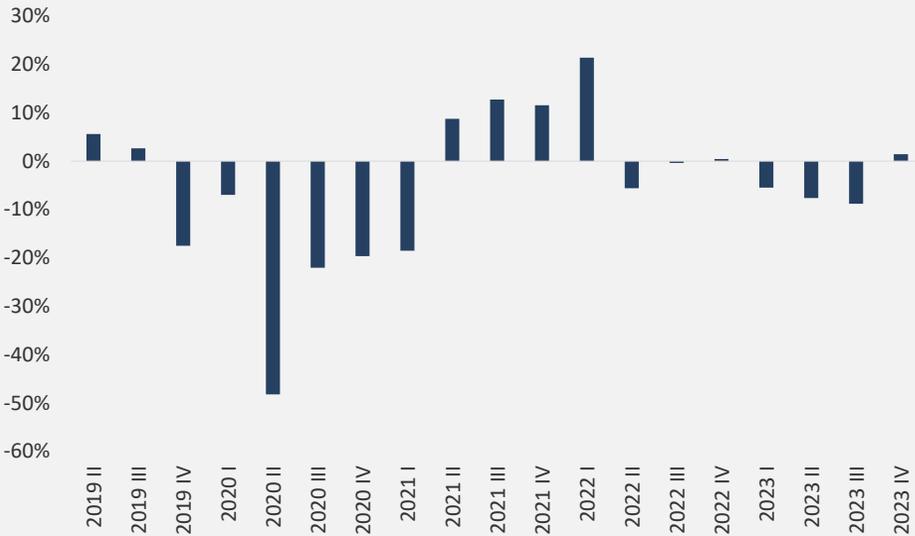
- Los indicadores de avance se mantuvieron estables respecto a los del tercer trimestre y se ubicaron en 46 puntos.
- Los Restaurantes y Confiterías se muestran neutrales respecto a aumentar la cantidad de locales, mientras que se mostraron pesimistas frente a realizar inversiones, a la contratación de personal para los próximos 3 meses y a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de atendible optimismo (63 puntos), manteniéndose en zona similar a la del tercer trimestre.
- Por otro lado, respecto al nivel de facturación para el primer trimestre de 2024, mientras que un 32% proyecta un aumento en los niveles de facturación, un 26% espera que descendan y el restante que se mantengan

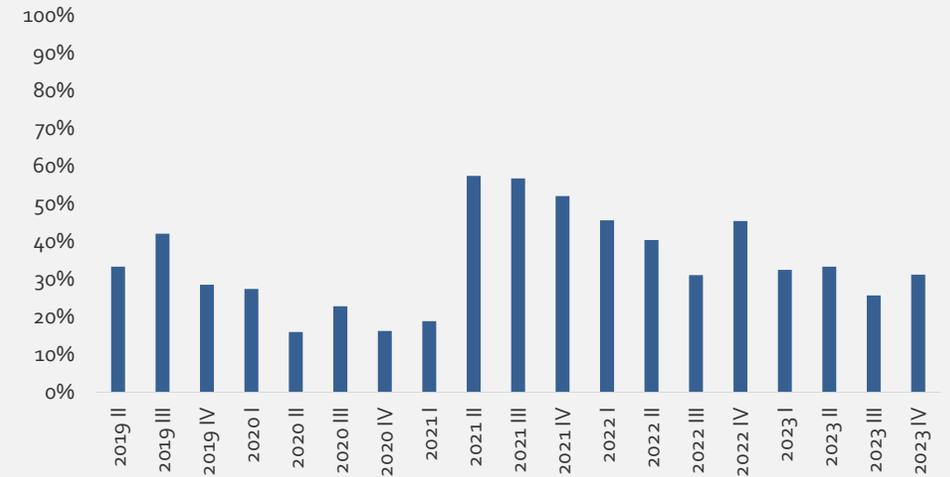
Restaurantes y confiterías

Variación real de las ventas



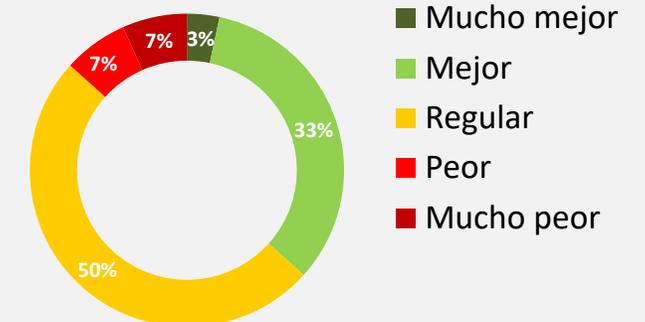
31%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

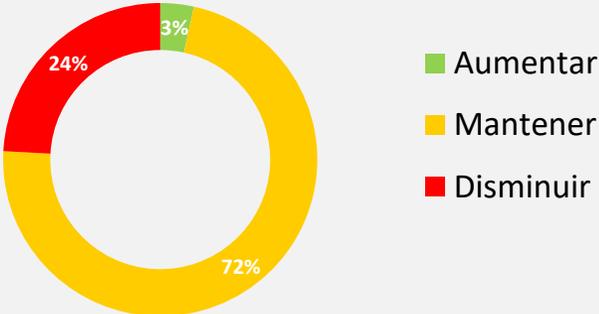
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Restaurantes y confiterías	32	37	557	-8,8%	1,4%	1,0%	1,3%
Índice de precios	-	-	-	8,3%	7,5%	10,7%	7,3%



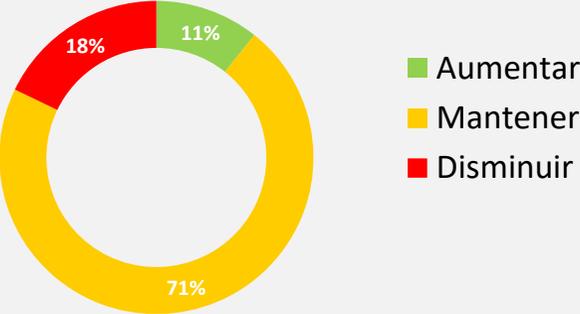
Restaurantes y confiterías

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

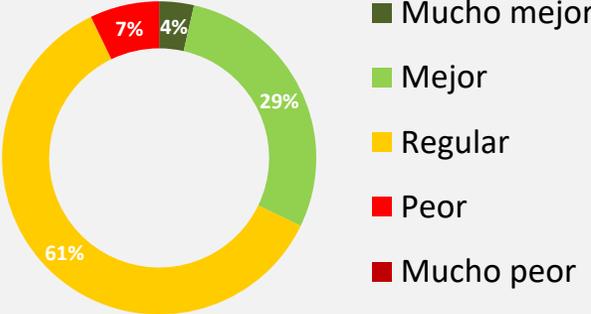
Cantidad personal ocupado



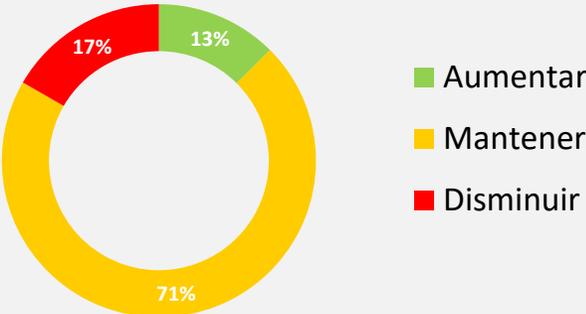
Inversiones



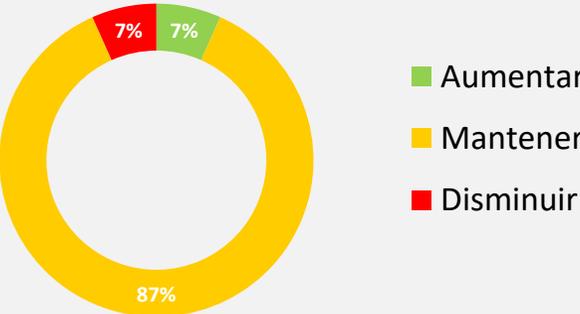
Rentabilidad futura



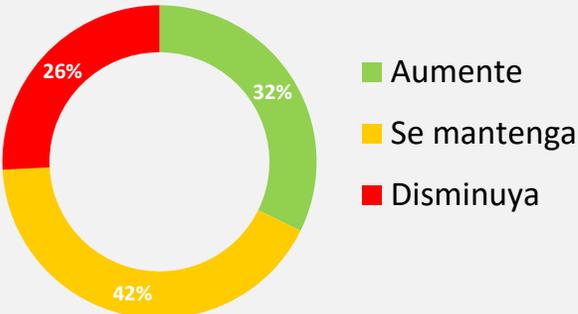
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



Servicios de seguridad

Descriptivo

- Los resultados se basan en 9 empresas de servicios de seguridad, los cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el cuarto trimestre de 2023.
- El personal ocupado para las 9 empresas de servicios de seguridad fue de 58 personas en 12 locales.

Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de servicios de seguridad en el cuarto trimestre fue negativa, registrando una disminución de 1,5%. De esta forma se observa una situación de desmejora respecto al trimestre anterior. A su vez, en el año cerrado 2023 las ventas en términos interanuales no lograron superar el registro de 2022 y descendieron 3,1%.
- El índice de difusión para las empresas de servicios de seguridad se ubicó en 44%, es decir el 44% de las empresas de servicios de seguridad consultados estableció que sus ventas aumentaron en el cuarto trimestre. Por otro lado, para 2023, el índice de difusión se ubicó en 56%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de las empresas de servicios de seguridad se constata una percepción relativamente optimista, el 44% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 56% que la situación es regular, mientras que ninguno estableció que es mucho peor o peor. Cabe destacar que las perspectivas continúan ubicándose en terreno de optimismo alto.

Leading indicators

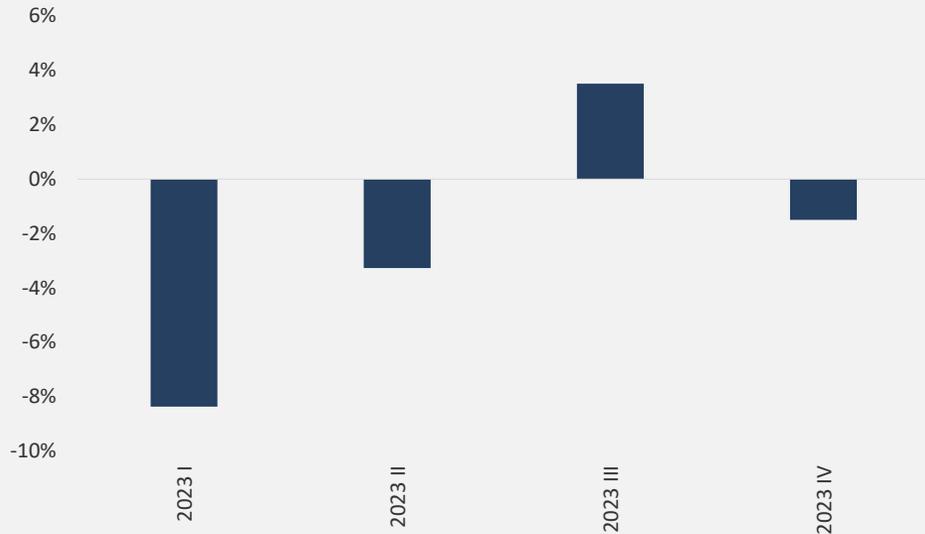
- Los indicadores de avance se mantuvieron estables respecto a los del tercer trimestre y se ubicaron en 52 puntos.
- Las empresas de servicios de seguridad se muestran optimistas respecto a la contratación de personal para los próximos 3 meses, mientras que neutrales respecto a aumentar la cantidad de locales, a realizar inversiones y a la compra de insumos.

Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de importante optimismo (83 puntos), manteniéndose en zona similar a la del tercer trimestre.
- En términos de facturación para el primer trimestre de 2024, el 33% estableció que la facturación se verá aumentada, y el 67% restante espera que los niveles de facturación se mantengan como en la actualidad.

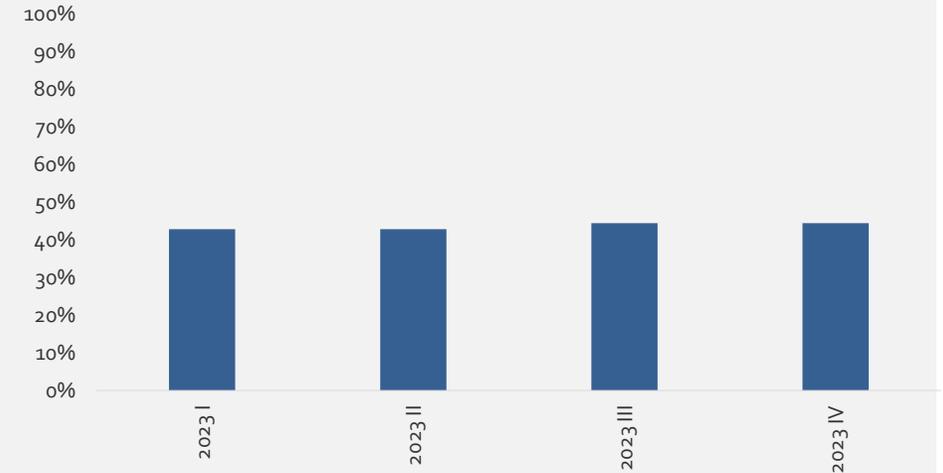
Servicios de seguridad

Variación real de las ventas

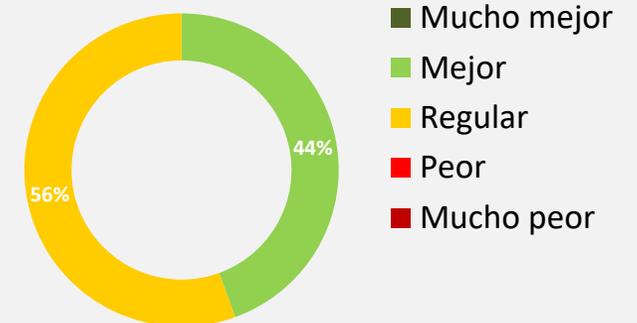


44%
establecieron que
sus ventas
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

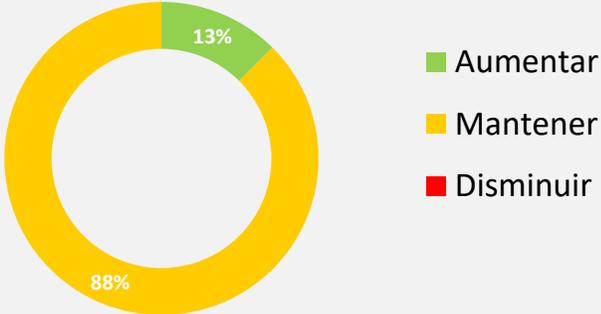


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)			
				III.2023	IV.2023	2022	2023
Servicios de seguridad	9	12	58	3,5%	-1,5%	-	-3,1%
Índice de precios	-	-	-	6,0%	5,6%	-	5,3%

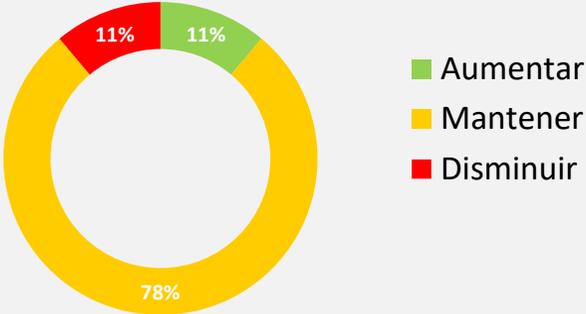
Servicios de seguridad

Rentabilidad Futura, Facturación próximo trimestre, Inversiones, Insumos, Personal, Locales

