



**Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay**

INFORME DE ACTIVIDAD Tercer Trimestre

Resumen Ejecutivo

2023

Resumen Ejecutivo III Trimestre 2023

La actividad del sector Comercio y Servicios se contrajo nuevamente durante el tercer trimestre del año, aunque de manera más pronunciada respecto al registro del trimestre anterior, disminuyendo en esta oportunidad **-2,8%** interanual. Asimismo, una vez más la mayoría de los rubros analizados registraron caídas en sus niveles de venta reales en la comparación interanual.

En esta oportunidad se obtuvieron respuestas de 543 empresas que ocupan a 14.803 trabajadores en 774 locales, localizadas a nivel de todo el país.

Para el tercer trimestre del año, de los **20 rubros relevados, 13 registraron una contracción en sus niveles de venta reales en la comparación interanual**, mientras que los restantes 7 rubros lograron crecer. De esta forma, el **índice de difusión por rubros fue de 35%**, levemente por encima del registro del segundo trimestre (30%), aunque se mantiene en niveles reducidos desde hace más de un año. Algunos de los rubros que revirtieron su performance desde positiva a negativa fueron "Supermercados" (-3,9%) y "Hoteles" (-1,1%), mientras que los rubros que pasaron de un terreno negativo a positivo fueron "Materiales de construcción, ferreterías, pinturerías" (1,0%), "Jugueterías" (0,8%) y "Servicios de Seguridad" (3,5%).

A su vez, **a nivel de empresas el índice de difusión se ubicó en 39%**, lo que significa que 4 de cada 10 empresas encuestadas registraron un incremento de sus ventas, mientras que las 6 restantes o bien presentaron una caída o estancamiento en sus volúmenes de venta en la comparación interanual.

En el sector **Comercio, tanto en Montevideo como en el Interior, la variación interanual de las ventas reales fue negativa: -2,6% y -1,6% respectivamente**. En particular, para el caso de Montevideo en este trimestre se revierte el escenario de crecimiento registrado en el período anterior, el Interior por el contrario permanece en terreno contractivo durante dos trimestres consecutivos.

A nivel de rubros, se destacan algunos de ellos que ya **atraviesan por lo menos tres trimestres consecutivos de caída en sus niveles de ventas**: Cuidado Personal (-3,5%), Muebles y Accesorios del Hogar (-3,8%), Electrodomésticos (-6,9%), Ópticas (-9,7%), Informática (-0,7%), Librerías (-7,6%) y Papelería y oficina (-0,4%).

En el caso del **rubro Minimercados**, vuelve a registrar un trimestre de contracción en sus volúmenes de venta (-4,8%), aunque de menor magnitud respecto al registro previo. A este escenario de caída, se adiciona el rubro **Supermercados** que ingresa en una fase negativa a partir del presente trimestre. Por su parte, el **rubro Indumentaria** ha sido el único que logró un crecimiento de sus ventas reales en los tres primeros trimestres del año, alcanzando un crecimiento de 3,3% para el presente período y mejorando incluso levemente su performance respecto al 3,0% registrado en el trimestre anterior.

El sector **Servicios, nuevamente presentó un escenario recesivo tanto para Montevideo como para el Interior: -6,3% y -1,7%, respectivamente**. A estos registros, que presentan una mayor caída respecto a los períodos previos, se le adicionan resultados del índice de difusión por empresas menores a los alcanzados durante el segundo trimestre del año.

Se destaca el escenario complejo que ya viene atravesando **el rubro Restaurantes y confiterías**, desde el comienzo del presente año, incrementando sus niveles de contracción trimestre a trimestre. En esta oportunidad registró una caída de -8,8%. **Los rubros Agencias de Viaje e Inmobiliarias**, atraviesan dos trimestres consecutivos de caída en sus niveles de venta, con índices de difusión por empresas muy reducidos: 15% y 18% respectivamente.

En sentido contrario, sobresale el **desempeño del rubro Publicidad**, al alcanzar su **tercer trimestre consecutivo de crecimiento** en su nivel de ventas reales, aumentando **2,8%** para el presente período de análisis.

En el análisis de **empresas por tamaño**, se destaca el complejo desempeño que vienen **atravesando las micro y pequeñas empresas**, éstas volvieron a evolucionar negativamente aunque presentaron cierta mejora respecto al trimestre inmediato anterior: **-4,1%** y **-3,0%** respectivamente. De todos modos, ya son varios trimestres consecutivos de caída en sus volúmenes de ventas. Otra es la situación de las **grandes empresas**, que venían de trimestres consecutivos de crecimiento, el cual se interrumpió en el periodo de análisis, alcanzando una caída de **-3,9%**.

Según la **localización de las empresas**, las ventas **disminuyeron tanto en Montevideo como en el Interior**: **-3,0%** y **-1,6%** respectivamente. A nivel de las **subregiones del Interior**, la única que registró una **variación positiva interanual fue la región Costa**¹, creciendo levemente **0,9%** y pasando entonces de terreno negativo a positivo. En cuanto a las ventas en las regiones de Centro², Litoral³ y Noreste⁴, las mismas **cayeron**: **-7,6%**, **-6,8%** y **-1,1%**, respectivamente. Para el caso de las regiones Litoral y Noreste, ya alcanzan por lo menos dos trimestres consecutivos de caída en los niveles de venta. Respecto del **Centro**, había logrado crecer la primera mitad del año pero en el presente periodo pasó a terreno negativo y de hecho **fue la región que experimentó la mayor contracción**.

A su vez, para la presente encuesta se realizaron **preguntas adicionales referidas a la situación de Argentina y su impacto en la economía y en las empresas en particular**. 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 la siguiente 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".

Entre aquellas empresas que establecieron estar recibiendo un impacto negativo debido a la situación con Argentina y la relación cambiaria, el **63%** expresó que 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**".

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"**.

Finalmente, en términos de **expectativas de corto plazo**, éstas permanecen prácticamente incambiables respecto a los registros previos aunque con cierto deterioro respecto al escenario actual. En concreto, el **34%** de los empresarios espera que sus ventas crezcan en el último cuarto del año, mientras que un **23%** espera una contracción para el próximo trimestre. El **43%** restante, espera que su nivel de ventas se mantengan en el cierre del año.

¹ Los departamentos que integran la región Costa son: Maldonado, Colonia, Canelones, San José, Rocha.

² Los departamentos que integran la región Centro son: Durazno, Flores, Florida, Lavalleja.

³ Los departamentos que integran la región Litoral son: Paysandú, Salto, Río Negro, Soriano.

⁴ Los departamentos que integran la región Noreste son: Artigas, Cerro Largo, Rivera, Tacuarembó, Treinta y Tres.