

# Actividad Comercio y Servicios

Tercer Trimestre 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 - Situación.** La actividad del sector Comercio y Servicios mostró una reducción de importancia en el tercer trimestre, de -2,8%, al medirse según las ventas reales interanuales. Este resultado coincide con un escenario de menor crecimiento que ya venía atravesando el sector en el trimestre previo, sin embargo ahora se profundiza. A nivel de ventas por rubros, la mayoría de los mismos volvió a mostrar retrocesos, en forma similar a lo observado en los trimestres anteriores. Así, si bien se observó un incremento en el índice de difusión por rubros, que llegó a 35% (desde 30% en el segundo trimestre), el indicador se mantiene en niveles reducidos. Se destacaron las reversiones de las ventas a terreno negativo en “Supermercados” y “Hoteles”; por el contrario, pasaron desde variaciones negativas a positivas los rubros “Materiales de construcción, ferreterías, pinturerías”, “Jugueterías” y “Servicios de Seguridad”. El índice de difusión de las ventas por empresas mostró también un relativo incremento, y pasó de 32% a 39%.
- 2 – Nuevos rubros.** Los rubros nuevos, que fueron agregados al análisis ya desde hace dos trimestres, mostraron las siguientes variaciones reales interanuales de las ventas en el tercer trimestre: Deportes 13,4% (acelerándose), Librerías -7,6% (continuó cayendo), Publicidad 2,8% (leve aceleración), Servicios de Seguridad 3,5% (pasó a variación positiva) e Inmobiliarias -9% (continuó cayendo).
- 3 – Situación por segmentos.** Cuando se analizan las ventas por segmentos, se destacó el hecho que todos los tamaños de las empresas (excepto las medianas), mostraron caídas de las ventas. En particular, cabe consignar el retroceso de las empresas grandes, de -3,9%, un segmento que había mostrado resultados favorables en trimestres anteriores. También retrocedieron las empresas micro y pequeñas, con -4,1% y -3,0% respectivamente. En lo que respecta al tipo de bienes, se destacó la evolución de las ventas de semi-durables, que mostraron un aumento de 1,7%. Por el contrario, los servicios mostraron un retroceso de importancia, de -4,9%.
- 4 - Leading indicators.** La propensión a contratar personal, a invertir o a comprar insumos se mostró estable, y se mantuvo casi incambiada en 52 puntos, señalizando estancamiento en la demanda prevista de dichos recursos por parte de las empresas para los próximos trimestres (en línea con las caídas de las ventas y los bajos registros del índice de difusión, entre otros). Así, el índice de difusión esperado para el cuarto trimestre se ubicó en 34% (sólo 1 de cada 3 empresas espera aumentos de las ventas en dicho período).
- 5 - Expectativas.** Las expectativas de rentabilidad para este año volvieron a mostrar una reducción, en este caso desde 56 a 53 puntos, reflejando probablemente (como se mencionó en el informe anterior) los efectos recesivos de los shocks recientes (sequía y fuga de consumo). Mientras tanto, las expectativas de rentabilidad para el año próximo cayeron en forma importante, al pasar desde 73 a 66 puntos (uno de los menores registros de la serie para este indicador), denotando un deterioro esperado del sector para el año entrante.

RUBRO	Variación real ventas			Indice de difusión*			Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
	I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023	III.2023	III-II	III.2023	III-II	III.2023	III-II
Total	1,7%	-0,1%	-2,8%	34%	32%	39%	53		52		66	

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

# Resumen Ejecutivo II – Caracterización de las empresas encuestadas

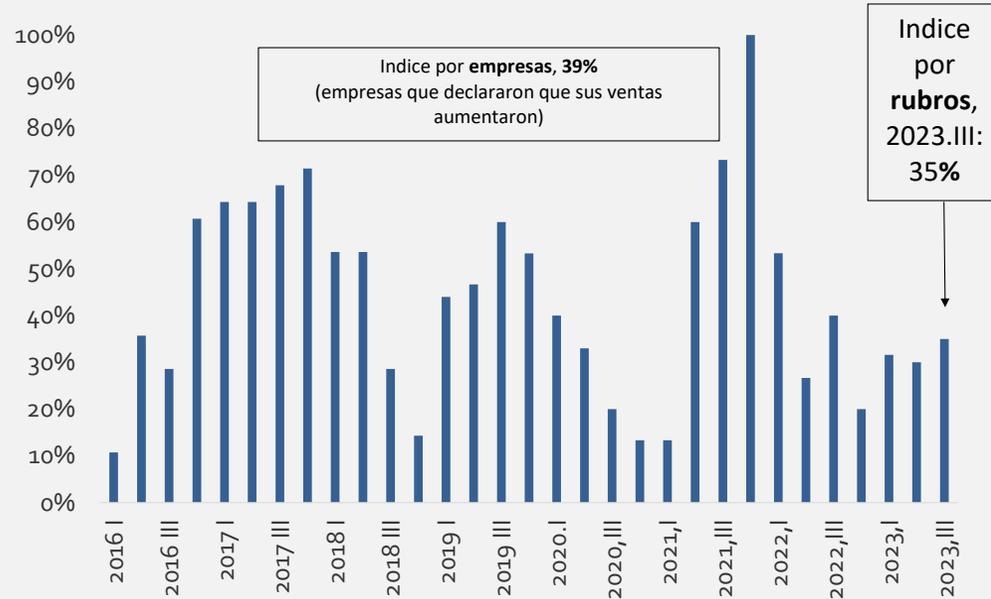
- La variación real de las ventas surge de considerar en este caso las respuestas de **543** empresas que ocupan a **14.803** trabajadores en **774** locales.
- El promedio ponderado de la variación de las ventas fue una caída de **-2,8%**.
- El índice de difusión por empresas se ubicó en el **39%**.

INDICADOR	No durables	Semi durables	Durables	Inversion	Servicios	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
<b>Cantidad empresas que informaron ventas</b>	<b>161</b>	<b>144</b>	<b>92</b>	<b>42</b>	<b>104</b>	<b>239</b>	<b>182</b>	<b>109</b>	<b>13</b>	<b>543</b>
<i>Locales</i>	<i>272</i>	<i>218</i>	<i>119</i>	<i>57</i>	<i>108</i>	<i>205</i>	<i>234</i>	<i>214</i>	<i>121</i>	<i>774</i>
<i>Personal Ocupado</i>	<i>8.068</i>	<i>2.240</i>	<i>1.999</i>	<i>775</i>	<i>1.720</i>	<i>432</i>	<i>1.750</i>	<i>3.974</i>	<i>8.647</i>	<i>14.803</i>
<b>Indice de Difusión* III.2023</b>	<b>28%</b>	<b>58%</b>	<b>39%</b>	<b>48%</b>	<b>29%</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	<b>44%</b>	<b>31%</b>	<b>39%</b>
<b>Variación ventas III.2023</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,7%</b>	<b>-3,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>-4,9%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-2,8%</b>

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

# Resumen Ejecutivo III – Difusión

## Índice de Difusión por Rubros

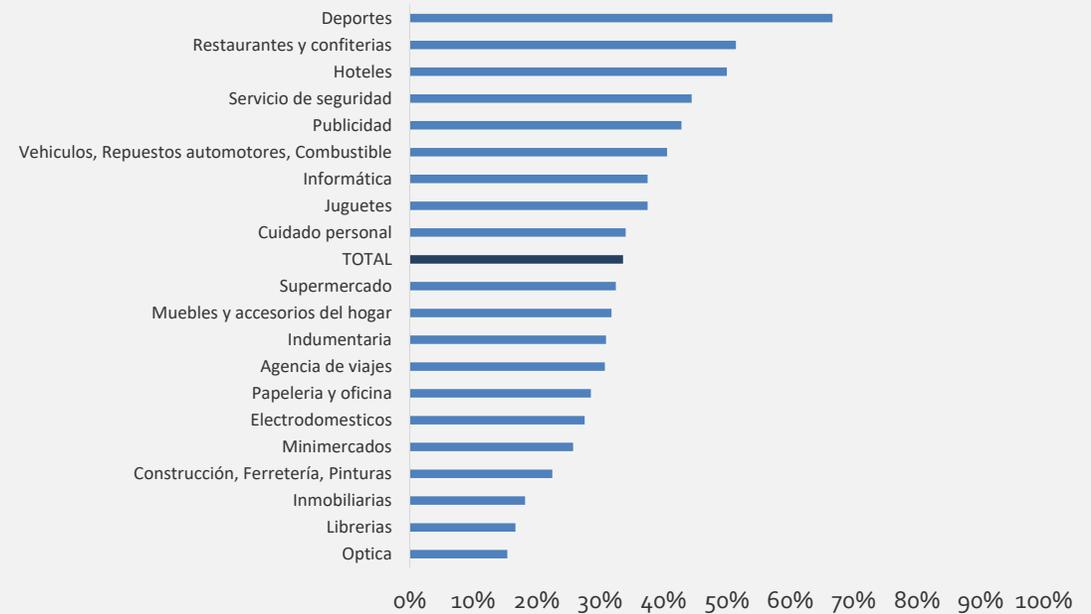


Fuente: CCSU y Equipos Consultores

- Índice de Difusión:** el índice de difusión por rubros (porcentaje de rubros con variaciones positivas de las ventas reales interanuales) mostró una leve suba, a 35% (desde 30% en el trimestre anterior). De esta forma, el indicador se mantiene hace un año y medio por debajo del 50%. En esta oportunidad hubo algunos cambios de signo cuando se analiza por rubros. Se destacaron las reversiones de las ventas a terreno negativo en “Supermercados” y “Hoteles”; por el contrario, pasaron desde variaciones negativas a positivas los rubros “Materiales de construcción, ferreterías, pinturerías”, “Jugueterías” y “Servicios de Seguridad”. En lo que respecta al índice de difusión por empresas se observó una suba de cierta importancia, de 32% a 39% en el tercer trimestre.

## Índice de Difusión Esperado

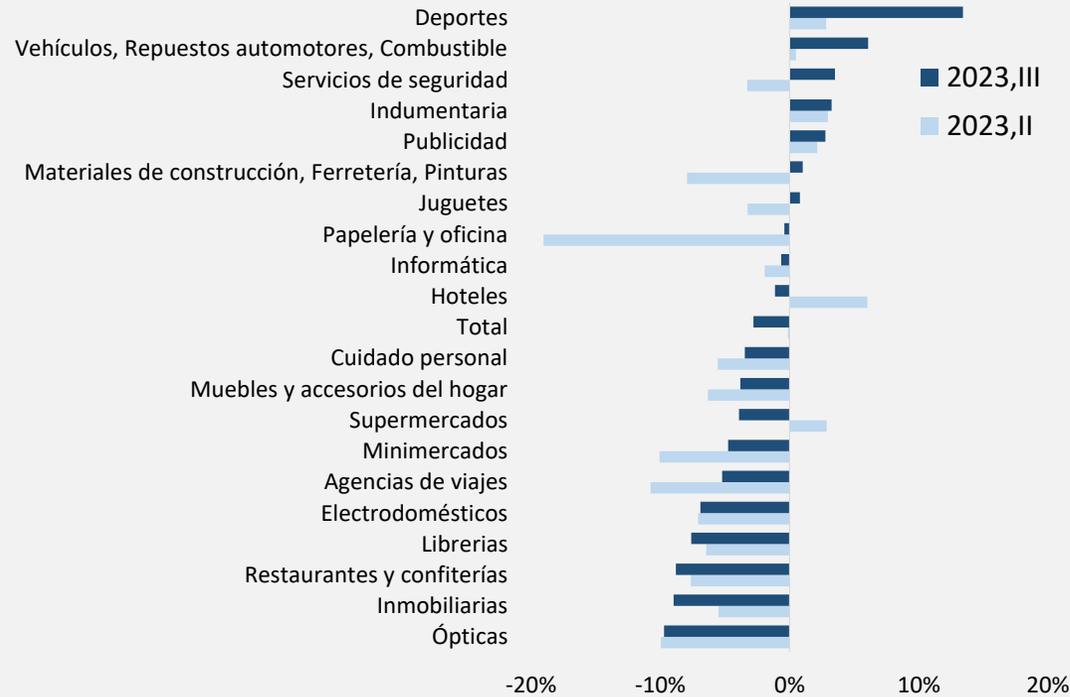
Cuarto trimestre 2023



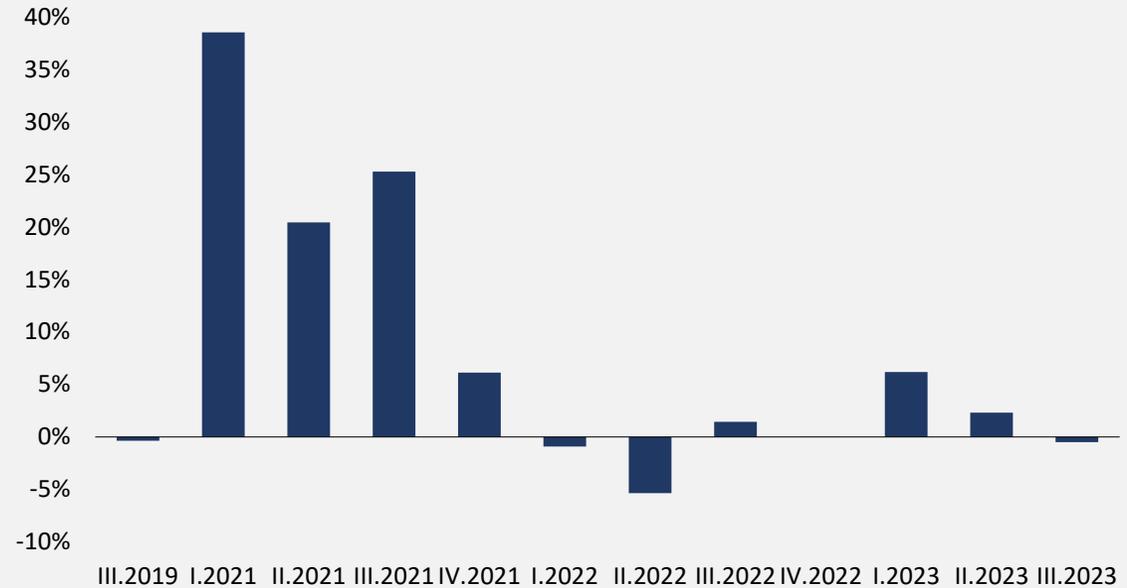
- Índice de difusión esperado:** El índice de difusión por empresa esperado para el cuarto trimestre de 2023 se ubicó en 34%, un registro apenas superior al 32% esperado para el trimestre anterior (sólo 1 de cada 3 empresas espera un aumento de las ventas en términos interanuales en el cuarto trimestre). Esto sugiere que las expectativas de actividad se mantienen cautas, sin aceleraciones o mejorías de importancia, en línea con otros *leading indicators* analizados. En lo que refiere al índice de difusión esperado por rubros, los mayores niveles de respuestas positivas se registraron entre las empresas del rubro Deportes, Restaurantes y confiterías y Hoteles. Por el contrario, las empresas de los rubros Ópticas, Librerías e Inmobiliarias son las que muestran los menores guarismos, que no superan el 20% (sólo 1 de cada 5 empresas encuestadas espera aumento de las ventas interanuales para el cuarto trimestre).

# Resumen Ejecutivo IV – Ventas por rubros y Ecommerce

## Variación real interanual de las ventas



## Var. venta real Ecommerce (%)



• **Ventas reales:** Si bien la mayoría de los rubros mostraron descensos (como en el trimestre pasado), en esta oportunidad prácticamente no se observaron rubros con variaciones positivas significativas. Así, Deportes fue el más destacado en el tercer trimestre, con un aumento de 13,4%. Otros rubros con aumentos, más leves, fueron Vehículos, repuestos, combustible, Servicios de seguridad, Indumentaria, Publicidad, Materiales de construcción, ferretería y pinturas, y Juguetes. El resto de los rubros mostraron retrocesos, siendo el de Ópticas el más pronunciado, con una caída de 9,7% (similar a la del trimestre anterior). Asimismo, algunos rubros mostraron retrocesos durante los 3 trimestres de este año: Cuidado personal, Electrodomésticos, Informática, Librerías, Muebles y accesorios del hogar, Ópticas, Papelería y Oficinas y Restaurantes y confiterías.

• **Ecommerce:** Aquellas empresas que disponen de venta online establecieron en promedio que sus ventas vía *e-commerce* representaron durante el tercer trimestre del año, un 20% del total de las ventas de la empresa (un registro algo inferior al 22% del trimestre anterior). Cabe destacar que dicho indicador es decreciente con el tamaño; para las micro la participación fue de 29% al tiempo que en las grandes el registro fue de 4%. Para las empresas que cuentan con *e-commerce*, ponderando según el personal ocupado, las ventas online tuvieron un leve descenso real interanual de 0,5% en el tercer trimestre. De esta forma, las ventas mostraron una caída respecto a igual periodo de un año atrás, contrastando así con los dos registros positivos del primer semestre del año.

# Resumen Ejecutivo V – Ventas y difusión en III.2023 según segmentos

RUBRO		Variación real ventas			Índice de difusión*		
		I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023
Por Naturaleza de la actividad y Localización	Comercio Montevideo	1,4%	1,3%	-2,6%	● 36%	● 29%	● 43%
	Comercio Interior	2,2%	-4,9%	-1,6%	● 31%	● 35%	● 41%
	Servicios Montevideo	6,2%	-3,6%	-6,3%	● 34%	● 42%	● 33%
	Servicios Interior	-4,3%	-0,4%	-1,7%	● 39%	● 28%	● 24%
Por Tipo de Bien	No durables	4,8%	2,9%	0,4%	● 28%	● 19%	● 28%
	Semi durables	0,4%	2,6%	1,7%	● 37%	● 43%	● 58%
	Durables	-3,9%	-0,6%	-3,7%	● 32%	● 36%	● 39%
	Inversión	-4,7%	-7,4%	0,4%	● 32%	● 30%	● 48%
	Servicios	1,6%	-2,5%	-4,9%	● 37%	● 34%	● 29%
Por Tamaño de Empresa	Micro	-6,2%	-9,5%	-4,1%	● 29%	● 30%	● 38%
	Pequeña	-4,6%	-7,6%	-3,0%	● 36%	● 31%	● 39%
	Mediana	0,9%	-3,1%	0,3%	● 41%	● 37%	● 44%
	Grande	3,4%	2,3%	-3,9%	● 42%	● 44%	● 31%
Total		1,7%	-0,1%	-2,8%	● 34%	● 32%	● 39%

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

- Las ventas mostraron un desempeño desfavorable en todas las regiones consideradas. Así, la caída más pronunciada se observó en servicios de Montevideo, con una caída de -6,3%. Las demás zonas mostraron retrocesos, aunque más moderados. En particular, continúa destacándose la performance negativa de las ventas de los servicios del interior, que vienen cayendo desde el segundo trimestre del año 2022.
- En lo que respecta a categoría de productos y servicios, se destacó la evolución de las ventas de semi-durables, que mostraron un aumento de 1,7%, al tiempo que las ventas de no durables mostraron una considerable desaceleración para crecer sólo 0,4%. Por el contrario, los servicios mostraron un retroceso de importancia, de -4,9%.
- En el análisis de empresas por su tamaño, se destacó el hecho que todos los tamaños (excepto las medianas), mostraron caídas reales de las ventas. Así, en el caso de las grandes, el retroceso fue de -3,9%, en las pequeñas -3,0% y en las micro -4,1%. Las medianas fueron las únicas que mostraron avances, aunque marginales, 0,3%.
- En suma, la evolución de las ventas reales en el tercer trimestre en general continuó mostrando heterogeneidades, aunque predominaron los retrocesos en las ventas en la mayoría de los segmentos considerados.



# 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
<b>Servicios</b>	0,4%	2,2%	14,7%	82,8%	<b>21,3%</b>
<b>Comercio</b>	0,2%	1,8%	9,1%	88,9%	<b>78,7%</b>
<b>Total general</b>	<b>0,2%</b>	<b>1,9%</b>	<b>10,3%</b>	<b>87,6%</b>	<b>100,0%</b>

Muestra III.2023	Grande	Mediana	Pequeña	Micro	Total general
<b>Comercio</b>	2%	16%	25%	38%	<b>81%</b>
<b>Servicios</b>	0%	4%	8%	6%	<b>19%</b>
<b>Total general</b>	<b>2%</b>	<b>20%</b>	<b>34%</b>	<b>44%</b>	<b>100%</b>

Muestra III.2023	Grande	Mediana	Pequeña	Micro	Total general
<b>Online</b>	2%	15%	25%	20%	<b>62%</b>
<b>Comercio</b>	2%	13%	19%	17%	<b>51%</b>
<b>Servicios</b>	0%	3%	6%	2%	<b>11%</b>
<b>Telemedios</b>	1%	5%	8%	24%	<b>38%</b>
<b>Comercio</b>	0%	3%	6%	20%	<b>30%</b>
<b>Servicios</b>	0%	1%	2%	4%	<b>8%</b>
<b>Total general</b>	<b>2%</b>	<b>20%</b>	<b>34%</b>	<b>44%</b>	<b>100%</b>

# 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 **543** 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).

<b>INDICADOR</b>	<b>Micro</b>	<b>Pequeña</b>	<b>Mediana</b>	<b>Grande</b>	<b>Total</b>
<b>Cantidad empresas que informaron ventas</b>	<b>239</b>	<b>182</b>	<b>109</b>	<b>13</b>	<b>543</b>
<i>Locales</i>	<i>205</i>	<i>234</i>	<i>214</i>	<i>121</i>	<i>774</i>
<i>Personal Ocupado</i>	<i>432</i>	<i>1.750</i>	<i>3.974</i>	<i>8.647</i>	<i>14.803</i>
<b>Indice de Difusión* III.2023</b>	<b>38%</b>	<b>39%</b>	<b>44%</b>	<b>31%</b>	<b>39%</b>
<b>Variación ventas III.2023</b>	<b>-4,1%</b>	<b>-3,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>-3,9%</b>	<b>-2,8%</b>
*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 439 empresas, las cuales establecieron la variación de sus ventas en el tercer trimestre de 2023. De estas 439 empresas que indicaron la variación cuantitativa de sus ventas, 198 se encuentran en Montevideo y 241 en el interior. El personal ocupado para las 439 empresas fue de 13.083 con 666 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de comercio en Montevideo fue de -2,6% en el tercer trimestre de 2023, mientras que para el interior se registró un retroceso de -1,6%. Estos registros continuaron con la tónica del trimestre anterior para el caso de las del interior, mientras que empeoraron para las de Montevideo.
- El índice de difusión para el total de empresas de comercio en Montevideo se ubicó en 43% en el tercer trimestre de 2023, al tiempo que para las empresas del interior se ubicó en 41%.

## Leading indicators

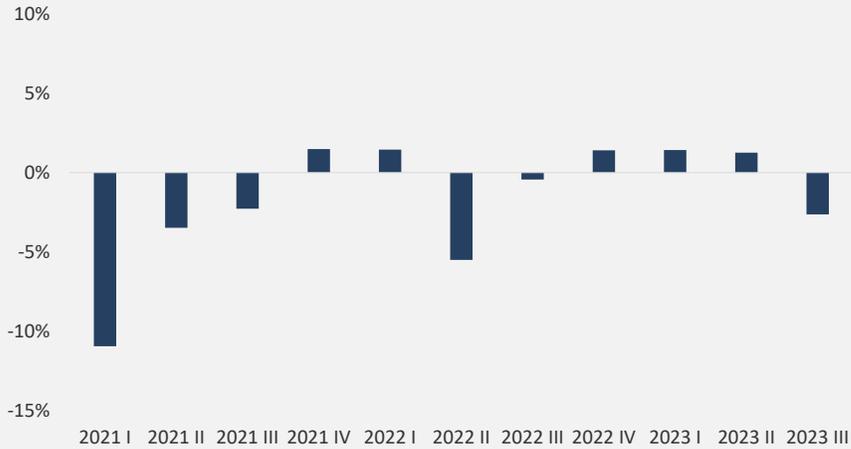
- Los indicadores de avance superaron apenas los 50 puntos en las empresas de Montevideo, ubicándose muy cercano al nivel de neutralidad, al tiempo que las del interior también se ubicaron cercano al nivel de neutralidad.
- Las empresas de Montevideo son neutrales en cuanto a la proyección de comprar insumos, mientras que las del interior son neutrales en cuanto a la proyección del personal contratado.

## 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 67 puntos para Montevideo y 66 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 cuarto trimestre de 2023 mejore, ya que se registró un porcentaje levemente mayor de respuestas positivas por sobre las negativas, lo que continúa indicando perspectivas optimistas para el próximo trimestre.

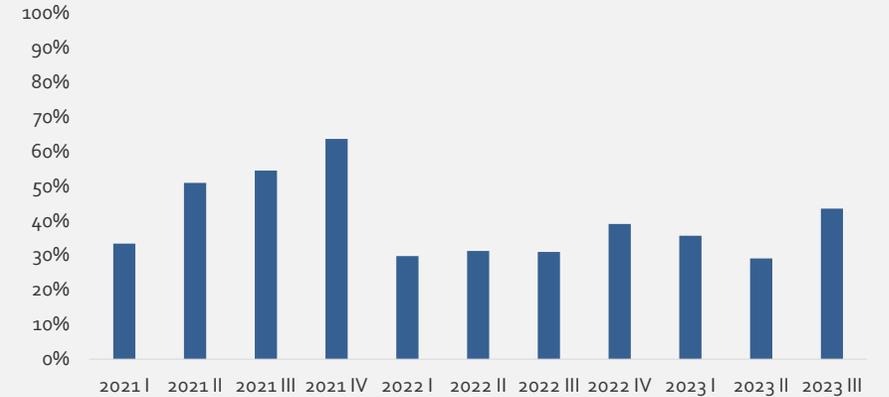
# Comercio Montevideo

## Variación real de las ventas

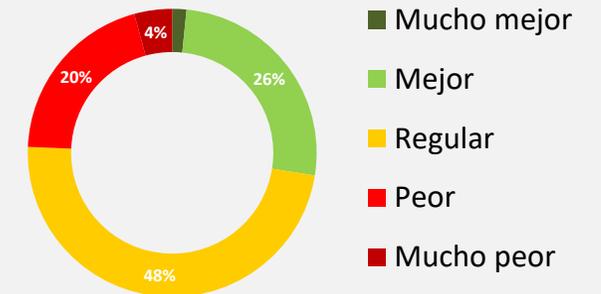


**43%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

## Índice de Difusión



## Rentabilidad actual

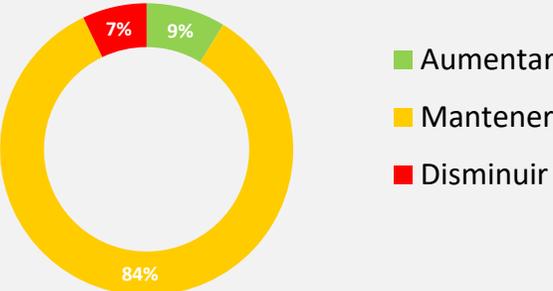


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Comercio Montevideo	198	346	9.810	1,4%	1,3%	-2,6%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

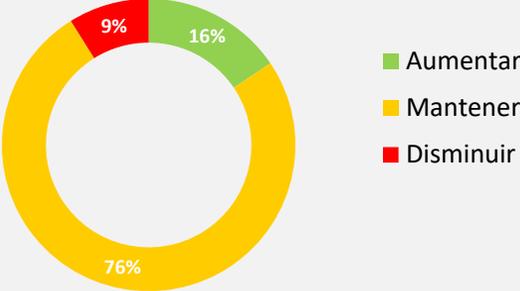
# Comercio Montevideo

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

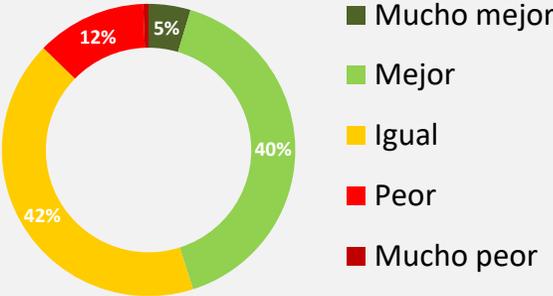
## Cantidad personal ocupado



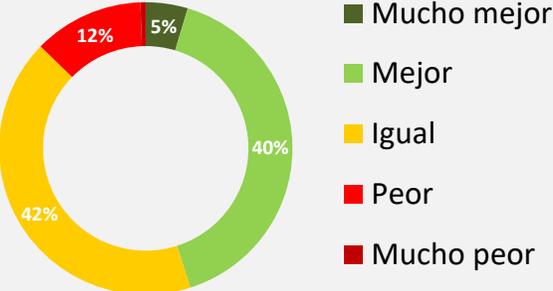
## Inversiones



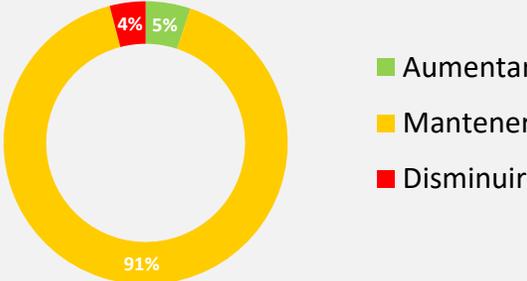
## Rentabilidad futura



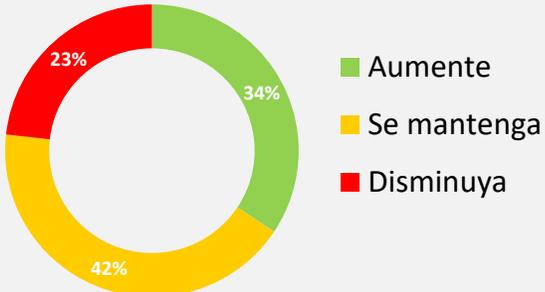
## Rentabilidad futura



## Cantidad de locales

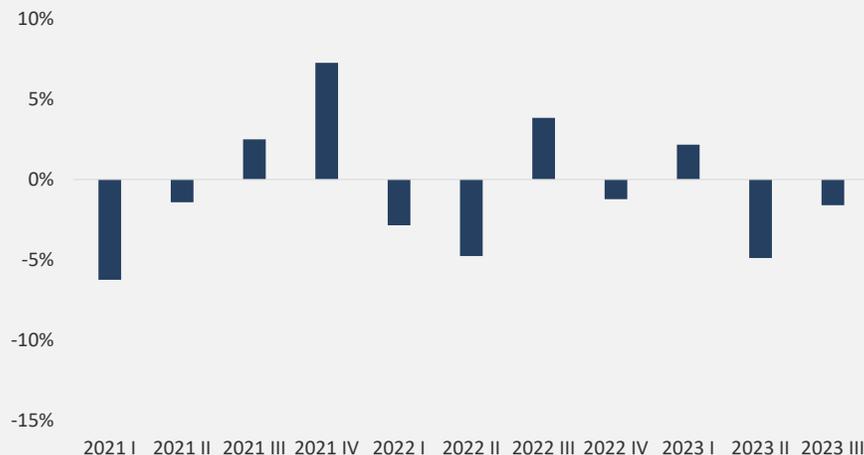


## Facturación en el próximo trimestre



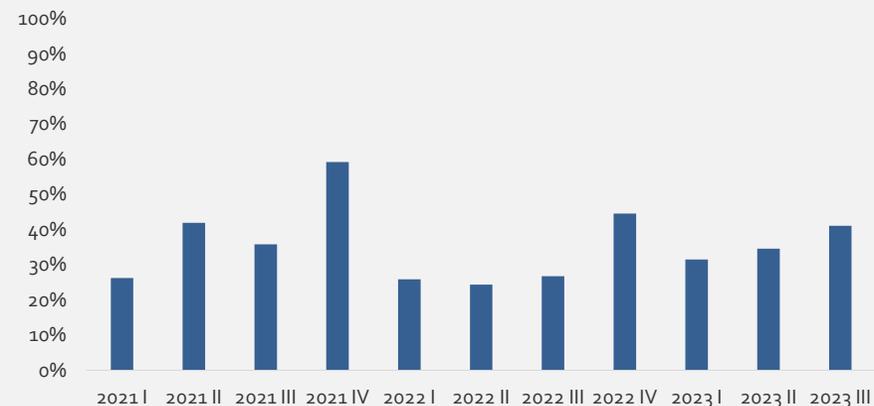
# Comercio Interior

## Variación real de las ventas



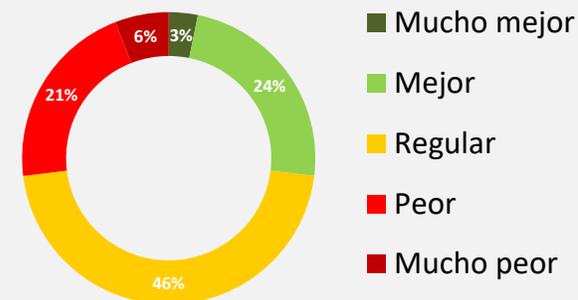
**41%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