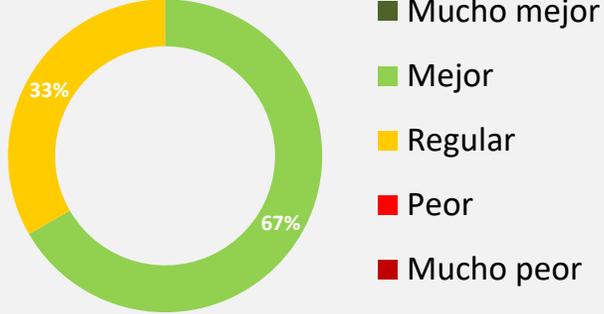
Cantidad personal ocupado



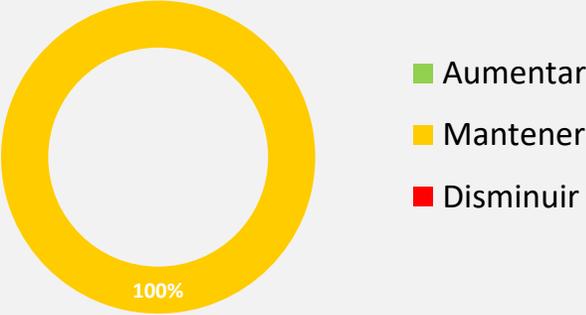
Inversiones



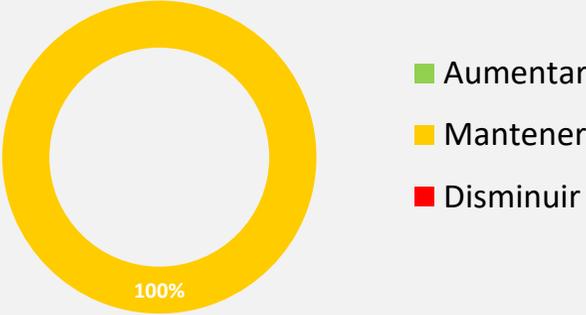
Rentabilidad futura



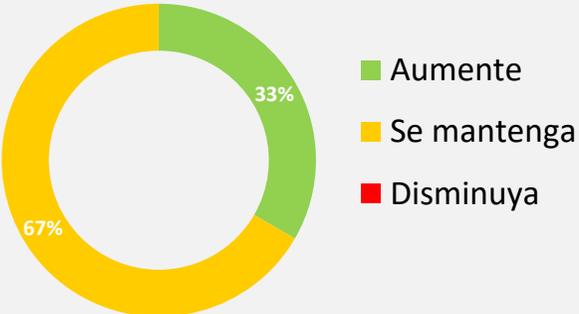
Compra de insumos



Cantidad de locales



Facturación en el próximo trimestre



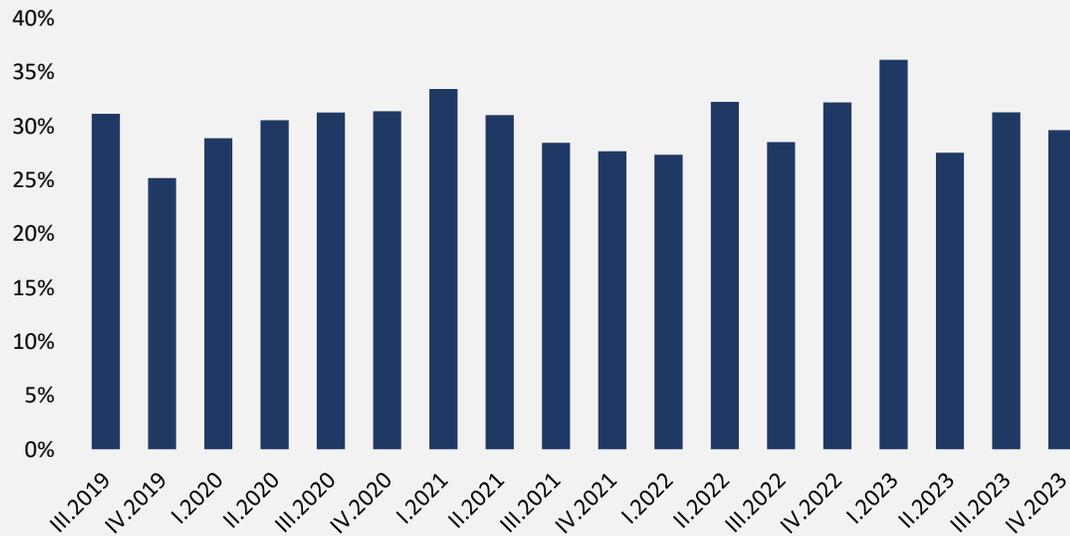
A stylized illustration representing e-commerce. It features a blue shopping cart with a yellow bag inside, containing a smartphone and a credit card. The background includes a globe, a bar chart, a gear, and various abstract shapes in shades of blue, orange, and red, suggesting a digital marketplace and data analysis.

E-Commerce

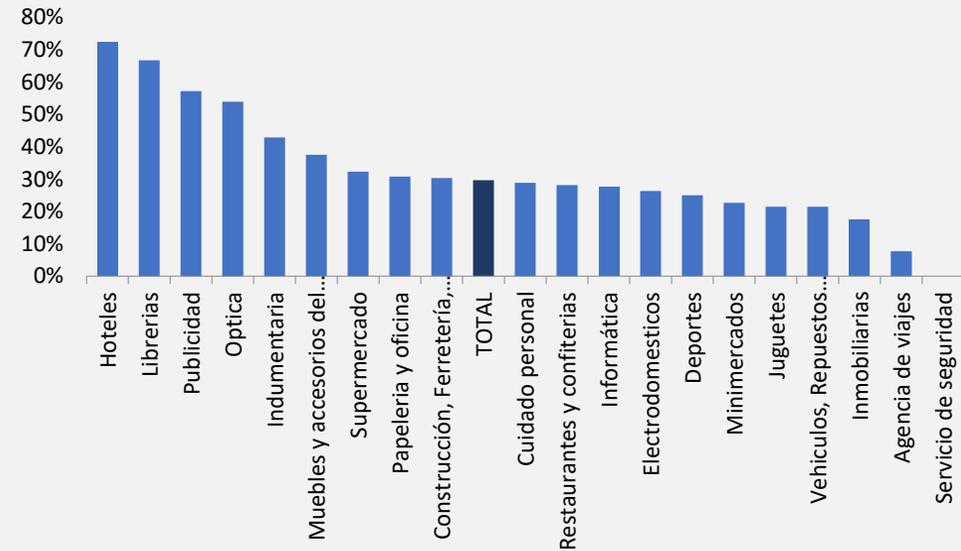
Venta online, participación online en total empresa y variación ventas online

