

# 2024

<b>MODO PAIS  </b> Entrevista a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicio - CNCS. Parte 1	28/05/2024	Pag.
<b>MODO PAIS  </b> Entrevista a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicio - CNCS. Parte 2	28/05/2024	Pag.
<b>EL PAIS DIGITAL   NOTICIAS</b> Qué compraron los uruguayos para el último Día de la Madre, cuánto gastaron y más	23/05/2024	Pag. 1
<b>EL PAIS   ECONOMIA</b> EL 75% DE LOS URUGUAYOS COMPRARON UN REGALO EN EL DÍA DE LA MADRE Relevamiento sobre qué compraron y cuánto gastaron	23/05/2024	Pag. 9
<b>INFORMATIVO SARANDI MATUTINO  </b> Entrevista   Julio César Lestido - Presidente de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios	22/05/2024	Pag.
<b>EL OBSERVADOR DIGITAL   NOTICIA</b> El sector de Uruguay que genera más empleo empezó a recuperarse tras fuerte contracción y "efecto Argentina" La actividad del sector comercio y servicios creció 4,1% en el primer trimestre del año y destacan menor fuga de consumo hacia Argentina	22/05/2024	Pag. 1
<b>AMBITO FINANCIERO - ARGENTINA   MUNDO</b> Las ventas de comercios y servicios se recuperan: crecieron 4,1% en el primer trimestre	22/05/2024	Pag. 1
<b>EL PAIS   ECONOMIA</b> La actividad comercial al alza Microempresas y el litoral aún en terreno negativo, mejorando El País (Uruguay) 22 May 2024	22/05/2024	Pag. 8
<b>EL OBSERVADOR   ACTUALIDAD</b> El sector de Uruguay que genera más empleo empezó a recuperarse tras fuerte contracción y "efecto Argentina" La actividad del sector comercio y servicios creció 4,1% en el primer trimestre del año y destacan menor fuga de consumo hacia Argentina	22/05/2024	Pag. 2
<b>TELEMUNDO DE MAÑANA  </b>	22/05/2024	Pag.

Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre		
<a href="#">TELEMUNDO EDICION MEDIODIA  </a> Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre	22/05/2024	Pag.
<a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> Columna economía - Ventas en sector Comercio y Servicios. Parte 1	22/05/2024	Pag.
<a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> Columna economía - Ventas en sector Comercio y Servicios. Parte 2	22/05/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO CARVE  </a> Las ventas del comercio subieron 4.1% en el primer trimestre del año. Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay - CNCS	21/05/2024	Pag.
<a href="#">EL PAIS DIGITAL   NOTICIAS</a> Actividad comercial aumenta en el primer trimestre, aunque persiste algo de "efecto Argentina" en el litoral	21/05/2024	Pag. 1
<a href="#">TELEMUNDO CENTRAL  </a> Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre - Parte 2	21/05/2024	Pag.
<a href="#">TELEMUNDO CENTRAL  </a> Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre - Parte 1	21/05/2024	Pag.
<a href="#">SUBRAYADO EDICION CENTRAL  </a> Ventas del Comercio. Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay - CNCS	21/05/2024	Pag.
<a href="#">VTV NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> Actividad comercial en Uruguay - Creció en un 4,1% en el primer trimestre de 2024	21/05/2024	Pag.
<a href="#">SUBRAYADO MEDIODIA  </a> Cámara de comercio y servicios pide estado eficiente	16/05/2024	Pag.
<a href="#">CRONICAS   INFORMACION</a> Lestido: "Somos el cuarto país de la región con mayor carga tributaria, debemos modernizar el Estado" Almuerzo de ADM	10/05/2024	Pag. 8
<a href="#">LA DIARIA DIGITAL  </a> Empresarios reclamaron por la competitividad, atraso cambiario, modernización del Estado y reducción del gasto público	09/05/2024	Pag. 1
<a href="#">AMBITO FINANCIERO - ARGENTINA   MUNDO</a>	09/05/2024	Pag. 1

Las cámaras empresariales expusieron sus propuestas al sistema político en pleno año electoral