## Índice de Difusión



## Rentabilidad actual

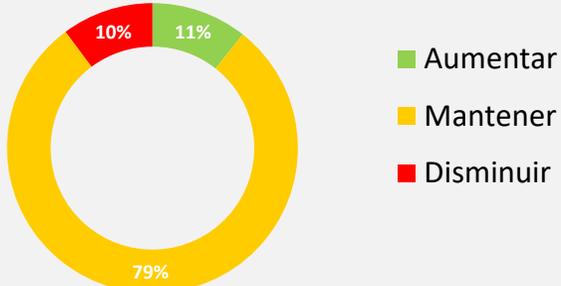
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Comercio Interior	241	320	3.273	2,2%	-4,9%	-1,6%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%



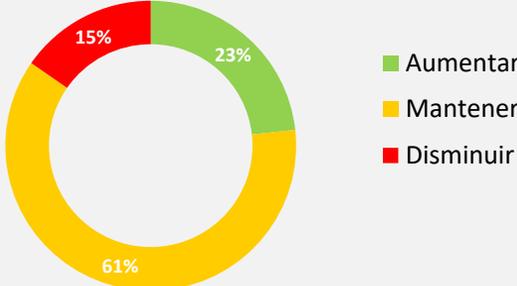
# Comercio Interior

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

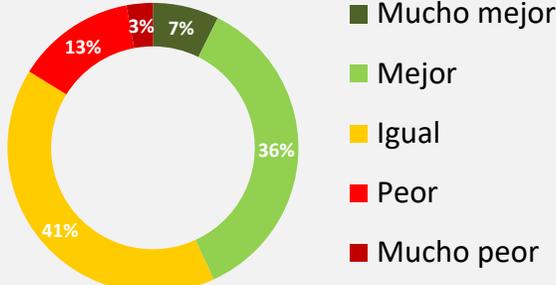
## Cantidad personal ocupado



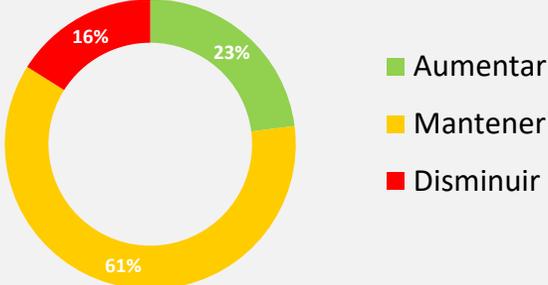
## Inversiones



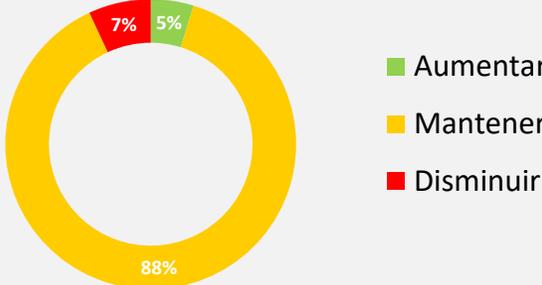
## Rentabilidad futura



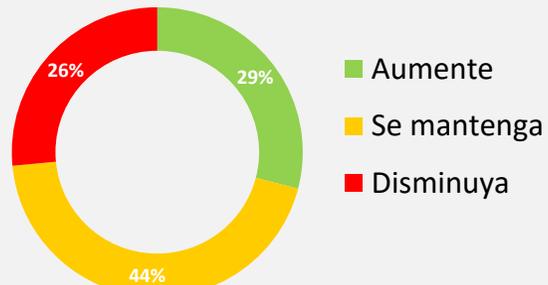
## Compra de insumos



## 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	
	I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023	III.2023	III-II	III.2023	III-II	III.2023	III-II
Materiales de construcción, Ferretería, Pinturas	-4,5%	-7,9%	1,0%	● 33%	● 31%	● 49%	● 51		● 48		● 61	∨
Cuidado personal	-5,5%	-5,6%	-3,5%	● 24%	● 20%	● 33%	● 52		● 53		● 61	
Deportes	-6,8%	2,8%	13,4%	● 33%	● 33%	● 67%	● 67		● 50		● 67	
Electrodomésticos	-6,9%	-7,1%	-6,9%	● 30%	● 24%	● 24%	● 43		● 51		● 56	
Indumentaria	12,3%	3,0%	3,3%	● 32%	● 35%	● 49%	● 49		● 47		● 59	∨
Informática	-2,0%	-1,9%	-0,7%	● 46%	● 50%	● 45%	● 66		● 51		● 80	
Juguetes	19,5%	-3,3%	0,8%	● 27%	● 20%	● 50%	● 58		● 50		● 58	∨
Librerías	-8,0%	-6,5%	-7,6%	● 40%	● 22%	● 17%	● 50		● 65		● 50	
Minimercados	6,2%	-10,1%	-4,8%	● 25%	● 15%	● 24%	● 44	∨	● 54		● 65	
Muebles y accesorios del hogar	-3,9%	-6,3%	-3,8%	● 14%	● 20%	● 50%	● 55		● 49		● 76	^
Ópticas	-8,7%	-10,0%	-9,7%	● 40%	● 14%	● 31%	● 50	^	● 42		● 62	^
Papelería y oficina	-6,3%	-19,0%	-0,4%	● 18%	● 18%	● 43%	● 42	^	● 54		● 50	∨
Supermercados	3,2%	2,9%	-3,9%	● 40%	● 26%	● 24%	● 45		● 51		● 63	
Vehículos, Repuestos automotores, Combustible	-3,5%	0,5%	6,1%	● 43%	● 58%	● 74%	● 53		● 54		● 69	
<b>Comercio</b>	<b>1,7%</b>	<b>0,0%</b>	<b>-2,4%</b>	<b>● 33%</b>	<b>● 32%</b>	<b>● 42%</b>	<b>● 56</b>		<b>● 54</b>		<b>● 67</b>	

\*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.

# Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 41 empresas de Materiales de construcción, ferreterías y pinturerías las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 41 empresas fue de 699 personas y de 56 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de Materiales de construcción, ferreterías y pinturerías en el tercer trimestre de 2023 fue de 1,0%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior.
- El índice de difusión para las 41 empresas se ubicó en 49%, es decir que 20 de las 41 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una importante mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de materiales de construcción, ferreterías y pinturerías se constata una percepción neutral, el indicador se ubicó en 51 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (21%) es levemente superior a las pesimistas que se ubicaron en 18%.

## Leading indicators

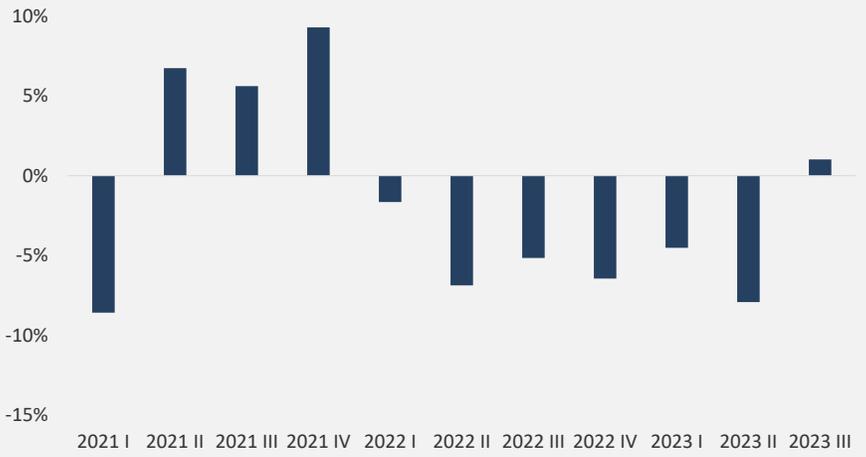
- Los indicadores de avance se ubicaron en 48 puntos, guarismo inferior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran pesimistas respecto a aumentar el personal, respecto al desarrollo de nuevas inversiones y frente a aumentar la cantidad de locales, mientras que, son optimistas frente a la compra de insumos.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, mostrando una desmejora respecto al segundo trimestre, y se ubican en zona de atendible optimismo. El 41% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 23% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

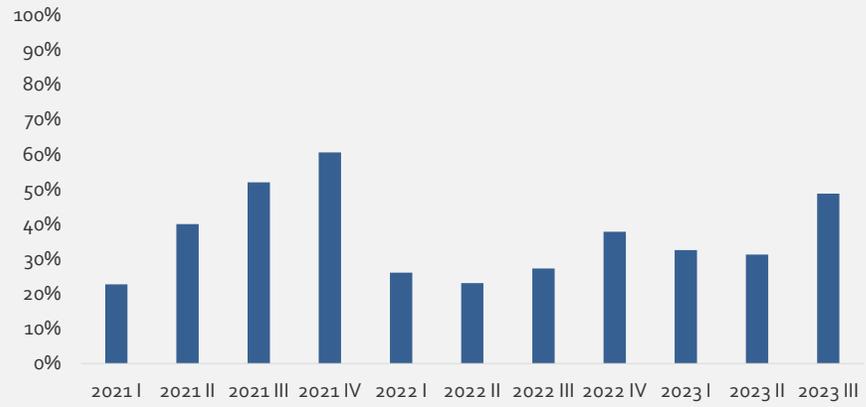
# Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías

Variación real de las ventas



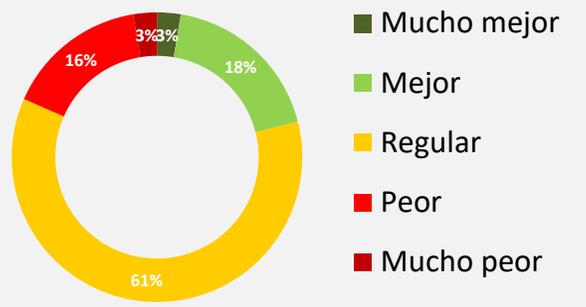
49% establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías	41	56	699	-4,5%	-7,9%	1,0%
Índice de precios	-	-	-	5,6%	4,4%	1,6%

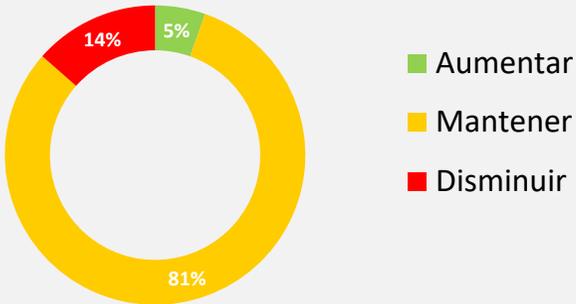
Rentabilidad actual



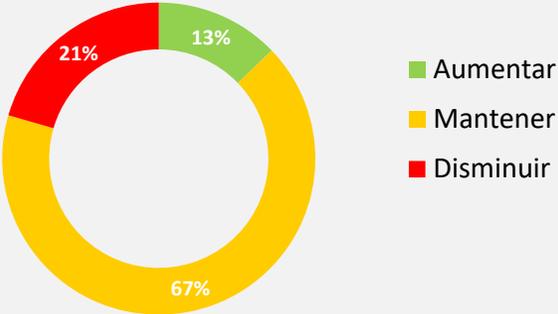
# Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías

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

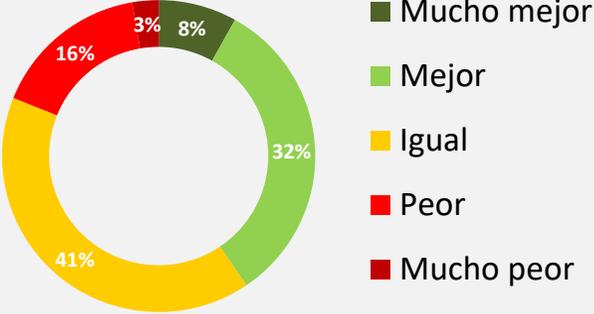
## Cantidad personal ocupado



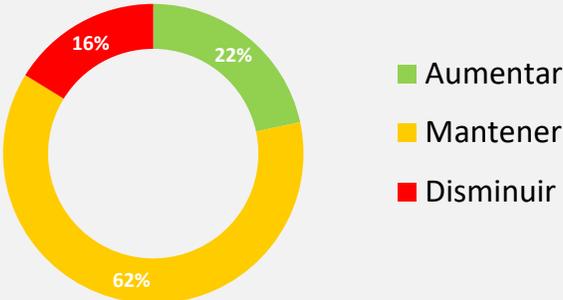
## Inversiones



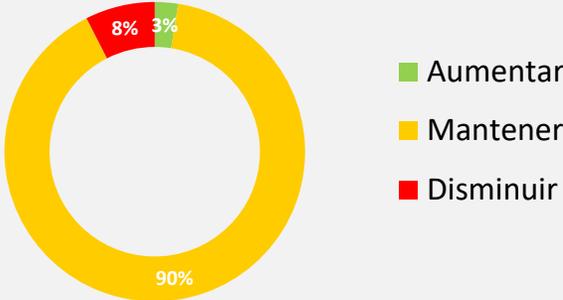
## Rentabilidad futura



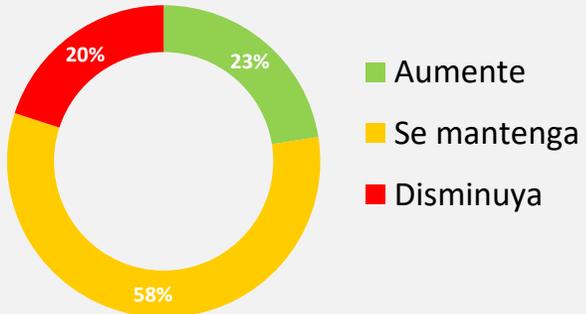
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Cuidado personal

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 55 empresas de cuidado personal las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 55 empresas fue de 1.229 personas y de 73 locales.
- Además, se incorporan los resultados de Cuidado personal en Supermercados (6 empresas con 518 ocupados en el rubro).

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de cuidado personal en el tercer trimestre de 2023 fue de -3,5%, denotando una leve mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior aunque permanece bajo un escenario negativo ya desde 7 trimestres consecutivos.
- El índice de difusión para las 55 empresas se ubicó en 33%, es decir que 18 de las 55 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de cuidado personal se constata una percepción neutral, el indicador se ubicó en 52 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (37%) es levemente superior a las pesimistas que se ubicaron en 33%.

## Leading indicators

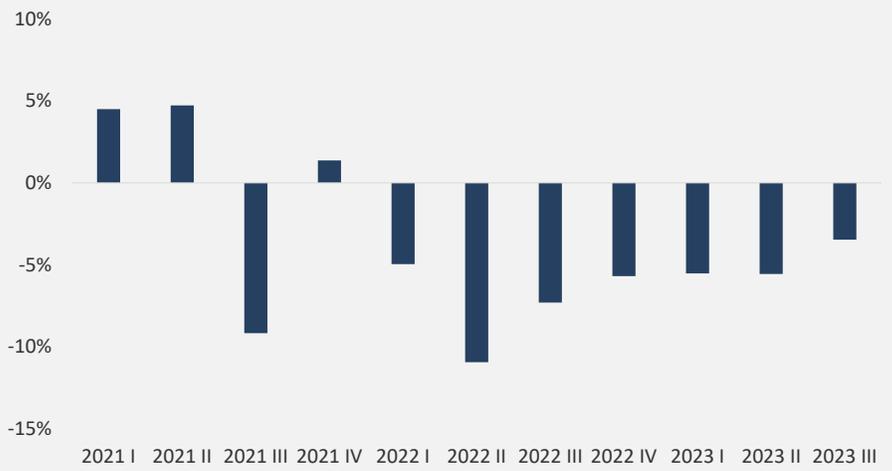
- Los indicadores de avance se ubicaron en 53 puntos, guarismo similar al constatado en el segundo trimestre del año 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto a aumentar el personal, respecto al desarrollo de nuevas inversiones y frente a la compra de insumos.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mostrando una desmejora respecto al segundo trimestre, y se ubican en zona de atendible optimismo. El 43% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 34% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

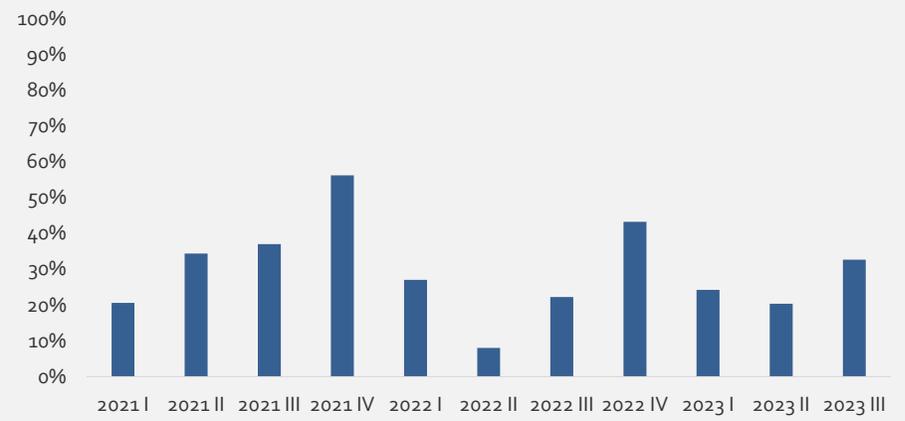
# Cuidado personal

Variación real de las ventas



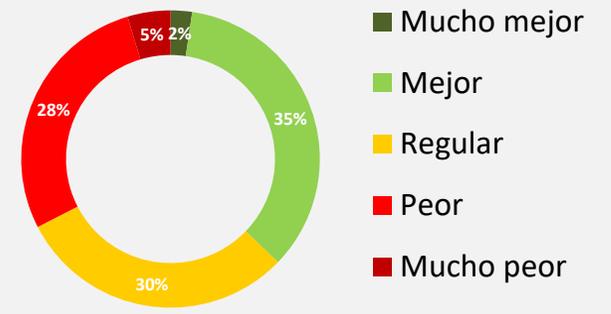
**33%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Cuidado personal total	55	73	1.229	-5,5%	-5,6%	-3,5%
Cuidado personal	49	73	711	-4,7%	-4,8%	0,7%
Cuidado personal - Supermercados	6		518	-6,4%	-6,7%	-9,1%
Índice de precios				8,0%	7,0%	6,0%

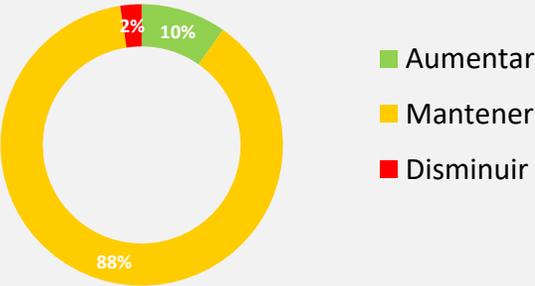
## Rentabilidad actual



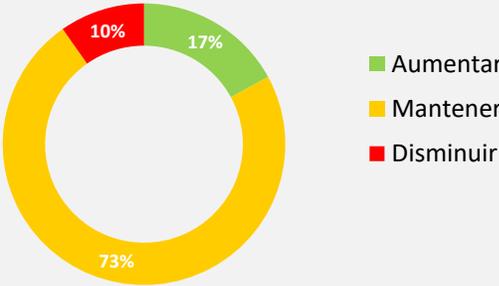
# Cuidado personal

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

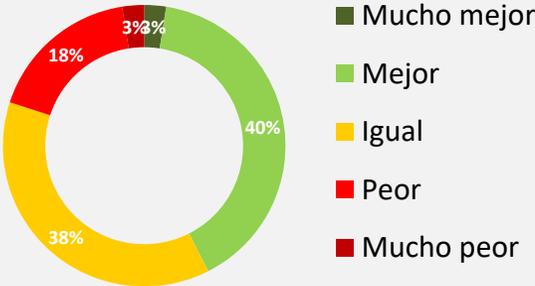
## Cantidad personal ocupado



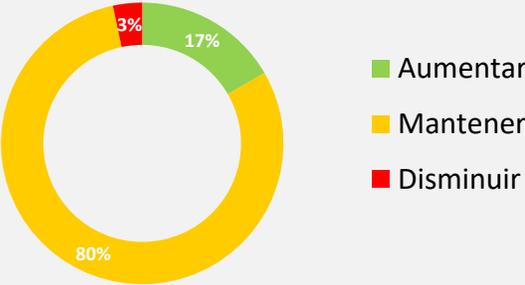
## Inversiones



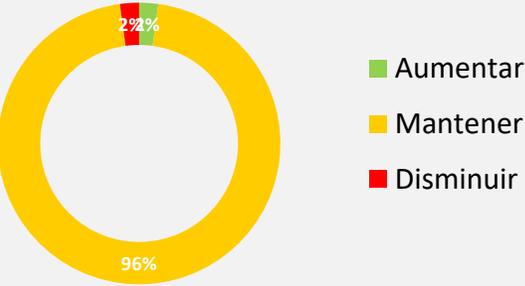
## Rentabilidad futura



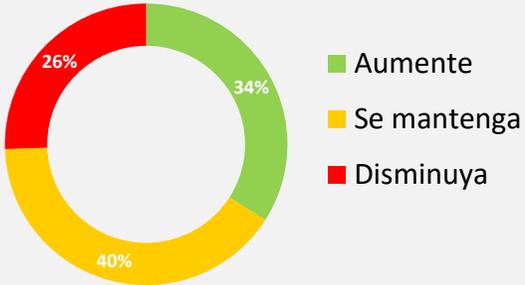
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Deportes

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 6 empresas de deportes las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 6 empresas fue de 60 personas y de 6 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de deportes en el tercer trimestre de 2023 fue de 13,4%, denotando una clara mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior.
- 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 tercer trimestre. Este guarismo representa una importante mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de deportes se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 67 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (67%) es altamente superior a las pesimistas que se ubicaron en 33%.

## Leading indicators

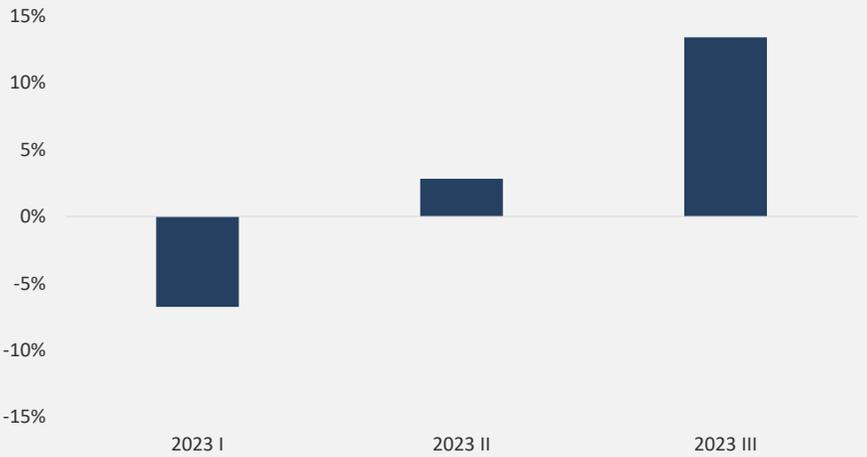
- Los indicadores de avance se ubicaron en 50 puntos, guarismo superior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran pesimistas respecto a aumentar el personal, mientras que, se muestran neutrales respecto al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, manteniéndose estables respecto al segundo trimestre, y se ubican en zona de atendible optimismo. El 67% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 67% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

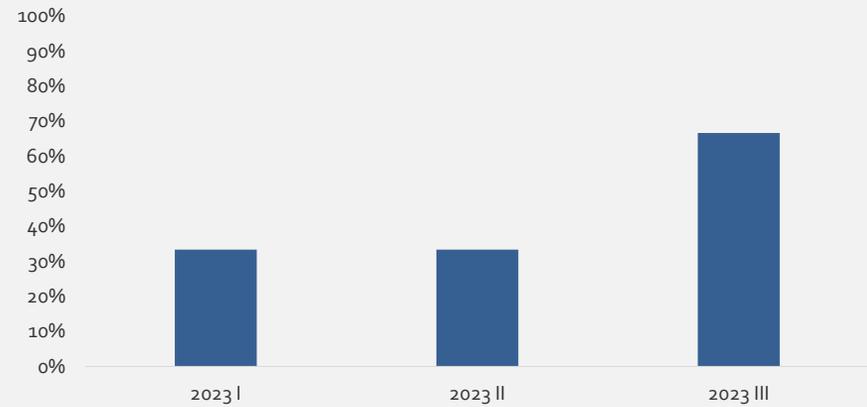
# Deportes

Variación real de las ventas

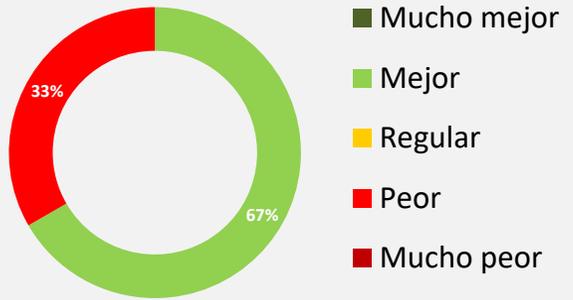


**67%**  
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

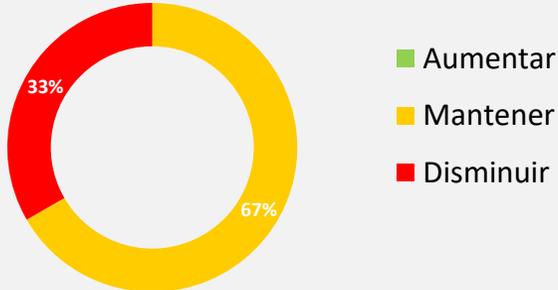


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Deportes	6	6	60	-6,8%	2,8%	13,4%
Índice de precios	-	-	-	3,1%	1,5%	-3,5%

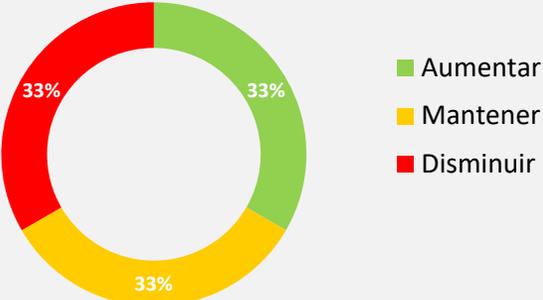
# Deportes

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

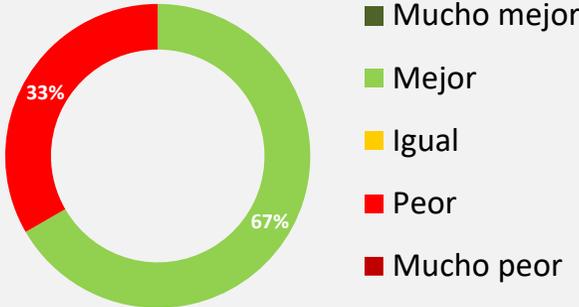
## Cantidad personal ocupado



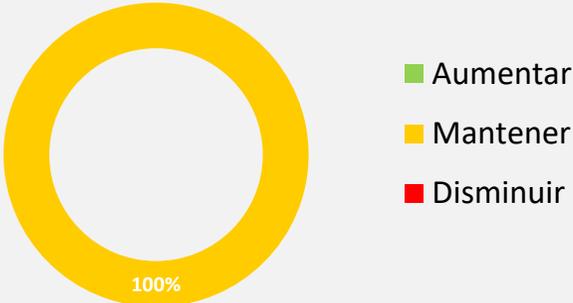
## Inversiones



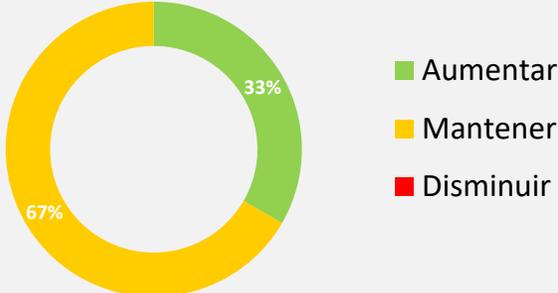
## Rentabilidad futura



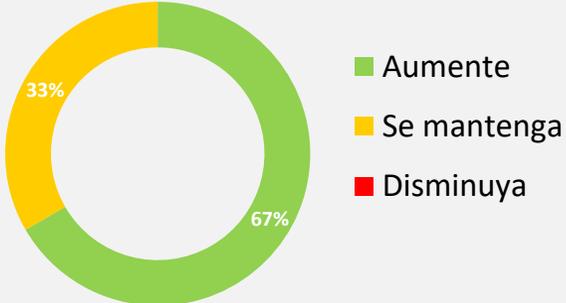
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Electrodomésticos

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 35 empresas de electrodomésticos las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 35 empresas fue de 461 personas y de 36 locales.
- Además, se incorporan los resultados de Electrodomésticos en Supermercados (6 empresas con 148 ocupados en el rubro).

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de electrodomésticos en el tercer trimestre de 2023 fue de -6,9%, permaneciendo bajo un escenario de contracción ya desde 4 trimestres consecutivos.
- El índice de difusión para las 35 empresas se ubicó en 24%, es decir que 8 de las 35 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo es idéntico al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción negativa, el indicador se ubicó en 43 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (11%) es inferior a las pesimistas que se ubicaron en 25%.