E-commerce

Tenencia de venta online



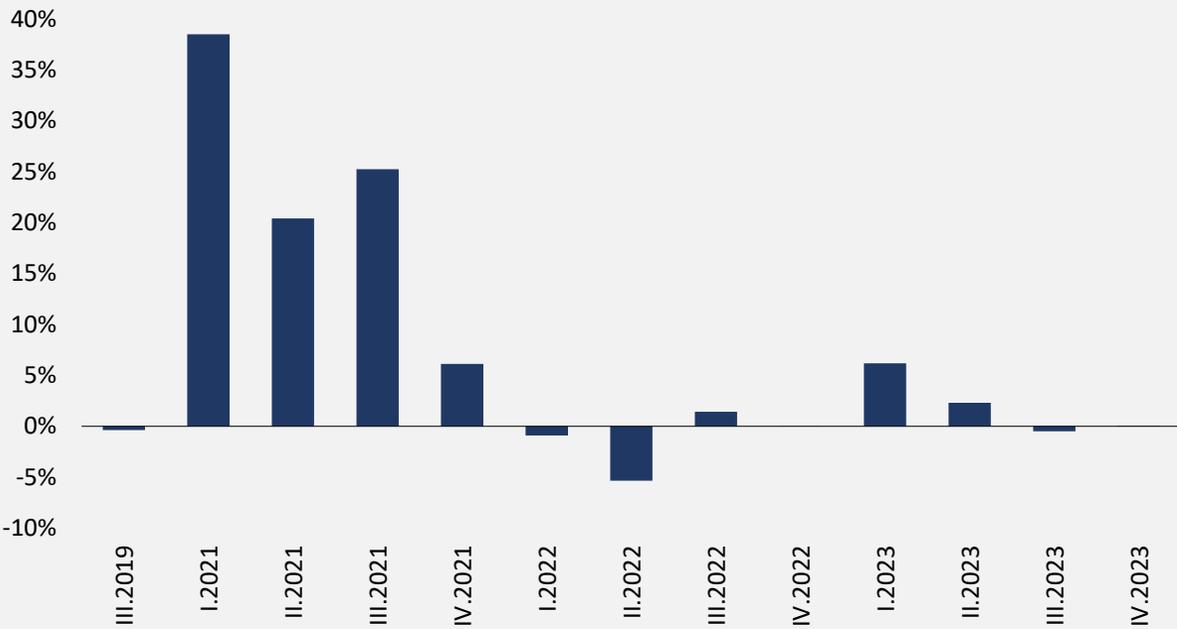
Tenencia de Venta Online



- En lo que refiere al *e-commerce*, la tenencia de e-commerce se mantuvo prácticamente incambiada durante el cuarto trimestre de 2023, ubicándose en 30%, cuando el trimestre anterior había sido de 31%.
- A nivel de rubros, la mayor tenencia de un canal de venta online lo registran las empresas del rubro Hoteles, seguido por Librerías y Publicidad, con guarismos de 72%, 67% y 57%, respectivamente. Por otro lado, fueron las empresas de Servicios de seguridad las que establecieron no disponer del canal digital. La mayor tendencia a disponer canal de venta online se observa entre las empresas de servicios con el 32%, mientras que las empresas dedicadas a productos no durables fueron las que presentaron los menores guarismos, con el 25%.
- El disponer de un canal de venta online es mayor entre las empresas medianas, y menor entre las micro: el 24% de las micro empresas establecieron disponer de un canal de venta online, mientras que este guarismo ascendió a 41% entre las empresas medianas.
- En lo que refiere al tipo de canal de venta online, un 41% estableció realizarlo a través de su página web, un 32% en Redes sociales, un 19% por Mercado Libre, un 5% por Pedidos Ya/Rappi y 3% por Booking. Estos registros son similares, aunque mostraron alguna variación, respecto a los constatados en el informe anterior.

E-commerce

Var. venta real Ecommerce (%)



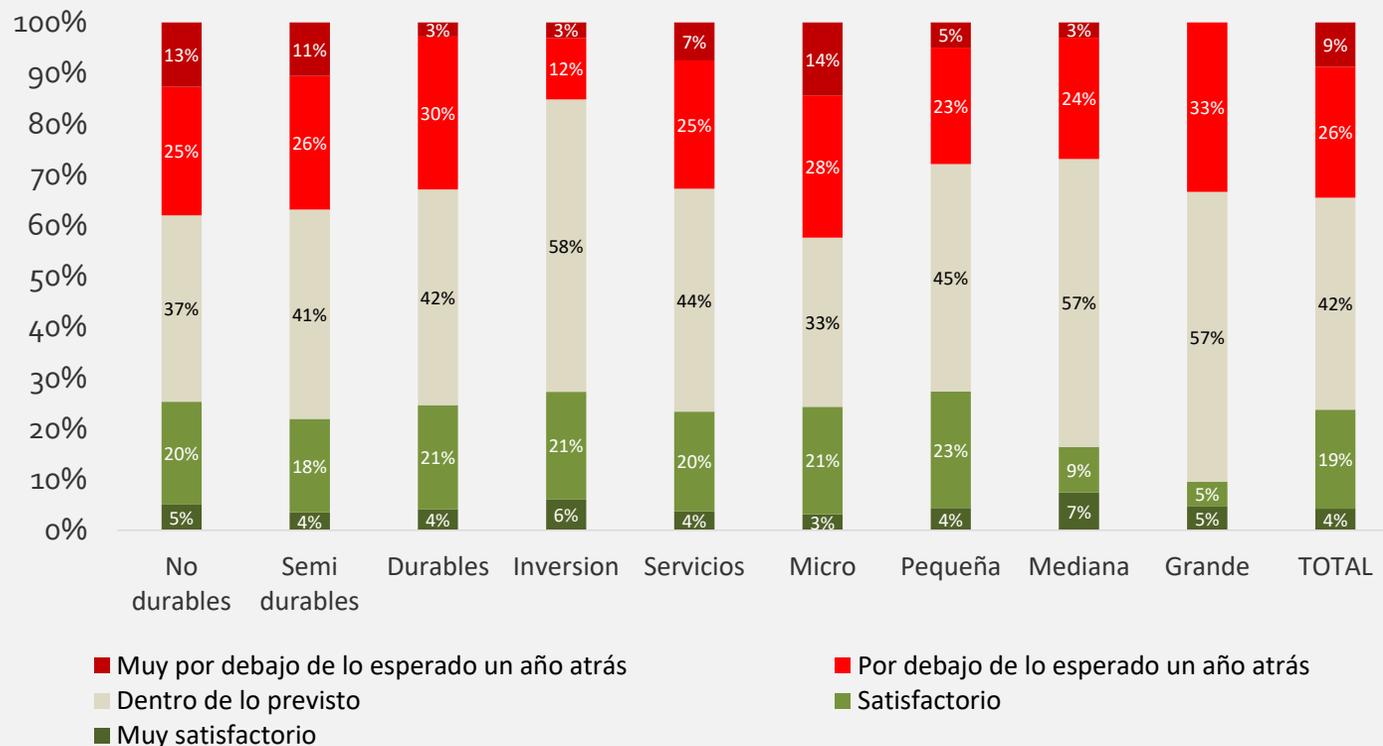
- Aquellas empresas que disponen de venta online establecieron en promedio que sus ventas vía *e-commerce* representaron durante el cuarto trimestre del año, un 21% del total de las ventas de la empresa (un registro algo superior al 20% del trimestre anterior).
- Cabe destacar que dicho indicador es decreciente con el tamaño de las empresas; para las micro la participación fue de 27% al tiempo que en las grandes el registro fue de 8%.
- Para las empresas que cuentan con *e-commerce*, ponderando según el personal ocupado, las ventas online tuvieron una estabilidad en términos reales en el cuarto trimestre ya que el incremento fue de 0,05%.



Situación actual y expectativas

Situación actual y expectativas 2024.

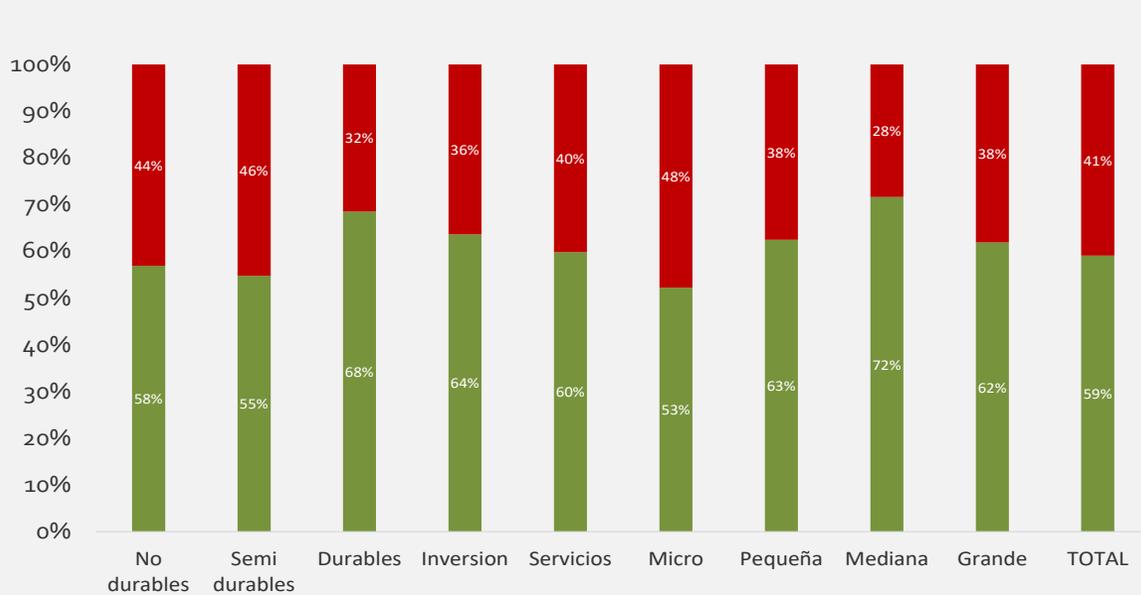
Ya finalizado el año 2023, podría evaluar cómo fue el desempeño comercial global de su empresa durante este último año respecto al año anterior? Cuarto trimestre 2023