<b>EL PAIS   ECONOMIA</b> Cámaras empresariales se activan con sus demandas Plantean puntos para la agenda nacional ante las próximas elecciones	09/05/2024	Pag. 8
<b>LA REPUBLICA   POLITICA</b> Las Cámaras Empresariales presentaron su situación en este año electoral ADM organizó un "Almuerzo de Trabajo" con los diferentes presidentes de las gremiales como disertantes.	09/05/2024	Pag. 4
<b>EL OBSERVADOR   ACTUALIDAD</b> Empresarios ya piensan en el próximo gobierno y se alinean con propuestas conjuntas	09/05/2024	Pag. 6
<b>TELEBUENDIA  </b> Julio Cesar Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio "productividad difiere en el mismo sector"	09/05/2024	Pag.
<b>SUBRAYADO MEDIODIA  </b> Almuerzo de trabajo en ADM	08/05/2024	Pag.
<b>TELEDIA  </b> Almuerzo ADM. Las cámaras empresariales en año electoral	08/05/2024	Pag.
<b>VTV NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </b> Almuerzo ADM - Las distintas cámaras empresariales rechazan el plebiscito impulsado por el PIT-CNT contra la reforma de la seguridad social. Parte 1	08/05/2024	Pag.
<b>VTV NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </b> Almuerzo ADM - Las distintas cámaras empresariales rechazan el plebiscito impulsado por el PIT-CNT contra la reforma de la seguridad social. Parte 2	08/05/2024	Pag.
<b>PRIMERA MANANA  </b> Entrevista   Julio César Lestido - Presidente de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios	06/05/2024	Pag.
<b>RADIO MUNDO 1170 AM   NOTICIAS</b> El presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay, Julio César Lestido, afirmó que los socios de la gremial se quejan de que "aumenta cada vez más" la cantidad de personas que viven en la calle y duermen en las principales avenidas comerciales de Montevideo	06/05/2024	Pag. 1
<b>EL PAIS DIGITAL   NOTICIAS</b> Comerciantes se quejan de que "aumenta cada vez más" la cantidad de	04/05/2024	Pag. 1

personas que viven en la calle

[TELENOCHE.COM.UY | NACIONALES](#)

Comerciantes y autoridades se reunieron para solucionar problemas de higiene que afectan las principales avenidas de Montevideo

04/05/2024 Pag. 1

[EL PAIS | INFORME NACIONAL](#)

Comerciantes se quejan por aumento de personas en calle  
Cámara de Comercio convocó encuentro con oficinas públicas

04/05/2024 Pag. 6

[INFORMATIVO CARVE |](#)

Entrevista telefónica a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio y Servicios

03/05/2024 Pag.

[PRIMERA MANANA |](#)

Cámara de Comercio entregó documento a partidos políticos: señala áreas a atender que considera prioritarias y pide evitar una grieta

03/05/2024 Pag.

[RADIO MUNDO 1170 AM | NOTICIAS](#)

La Cámara de Comercio y Servicios le presentó a todos los partidos una iniciativa de 11 puntos con su visión de un país "próspero y productivo" que, espera, sea suscrito por todas las fuerzas políticas

03/05/2024 Pag. 1

[CARVE 850 | INFORMACION](#)

Lestido: "La gente en situación de calle afecta en la actividad económica de los comerciantes"

03/05/2024 Pag. 1

[CARVE 850 | INFORMACION](#)

Conforman mesa de diálogo entre comerciantes y autoridades para resolver problemáticas que afectan a las principales avenidas de Montevideo

03/05/2024 Pag. 1

[LA REPUBLICA DIGITAL | INTERNET](#)

Cámara de Comercio llama a precandidatos a realizar un "Pacto por la Patria"

03/05/2024 Pag. 1

[EL PAIS DIGITAL | NOTICIAS](#)

¿Qué dice la propuesta de "Pacto por la Patria" que lanzó la Cámara de Comercio y Servicios a los candidatos?