## Leading indicators

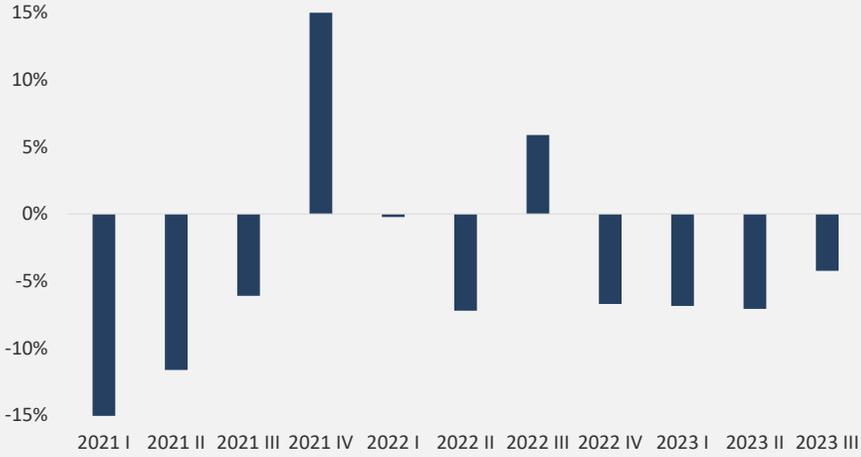
- Los indicadores de avance se ubicaron en 51 puntos, guarismo similar al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto a aumentar el personal, respecto al desarrollo de nuevas inversiones y frente a la compra de insumos.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, mostrando una leve desmejora respecto al segundo trimestre, y se ubican en zona de moderado optimismo. El 28% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 28% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

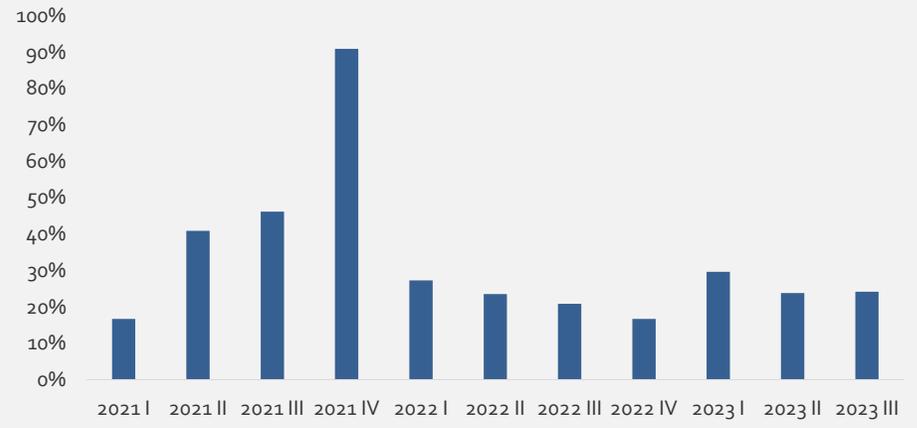
# Electrodomésticos

Variación real de las ventas



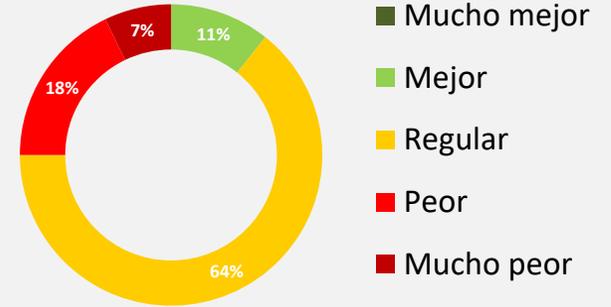
**24%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Electrodomésticos total	35	36	461	-5,3%	-8,9%	-4,2%
Electrodomésticos	29	36	313	-6,9%	-7,1%	-6,9%
Electrodomésticos - Supermercados	6	-	148	0,1%	-18,7%	1,4%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

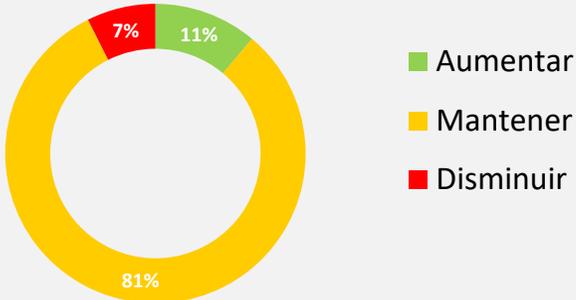
## Rentabilidad actual



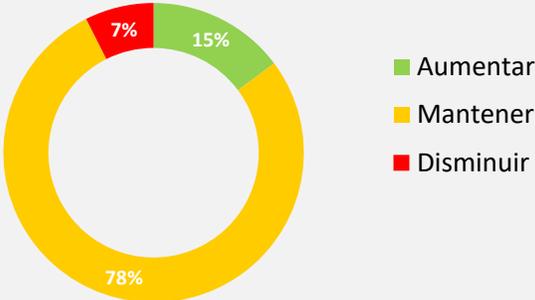
# Electrodomésticos

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

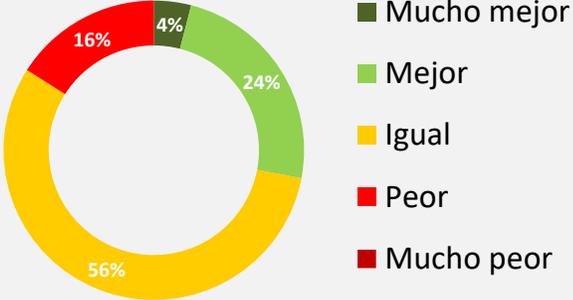
## Cantidad personal ocupado



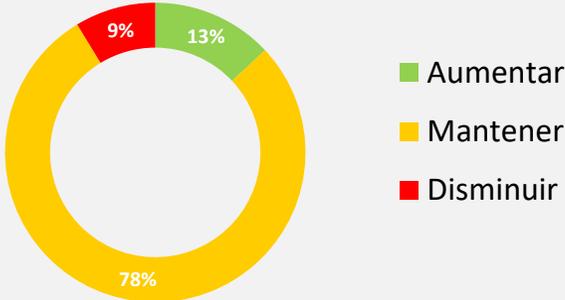
## Inversiones



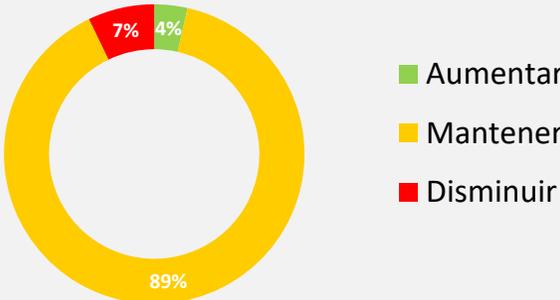
## Rentabilidad futura



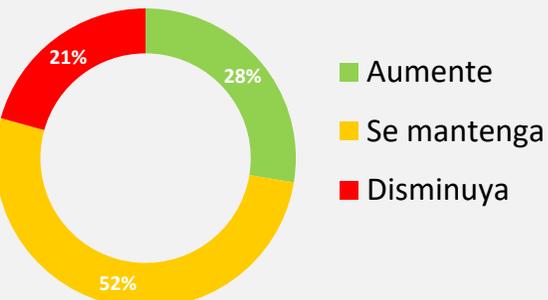
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Indumentaria

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 43 empresas de indumentaria las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 43 empresas fue de 371 personas y de 71 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de indumentaria en el tercer trimestre de 2023 fue de 3,3%, denotando cierta estabilidad respecto a lo acontecido en el trimestre anterior.
- El índice de difusión para las 43 empresas se ubicó en 49%, es decir que 21 de las 43 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una importante mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de indumentaria se constata una percepción levemente negativa, el indicador se ubicó en 49 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (32%) es levemente inferior a las pesimistas que se ubicaron en 34%.

## Leading indicators

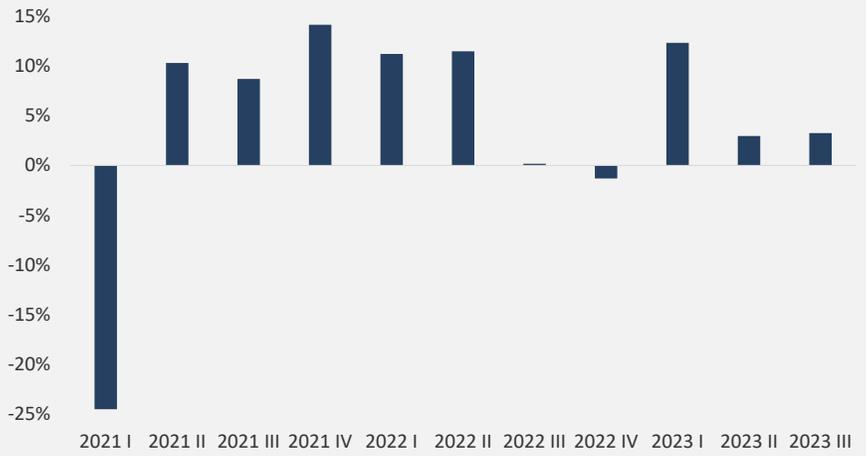
- Los indicadores de avance se ubicaron en 47 puntos, guarismo levemente inferior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran pesimistas respecto a aumentar el personal, respecto al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, desmejorando 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 cuarto trimestre de 2023, ya que el 31% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

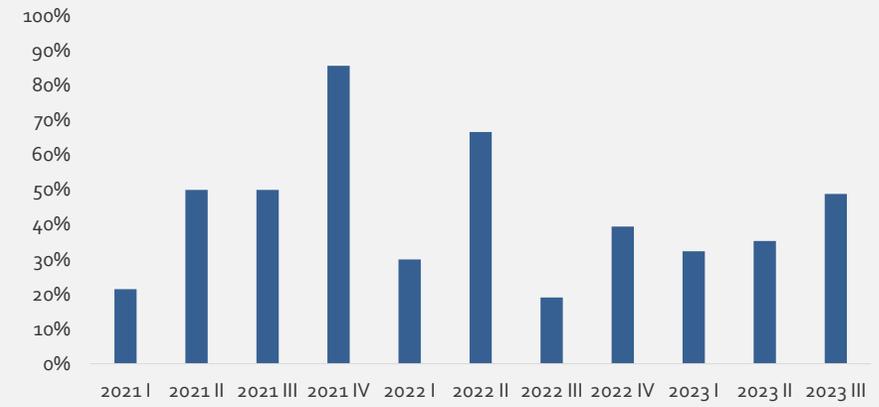
# Indumentaria

Variación real de las ventas



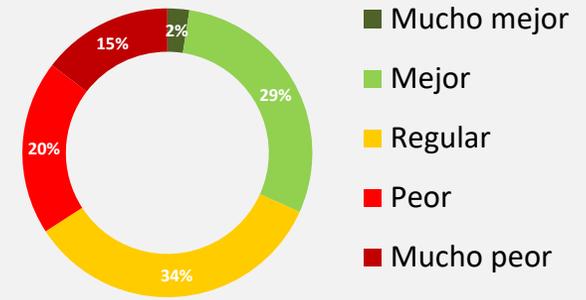
49% establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Indumentaria	43	71	371	12,3%	3,0%	3,3%
Índice de precios	-	-	-	3,1%	1,5%	-3,5%

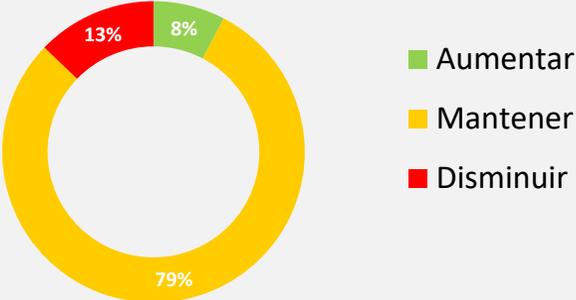
Rentabilidad actual



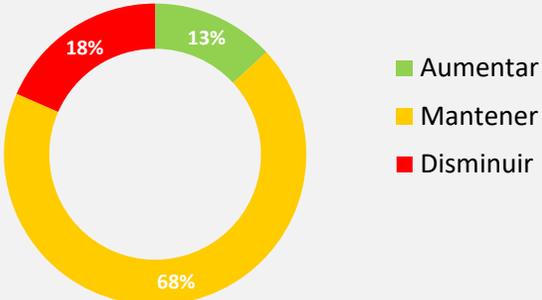
# Indumentaria

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

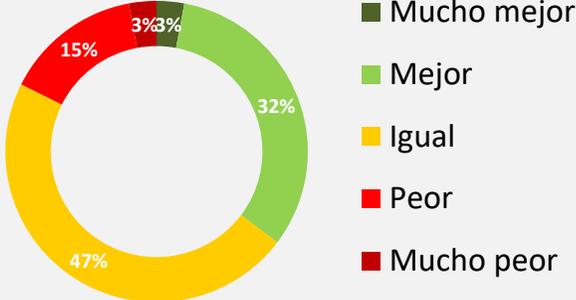
## Cantidad personal ocupado



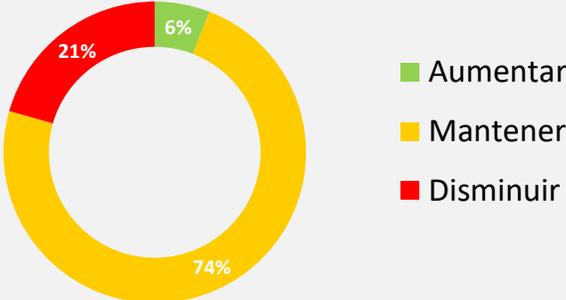
## Inversiones



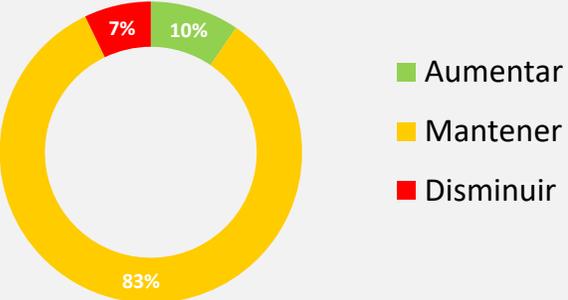
## Rentabilidad futura



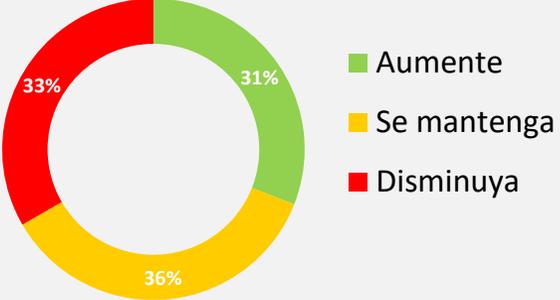
## Compra de insumos



## 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 tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 40 empresas fue de 493 personas y de 45 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de informática en el tercer trimestre de 2023 fue de -0,7%, denotando una leve mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior, aunque permanece escenario negativo ya desde el primer trimestre del presente año.
- 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 tercer trimestre. Este guarismo representa una leve desmejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de informática se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 66 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (34%) es bastante superior a las pesimistas que se ubicaron en 3%.

## Leading indicators

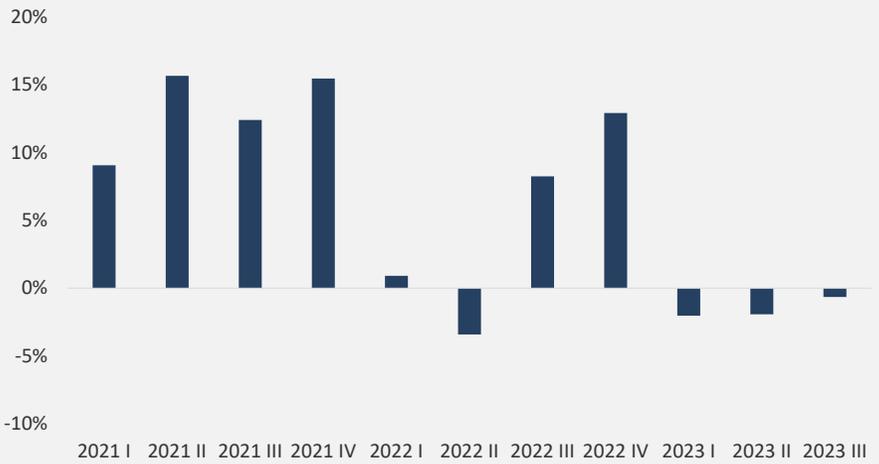
- Los indicadores de avance se ubicaron en 51 puntos, guarismo levemente inferior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran optimistas respecto a aumentar el personal y respecto al desarrollo de inversiones.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, manteniéndose estables 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 positivas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 38% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

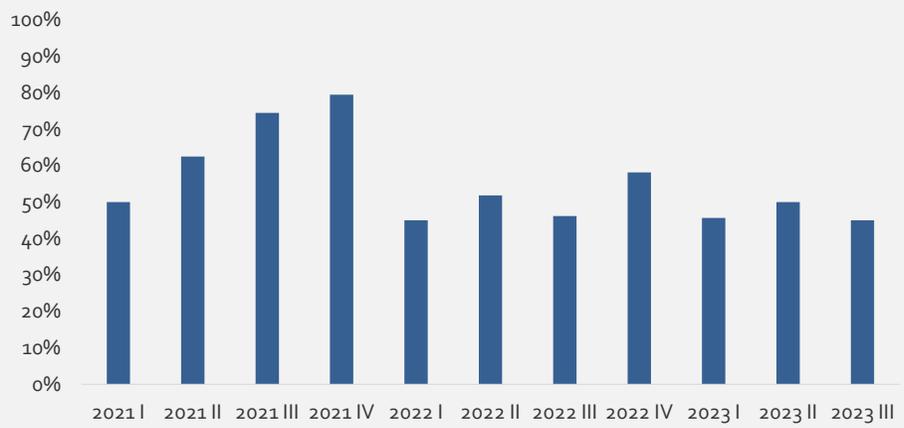
# Informática

Variación real de las ventas

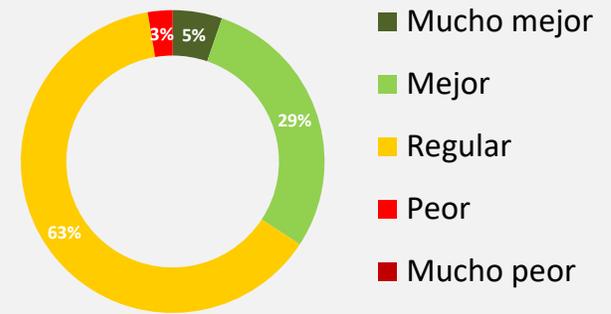


45% establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

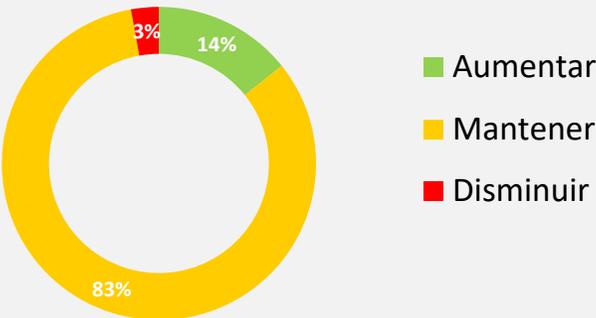


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Informática	40	45	493	-2,0%	-1,9%	-0,7%
Índice de precios	-	-	-	1,5%	1,6%	1,8%

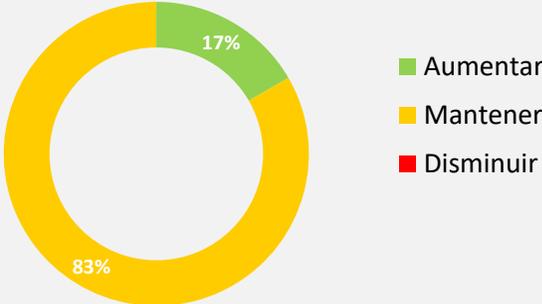
# Informática

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

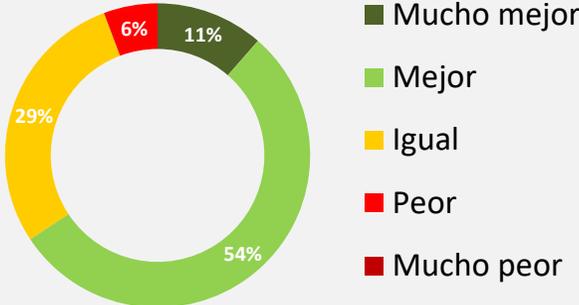
## Cantidad personal ocupado



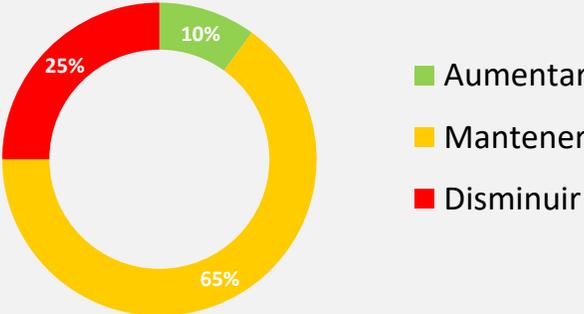
## Inversiones



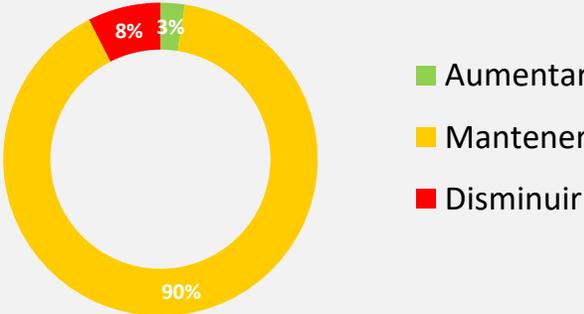
## Rentabilidad futura



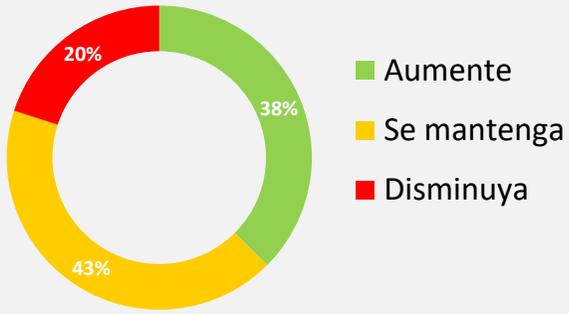
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Jugueterías

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 8 empresas de Juguetería las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 8 empresas fue de 243 personas y de 14 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de juguetería en el tercer trimestre de 2023 fue de 0,8%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior, revirtiendo de esta forma el registro negativo del período anterior.
- El índice de difusión para las 8 empresas se ubicó en 50%, es decir que 4 de las 8 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una notoria mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de juguetería se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 58 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (33%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 17%.

## Leading indicators

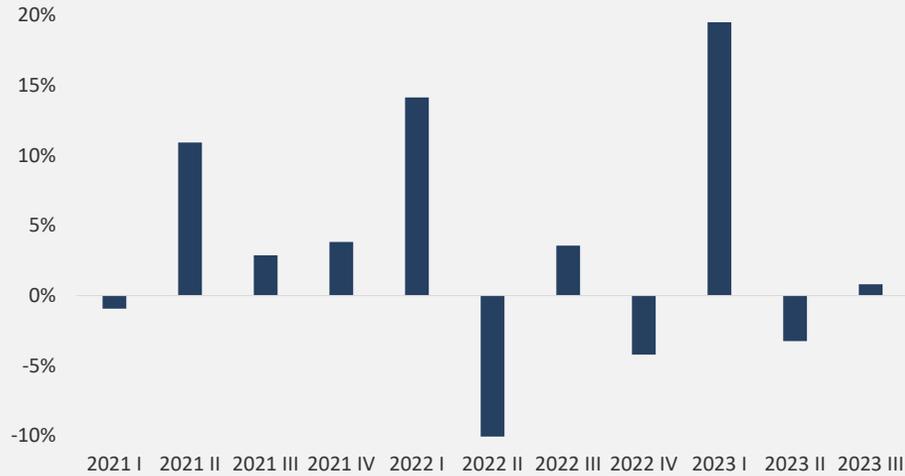
- Los indicadores de avance se ubicaron en 50 puntos, guarismo similar al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran neutrales respecto a aumentar el personal, al desarrollo de inversiones, a la compra de insumos y al aumento de la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, desmejorando respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de moderado optimismo. El 33% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 38% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

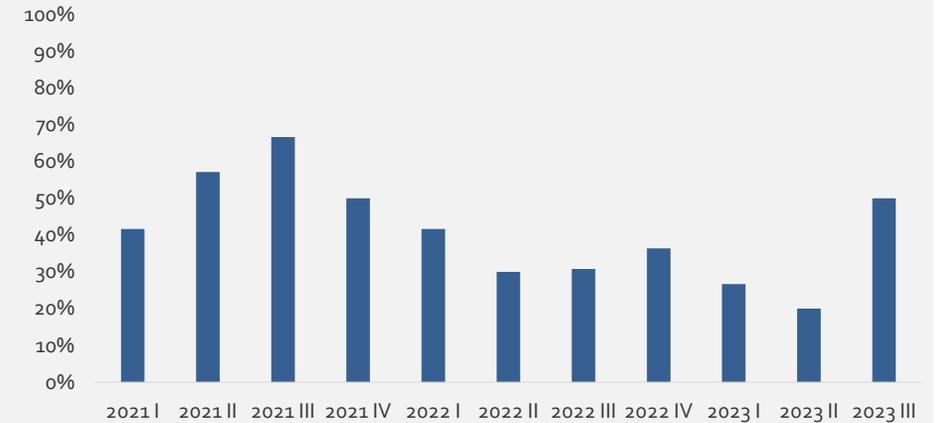
# Jugueterías

## Variación real de las ventas



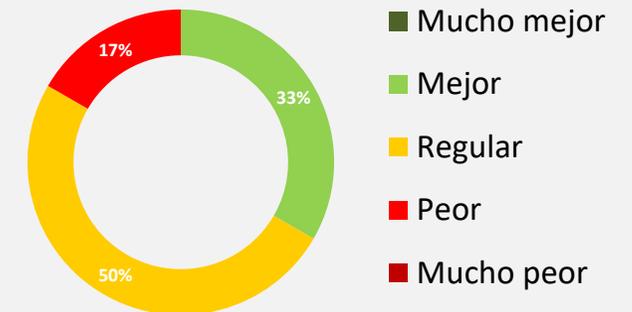
50%  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

## Índice de Difusión



## Rentabilidad actual

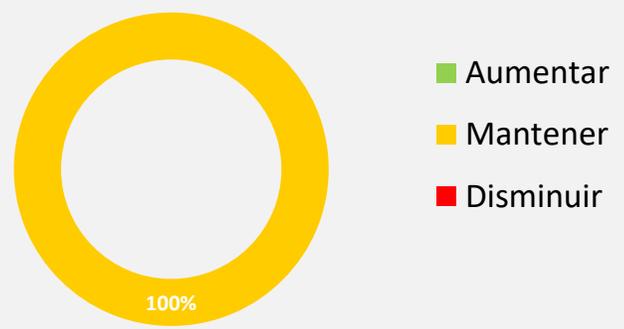
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Juguetes	8	14	243	19,5%	-3,3%	0,8%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%



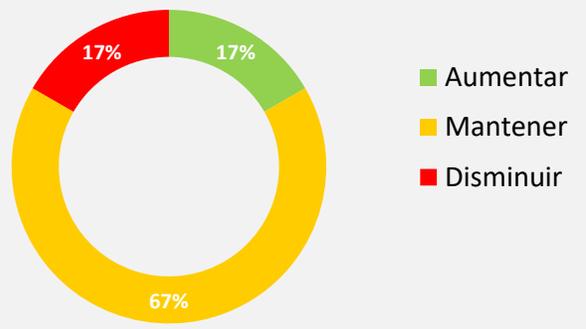
# Jugueterías

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

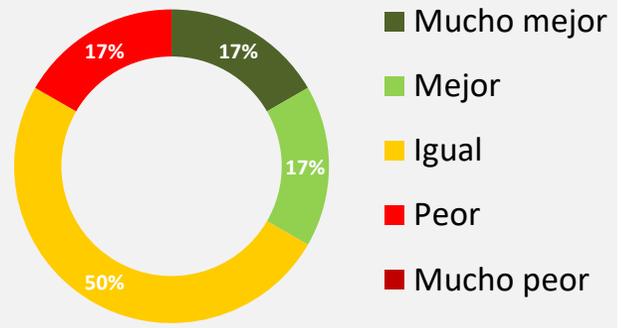
## Cantidad personal ocupado



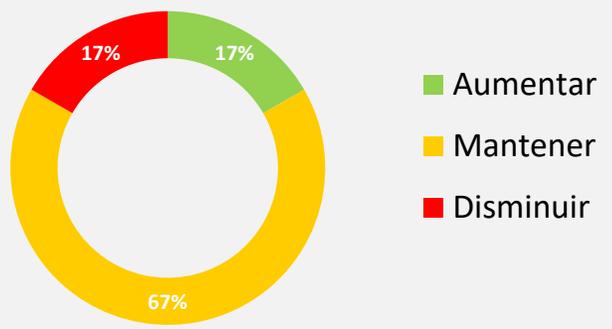
## Inversiones



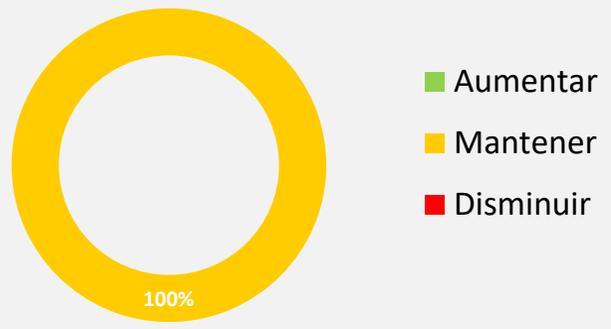
## Rentabilidad futura



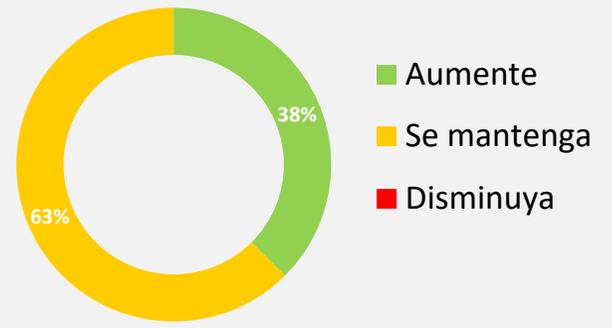
## Compra de insumos



## 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 tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 6 empresas fue de 29 personas y de 7 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las librerías en el tercer trimestre de 2023 fue de -7,6%, denotando una leve desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior y permaneciendo en terreno negativo.
- El índice de difusión para las 6 empresas se ubicó en 17%, es decir que 1 de las 6 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo también representa una desmejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas de juguetería se constata una percepción neutral, el indicador se ubicó en 50 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (33%) igualó a las pesimistas que se ubicaron en 33% también.