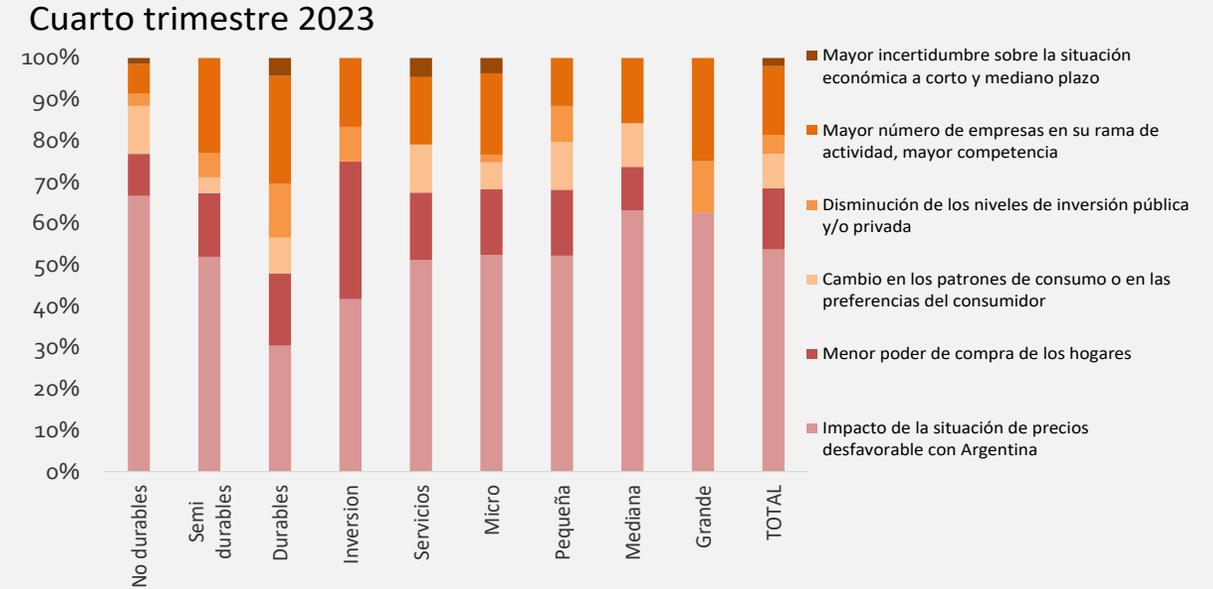
- El 42% de las empresas evaluó que el desempeño comercial global del 2023 fue “Dentro de lo previsto”, lo cual denota una situación neutral.
- Sin embargo, en lo que refiere a las evaluaciones pesimistas u optimistas, se constata que un 35% estableció que el desempeño comercial fue “Muy por debajo” o “por debajo” de lo esperado un año atrás. Por otro lado, las respuestas optimistas (“Muy satisfactorio” o “Satisfactorio”) alcanzaron el 23%.
- Cuando se observa dichos guarismos por tipo de bien se constata que fueron las empresas de bienes no durables las que sienten una mayor afectación negativa (38%), mientras que fueron las dedicadas a bienes de inversión las que denotaron los registros más bajos negativos (15%).
- Por último, a nivel de tamaño de empresa se constatan diferencias importantes, las que ven menor impacto fueron las medianas mientras que las micro fueron las que constataron los registros más negativos (42%).

Situación actual y expectativas 2024.

¿Ha observado usted una reducción relevante en los niveles de venta de su empresa en el último año (2023)? Cuarto trimestre 2023



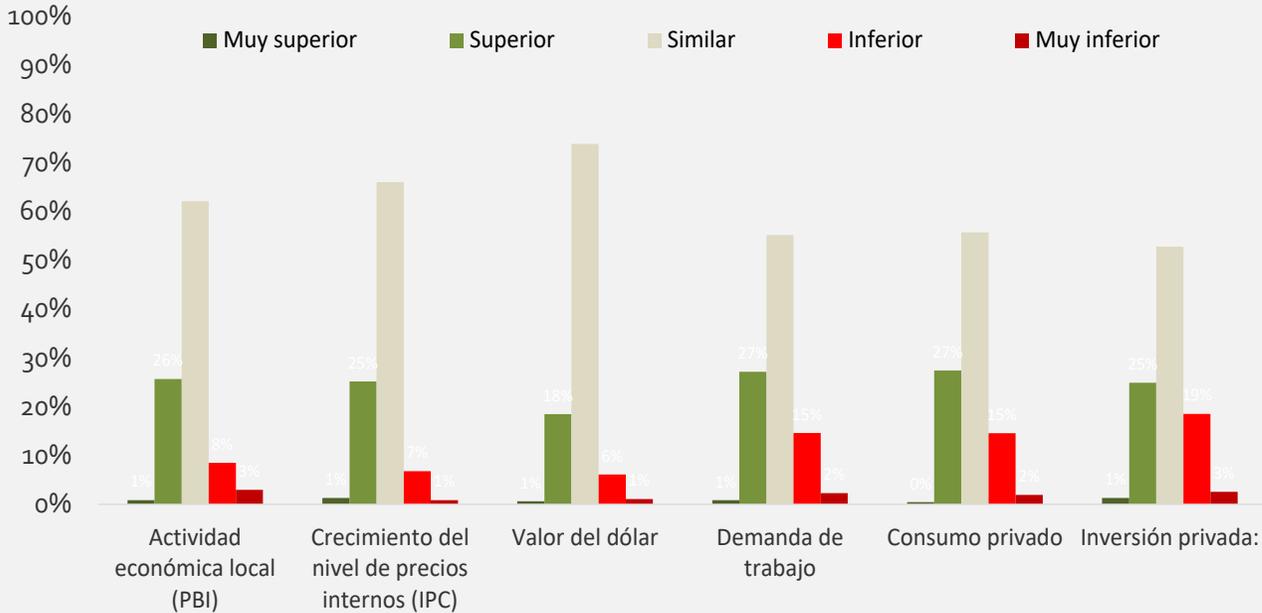
¿Cuál es a su entender el motivo principal por el cual la actividad comercial ha presentado un deterioro? Cuarto trimestre 2023



- En relación a la consulta, referente a si el empresario enfrentó una reducción de relevancia en sus niveles de venta durante el año 2023, mientras que el 59% de las empresas respondieron que no, el 41% restante manifestó que sí. Asimismo, tanto por tipo de bien como por tamaño de empresa, los resultados más pesimistas se registraron en las micro empresas, y en las empresas que comercializan bienes semidurables, y no durables.
- Entre aquellas empresas que manifestaron atravesar un escenario de reducción relevante en sus niveles de venta durante 2023, se les consultó respecto a cuál entiende que fue el principal motivo por el cual la actividad comercial alcanzó este resultado. En este sentido, se destaca “Impacto de la situación de precios desfavorable con Argentina” con el 54%, seguido, aunque con un guarismo bastante inferior, “Mayor número de empresas de su rama de actividad, mayor competencia” con el 17%.
- Asimismo la empresas que comercializan bienes no durables, así como las empresas medianas fueron las que respondieron con mayor incidencia, que la situación de precios desfavorable con Argentina fue el principal factor que generó caídas relevantes en los volúmenes de venta durante 2023.

Situación actual y expectativas 2024. ACTIVIDAD ECONÓMICA GLOBAL:

En términos de expectativas futuras, ¿cómo espera que se comporten durante el presente año 2024, respecto al año 2023, algunas de las variables macroeconómicas más relevantes que inciden en el desarrollo del sector Comercio y Servicios? Cuarto trimestre 2023



VALOR DEL DÓLAR:

- El 74% de las empresas estableció que el valor del dólar este año será “Similar” a lo sucedido en el 2023, mientras que 19% estableció que será “Muy superior/superior” y 7% que será “Muy inferior/inferior”.
- Fueron las empresas de inversión las que tienen mayores expectativas de crecimiento del dólar, mientras que las dedicadas a durables son las que denotaron los peores registros.

ACTIVIDAD ECONÓMICA GLOBAL:

- El 62% de las empresas estableció que la actividad económica local (PIB) este año será “Similar” a lo sucedido en el 2023, mientras que 26% estableció que será “Muy superior/superior” y 11% que será “Muy inferior/inferior”.
- Fueron las empresas de no durables las que tienen mayores expectativas positivas, mientras que las dedicadas a servicios son las que denotaron los registros más bajos.