## Leading indicators

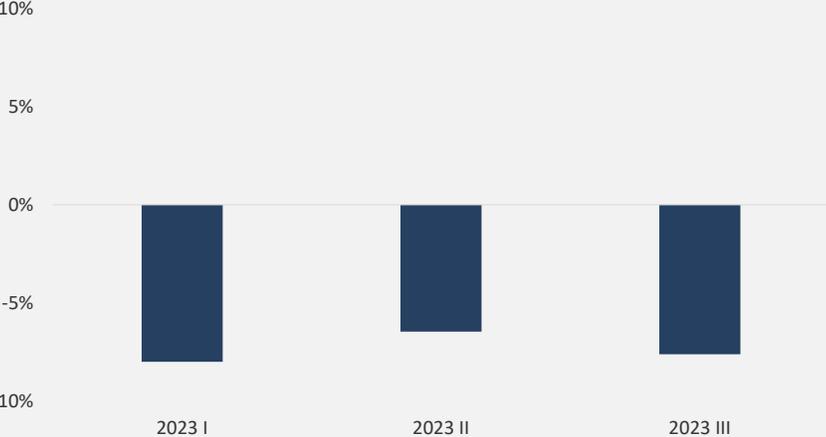
- Los indicadores de avance se ubicaron en 65 puntos, guarismo superior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto a aumentar el personal, al desarrollo de inversiones, a la compra de insumos y al aumento de la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, desmejorando respecto al trimestre anterior y se ubican en zona neutral. El 17% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 17% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

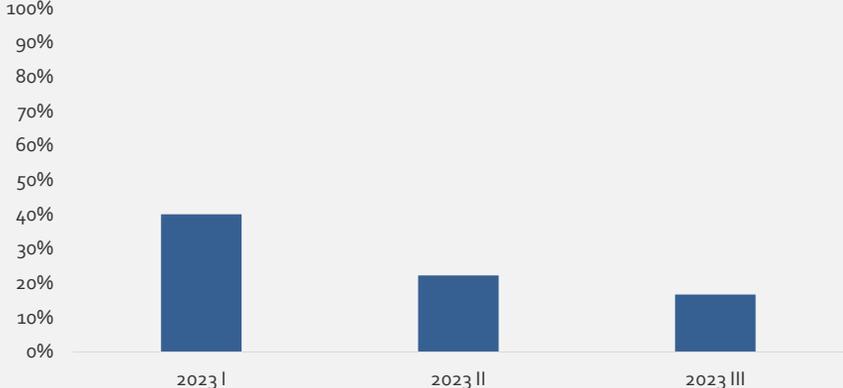
# Librerías

Variación real de las ventas

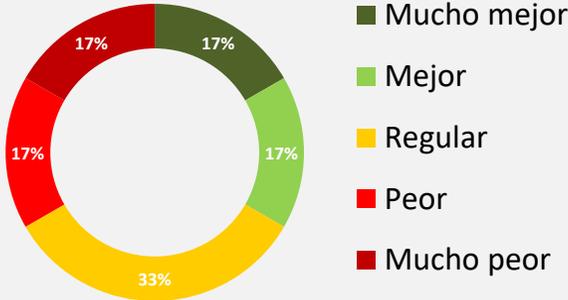


**17%**  
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

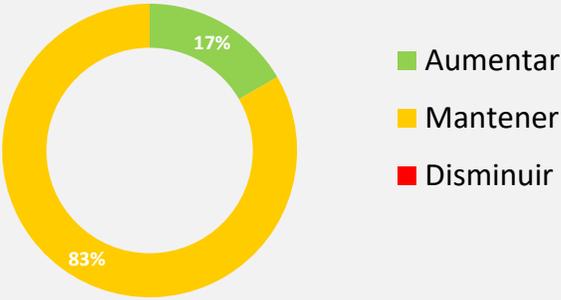


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Librerías	6	7	29	-8,0%	-6,5%	-7,6%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

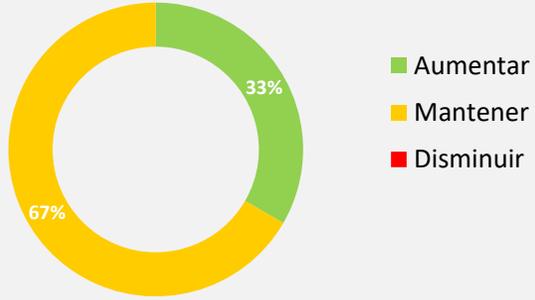
# Librerías

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

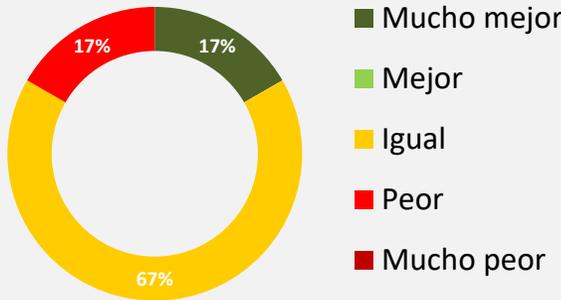
## Cantidad personal ocupado



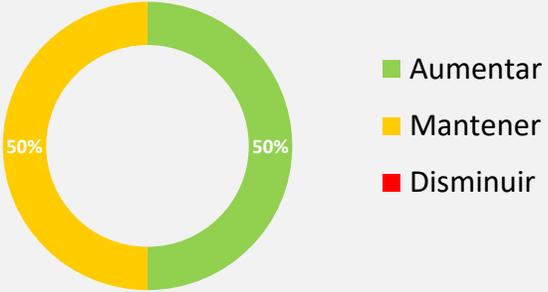
## Inversiones



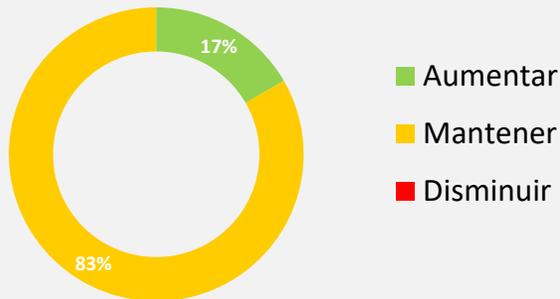
## Rentabilidad futura



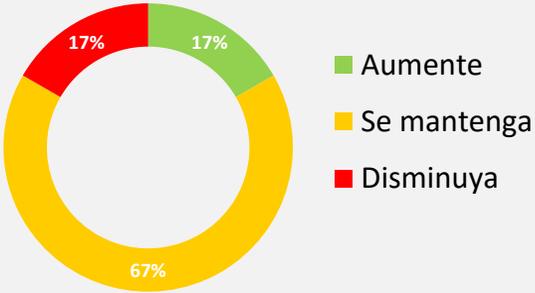
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Minimercados

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 67 empresas del rubro Minimercados las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 67 empresas fue de 659 personas y de 75 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de los Minimercados en el tercer trimestre de 2023 fue de -4,8%, permaneciendo bajo un escenario de contracción aunque desacelerando levemente la caída respecto al registro del trimestre anterior.
- El índice de difusión para las 67 empresas se ubicó en 24%, es decir que 16 de las 67 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de los minimercados se constata una percepción negativa, el indicador se ubicó en 44 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (21%) fue menor a las pesimistas que se ubicaron en 33%.

## Leading indicators

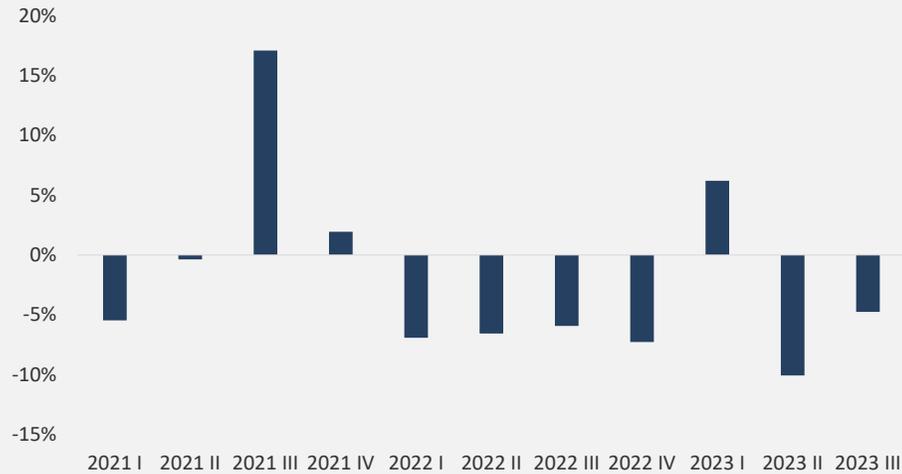
- Los indicadores de avance se ubicaron en 54 puntos, guarismo levemente inferior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al desarrollo de inversiones y a la compra de insumos.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, desmejorando levemente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de moderado optimismo. El 45% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron algo neutrales frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 26% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

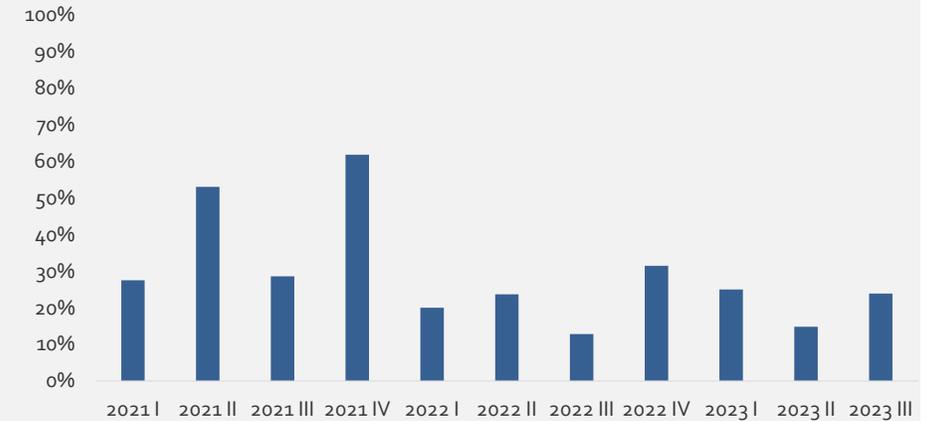
# Minimercados

## Variación real de las ventas



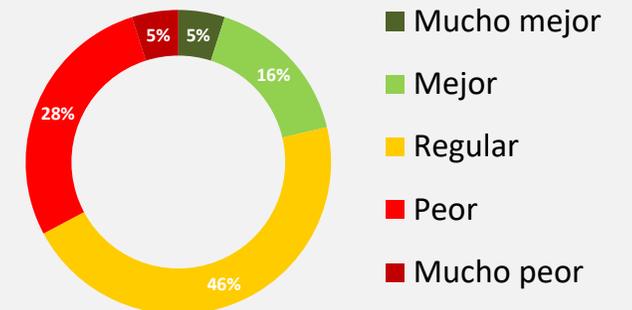
**24%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

## Índice de Difusión



## Rentabilidad actual

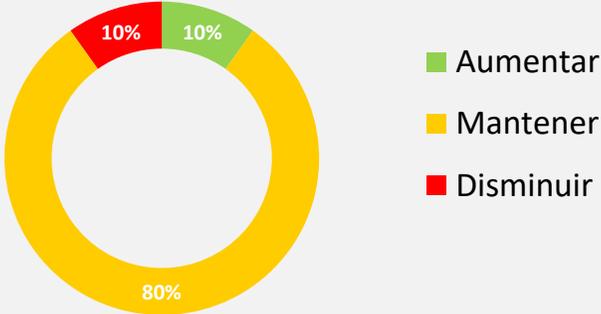
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Minimercados	67	75	659	6,2%	-10,1%	-4,8%
Índice de precios	-	-	-	11,3%	12,0%	6,3%



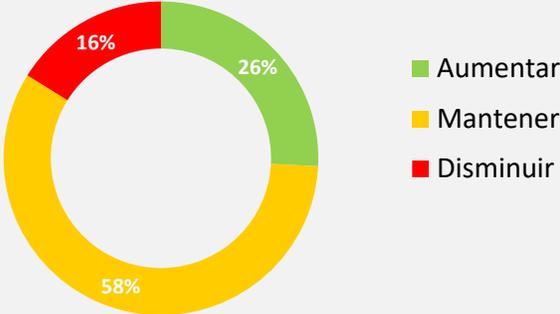
# Minimercados

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

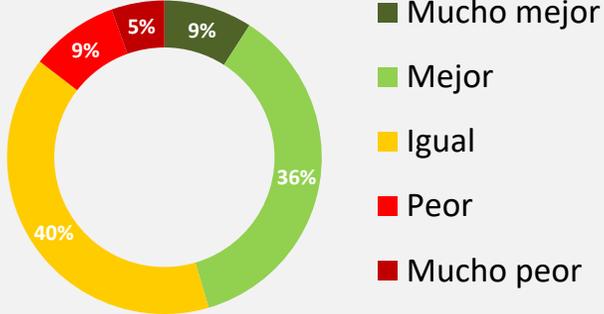
## Cantidad personal ocupado



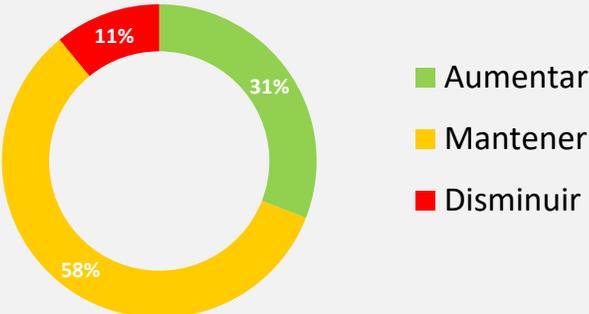
## Inversiones



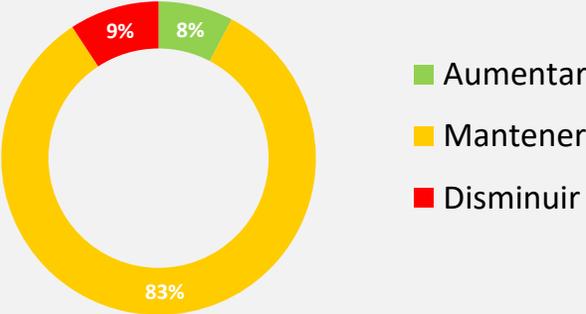
## Rentabilidad futura



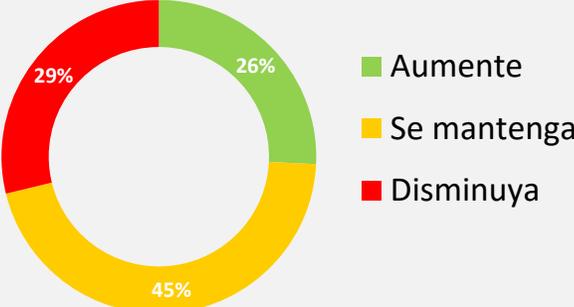
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Muebles, accesorios para el hogar y bazar

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 28 empresas del rubro Muebles, accesorios para el hogar y bazar de las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las 28 empresas fue de 713 personas y de 29 locales.
- Además, se incorporan los resultados de Electrodomésticos en Supermercados (6 empresas con 428 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 tercer trimestre de 2023 fue de -3,8%, denotando una leve mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior. Sin embargo, el rubro permanece ya durante 6 trimestres consecutivos registrando tasas de variaciones negativas en sus ventas reales.
- El índice de difusión para las 28 empresas se ubicó en 50%, es decir que 14 de las 28 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo es notoriamente superior al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción positiva, el indicador se ubicó en 55 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (48%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 38%.

## Leading indicators

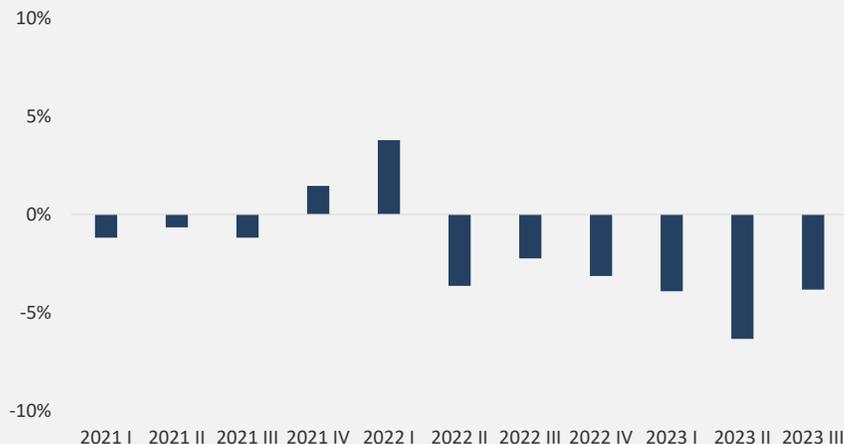
- Los indicadores de avance se ubicaron en 49 puntos, guarismo similar al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran negativas respecto al aumento del personal y frente a la compra de insumos. A su vez, se muestran neutrales frente al aumento de la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mostrando una clara mejora respecto al segundo trimestre, y se ubican en zona de importante optimismo. El 63% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 32% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

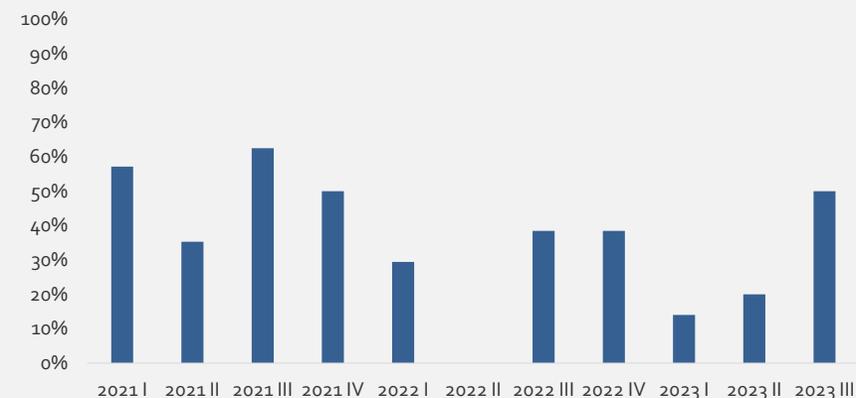
# Muebles, accesorios para el hogar y bazar

## Variación real de las ventas



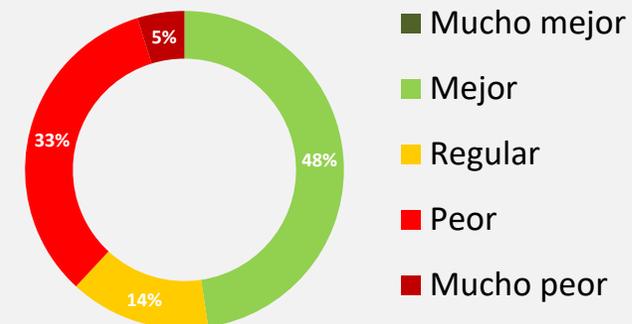
**50%**  
Establecieron que sus ventas aumentaron

## Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Muebles y accesorios del hogar Total	28	29	713	-3,9%	-6,3%	-3,8%
Muebles y accesorios del hogar	22	29	285	-12,2%	-12,5%	-1,4%
Muebles y accesorios del hogar Supermercados	6	-	428	-0,3%	-1,8%	-5,4%
Índice de precios	-	-	-	5,6%	4,4%	1,6%

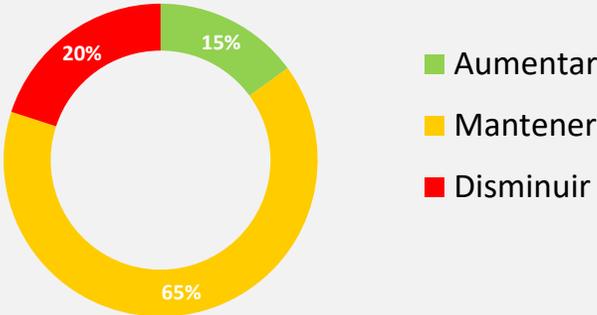
## Rentabilidad actual



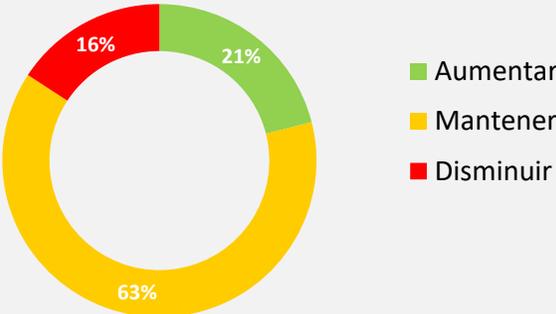
# Muebles, accesorios para el hogar y bazar

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

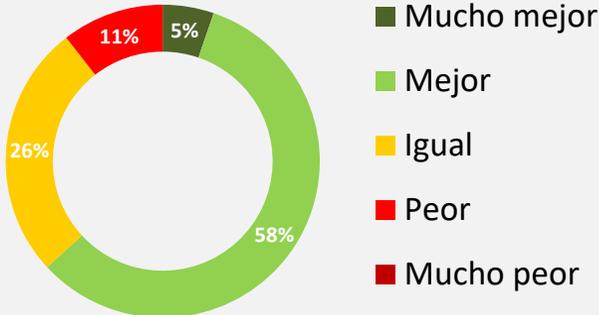
## Cantidad personal ocupado



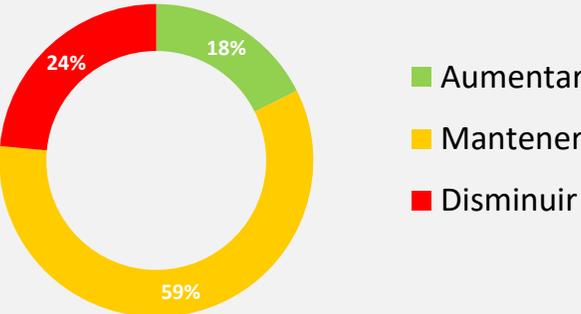
## Inversiones



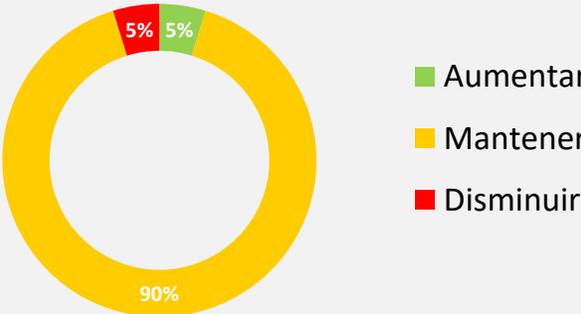
## Rentabilidad futura



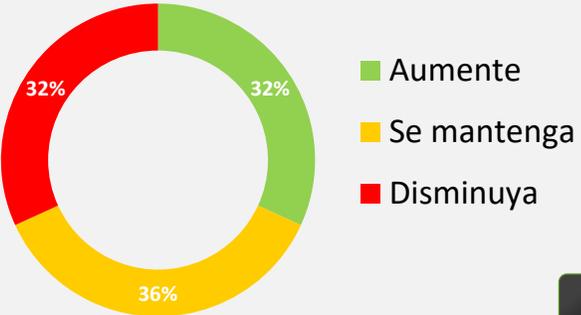
## Compra de insumos



## 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 tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las empresas fue de 101 personas y de 20 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las ópticas en el tercer trimestre de 2023 fue de -9,7%, denotando un resultado similar respecto a lo acontecido en el trimestre anterior.
- El índice de difusión para las 13 empresas se ubicó en 31%, es decir que 5 de las 16 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las ópticas se constata una percepción neutral, el indicador se ubicó en 50 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (23%) igualó a las pesimistas que se ubicaron en 23% también.

## Leading indicators

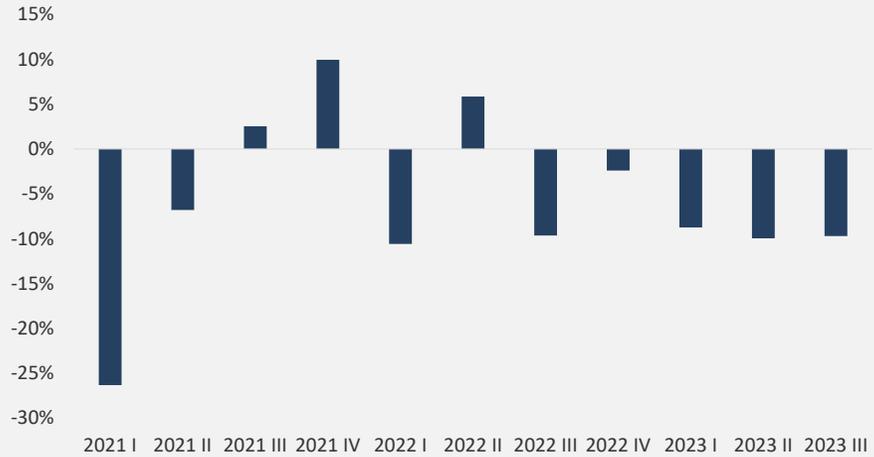
- Los indicadores de avance se ubicaron en 42 puntos, guarismo levemente inferior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran negativas respecto al aumento de personal, al desarrollo de inversiones, a la compra de insumos y al aumento de la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, mejorando levemente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de atendible optimismo. El 31% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron algo negativas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que sólo el 15% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

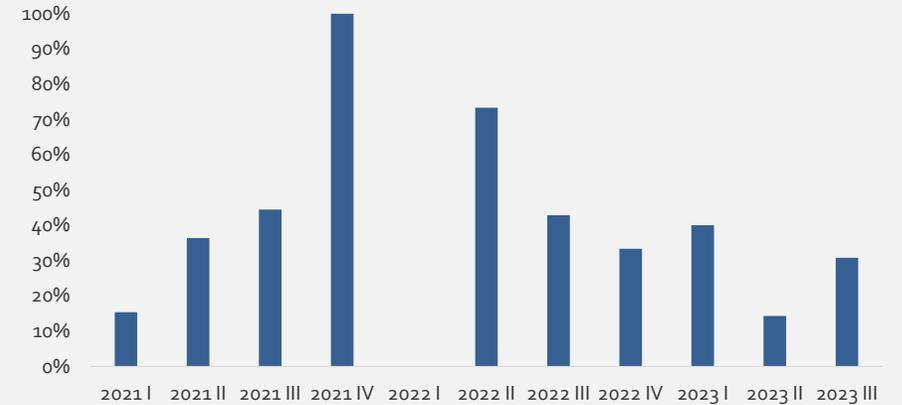
# Ópticas

## Variación real de las ventas



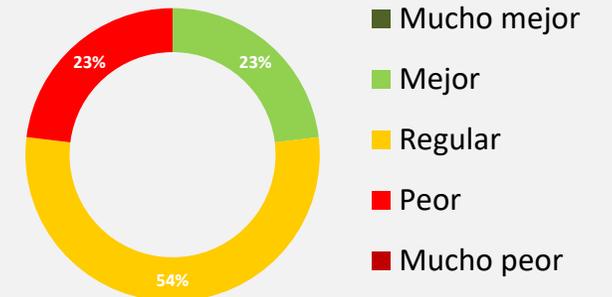
**31%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

## Índice de Difusión



## Rentabilidad actual

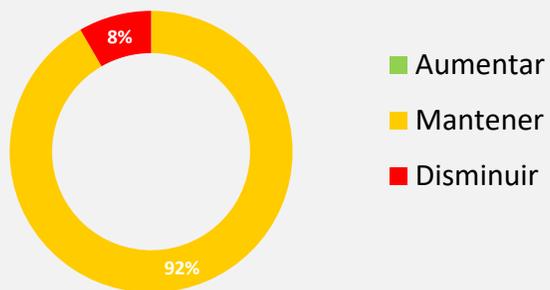
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Ópticas	13	20	101	-8,7%	-10,0%	-9,7%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%



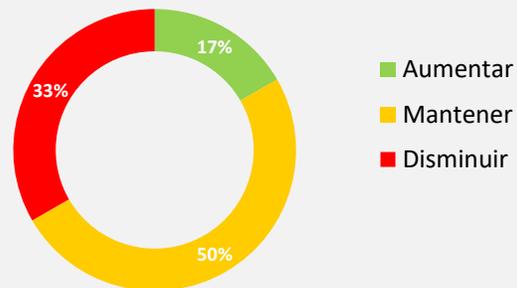
# Ópticas

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

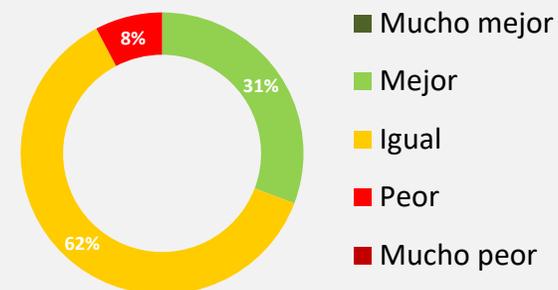
## Cantidad personal ocupado



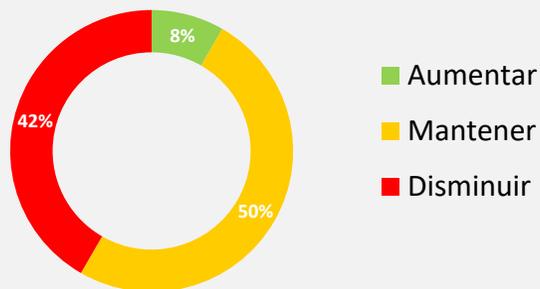
## Inversiones



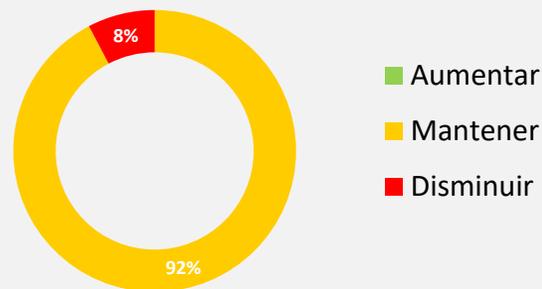
## Rentabilidad futura



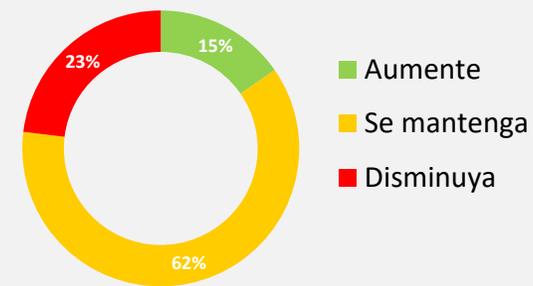
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Papelería y Oficina

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 7 empresas del rubro Papelería y oficina las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las empresas fue de 25 personas y de 7 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas en el tercer trimestre de 2023 fue de -0,4%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior, aunque permanece en terreno negativo.
- El índice de difusión para las 7 empresas se ubicó en 43%, es decir que 3 de las 7 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción negativa, el indicador se ubicó en 42 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (17%) fue inferior a las pesimistas que se ubicaron en 33%.

## Leading indicators

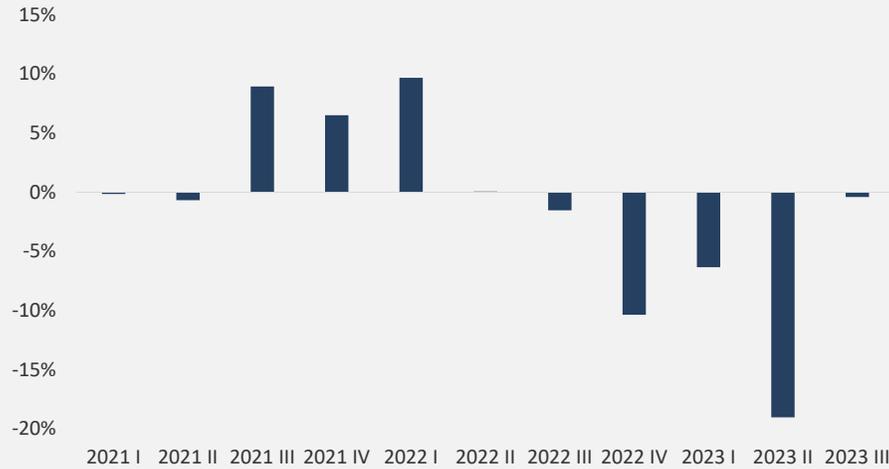
- Los indicadores de avance se ubicaron en 54 puntos, guarismo levemente superior al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran negativas respecto al aumento de personal y al aumento de la cantidad de locales. Mientras que, se mostraron positivas respecto al desarrollo de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

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, desmejorando respecto al trimestre anterior y se ubican en zona neutral. El 33% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron algo negativas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 29% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

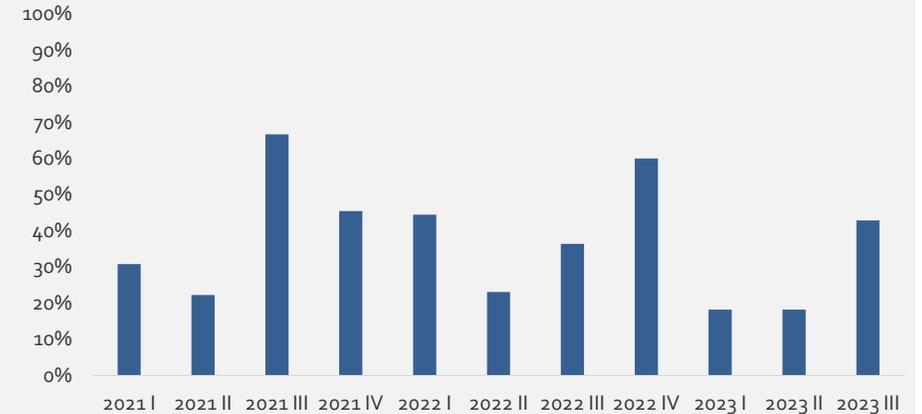
# Papelería y Oficina

## Variación real de las ventas

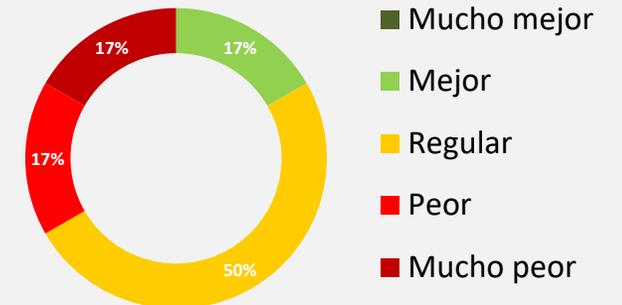


**43%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

## Índice de Difusión



## Rentabilidad actual

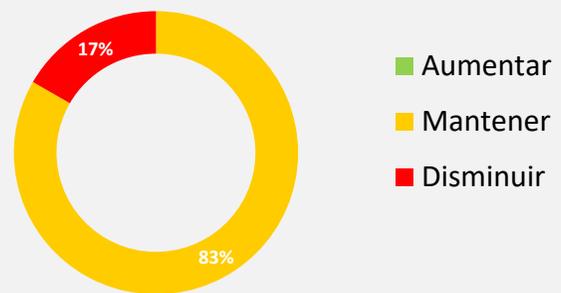


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Papelería y oficina	7	7	25	-6,3%	-19,0%	-0,4%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

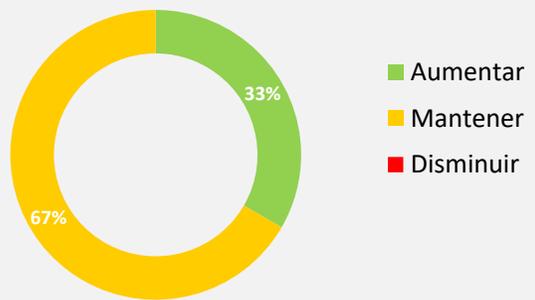
# Papelería y Oficina

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

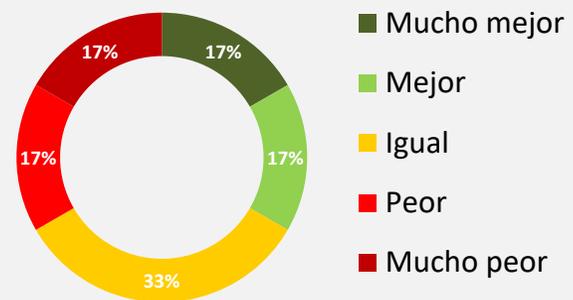
## Cantidad personal ocupado



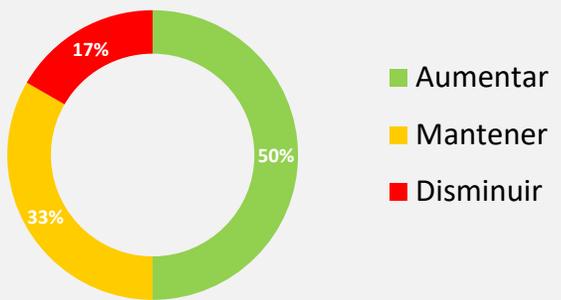
## Inversiones



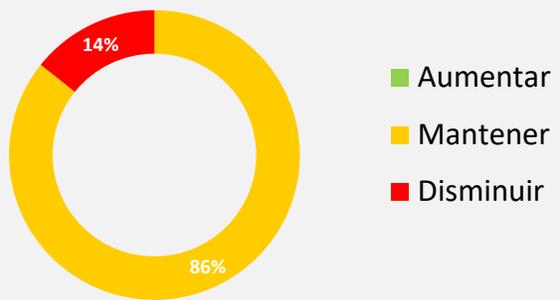
## Rentabilidad futura



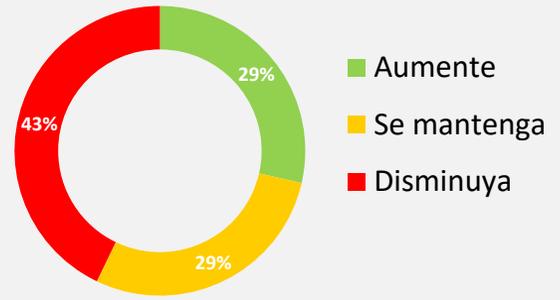
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Supermercados

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 41 Supermercados los cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para los supermercados fue de 8.233 personas y de 133 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas en el tercer trimestre de 2023 fue de -3,9%, denotando una desmejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior.
- El índice de difusión para las 41 empresas se ubicó en 24%, es decir que 10 de las 41 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una desmejora leve respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las empresas se constata una percepción negativa, el indicador se ubicó en 45 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (21%) fue inferior a las pesimistas que se ubicaron en 31%.

## Leading indicators

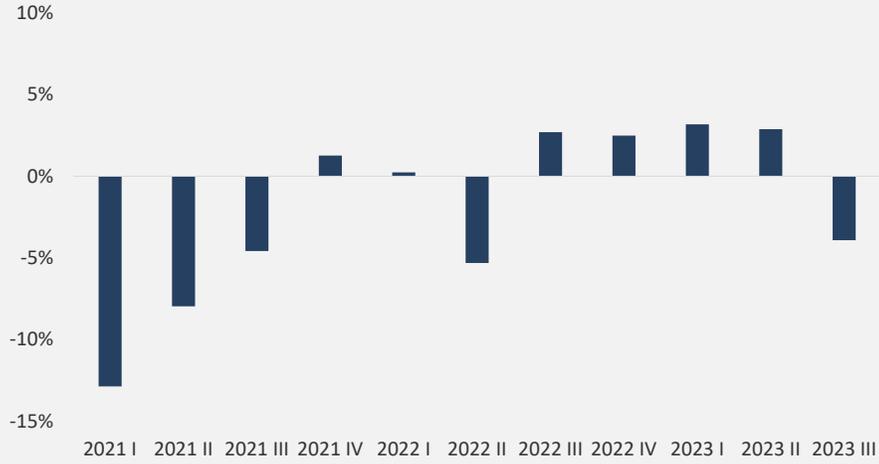
- Los indicadores de avance se ubicaron en 51 puntos, guarismo similar al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al aumento de personal y al desarrollo de inversiones. Mientras que, se mostraron negativas respecto a la compra de insumos y al aumento de la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, desmejorando respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de atendible optimismo. El 39% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron algo neutrales frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 33% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

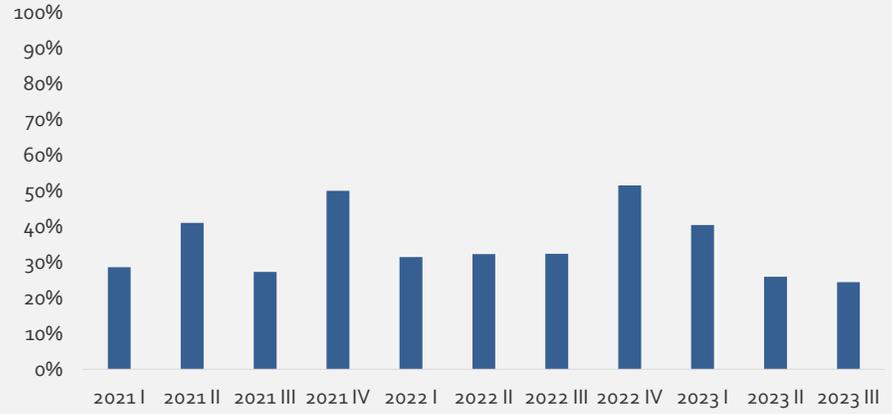
# Supermercados

Variación real de las ventas



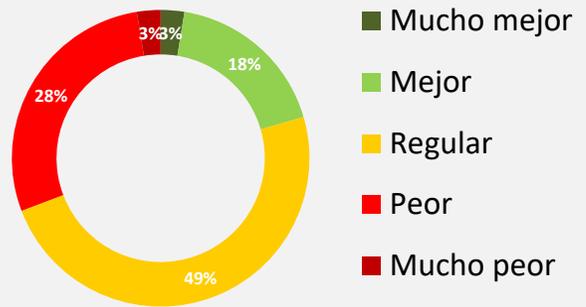
**24%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Supermercados	41	133	8.233	3,2%	2,9%	-3,9%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%



# Supermercados

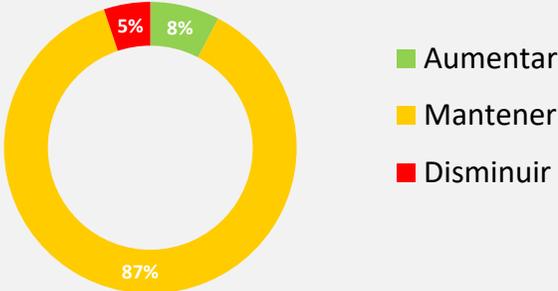
Rubros	I.2023	II.2023	III.2023
Alimentos no perecederos	0,8%	-1,9%	-3,2%
Alimentos perecederos, congelados	7,2%	5,2%	2,9%
Panadería, Rotisería, etc.	22,6%	14,1%	9,7%
Refrescos y Bebidas alcohólicas	8,3%	19,4%	13,3%
Limpieza del hogar	-1,4%	2,5%	-4,4%
Informática, Imagen, Audio, Video	-11,2%	-19,5%	-7,1%
Grandes electrodomésticos	0,1%	-18,7%	1,4%
Otros artículos del hogar	-2,1%	-0,2%	-3,7%
Bazar	2,5%	-1,0%	-6,2%
Cosmética y Perfumería	-6,4%	-6,7%	-9,1%
Juguetería	-1,2%	1,0%	-7,2%
Librería y papelería	-0,3%	2,4%	-47,0%
Ferretería	-6,6%	-5,2%	-5,7%
Vestimenta	-0,6%	8,6%	1,8%
Calzado	6,1%	1,5%	13,6%
Otros	0,4%	-8,2%	5,8%
<b>TOTAL</b>	<b>4,9%</b>	<b>7,0%</b>	<b>0,5%</b>

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 3,9% mientras que, para el cuadro abierto por subrubro el total es un incremento de 0,5%.

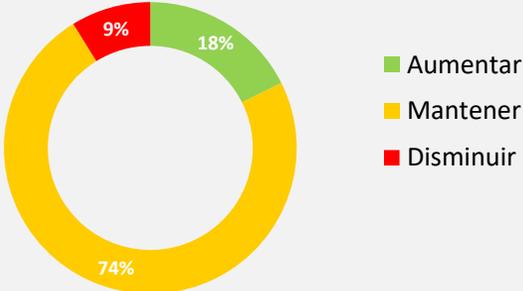
# Supermercados

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

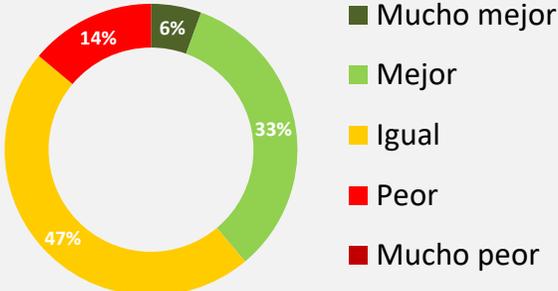
## Cantidad personal ocupado



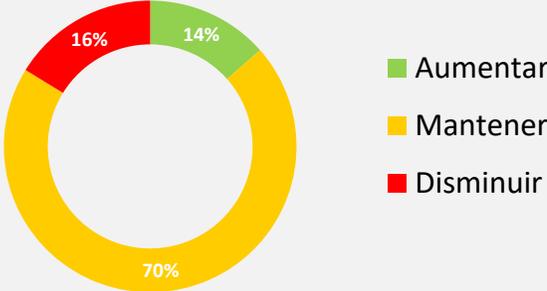
## Inversiones



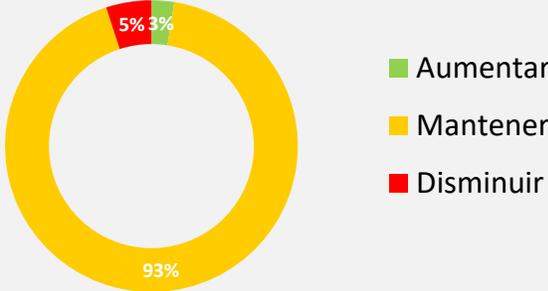
## Rentabilidad futura



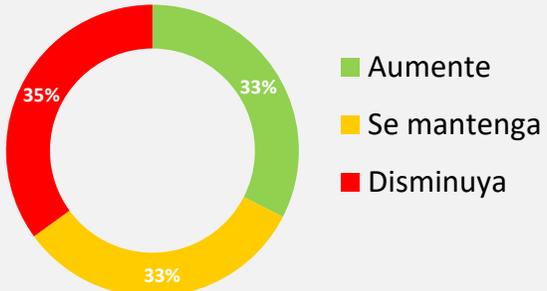
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Vehículos, repuestos automotores, combustible

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 70 empresas del rubro Vehículos, repuestos automotores, combustible las cuales informaron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023. El personal ocupado para las empresas fue de 899 personas y de 92 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas en el tercer trimestre de 2023 fue de 6,1%, denotando una mejora respecto a lo acontecido en el trimestre anterior.
- El índice de difusión para las 70 empresas se ubicó en 74%, es decir que 52 de las 70 empresas establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa también una clara mejora respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- 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 (26%) fue levemente superior a las pesimistas que se ubicaron en 20%.

## Leading indicators

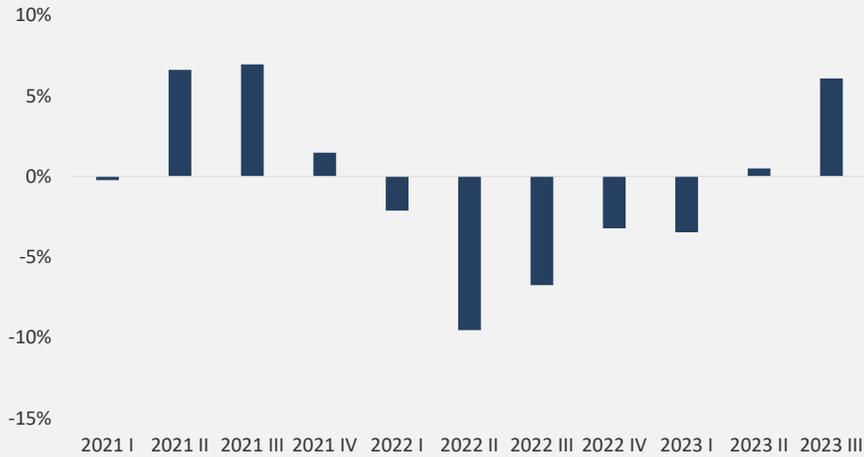
- Los indicadores de avance se ubicaron en 54 puntos, guarismo idéntico al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las empresas se muestran positivas respecto al aumento de personal, al desarrollo de inversiones, a la compra de insumos y al aumento de la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona verde, desmejorando levemente respecto al trimestre anterior y se ubican en zona de atendible optimismo. El 48% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron positivas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 41% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

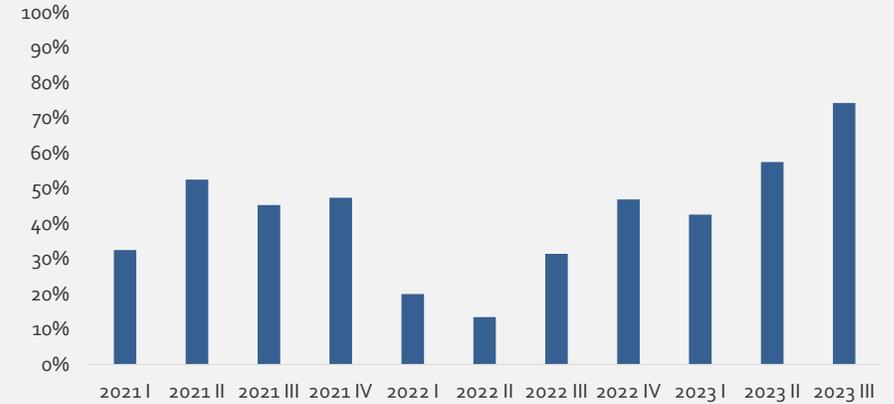
# Vehículos, repuestos automotores, combustible

Variación real de las ventas

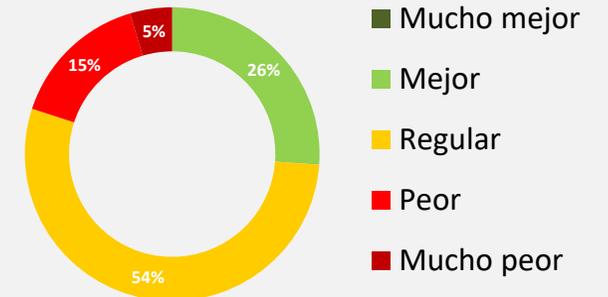


**74%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

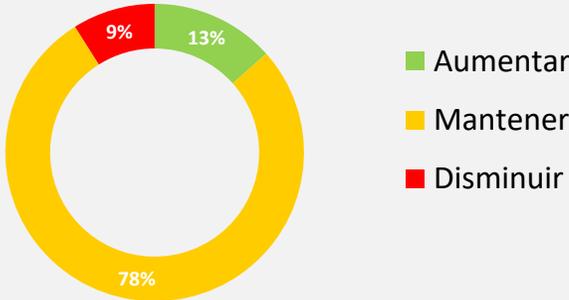


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I. 2023	II. 2023	III. 2023
Vehículos, Repuestos automotores, Combustible	70	92	899	-3,5%	0,5%	6,1%
Índice de precios	-	-	-	1,2%	-2,8%	-4,8%

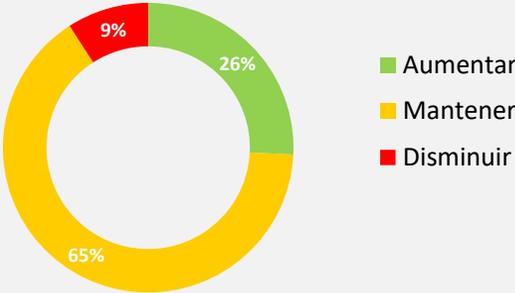
# Vehículos, repuestos automotores, combustible

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

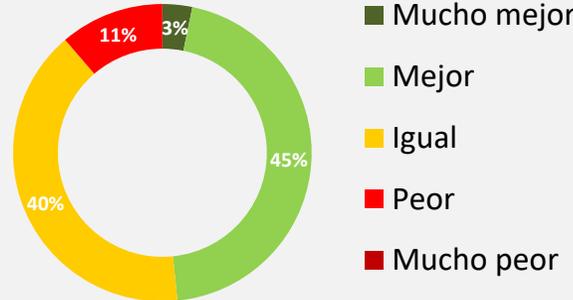
## Cantidad personal ocupado



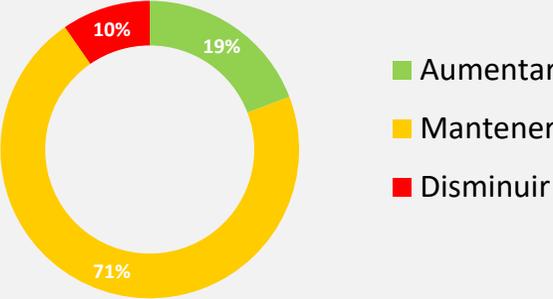
## Inversiones



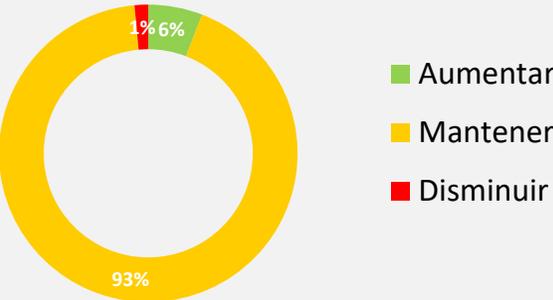
## Rentabilidad futura



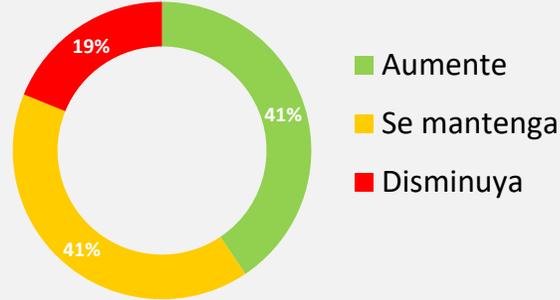
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Automóviles, camionetas, camiones y ómnibus

Venta okm (variación interanual)	II. 2022	III. 2022	IV. 2022	I. 2023	II. 2023	III. 2023
Autos y Camionetas	-0,5%	8,4%	15,7%	1,9%	5,9%	14,9%
Camiones y Ómnibus	19,2%	-5,0%	16,9%	5,4%	15,2%	8,2%

Fuente: Elaboración propia en base a datos AUTODATA

- En lo que refiere a la venta de autos y camionetas 0km, en el tercer trimestre del año se vendieron 14.796 unidades de autos y camionetas 0km.
- Este resultado implicó un avance de 14,9% en comparación al guarismo de igual período un año atrás cuando se había comercializado un total de 12.882 unidades.
- Por otra parte, las ventas de ómnibus y camiones, crecieron en el tercer trimestre: 8,2% en comparación con el mismo periodo del año anterior.
- En concreto, durante el tercer trimestre de este año se comercializaron 898 (845 camiones y 53 ómnibus) unidades de ómnibus y camiones, mientras que, en el mismo período un año atrás se habían comercializado 830.

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

Fuente: Elaboración propia en base a datos AUTODATA

Venta de ómnibus y camiones					
AÑO	I	II	III	IV	Total
2016	336	351	316	490	<b>1.493</b>
2017	385	456	453	589	<b>1.883</b>
2018	396	497	513	559	<b>1.965</b>
2019	389	387	424	694	<b>1.894</b>
2020	336	394	567	754	<b>2.051</b>
2021	680	636	874	874	<b>3.064</b>
2022	645	758	830	1.022	<b>3.255</b>
2023	680	873	898		

Fuente: Elaboración propia en base a datos AUTODATA



# Sector Servicios

Ventas, Índice difusión por rubro del sector Servicios



# Servicios

## Descriptivo

- De las 104 empresas que indicaron la variación cuantitativa de sus ventas durante el tercer trimestre 2023, 58 se encuentran en Montevideo, y 46 en el interior. El personal ocupado para las 104 empresas fue de 1.720 con 108 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las empresas de servicios en Montevideo fue de -6,3% en el tercer trimestre de 2023, mientras que para el Interior se registró un retroceso de -1,7%. Estos registros continuaron con la tónica del trimestre anterior para ambos casos, incluso acentuándose el escenario de retroceso.
- El índice de difusión para el total de empresas de servicios en Montevideo se ubicó en 33% en tercer trimestre de 2023, al tiempo que para las empresas del interior se ubicó en 24%. En ambos casos reduciéndose respecto al segundo trimestre.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) en las empresas de servicios se constata una percepción optimista, el indicador se ubicó en 62 para las de Montevideo, y en 66 puntos para las del interior, esto significa que en ambos casos el porcentaje de respuestas optimistas es superior a las pesimistas y mejorando respecto al trimestre anterior.

## Leading indicators

- Los indicadores de avance superaron los 50 puntos tanto en las empresas de Montevideo como en las del interior, aunque se ubican entorno del nivel de neutralidad.
- Las empresas de Montevideo son neutrales en cuanto a la proyección de comprar insumos, inversiones, locales y contratar personal, mientras que las del interior se mostraron optimistas en lo que refiere a personal contratado y neutrales en demás indicadores.

## 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 71 puntos para Montevideo y 76 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 del interior son levemente más optimistas que las de Montevideo respecto a que la facturación en el cuarto trimestre de 2023 mejore, ya que se registró un porcentaje levemente mayor de respuestas positivas por sobre las negativas, lo que denota buenas perspectivas para el próximo trimestre. Cabe destacar, que los guarismos se mantuvieron en mismo nivel de optimismo para las empresas de Montevideo, mientras que para las del interior aumentaron.

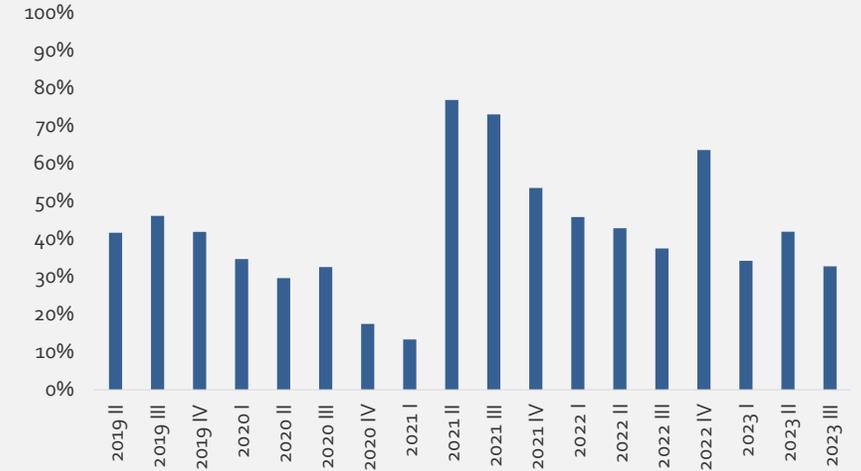
# Servicios Montevideo

Variación real de las ventas

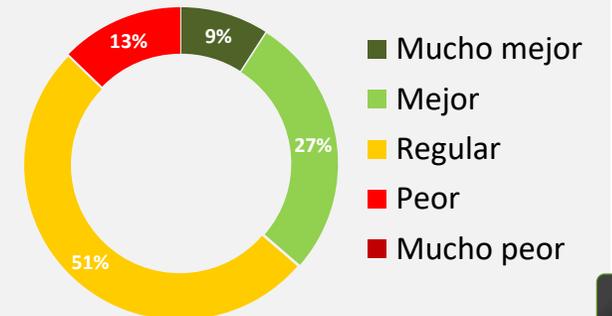


**33%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

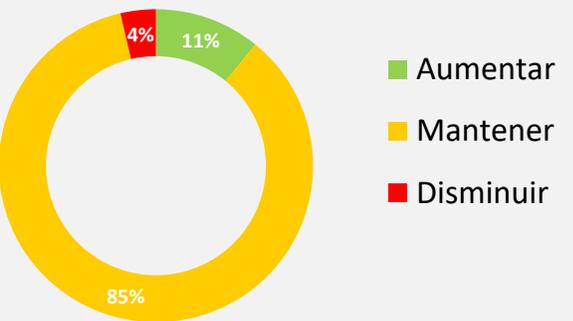


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Servicios Montevideo	58	63	1.201	6,2%	-3,6%	-6,3%
Índice de precios	-	-	-	9,8%	8,2%	7,2%