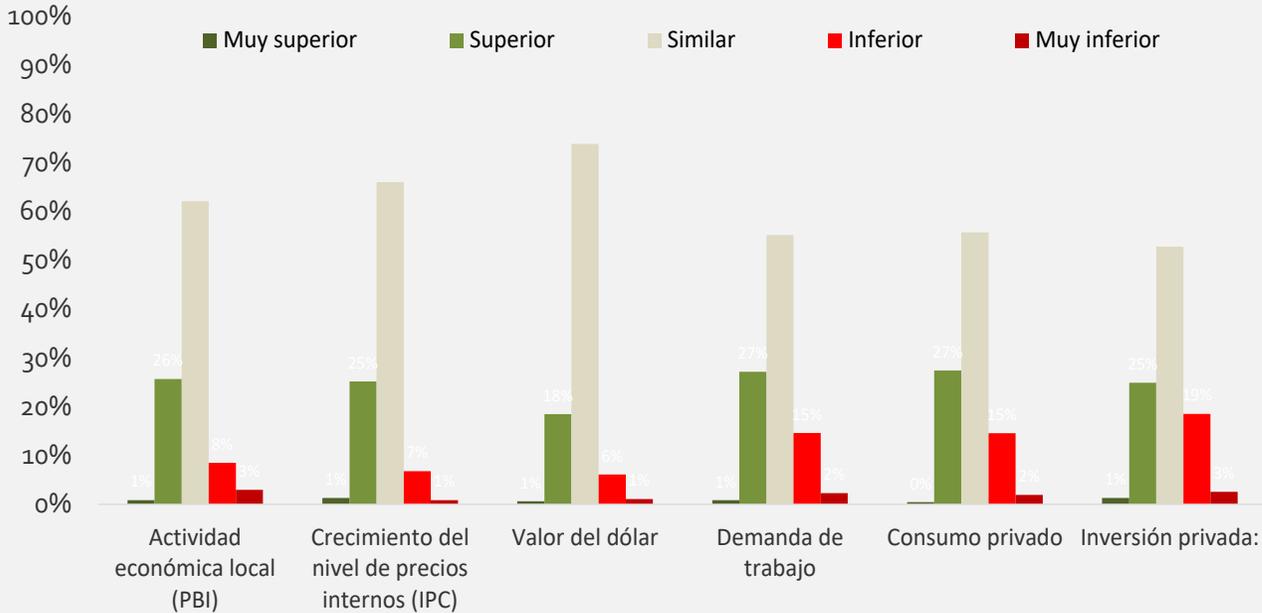
INFLACIÓN:

- El 66% de las empresas estableció que el crecimiento de los precios este año será “Similar” a lo sucedido en el 2023, mientras que 26% estableció que será “Muy superior/superior” y 8% que será “Muy inferior/inferior”.
- Fueron las empresas de inversión las que tienen expectativas de mayor crecimiento, mientras que las dedicadas a semi durables son las que establecen que crecerán menos.

Situación actual y expectativas 2024.

DEMANDA DE TRABAJO:

En términos de expectativas futuras, ¿cómo espera que se comporten durante el presente año 2024, respecto al año 2023, algunas de las variables macroeconómicas más relevantes que inciden en el desarrollo del sector Comercio y Servicios? Cuarto trimestre 2023



- El 55% de las empresas estableció que la demanda de trabajo este año será “Similar” a lo sucedido en el 2023, mientras que 28% estableció que será “Muy superior/superior” y 17% que será “Muy inferior/inferior”.
- Fueron las empresas de inversión las que tienen mejores expectativas, mientras que las dedicadas a no durables son las que denotaron los registros más pesimistas.

CONSUMO PRIVADO:

- El 56% de las empresas estableció que el consumo privado este año será “Similar” a lo sucedido en el 2023, mientras que 28% estableció que será “Muy superior/superior” y 16% que será “Muy inferior/inferior”.
- Fueron las empresas de bienes de inversión las que tienen mejores expectativas, mientras que las dedicadas a durables son las que denotaron los registros más pesimistas.

INVERSIÓN PRIVADA:

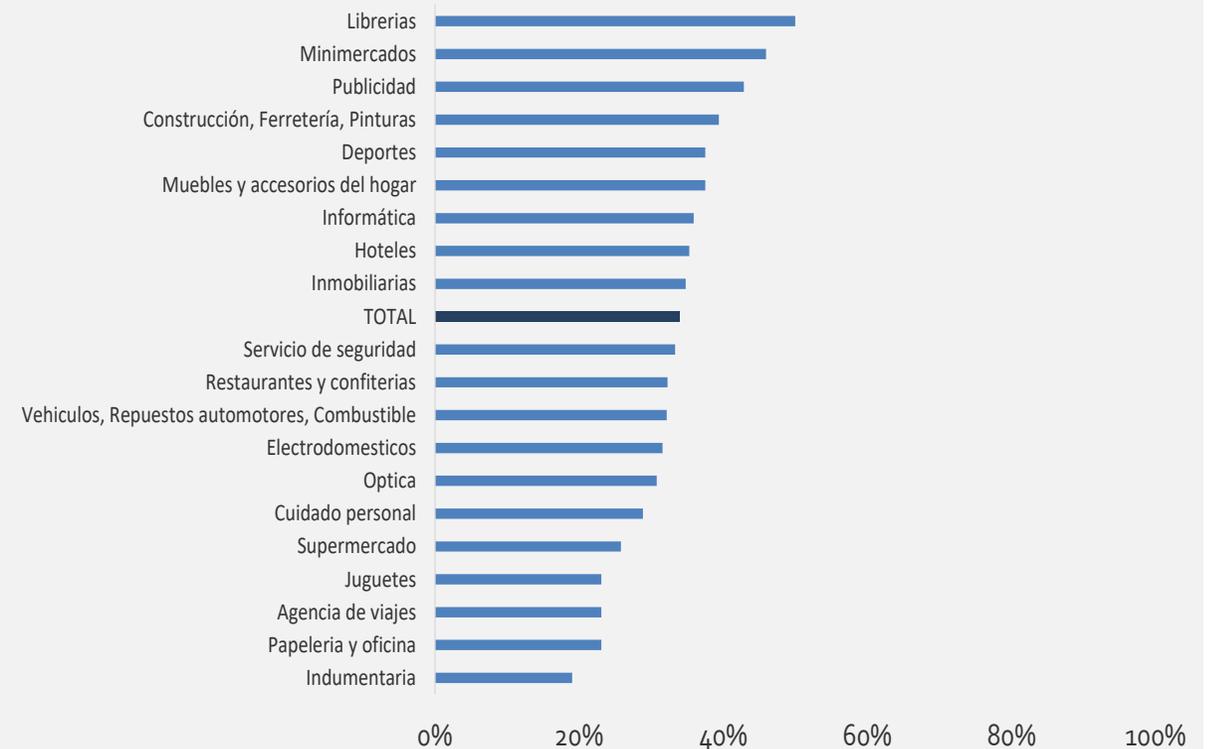
- El 53% de las empresas estableció que la inversión privada este año será “Similar” a lo sucedido en el 2023, mientras que 26% estableció que será “Muy superior/superior” y 21% que será “Muy inferior/inferior”.
- Fueron las empresas de bienes de inversión las que tienen mejores expectativas, mientras que las dedicadas a durables son las que denotaron los registros más pesimistas.

Perspectivas – 2024.

Índice de difusión esperado – Primer trimestre 2024

- El índice de difusión por empresa esperado para el primer trimestre de 2024 se ubicaría en 34%. Es decir, un 34% de las empresas que conforman la muestra espera que sus niveles de venta aumenten en el primer trimestre del año.
- En lo que refiere al índice de difusión esperado por rubros, los mayores niveles de respuestas positivas se registraron entre las empresas del rubro Librerías, Minimercados y Publicidad. Las que evidencian los peores registros son Indumentaria, Papelería y Oficina y Agencias de viaje.
- Según el tamaño, las empresas grandes son las que denotan un mayor índice de respuestas positivas, mientras que, las micro son las que muestran peores registros esperados.
- Por tipo de bien, son las empresas dedicadas a bienes de inversión las que muestran registros más altos, mientras que, las dedicadas a bienes semi durables son las que muestran registros menos favorables.

Índice de Difusión Esperado Primer trimestre 2024





Actividad económica por localización

Análisis por localización

Análisis de actividad económica por localización

Descriptivo

- Para esta sección se calcularon los resultados según la localización de las empresas.
- Los resultados se agruparon entre Montevideo e Interior. A su vez, interior, en esta oportunidad se subdividió en “Interior-costa”, “Interior-centro”, “Interior – litoral” e “Interior -noreste”.

Situación y ventas

- En Montevideo las ventas cayeron en el cuarto trimestre del año 2023 un 3,1% interanual, al tiempo que las ventas en el Interior mostraron una variación positiva de 1,3%. Este resultado reflejó situaciones diferentes entre las subregiones que conforman el interior; en el caso de litoral, centro y noreste, las ventas descendieron 6,2%, 8,7% y 0,3%, mientras que en la zona de la costa las ventas aumentaron 3,3%. En el año 2023, las ventas en Montevideo descendieron 4,1%, mientras que en el interior aumentaron 1,4%. En cuanto a las regiones, se constata para 2023, que la de mayor descenso fue el litoral con una caída de 7,1%, mientras que en la costa se registraron incrementos de 3,3%.
- En lo que refiere al índice de difusión, se observó una estabilidad tanto en Montevideo como en el interior, en concreto ambos se mantuvieron en 41%. A nivel de subregiones del interior, en la zona del noreste el índice de difusión se redujo, mientras que en las demás regiones los valores se mantuvieron estables. En el 2023, el índice de difusión se ubicó en 36% para Montevideo, y 41% para el interior. Las regiones noreste y centro fueron las que a nivel subregiones tuvieron los mayores índices (44%).
- Los indicadores de rentabilidad actual se ubican en zona de optimismo, incrementándose para Montevideo, para Interior y para Interior Costa.

Leading indicators

- Los diversos indicadores de avance se mantuvieron incambiados en el cuarto trimestre en comparación al tercero, ubicándose en 53 puntos en dicho trimestre tanto para Montevideo como para el interior. La sub región del interior que denota los mejores guarismos fue la región noreste con un registro de 58 puntos. Los peores registros se encuentran en la zona de la costa con un guarismo de 51 puntos.

Expectativas

- En lo que refiere a las expectativas por región, en general se mantuvieron en niveles elevados en el cuarto trimestre de 2023, y se destaca el nivel más alto de expectativa en la región del interior - noreste, mientras que los más pesimistas fueron los de la costa.

Actividad económica por localización

RUBRO	Variación real ventas				Indice de difusión*				Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
	III.2023	IV.2023	2022	2023	III.2023	IV.2023	2022	2023	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III
Montevideo	-3,0%	-3,1%	0,6%	-4,1%	● 41%	● 41%	● 50%	● 36%	● 67	^	● 53		● 74	
Interior	-1,6%	1,28%	0,1%	1,4%	● 41%	● 41%	● 45%	● 41%	● 67	^	● 53		● 73	
Interior - Costa	0,9%	3,3%	sd	3,3%	● 37%	● 37%	sd	● 38%	● 65	^	● 51		● 71	
Interior - Centro	-7,6%	-8,7%	sd	-4,4%	● 41%	● 44%	sd	● 44%	● 64		● 55		● 73	
Interior - Litoral	-6,8%	-6,2%	sd	-7,1%	● 34%	● 37%	sd	● 37%	● 72		● 57		● 76	
Interior - Noreste	-1,1%	-0,3%	sd	-2,7%	● 53%	● 44%	sd	● 44%	● 69		● 58		● 77	
Total	-2,8%	-1,4%	0,5%	-2,0%	● 39%	● 40%	● 48%	● 38%	● 67	^	● 53		● 73	

*Refiere al total de empresas que establecieron que sus ventas aumentaron

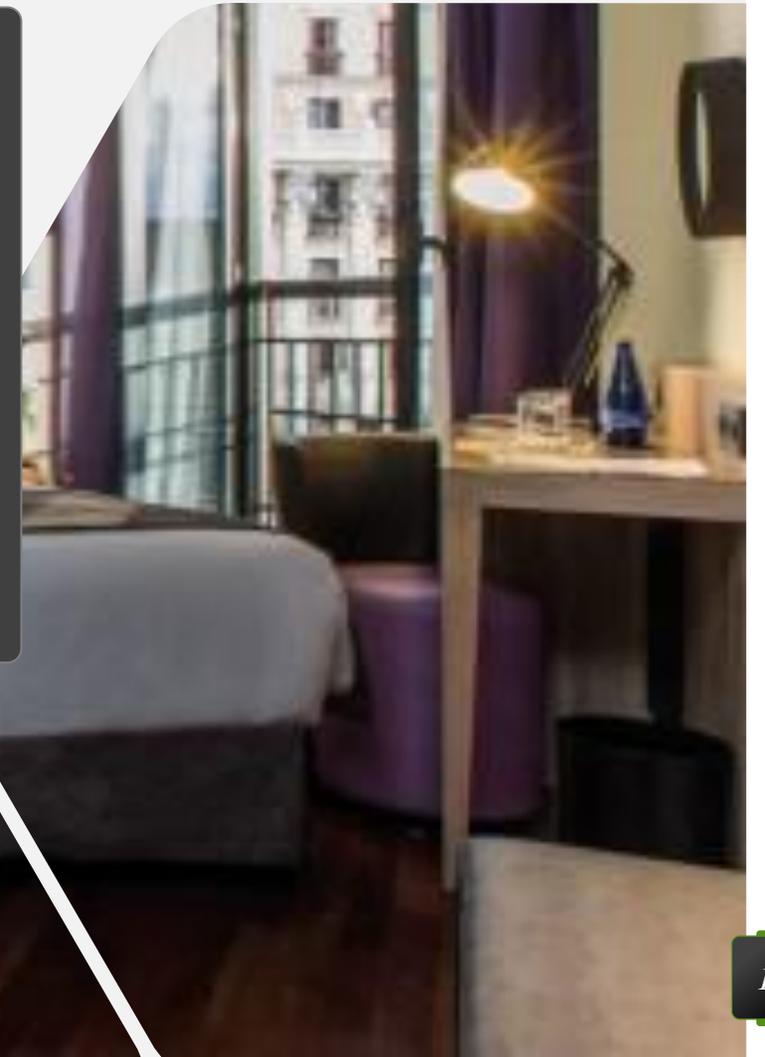
^v Denota cambio de zona (color) respecto a la medición del trimestre anterior.

Nota: Los índices se construyen en una escala de 0 a 100 siendo 50 para aquellos casos en los que las respuestas positivas son iguales a las respuestas negativas, 0 cuando la totalidad de las respuestas son negativas y 100 cuando la totalidad de las respuestas son positivas. Para la columna de rentabilidad actual se tomó el indicador de rentabilidad actual respecto a un año atrás. Para la columna de leading indicators se tomaron la intención a disminuir, mantener o aumentar el personal ocupado, la compra de insumos, las inversiones y la red de locales. Para la columna de expectativas, se incluyó la rentabilidad esperada dentro de un año.



Actividad económica por Tipo de bien

Análisis por tipo de bien



Análisis de actividad económica por tipo de bienes

Descriptivo

- Para esta sección se calcularon los resultados según el tipo de bien que comercializan las empresas.

Situación y ventas

- Las ventas de bienes de inversión se destacaron en el cuarto trimestre, aumentaron 2,2%, reflejando cierta mejora de la actividad respecto al tercer trimestre de 2023. Luego, en términos de magnitud de crecimiento siguió la categoría de bienes no durables, que registró un magro crecimiento de 0,3%. Luego, con descensos interanuales se ubicaron durables, servicios y semi durables, los cuales redujeron su guarismo en 3,4%, 3,0%, y 1,7% respectivamente en el cuarto trimestre de 2023. En lo que refiere a 2023, fueron los semi durables y los de inversión los que registraron incrementos interanuales, mientras que los demás redujeron su guarismo.
- Los índices de difusión mostraron una mejora en casi todos los tipos de bienes en el cuarto trimestre de 2023, siendo el de los bienes de inversión el de guarismo más alto con el 62%, mientras que el menor fue el de servicios (35%). Por otro lado, para el año cerrado 2023, las empresas que comercializan bienes de inversión fueron las que denotaron el mayor guarismo, con un índice de 56%, mientras que las demás empresas se ubicaron entre 31% y 46%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual, se denotó una mejora en comparación con el tercer trimestre de 2023, siendo los no durables los que denotaron los mayores guarismos e incrementándose respecto al trimestre anterior.

Leading indicators

- Los indicadores de avance se mostraron estables en terreno de neutralidad. Las diferentes categorías de bienes se mantienen algo por encima de 50 puntos, siendo los bienes de inversión los que mantienen el mejor registro (58 puntos).