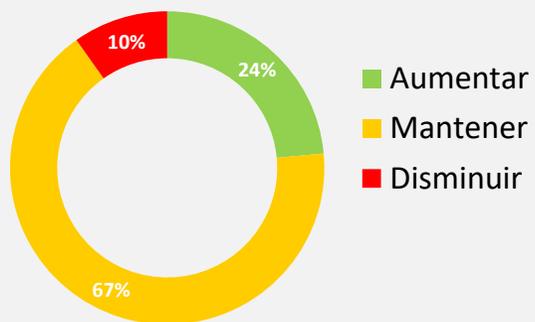
# Servicios Montevideo

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

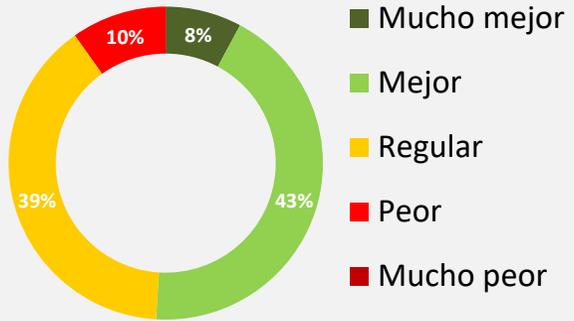
## Cantidad personal ocupado



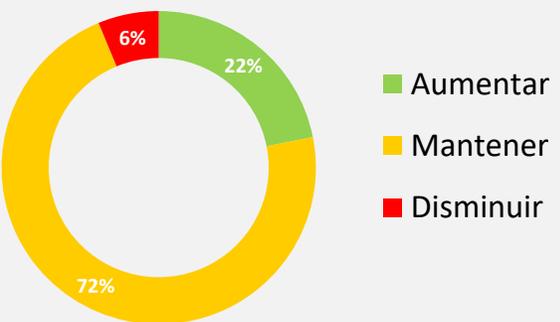
## Inversiones



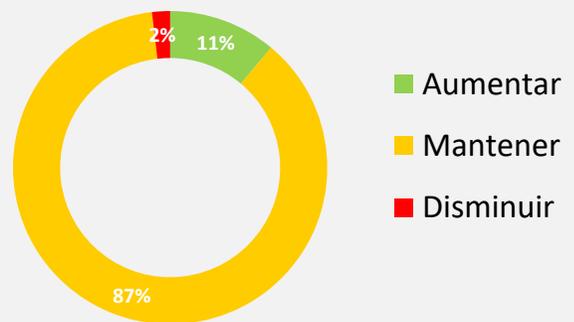
## Rentabilidad futura



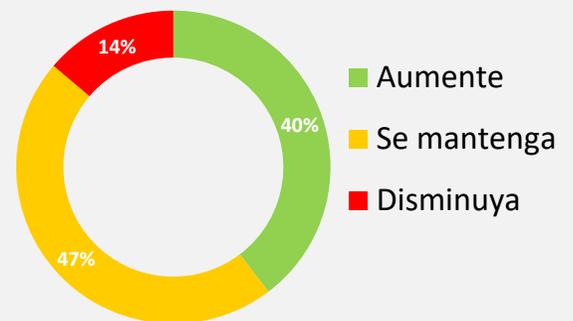
## Compra de insumos



## Cantidad de locales

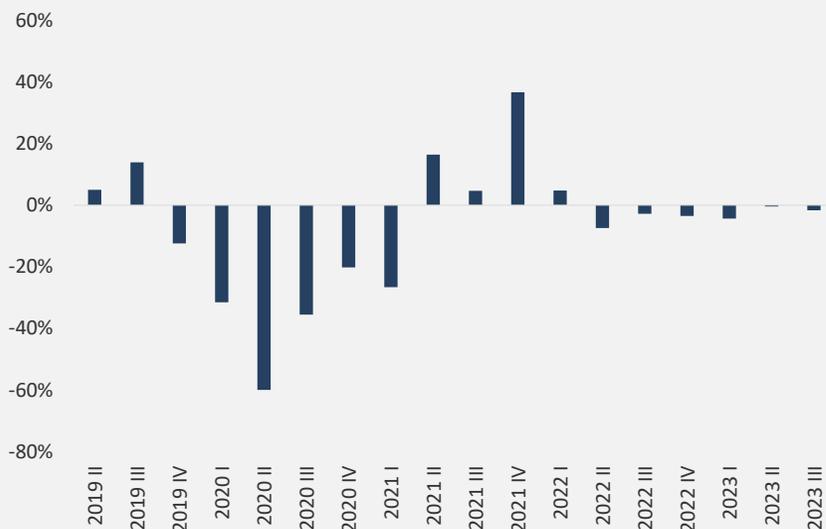


## Facturación en el próximo trimestre



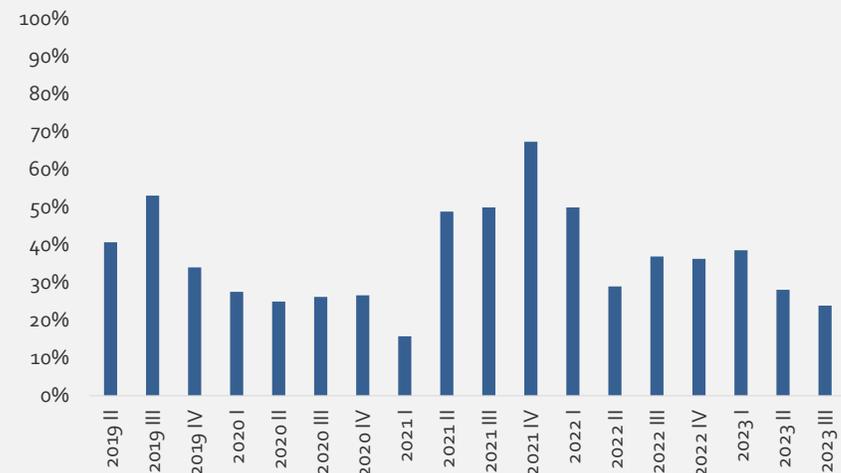
# Servicios Interior

### Variación real de las ventas

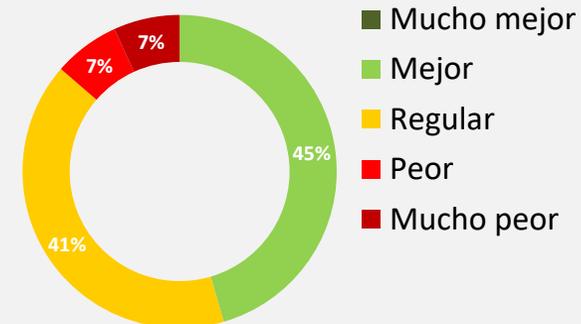


**24%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

### Índice de Difusión



### Rentabilidad actual

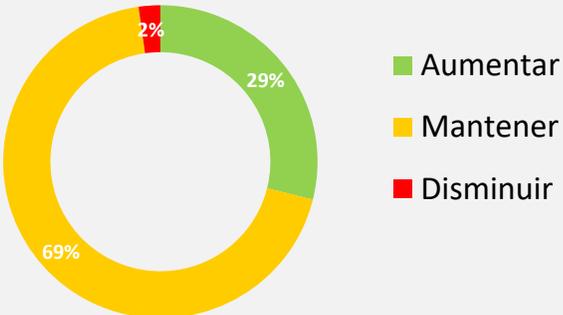


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Servicios Interior	46	45	519	-4,3%	-0,4%	-1,7%
Índice de precios	-	-	-	9,8%	8,2%	7,2%

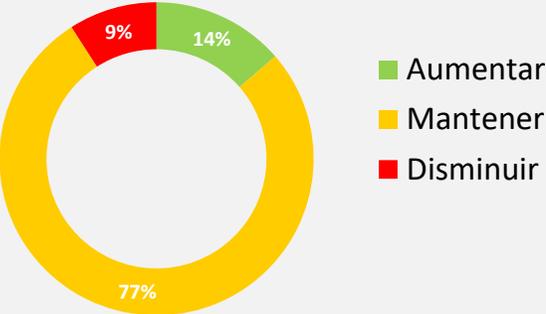
# Servicios Interior

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

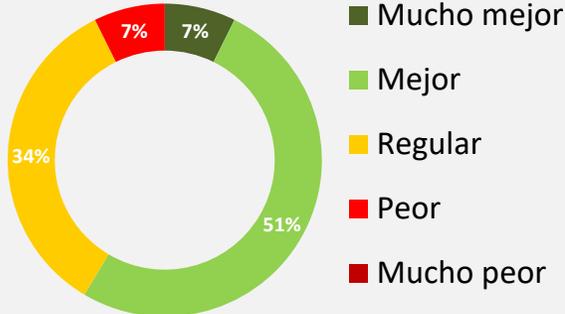
## Cantidad personal ocupado



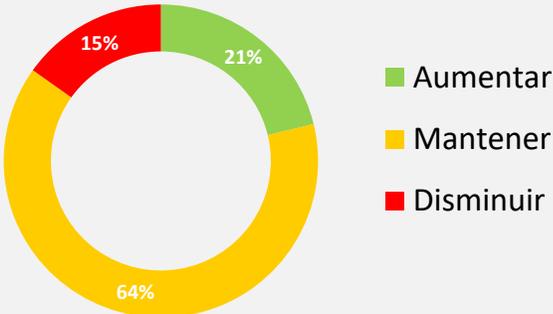
## Inversiones



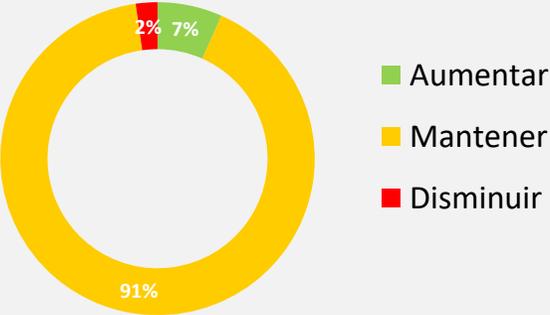
## Rentabilidad futura



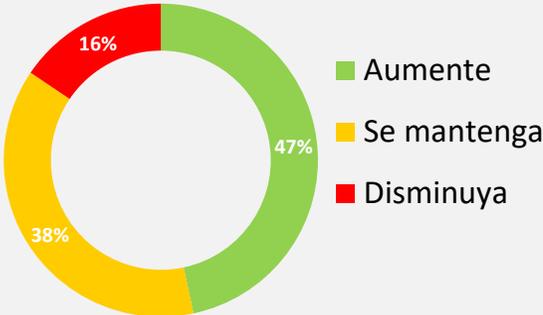
## Compra de insumos



## 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	
	I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023	III.2023	III-II	III.2023	III-II	III.2023	III-II
Agencias de viajes	19,5%	-10,8%	-5,2%	50%	30%	15%	77		53		59	∨
Hoteles	-2,3%	6,0%	-1,1%	33%	43%	40%	54		49		59	∨
Inmobiliarias	-	-5,5%	-9,0%	-	29%	18%	55		50		73	
Publicidad	5,2%	2,1%	2,8%	33%	29%	33%	70		58		83	
Restaurantes y confiterías	-5,5%	-7,6%	-8,8%	33%	33%	26%	61		57		72	
Servicios de seguridad	-8,4%	-3,3%	3,5%	43%	43%	44%	67		59		89	
Servicios	1,6%	-2,5%	-4,9%	37%	34%	29%	64		55		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.

# 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 segundo trimestre de 2023. El personal ocupado para las 13 agencias de viajes fue de 86 personas y de 13 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de agencias de viajes en el tercer trimestre de 2023 fue de -5,2%, atravesando nuevamente un escenario de contracción aunque de menor magnitud respecto al registro previo (-10,8%). El índice de difusión para las 13 agencias de viajes se ubicó en 15%, es decir que sólo 2 de las 13 agencias de viajes establecieron que sus ventas crecieron en el tercer trimestre. Este guarismo representa una importante baja respecto al registro del segundo trimestre de 2023.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual (2023) de las agencias de viajes se constata una percepción optimista, el indicador se ubicó en 77 puntos por lo que el porcentaje de respuestas optimistas (55%) es superior a las pesimistas que se ubicaron en 0%.

## Leading indicators

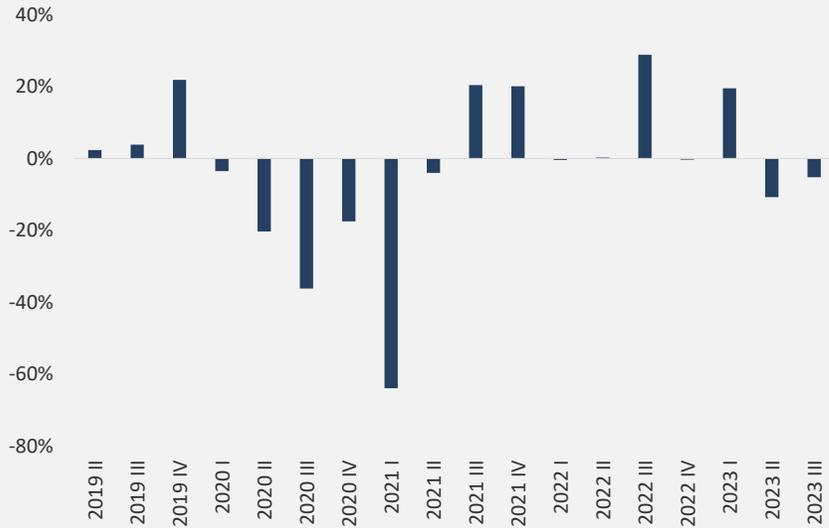
- Los indicadores de avance se ubicaron en 53 puntos, guarismo similar al constatado en el segundo trimestre del 2023.
- Las agencias de viaje se muestran neutrales respecto a aumentar el personal, a la compra de insumos, al desarrollo de nuevas inversiones y a aumentar la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona amarilla, de neutralidad, disminuyendo respecto al segundo trimestre, aunque por encima de los 50 puntos. El 36% estableció que la rentabilidad futura será mejor o mucho mejor.
- Asimismo, se mostraron neutrales frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 31% estableció que proyecta un aumento en los niveles de facturación.

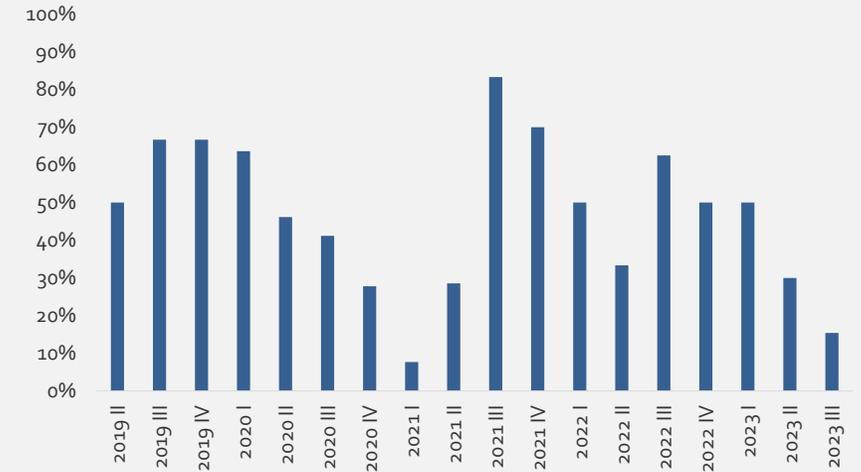
# Agencias de viajes

Variación real de las ventas

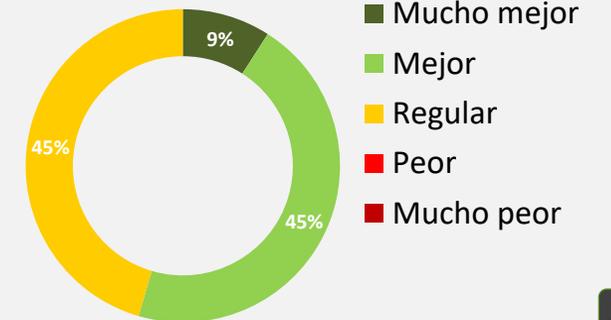


**15%**  
Establecieron que sus ventas aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual



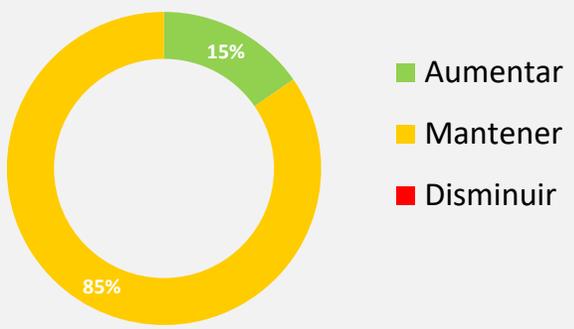
RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales*	Personal ocupado	Var. Real ventas (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Agencia de viajes	13	13	86	19,5%	-10,8%	-5,2%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

\* Hay empresas que solo tienen comercio electrónico, por lo que no disponen de locales

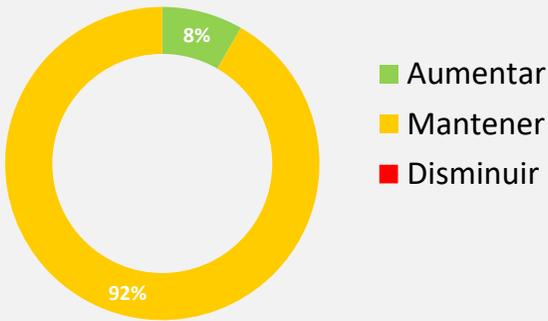
# Agencias de viajes

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

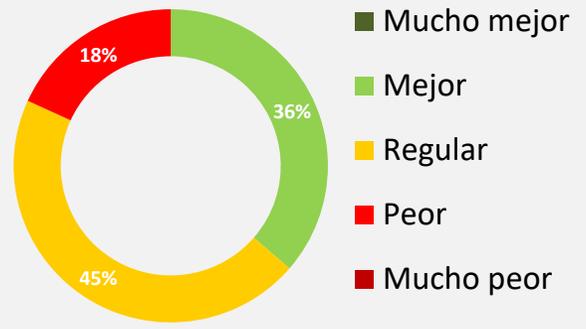
## Cantidad personal ocupado



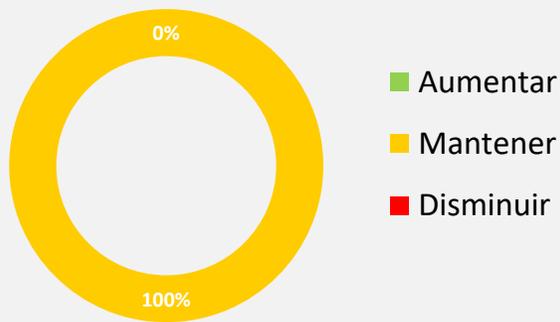
## Inversiones



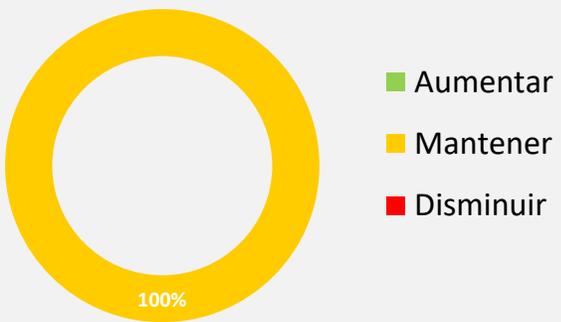
## Rentabilidad futura



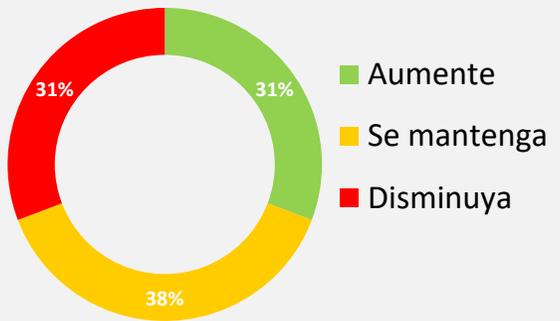
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Hoteles

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 15 hoteles, los cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre.
- El personal ocupado para los 15 hoteles fue de 275 personas en 22 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de Hoteles en el tercer trimestre fue negativa, alcanzó una contracción de -1,1%, luego de haber crecido en el trimestre anterior. Por otro lado, cuando se observa según categorías las variaciones muestran diferencias, los de 2 estrellas se mantuvieron iguales a los de un año atrás, los de 3 estrellas aumentaron 26,1%, los de 4 estrellas disminuyeron sus ventas un -2,8%, mientras que los de 5 estrellas disminuyeron -35,4% .
- El índice de difusión para los 15 hoteles se ubicó en 40%, lo que representó una caída respecto al trimestre inmediato anterior (43%).
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de los hoteles se constata una percepción neutral, el 31% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mucho mejor o mejor, 46% que es regular y 23% que es peor o mucho peor.

- Leading indicators

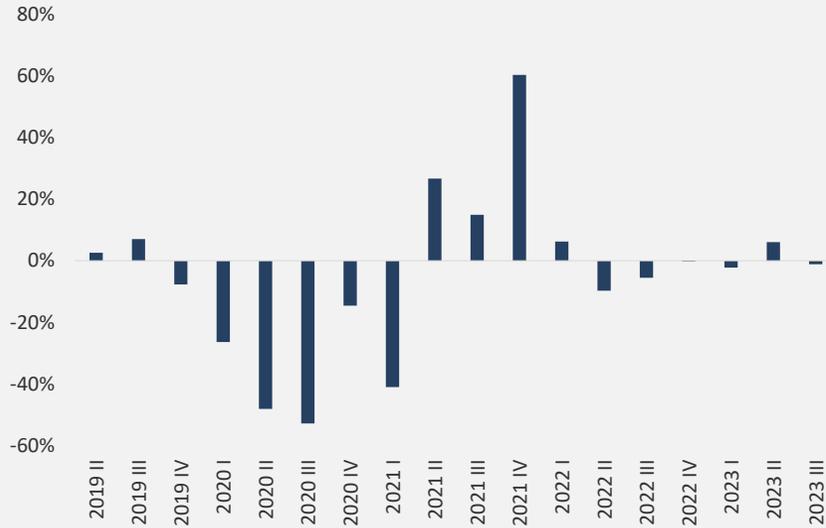
- Los indicadores de avance se ubicaron en terreno neutral y se ubicaron en 49 puntos, manteniéndose estable respecto al trimestre anterior.
- Los hoteles se muestran optimistas respecto al personal y cantidad de locales y se mostraron pesimistas en lo que refiere a la compra de insumos y a la realización de inversiones para los próximos 3 meses.

## Expectativas

- Las expectativas se ubican en zona de neutralidad, aunque por encima de los 50 puntos, disminuyendo frente al segundo trimestre de 2023. En efecto los valores se ubican en 59 puntos, donde el 36% estableció que el año que viene la rentabilidad será mucho mejor o mejor, 45% que será neutral y 18% que será mucho peor o peor.
- Asimismo, son optimistas frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, ya que el 50% estableció que la facturación se verá aumentada. .

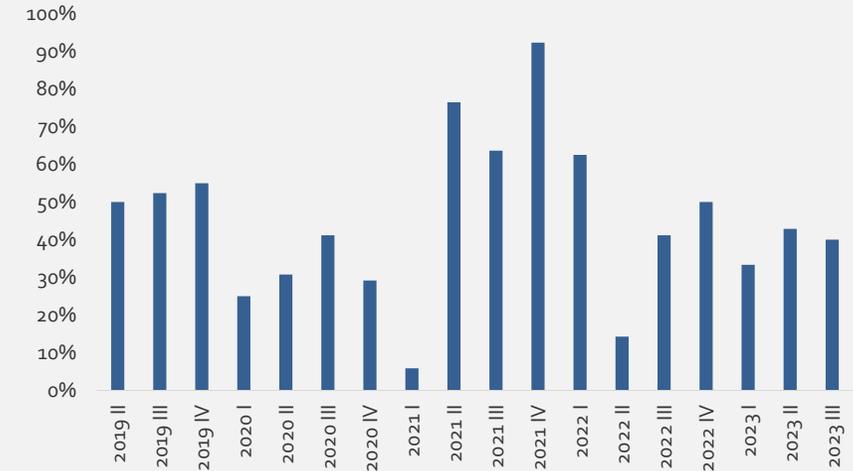
# Hoteles

## Variación real de las ventas



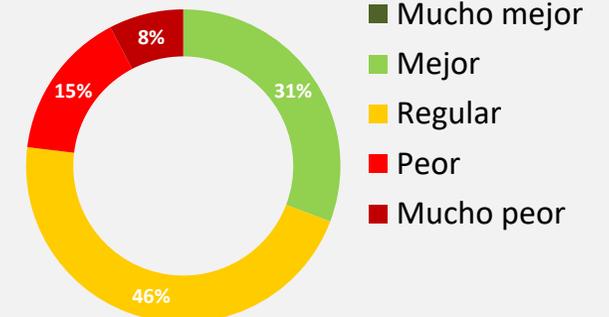
**40%**  
Establecieron que sus ventas aumentaron

## Índice de Difusión



RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Hoteles	15	22	275	-2,3%	6,0%	-1,1%
Hoteles 2 estrellas	2	2	29	-	1,2%	0,0%
Hoteles 3 estrellas	5	5	69	3,8%	1,7%	26,1%
Hoteles 4 estrellas	4	4	83	-9,2%	15,6%	-2,8%
Hoteles 5 estrellas	1	1	20	-	-	-35,4%
Índice de Precios	-	-	-	11,6%	9,4%	8,3%

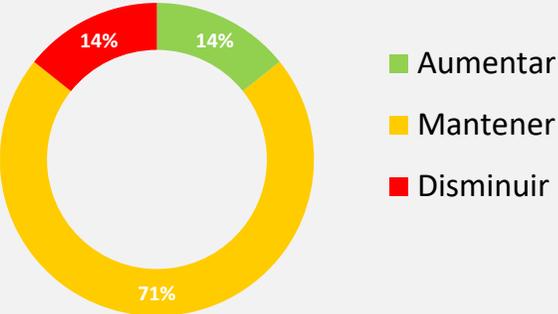
## Rentabilidad actual



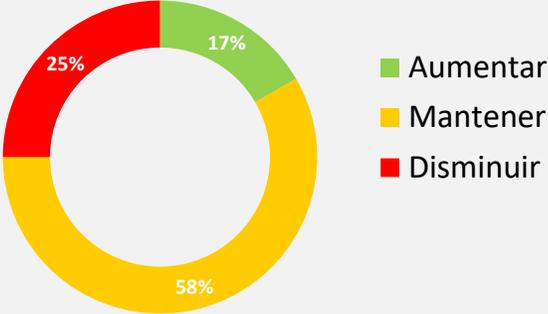
# Hoteles

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

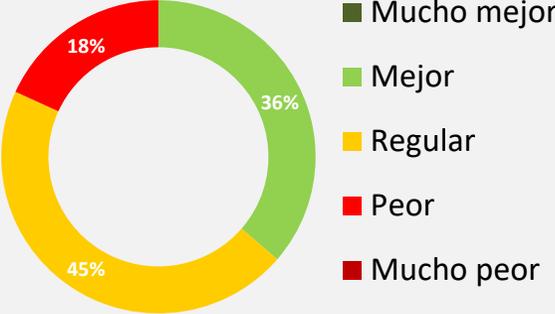
## Cantidad personal ocupado



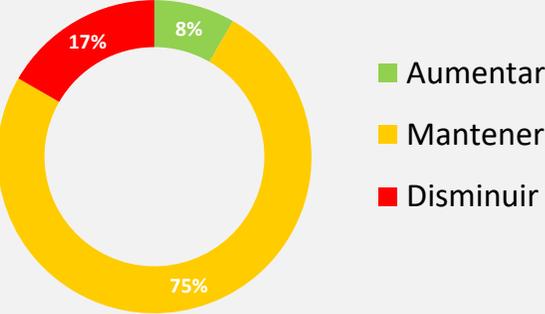
## Inversiones



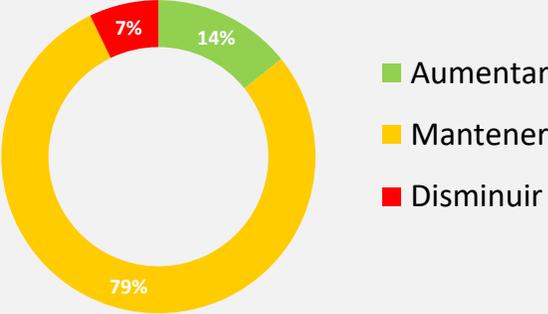
## Rentabilidad futura



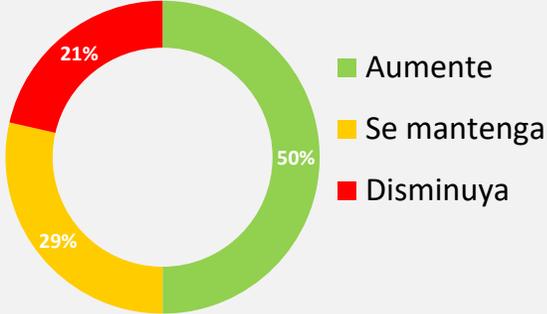
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Hoteles

## Ocupación promedio y tarifa promedio

Dos Estrellas	III.2022	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023
Nivel de ocupación	-	61,0%	-	48,0%	54,5%
Tarifa promedio	-	58 USD	-	61 USD	50 USD
Tres Estrellas	III.2022	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023
Nivel de ocupación	41,0%	48,5%	67,3%	44,7%	47,0%
Tarifa promedio	52 USD	76 USD	74 USD	66 USD	70 USD
Cuatro Estrellas	III.2022	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023
Nivel de ocupación	54,6%	65,3%	60,3%	49,7%	60,8%
Tarifa promedio	107 USD	79 USD	85 USD	84 USD	70 USD
Cinco Estrellas	III.2022	IV.2022	I.2023	II.2023	III.2023
Nivel de ocupación	-	-	-	-	100,0%
Tarifa promedio	-	-	-	-	79 USD

# Inmobiliarias

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 11 inmobiliarias, las cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023.
- El personal ocupado para las 11 inmobiliarias fue de 39 personas con unos 10 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las Inmobiliarias fue negativa, registrando una contracción de -9,0%.
- El índice de difusión para las 11 inmobiliarias se ubicó en 18%, es decir que sólo 2 de las 11 inmobiliarias consultadas establecieron que sus ventas aumentaron en el tercer trimestre.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de las empresas se constata una percepción de neutralidad, el 27% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 55% que la situación es regular, mientras que un 18% estableció que es mucho peor o peor.

## Leading indicators

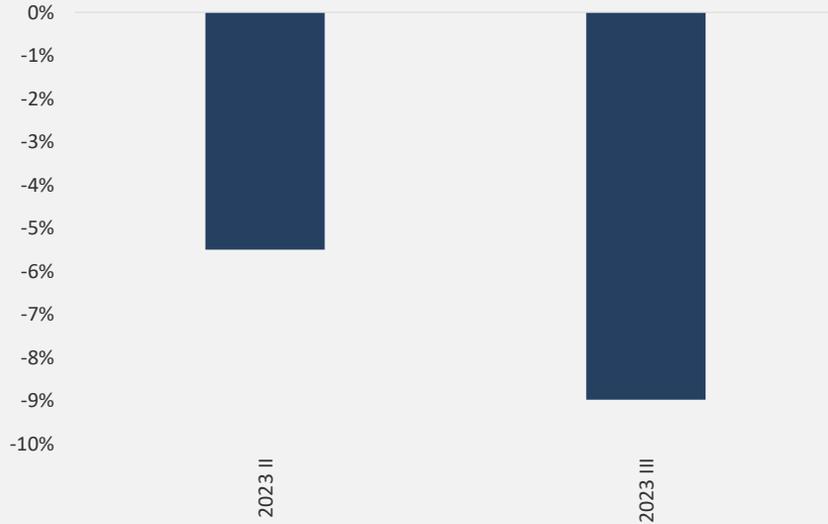
- Los indicadores de avance se ubicaron en 50 puntos, en zona de neutralidad.
- Las empresas se muestran optimistas respecto a aumentar el personal contratado, neutrales frente a la compra de insumos y pesimistas respecto a las inversiones y la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de atendible optimismo alcanzando los 73 puntos.
- Por otro lado, frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, se observa un comportamiento pesimista ya que un 18% estableció que la facturación se verá aumentada.