Expectativas

- Las expectativas de rentabilidad para el año próximo se mantienen con un importante optimismo, siendo elevadas para todos los tipos de productos. Cabe destacar, el mayor optimismo que se constató en las empresas con venta de no durables, mientras que las dedicadas a bienes durables son las que denotaron el menor guarismo, aunque en zona de moderado optimismo.

Actividad económica por tipo de bien

RUBRO		Variación real ventas				Indice de difusión*				Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
		III.2023	IV.2023	2022	2023	III.2023	IV.2023	2022	2023	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III
Por Tipo de Bien	No durables	0,4%	0,3%	1,2%	-0,2%	● 28%	● 38%	● 52%	● 31%	● 70	^	● 54		● 79	
	Semi durables	1,7%	-1,7%	1,7%	1,1%	● 58%	● 43%	● 42%	● 46%	● 69	^	● 52		● 73	
	Durables	-3,7%	-3,4%	3,7%	-2,4%	● 39%	● 39%	● 49%	● 34%	● 59		● 53		● 69	
	Inversión	0,4%	2,2%	-1,4%	0,6%	● 48%	● 62%	● 54%	● 56%	● 67	^	● 58		● 72	
	Servicios	-4,9%	-3,0%	3,8%	-3,9%	● 29%	● 35%	● 50%	● 36%	● 68		● 51		● 70	
Total		-2,8%	-1,4%	0,5%	-2,0%	● 39%	● 40%	● 48%	● 38%	● 67	^	● 53		● 73	

*Refiere al total de empresas que establecieron que sus ventas aumentaron

^ Denota cambio de zona (color) respecto a la medición del trimestre anterior.

Nota: Los índices se construyen en una escala de 0 a 100 siendo 50 para aquellos casos en los que las respuestas positivas son iguales a las respuestas negativas, 0 cuando la totalidad de las respuestas son negativas y 100 cuando la totalidad de las respuestas son positivas. Para la columna de rentabilidad actual se tomó el indicador de rentabilidad actual respecto a un año atrás. Para la columna de leading indicators se tomaron la intención a disminuir, mantener o aumentar el personal ocupado, la compra de insumos, las inversiones y la red de locales. Para la columna de expectativas, se incluyó la rentabilidad esperada dentro de un año.



Actividad económica por Tamaño

Análisis según tamaño; Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes.



PYMES

Análisis de actividad económica por tamaño

Descriptivo

- Para esta sección se calcularon los resultados según el tamaño de las empresas.

Situación y ventas

- Las ventas reales evolucionaron negativamente en el cuarto trimestre de 2023 para todos los tamaños de empresas. En particular, las empresas micro fueron las que denotaron el mayor decremento, disminuyendo sus ventas un 2% en el cuarto trimestre de 2023. Las pequeñas y grandes empresas también mostraron descensos interanuales de 1,5%, mientras que las medianas fueron las que registraron el descenso menos pronunciado de 0,6%. Por otro lado, para el 2023 en su conjunto, el comportamiento fue negativo también, siendo las micro las que registraron el mayor decremento (-2,4%), mientras que en las medianas se constató el menor decremento (-0,9%).
- La evolución del índice de difusión mostró estabilidad. En todas las empresas se constató una estabilidad en el índice del cuarto trimestre de 2023 y se destacó el mayor guarismo registrado en las empresas pequeñas con el 44%, mientras que, el menor registro lo tuvieron las grandes con el 36%. En lo que refiere al 2023, todas las empresas se ubicaron por debajo de 40%, lo cual representa una desmejora respecto a 2022.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual, se destacó el avance de las micro, pequeña y medianas empresas, mientras que las grandes se mantuvieron en el mismo nivel que en el tercer trimestre de 2023.

Leading indicators

- Los indicadores de avance se mostraron en general estables, todos por encima de 50 puntos, destacándose las empresas grandes, en terreno de moderado optimismo.

Expectativas

- Las expectativas de mejora de rentabilidad se mantuvieron elevadas en esta medición, siendo las pequeñas las que mantienen los mejores registros.

Actividad económica por tamaño

RUBRO		Variación real ventas				Indice de difusión*				Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
		III.2023	IV.2023	2022	2023	III.2023	IV.2023	2022	2023	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III	IV.2023	IV-III
Por Tamaño de Empresa	Micro	-4,1%	-2,0%	-4,5%	-2,4%	● 38%	● 37%	● 45%	● 36%	● 70	^	● 53		● 74	
	Pequeña	-3,0%	-1,5%	0,0%	-2,2%	● 39%	● 44%	● 42%	● 40%	● 66	^	● 53		● 75	
	Mediana	0,3%	-0,6%	2,7%	-0,9%	● 44%	● 43%	● 53%	● 37%	● 63	^	● 54		● 70	
	Grande	-3,9%	-1,5%	-0,1%	-2,2%	● 31%	● 36%	● 56%	● 32%	● 57		● 55		● 68	
Total		-2,8%	-1,4%	0,5%	-2,0%	● 39%	● 40%	● 48%	● 38%	● 67	^	● 53		● 73	

*Refiere al total de empresas que establecieron que sus ventas aumentaron

^ Denota cambio de zona (color) respecto a la medición del trimestre anterior.

Nota: Los índices se construyen en una escala de 0 a 100 siendo 50 para aquellos casos en los que las respuestas positivas son iguales a las respuestas negativas, 0 cuando la totalidad de las respuestas son negativas y 100 cuando la totalidad de las respuestas son positivas. Para la columna de rentabilidad actual se tomó el indicador de rentabilidad actual respecto a un año atrás. Para la columna de leading indicators se tomaron la intención a disminuir, mantener o aumentar el personal ocupado, la compra de insumos, las inversiones y la red de locales. Para la columna de expectativas, se incluyó la rentabilidad esperada dentro de un año.



Anexo

Anexo

A continuación, se incluyen las preguntas generales realizadas a las empresas encuestadas, relacionadas con la situación económica. Para Supermercados y Hoteles se agregan además consultas por tipo de bien comercializado y ocupación promedio y tarifa promedio, respectivamente.

1. **Ventas:** ¿Cuál fue la variación interanual (%) de las ventas de su empresa en el cuarto trimestre de 2023 (es decir respecto al cuarto trimestre de 2022)? ¿Cuál fue la variación interanual (%) de las ventas de su empresa en el 2023 (es decir respecto al 2022)? (luego se pregunta sobre ventas por moneda y se ajustan los resultados según se explica en metodología)
2. **Stock y holgura:** ¿Cómo evolucionó el stock (inventario) de sus productos durante el trimestre? (Para Comercio) y ¿Los niveles de demanda actuales están siendo atendidos con holgura? (Para Servicios)
3. **Índice de difusión esperado:** Para su empresa en particular ¿cómo piensa que será la facturación en el primer trimestre respecto a igual periodo de un año atrás? ¿Que aumente, se mantenga o disminuya?
4. **Rentabilidad actual:** ¿Cómo piensa que será la rentabilidad de su empresa este año respecto al año pasado?
5. **Expectativas de rentabilidad:** ¿Cómo piensa que será la rentabilidad de su empresa el año que viene respecto a este año?
6. **Leading indicator 1:** ¿Piensa aumentar, disminuir o mantener la cantidad de personal contratado en los próximos 3 meses?
7. **Leading indicator 2:** ¿Piensa aumentar, disminuir o mantener las inversiones en los próximos 3 meses?
8. **Leading indicator 3:** ¿Piensa aumentar disminuir o mantener las compras de insumos (en volumen) en los próximos 3 meses?
9. **Leading indicator 4:** En los próximos 12 meses, ¿Tiene pensado aumentar, mantener o disminuir la cantidad de locales?
10. **Ecommerce:** ¿Su empresa dispone de venta online? ¿A través de qué canales la realiza? ¿Cuál fue la variación de ventas online?
11. **Coyuntura 1:** Ya finalizado el año 2023, podría evaluar cómo fue el desempeño comercial global de su empresa durante este último año respecto al año anterior?
12. **Coyuntura 2:** ¿Ha observado usted una reducción relevante en los niveles de venta de su empresa en el último año (2023)? ¿Cuál es a su entender el motivo principal por el cual la actividad comercial ha presentado un deterioro?
13. **Coyuntura 3:** En términos de expectativas futuras, ¿cómo espera que se comporten durante el presente año 2024, respecto al año 2023, algunas de las variables macroeconómicas más relevantes que inciden en el desarrollo del sector Comercio y Servicios?



Cámara de Comercio y
Servicios del Uruguay