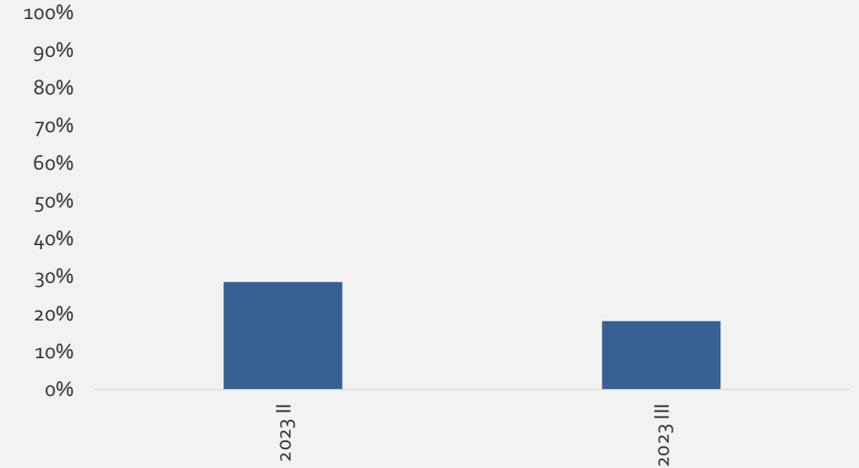
# Inmobiliarias

Variación real de las ventas

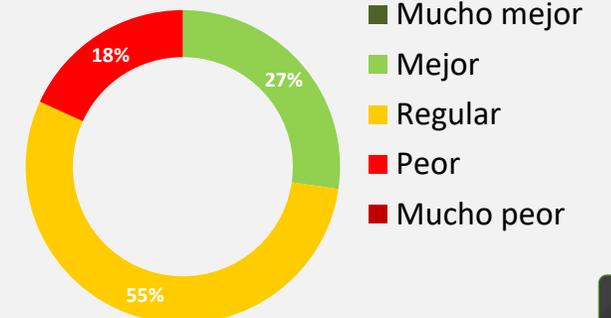


**18%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

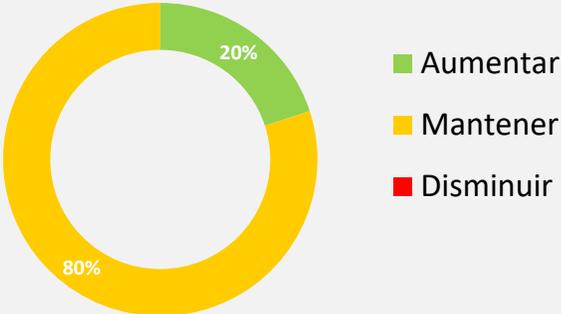


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Inmobiliarias	11	10	39	-	-5,5%	-9,0%
Índice de precios	-	-	-	-	7,0%	6,0%

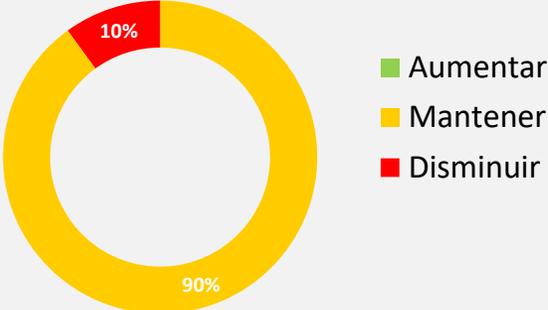
# Inmobiliarias

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

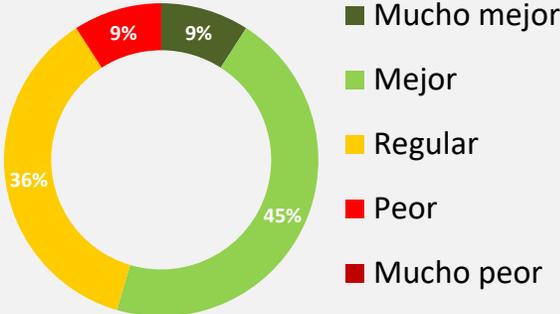
## Cantidad personal ocupado



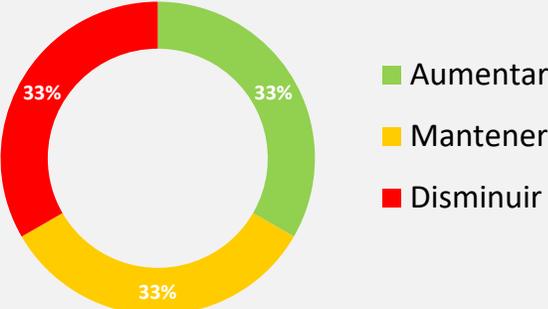
## Inversiones



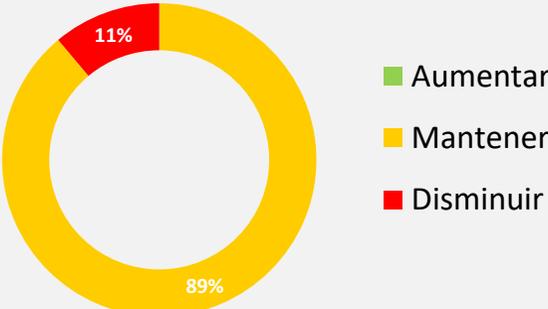
## Rentabilidad futura



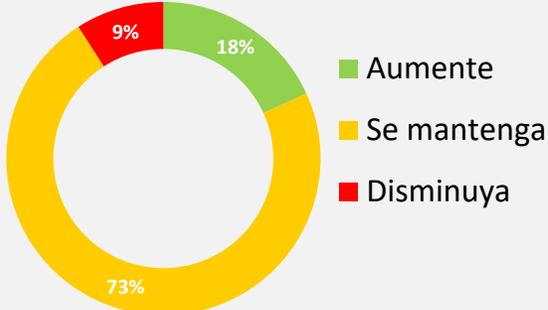
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Publicidad

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 21 empresas de publicidad, las cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023.
- El personal ocupado para las 21 empresas de publicidad fue de 186 personas con unos 18 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de las empresas de publicidad fue positiva, registrando una expansión de 2,8%.
- El índice de difusión para las 21 empresas de publicidad se ubicó en 33%, es decir el 33% de las empresas de publicidad consultadas estableció que sus ventas aumentaron en el tercer trimestre.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de las empresas de publicidad se constata una percepción de atendible optimismo, el 50% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 40% que la situación es regular, mientras que un 10% estableció que es mucho peor o peor. Cabe destacar que las perspectivas se ubican en terreno de atendible optimismo.

## Leading indicators

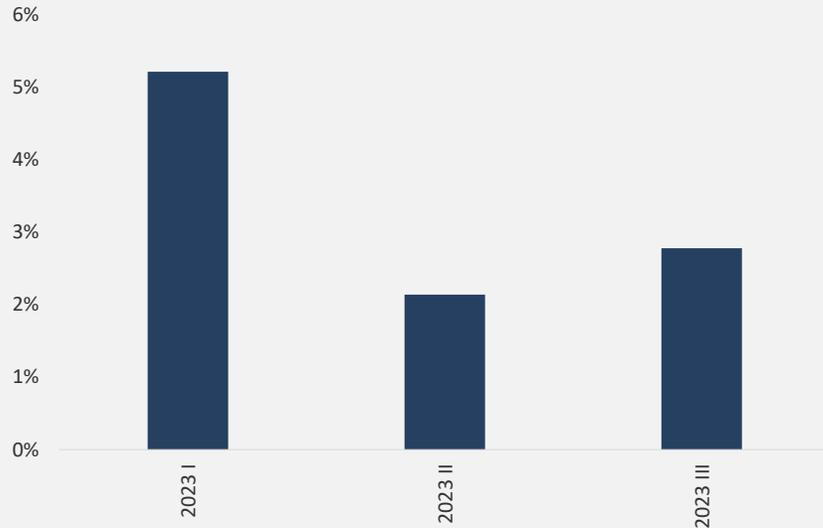
- Los indicadores de avance se mantuvieron estables y se ubicaron en 58 puntos, en zona de neutralidad.
- Las empresas de publicidad se muestran neutrales respecto a la compra de insumos y cantidad de locales, mientras que mostraron optimismo frente a la contratación de personal y realización de inversiones.

## Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de importante optimismo alcanzando los 83 puntos.
- Por otro lado, frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, se observa un comportamiento heterogéneo ya que un 43% estableció que la facturación se verá aumentada.

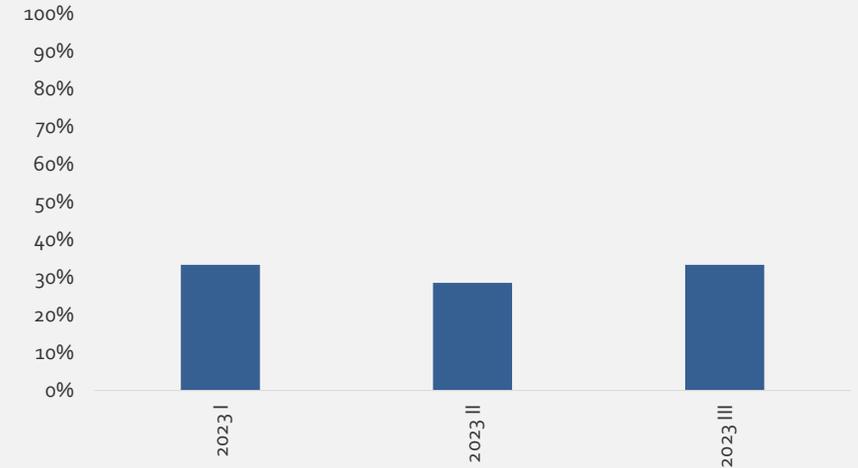
# Publicidad

Variación real de las ventas

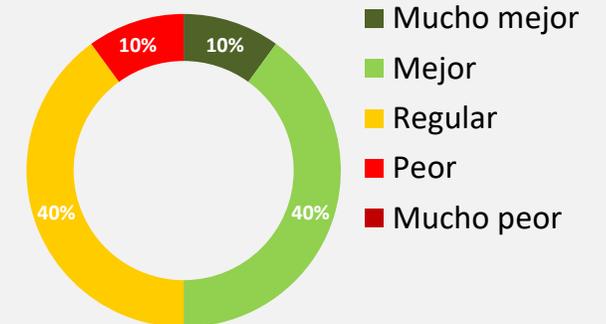


**33%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

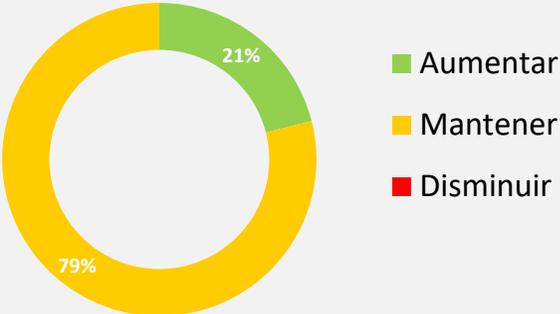


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Publicidad	21	18	186	5,2%	2,1%	2,8%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

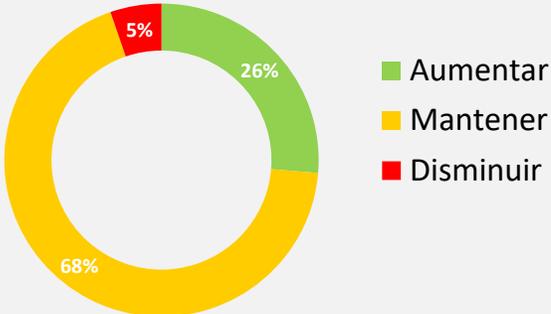
# Publicidad

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

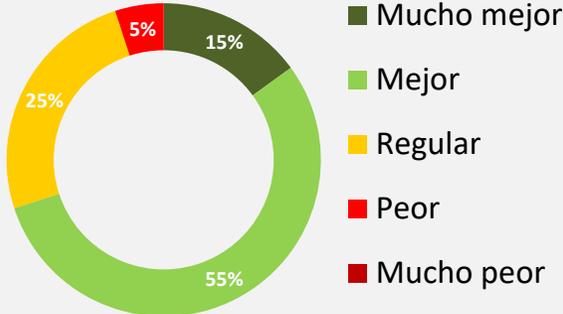
## Cantidad personal ocupado



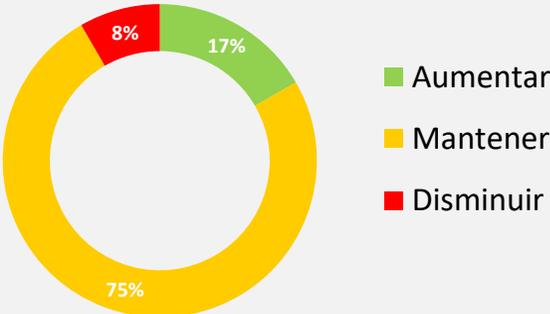
## Inversiones



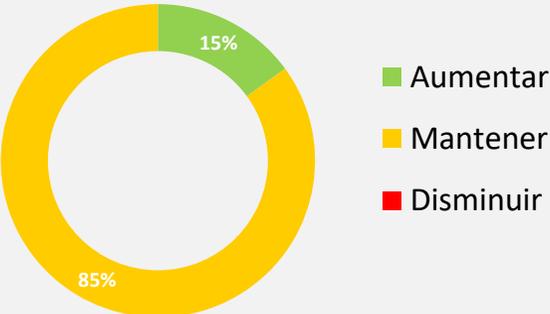
## Rentabilidad futura



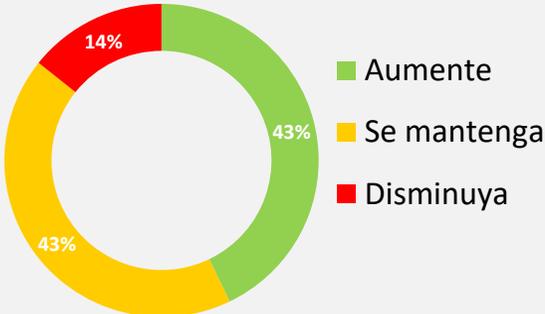
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Restaurantes y Confiterías

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 35 Restaurantes y Confiterías, los cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023.
- El personal ocupado para los 35 Restaurantes y Confiterías fue de 960 personas en 38 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de Restaurantes y Confiterías en el tercer trimestre fue negativa, registrando una contracción de -8,8%. De esta forma se observa una situación de desmejora respecto al trimestre anterior, ya que se acrecentó la caída. Asimismo, el rubro permanece bajo un escenario de contracción desde inicios del presente año.
- El índice de difusión para los 35 Restaurantes y Confiterías se ubicó en 26%, es decir el 26% de los Restaurantes y Confiterías consultados estableció que sus ventas aumentaron en el tercer trimestre.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de los Restaurantes y Confiterías se constata una percepción optimista, el 37% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 49% que la situación es regular, mientras que un 14% estableció que es mucho peor o peor. Éste resultado denota una mejora en comparación al trimestre anterior.

## Leading indicators

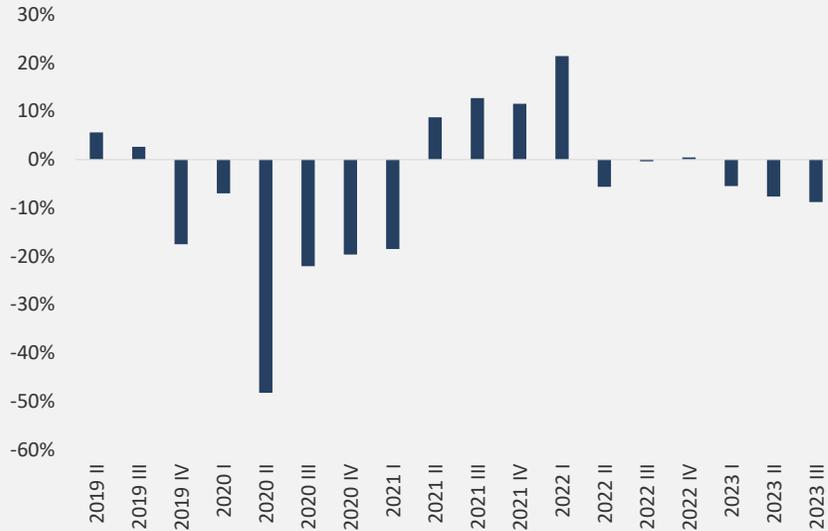
- Los indicadores de avance se mantuvieron incambiadas en la zona, aunque aumentaron su guarismo respecto a los del segundo trimestre y se ubicaron en 57 puntos. Este resultado se ubica en terreno neutral.
- Los Restaurantes y Confiterías se muestran optimistas respecto a comprar insumos, mientras que se mostraron neutrales frente a la contratación de personal para los próximos 3 meses, respecto a la realización de inversiones y a aumentar la cantidad de locales.

## Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de atendible optimismo 72 puntos, manteniéndose en nivel similar el guarismo respecto al trimestre anterior.
- Por otro lado, las expectativas sobre el nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023 son optimistas, ya que un 51% estableció que la facturación se verá aumentada.

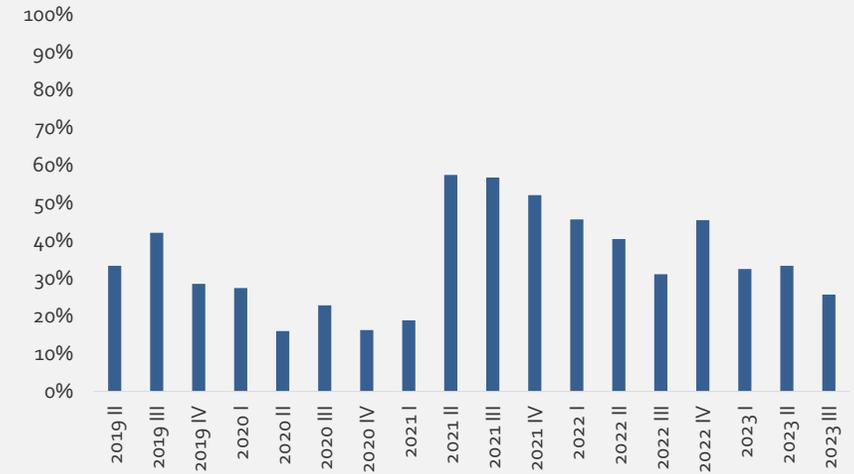
# Restaurantes y confiterías

Variación real de las ventas

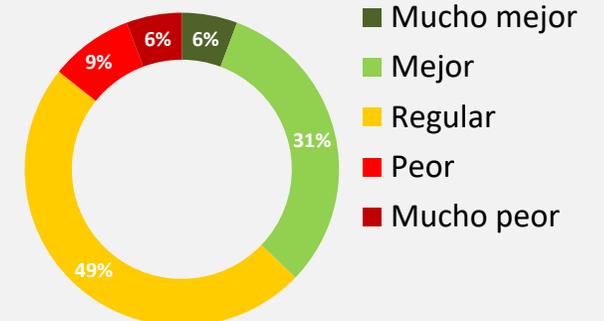


**26%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

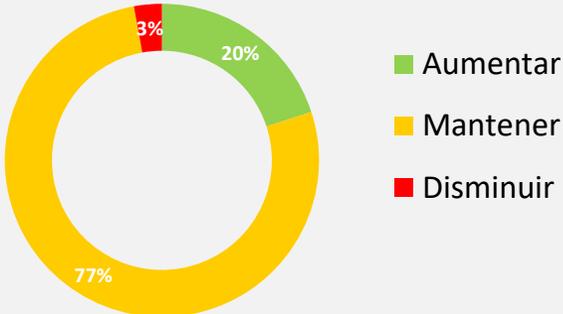


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Restaurantes y confiterías	35	38	960	-5,5%	-7,6%	-8,8%
Índice de precios	-	-	-	11,6%	9,4%	8,3%

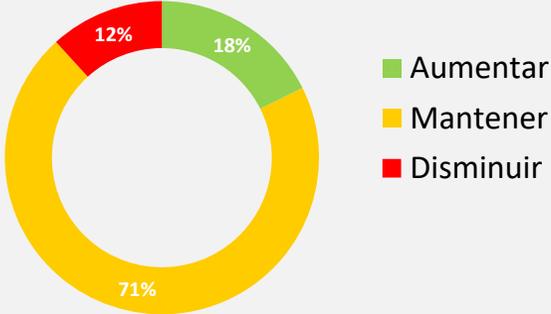
# Restaurantes y confiterías

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

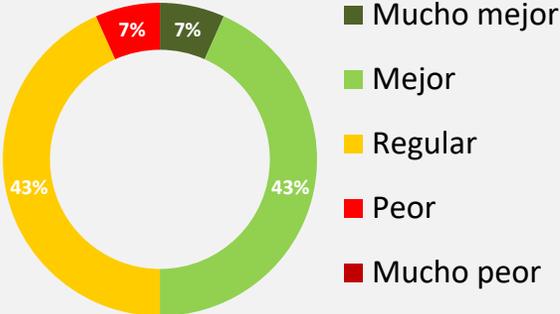
## Cantidad personal ocupado



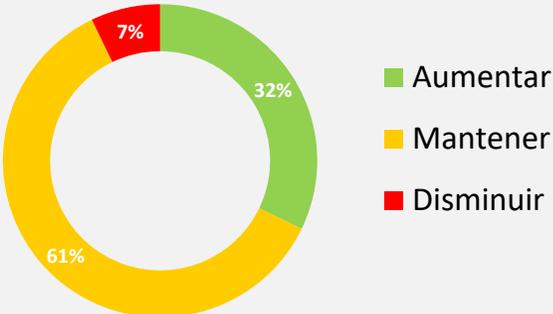
## Inversiones



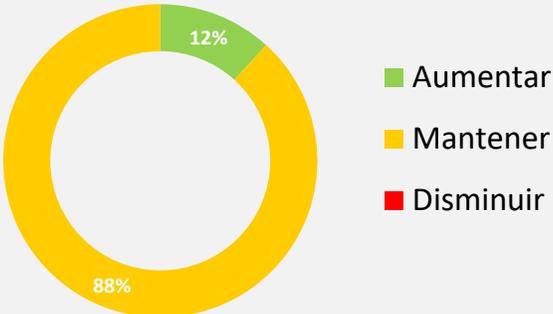
## Rentabilidad futura



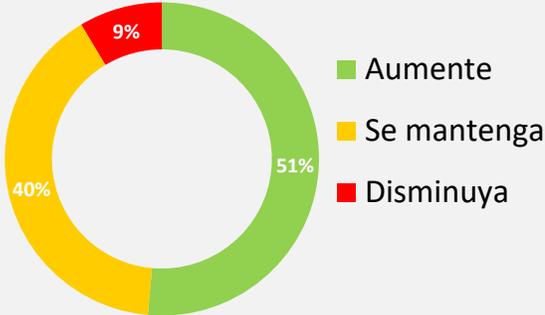
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



# Servicios de seguridad

## Descriptivo

- Los resultados se basan en 9 Servicios de seguridad, los cuales establecieron la variación cuantitativa de sus ventas interanuales en el tercer trimestre de 2023
- El personal ocupado para los 9 Servicios de seguridad fue de 174 personas en 7 locales.

## Situación y ventas

- La variación interanual de las ventas de Servicios de seguridad en el tercer trimestre fue positiva, registrando una expansión de 3,5%.
- El índice de difusión para las 9 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 tercer trimestre.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual de los servicios de seguridad se constata una percepción optimista, el 44% estableció que la rentabilidad actual respecto a un año atrás es mejor o mucho mejor, 44% que la situación es regular, mientras que un 11% estableció que es mucho peor o peor. Cabe destacar que las perspectivas para este año mejoraron respecto al trimestre anterior.

## Leading indicators

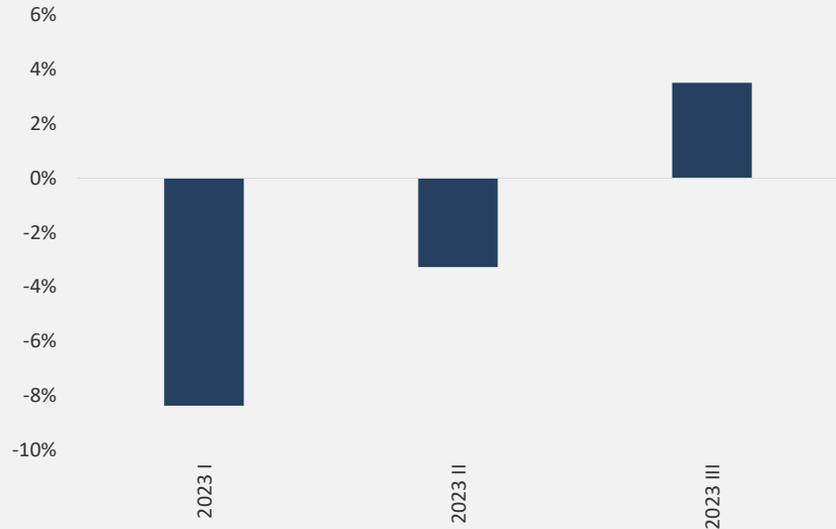
- Los indicadores de avance se ubicaron en 59 puntos, en zona de neutralidad.
- Los servicios de seguridad se muestran neutrales respecto a aumentar la cantidad de locales y compra de insumos, mientras que se mostraron optimistas frente a la contratación de personal para los próximos 3 meses y respecto a realizar inversiones.

## Expectativas

- Las expectativas se encuentran en zona de importante optimismo 89 puntos.
- Por otro lado, frente al nivel de facturación para el cuarto trimestre de 2023, las empresas se mostraron heterogéneas, ya que el 44% estableció que la facturación se verá aumentada.

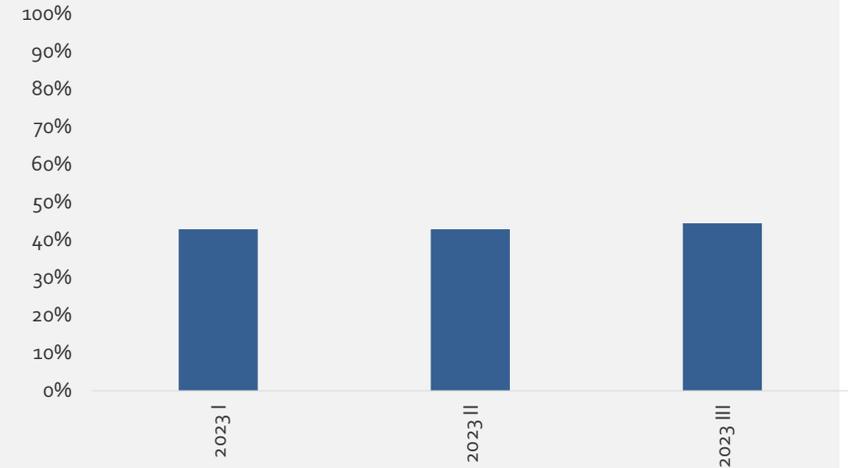
# Servicios de seguridad

Variación real de las ventas

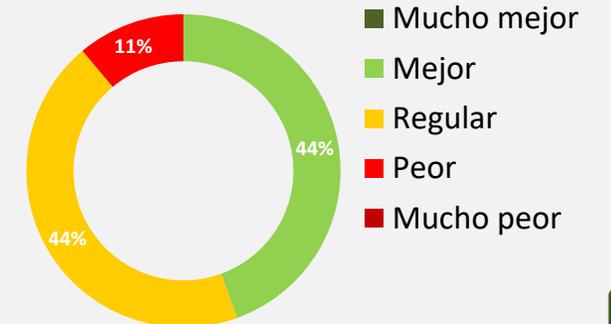


**44%**  
establecieron que  
sus ventas  
aumentaron

Índice de Difusión



Rentabilidad actual

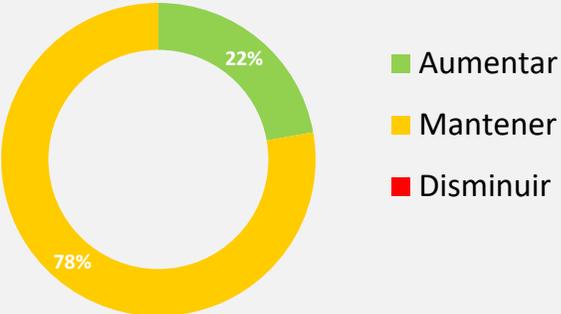


RUBRO	Nro. Empresas	Nro. Locales	Personal ocupado	Var. Real ventas interanuales (%)		
				I.2023	II.2023	III.2023
Servicios de seguridad	9	7	174	-8,4%	-3,3%	3,5%
Índice de precios	-	-	-	8,0%	7,0%	6,0%

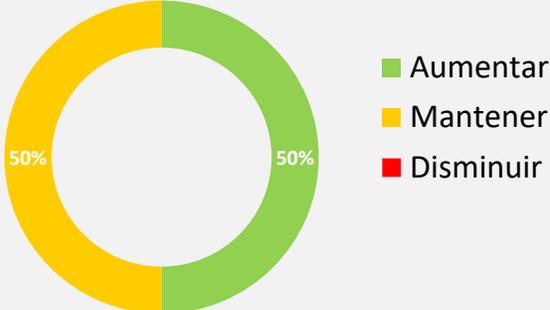
# Servicios de seguridad

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

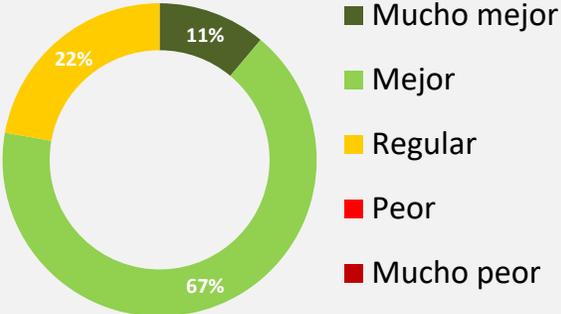
## Cantidad personal ocupado



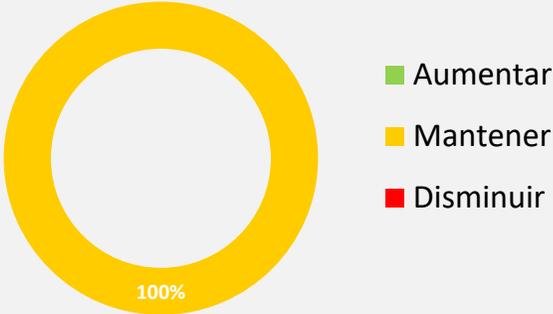
## Inversiones



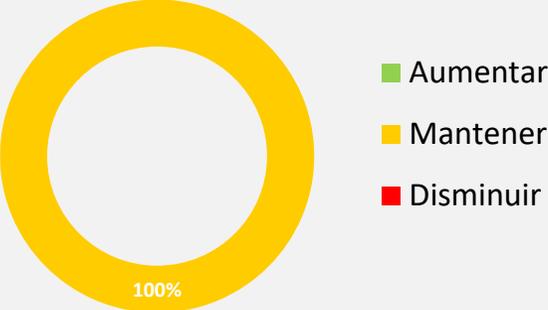
## Rentabilidad futura



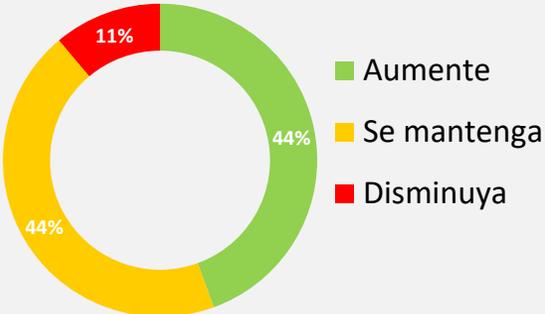
## Compra de insumos



## Cantidad de locales



## Facturación en el próximo trimestre



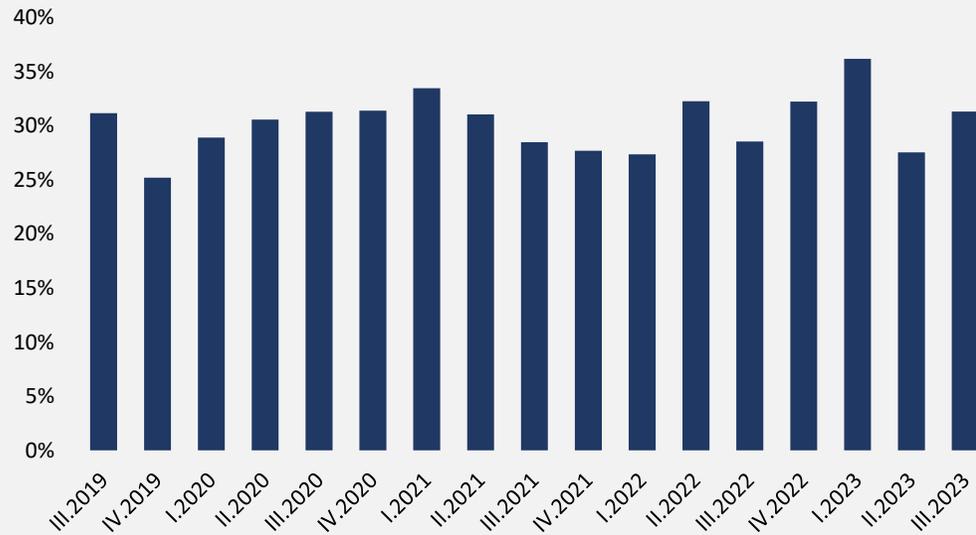
A stylized illustration representing e-commerce. It features a blue shopping cart filled with yellow bags and blue boxes. In the background, there are various icons: a globe, a smartphone, a laptop, a gear, and a hand pointing at a screen. The overall theme is digital commerce and technology.

# E-Commerce

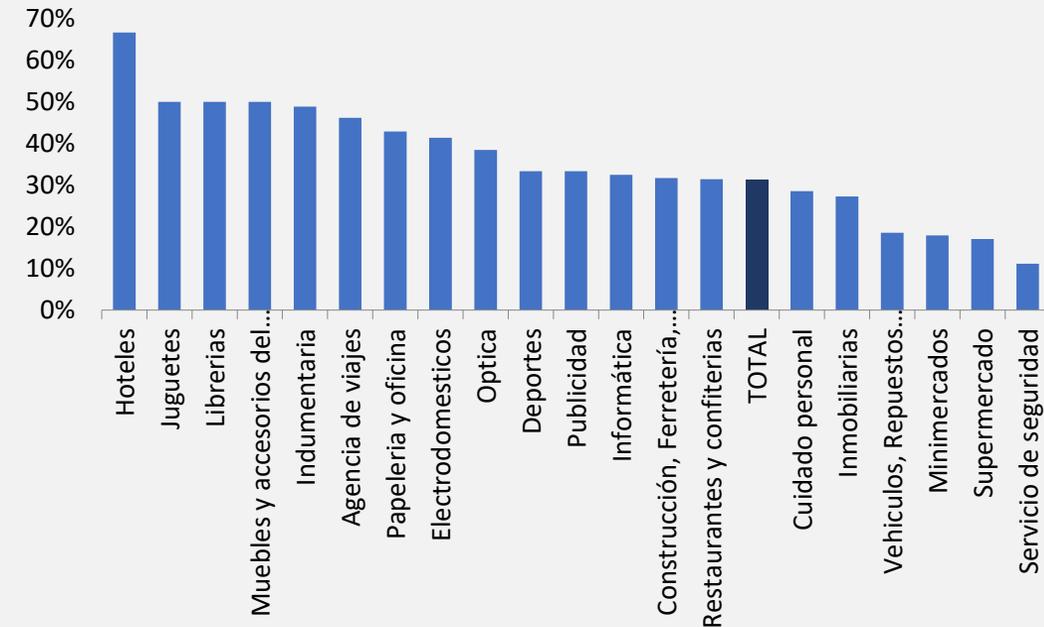
Venta online, participación online en total empresa y variación ventas online

# E-commerce

## Tenencia de venta online



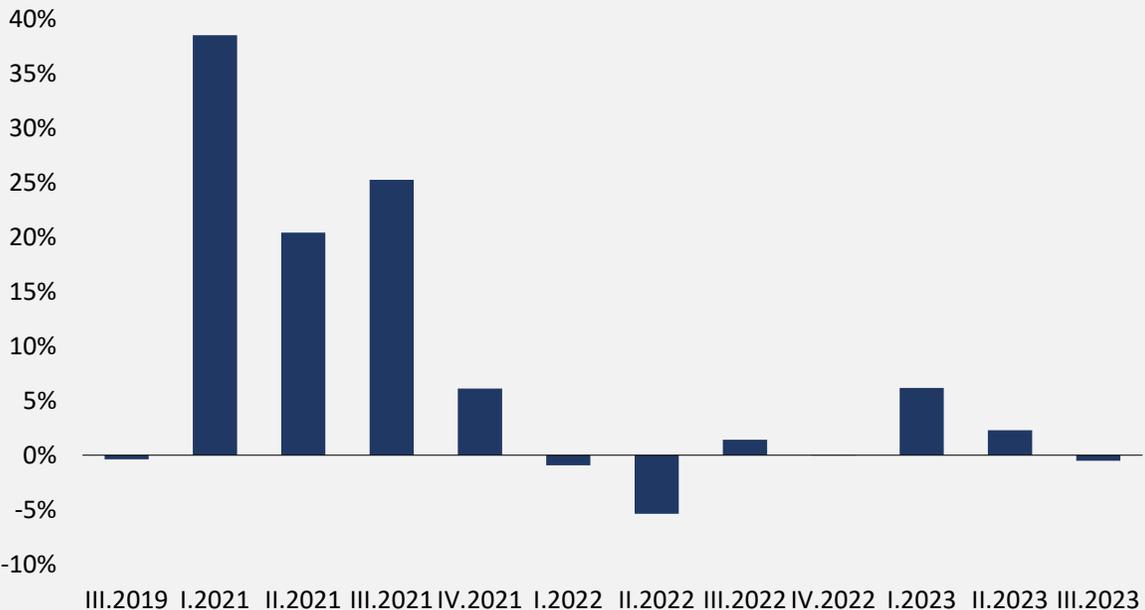
## Tenencia de Venta Online



- En lo que refiere al *e-commerce*, la tenencia de e-commerce aumentó en el tercer trimestre de 2023 y se ubicó en 31%, cuando el trimestre anterior había sido de 28%.
- A nivel de rubros, la mayor tenencia de un canal de venta online lo registran las empresas del rubro Hoteles, seguido por Jugueterías y Librerías, con guarismos de 67%, 50% y 50%, respectivamente. La mayor tendencia a disponer canal de venta online se observa entre las empresas de servicios con el 59%, mientras que las empresas dedicadas a productos no durables fueron las que presentaron los menores guarismos, con el 16%.
- El disponer de un canal de venta online es mayor entre las empresas grandes, y menor entre las micro: el 29% de las micro empresas establecieron disponer de un canal de venta online, mientras que este guarismo ascendió a 46% entre las empresas grandes.
- En lo que refiere al tipo de canal de venta online, un 39% estableció realizarlo a través de su página web, un 25% en Redes sociales, un 23% por Mercado Libre, un 8% por Pedidos Ya/Rappi y 4% por Booking. Estos registros son similares, aunque mostraron alguna variación, respecto a los constatados en el informe anterior.

# E-commerce

## Var. venta real Ecommerce (%)



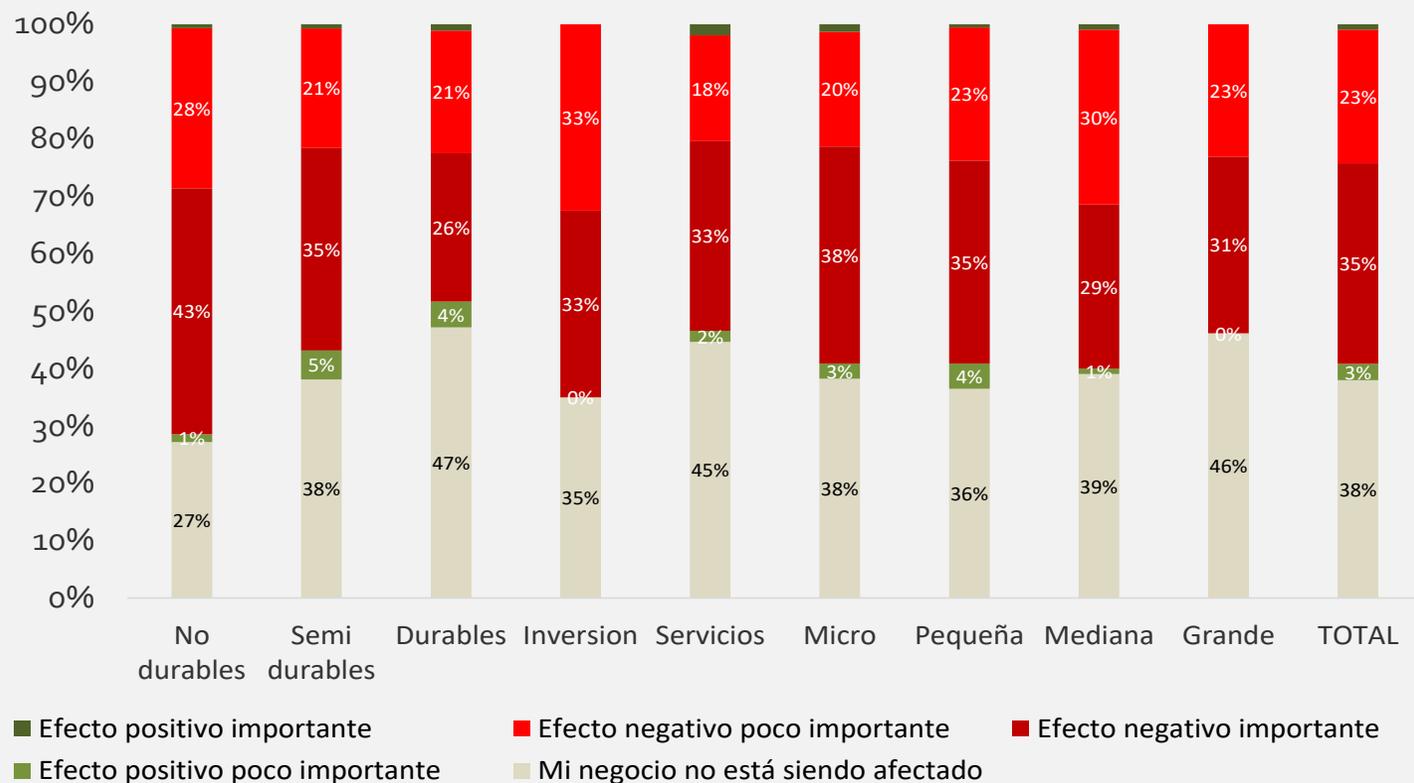
- Aquellas empresas que disponen de venta online establecieron en promedio que sus ventas vía *e-commerce* representaron durante el tercer trimestre del año, un 20% del total de las ventas de la empresa (un registro algo inferior al 22% del trimestre anterior).
- Cabe destacar que dicho indicador es decreciente con el tamaño; para las micro la participación fue de 29% al tiempo que en las grandes el registro fue de 4%.
- Para las empresas que cuentan con *e-commerce*, ponderando según el personal ocupado, las ventas online tuvieron un leve descenso real interanual de 0,5% en el tercer trimestre. De esta forma, las ventas mostraron una caída respecto a igual periodo de un año atrás, contrastando así con los dos registros positivos del primer semestre del año.



# Situación actual, Impacto Argentina y perspectivas

# Impacto Argentina, Temporada turística

## En relación a la situación de precios relativos desfavorable para Uruguay respecto a Argentina, ¿cómo está siendo afectado el desarrollo de su negocio? Tercer trimestre 2023

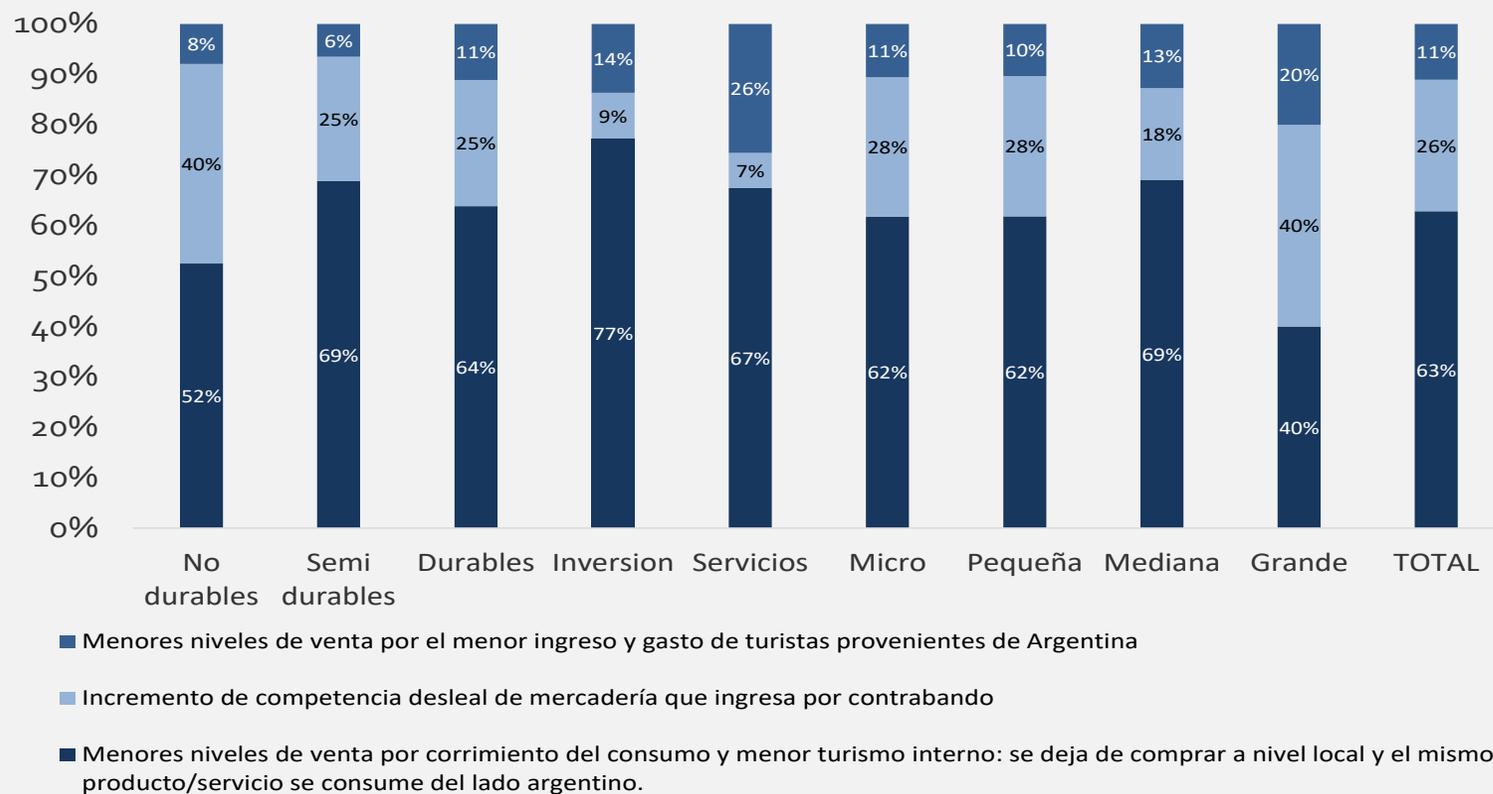


- El 58% de las empresas estableció que la situación de precios relativos desfavorable para Uruguay respecto a Argentina está afectando al desarrollo de su negocio de forma “Efecto Negativo importante y poco importante”. En particular, el 35% de las empresas, considera que el impacto negativo en su empresa es “importante”. Mientras que un 23% establece que el impacto negativo en su empresa es “poco importante”.
- Cuando se observan dichos guarismos por tipo de bien se constata que fueron las empresas que comercializan bienes no durables las que enfrentan una mayor afectación negativa, mientras que las dedicadas a durables las que denotaron los registros más bajos (47%), aunque altos también.
- Por último, a nivel tamaño de empresa, las que perciben un menor impacto fueron las grandes mientras que las micro son las que reciben el mayor guarismo referente a un “impacto negativo importante”: 38%, seguida de las medianas con un registro de 35%.

# Impacto Argentina, Temporada turística

## ¿Cuál es el principal canal de afectación?

Tercer trimestre 2023

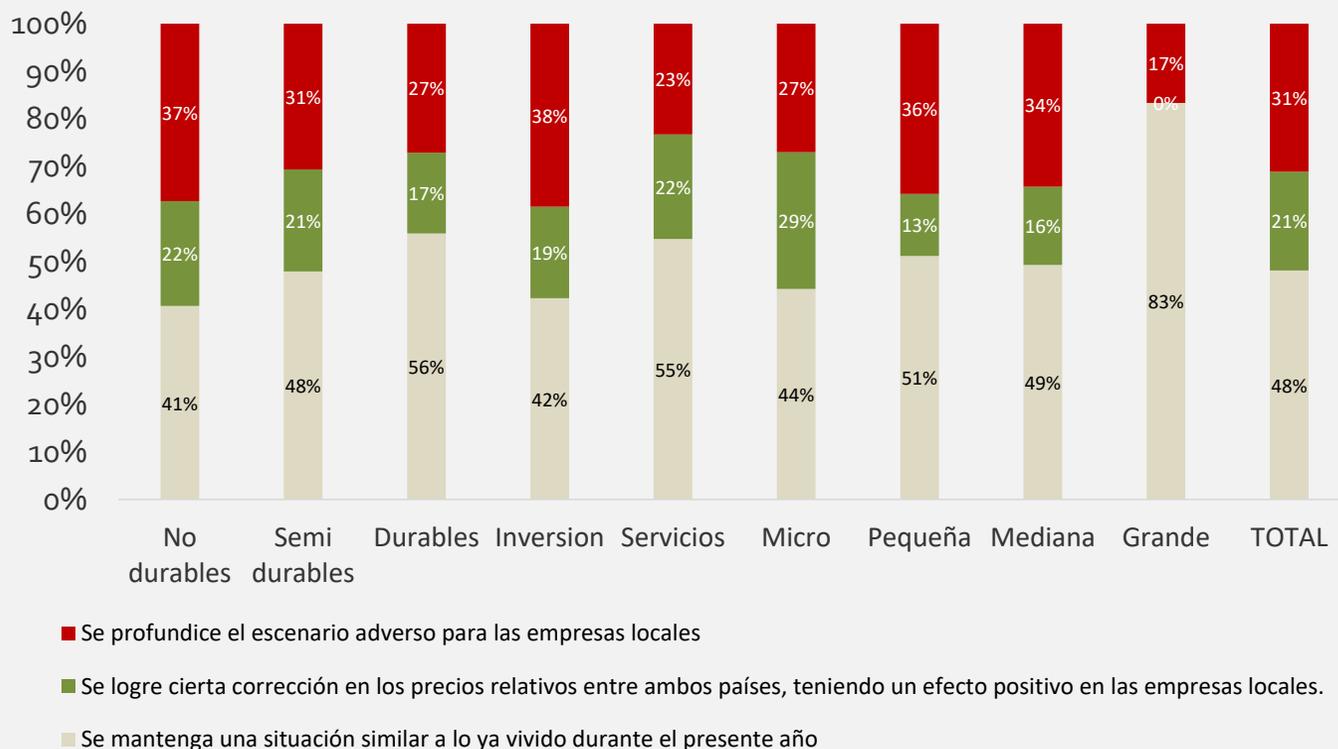


- Entre aquellas empresas que establecieron estar recibiendo un impacto negativo debido a la situación con Argentina y la relación cambiaria, el 63% de las empresas establecieron que el principal canal de afectación es “Menores niveles de venta por corrimiento del consumo y menor turismo interno: se deja de comprar a nivel local y el mismo producto/servicio se consume del lado argentino.”
- Por otro lado, si bien tanto por tipo de bien como por tamaño de empresa este canal de afectación también es el que tiene mayor incidencia, se destaca que entre aquellas empresas que comercializan bienes no durables y de mayor tamaño también se ven afectadas por el “Incremento de competencia desleal de mercadería que ingresa por contrabando”.

# Impacto Argentina, Temporada turística

## Bajo este escenario y de cara al cierre del año y una próxima temporada turística 2023/2024, ¿cuáles son sus expectativas respecto a los impactos descritos anteriormente en su empresa?

Tercer trimestre 2023



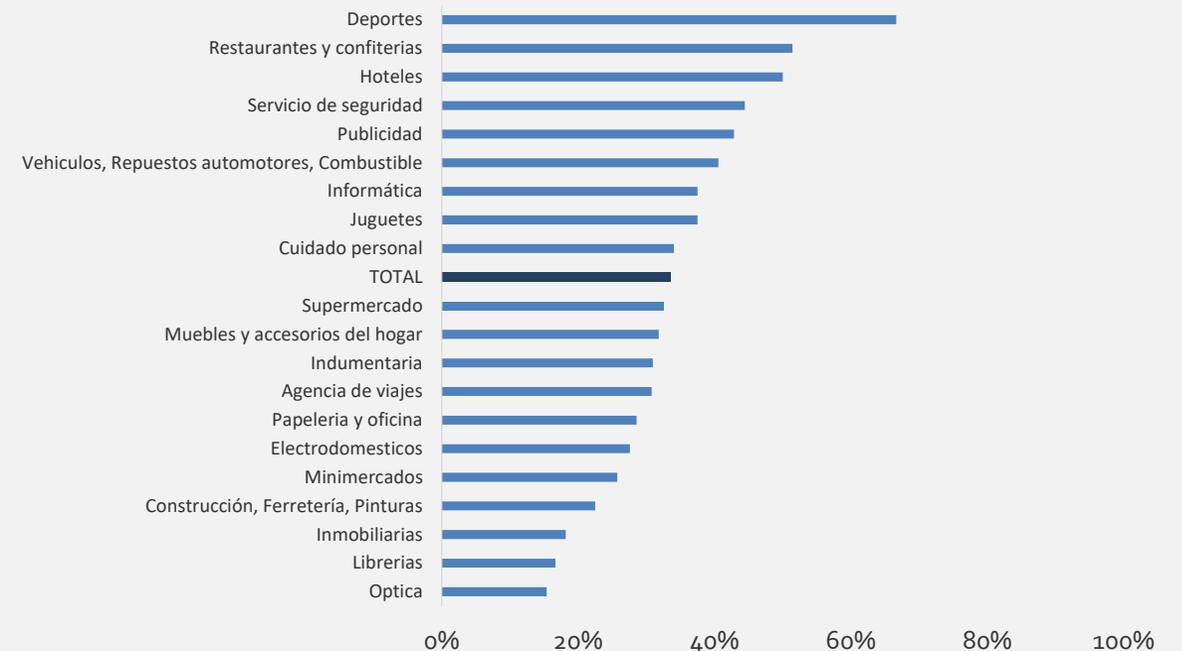
- Por último, en lo que refiere a la temporada turística 23/24, bajo este escenario desfavorable con Argentina, la mayoría de las empresas, es decir el 48% de las mismas estableció que prevé “Que se mantenga una situación similar a lo ya vivido durante el presente año”.
- Seguido por un 31% de empresas que proyecta una situación donde se “profundice el escenario adverso para las empresas locales”.
- Por su parte, aquellas empresas más optimistas, la cuales representan el 21% del total de la muestra estableció que espera que “Se logre cierta corrección en los precios entre ambos países, teniendo un efecto positivo en las empresas locales”, de cara al cierre de presente año y próxima temporada turística.
- Fueron las micro empresas las que presentaron las expectativas más optimistas, respecto a que se puede revertir este escenario adverso, mientras que las empresas dedicadas a la comercialización de bienes de inversión y no durables, fueron las que mostraron expectativas más negativas.

# Perspectivas – 2023.

## Índice de difusión esperado – Cuarto trimestre 2023

- El índice de difusión por empresa esperado para el cuarto trimestre de 2023 se ubicaría en 34%. Es decir, un 34% de las empresas que conforman la muestra espera que sus niveles de venta aumenten en el cuarto trimestre del año. Este guarismo permanece prácticamente incambiado respecto al registro previo (32%).
- En lo que refiere al índice de difusión esperado por rubros, los mayores niveles de respuestas positivas se registraron entre las empresas del rubro Deportes, Restaurantes y confiterías y hoteles. Las que evidencian los peores registros son Inmobiliarias, Librerías y Ópticas.
- 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 Cuarto trimestre 2023





# 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 tercer trimestre del año 2023 un -3,0% interanual, al tiempo que las ventas en el Interior mostraron una variación negativa de -1,6%. Este resultado reflejó situaciones diferentes entre las subregiones que conforman el interior; en el caso de litoral, centro y noreste, las ventas descendieron -6,8%, -7,6% y -1,1%, mientras que en la zona de la costa las ventas aumentaron 0,9%.
- En lo que refiere al índice de difusión global, se observó una leve mejoría, aunque continúa ubicándose en zona pesimista, en concreto el indicador pasó de 32% a 39%. En particular, esta mejora se explica por incrementos tanto en Montevideo, como en el interior, en concreto el primero pasó de 31% a 41%, mientras que para el Interior el indicador subió a 41% desde 38% el trimestre anterior. A nivel de subregiones del interior, en la zona del centro el índice de difusión se redujo, mientras que en las demás regiones se constató un incremento, siendo más acentuado en el Noreste.
- Los indicadores de rentabilidad actual se ubican en zona de neutralidad, aunque en la zona de litoral, se ubicó por debajo de los 50 puntos, mientras que en las demás regiones el guarismo supero los 50 puntos.

## Leading indicators

- Los diversos indicadores de avance se mantuvieron incambiados en el tercer trimestre en comparación al segundo, ubicándose en 52 puntos en dicho trimestre para Montevideo y para el interior también se ubicó en 52 puntos. La sub región del interior que denota los mejores guarismos fue la región noreste con un registro de 55 puntos. Los peores registros se encuentran en la zona del litoral con un guarismo de 48 puntos.

## Expectativas

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

# Actividad económica por localización

RUBRO	Variación real ventas			Indice de difusión*			Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
	I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023	III.2023	III-II	III.2023	III-II	III.2023	III-II
Montevideo	1,7%	1,1%	-3,0%	● 35%	● 31%	● 41%	● 54		● 52		● 67	
Interior	1,7%	-4,1%	-1,61%	● 33%	● 38%	● 41%	● 53		● 52		● 66	
Interior - Costa	4,1%	-5,4%	0,9%	● 37%	● 34%	● 37%	● 56		● 54		● 68	
Interior - Centro	0,9%	3,9%	-7,6%	● 36%	● 57%	● 41%	● 50		● 51		● 78	
Interior - Litoral	-7,4%	-6,0%	-6,8%	● 21%	● 23%	● 34%	● 46		● 48		● 58	
Interior - Noreste	4,2%	-4,4%	-1,1%	● 39%	● 37%	● 53%	● 54		● 55		● 62	
Total	1,7%	-0,1%	-2,8%	● 34%	● 32%	● 39%	● 53		● 52		● 66	

\*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 no durables, semi durables y de inversión si bien lograron crecer durante tercer trimestre de este año, lo hicieron en valores muy magros. En el tercer trimestre los bienes no durables aumentaron 0,4%, reflejando una desaceleración de la actividad respecto al segundo trimestre de 2023. Por su parte, los bienes semi durables aumentaron 1,7% en el tercer cuarto del año, desacelerándose respecto al segundo trimestre. Luego, con un incremento de 0,4% interanual, se ubicaron los bienes de tipo inversión, los cuales lograron incrementarse luego de seis trimestres de descensos. Por último, se ubicaron las empresas de bienes durables y las de servicios, las cuales redujeron su guarismo en -3,7% las de durables, mientras que las de servicios descendieron -4,9% interanual en el tercer trimestre.
- Los índices de difusión mostraron una mejora en la mayoría de las empresas, en el tercer trimestre de 2023, con excepción de las empresas de servicios. En concreto, estas últimas redujeron su guarismo de 34% a 29%. Por otro lado, el mayor incremento lo tuvieron las empresas de inversión, las que lograron alcanzar un guarismo de 48%. Sin embargo, fueron las de semi durables, las que registraron el mayor guarismo con un nivel de 58%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual, se denotó un comportamiento de estabilidad, ya que todas las categorías se mantuvieron en la misma zona que el trimestre anterior. Fueron las empresas de servicios las que denotaron el mejor guarismo en lo que refiere a rentabilidad actual con un nivel de 64 puntos, mientras que las de peor registro fueron las de no durables con 46 puntos.

## 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, con excepción de los bienes de inversión que se ubicaron por debajo de 50 .

## 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 servicios, mientras que las dedicadas a bienes de inversión son las que denotaron el menor guarismo, incluso se redujo respecto al segundo trimestre.

# Actividad económica por tipo de bien

RUBRO		Variación real ventas			Indice de difusión*			Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
		I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023	III.2023	III-II	III.2023	III-II	III.2023	III-II
Por Tipo de Bien	No durables	4,8%	2,9%	0,4%	● 28%	● 19%	● 28%	● 46		● 53		● 63	
	Semi durables	0,4%	2,6%	1,7%	● 37%	● 43%	● 58%	● 52		● 51		● 64	
	Durables	-3,9%	-0,6%	-3,7%	● 32%	● 36%	● 39%	● 56		● 51		● 72	
	Inversión	-4,7%	-7,4%	0,4%	● 32%	● 30%	● 48%	● 51		● 48		● 61	∨
	Servicios	1,6%	-2,5%	-4,9%	● 37%	● 34%	● 29%	● 64		● 55		● 73	
Total		1,7%	-0,1%	-2,8%	● 34%	● 32%	● 39%	● 53		● 52		● 66	

\*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 tercer trimestre de 2023 para las empresas micro, pequeñas y grandes, mientras que las medianas se constataron leves incrementos interanuales. En particular, las micro, pequeñas y grandes descendieron -4,1%, -3,0% y -3,9% respectivamente en el tercer trimestre en términos interanuales. Por su parte, las medianas si bien fueron las únicas que constataron incrementos, éste crecimiento fue muy magro: suba de 0,3% interanual en el tercer cuarto del año.
- La evolución del índice de difusión mostró comportamientos diversos. Se constataron mejoras en las micro, pequeñas y medianas, mientras que en las grandes se produjeron descensos. Se destacó el mayor guarismo registrado en las empresas medianas con el 44%, mientras que, el menor registro lo tuvieron las grandes con el 31%.
- En lo que refiere a la rentabilidad actual, se destacó el retroceso de las grandes empresas, mientras que el resto se mantuvo en el mismo nivel que en el segundo trimestre de 2023.

## Leading indicators

- Los indicadores de avance se mostraron en general estables, todos por encima de 50 puntos, aunque fueron las empresas grandes las que denotaron un retroceso respecto al segundo cuarto del año.

## Expectativas

- Las expectativas de mejora de rentabilidad se mantuvieron elevadas en esta medición, todas en zona de moderado optimismo, siendo las pequeñas las de mejor guarismo.

# Actividad económica por tamaño

RUBRO		Variación real ventas			Indice de difusión*			Rentabilidad Actual		Leading indicators		Expectativas	
		I.2023	II.2023	III.2023	I.2023	II.2023	III.2023	III.2023	III-II	III.2023	III-II	III.2023	III-II
Por Tamaño de Empresa	Micro	-6,2%	-9,5%	-4,1%	● 29%	● 30%	● 38%	● 50		● 52		● 66	
	Pequeña	-4,6%	-7,6%	-3,0%	● 36%	● 31%	● 39%	● 55		● 53		● 67	
	Mediana	0,9%	-3,1%	0,3%	● 41%	● 37%	● 44%	● 56		● 52		● 65	
	Grande	3,4%	2,3%	-3,9%	● 42%	● 44%	● 31%	● 58	∨	● 54	∨	● 65	
Total		1,7%	-0,1%	-2,8%	● 34%	● 32%	● 39%	● 53		● 52		● 66	

\*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

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 2022 (es decir respecto al cuarto trimestre de 2021)? ¿Cuál fue la variación interanual (%) de las ventas de su empresa en el 2022 (es decir respecto al 2021)? (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 tercer 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. **Efectos cambiario Argentina 1:** En relación a la situación de precios relativos desfavorable para Uruguay respecto a Argentina, ¿cómo está siendo afectado el desarrollo de su negocio?
12. **Efectos cambiario Argentina 2:** Entre aquellas empresas que manifiestan que la realidad con el país vecino está afectando negativamente su negocio, especifique ¿cuál es el principal canal de afectación?
13. **Efectos cambiario Argentina 3:** Bajo este escenario y de cara al cierre del año y una próxima temporada turística 2023/2024, ¿cuáles son sus expectativas respecto a los impactos descritos anteriormente en su empresa?



Cámara de Comercio y  
Servicios del Uruguay