03/05/2024 Pag. 1

[TELEDOCE.COM | NACIONALES](#)

Cámara de Comercio entregó documento a partidos políticos: señala áreas a atender que considera prioritarias y pide evitar una "grieta"

03/05/2024 Pag. 1

[RADIOMONTECARLO.COM.UY | NACIONALES](#)

Personas que duermen en la puerta de los comercios y el contrabando son las principales problemáticas que plantearon desde la Cámara de Comercio

03/05/2024 Pag. 1

<a href="#">EL PAIS   ECONOMIA</a>	03/05/2024	Pag. 11
Lanzan "Pacto por la Patria" Se trata de un llamado a la unidad y para "evitar grietas políticas"		
<a href="#">EL PAIS   PORTADA</a>	03/05/2024	Pag. 1
TITULARES		
<a href="#">LA REPUBLICA   PORTADA</a>	03/05/2024	Pag. 1
TITULARES		
<a href="#">LA REPUBLICA   POLITICA</a>	03/05/2024	Pag. 5
Cámara de Comercio llama a precandidatos a realizar un «Pacto por la Patria» Los invitaron a firmar un documento elaborado por la gremial empresarial.		
<a href="#">EL OBSERVADOR   ACTUALIDAD</a>	03/05/2024	Pag. 9
Cámara de Comercio propone "un pacto por la patria"		
<a href="#">TELEMUNDO DE MAÑANA  </a>	03/05/2024	Pag.
Cámara de comercio pide "pacto" de buen clima electoral		
<a href="#">DESAYUNOS INFORMALES  </a>	03/05/2024	Pag.
Cámara de Comercio presentó documento "pacto por la patria"		
<a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - PRIMERA EDICION  </a>	03/05/2024	Pag.
Presidente de Cámara Nacional de Comercio Julio Cesar Lestido - Proponen a precandidatos "Pacto por la patria"		
<a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - MEDIODIA  </a>	03/05/2024	Pag.
Proponen pacto por la patria		
<a href="#">SUBRAYADO MEDIODIA  </a>	03/05/2024	Pag.
Situación de las Avenidas comerciales de Montevideo		
<a href="#">TELEDIA  </a>	03/05/2024	Pag.
Afectación por gente en situación de calle		
<a href="#">TELEDIA  </a>	03/05/2024	Pag.
Situación comercial en General Flores. Avenidas con bajas ventas		
<a href="#">TELENOCHE  </a>	03/05/2024	Pag.
Cámara de Comercio   Afectación por gente en situación de calle   Parte 1		
<a href="#">TELENOCHE  </a>	03/05/2024	Pag.
Cámara de Comercio   Afectación por gente en situación de calle   Parte 2		

<a href="#">TELEMUNDO CENTRAL  </a> La situación en las avenidas preocupa a los comerciantes	03/05/2024	Pag.
<a href="#">TELEMUNDO CENTRAL  </a> Qué opinan los vendedores sobre los comercios de las avenidas?	03/05/2024	Pag.
<a href="#">OTRA MAÑANA  </a> Entrevista telefónica a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay	02/05/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO CARVE MEDIODIA  </a> La CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios presentó un documento llamado pacto por Uruguay	02/05/2024	Pag.
<a href="#">EL PAIS DIGITAL   NOTICIAS</a> La Cámara de Comercio y Servicios llama a un "Pacto por la Patria" a los partidos, ¿qué propone?	02/05/2024	Pag. 1
<a href="#">RADIOMONTECARLO.COM.UY   NACIONALES</a> La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay propuso un "Pacto por la patria"	02/05/2024	Pag. 1
<a href="#">EL OBSERVADOR DIGITAL   NOTICIA</a> Cámara de Comercio propone "un pacto por la patria" ¿De qué se trata?	02/05/2024	Pag. 1
<a href="#">MEDIOSPUBLICOS.UY   NOTICIAS</a> Cámara de Comercio y Servicios presenta "Pacto por la Patria"	02/05/2024	Pag. 1
<a href="#">LA DIARIA DIGITAL  </a> La Cámara de Comercio planteó 11 propuestas a los partidos políticos	02/05/2024	Pag. 1
<a href="#">CARAS Y CARETAS DIGITAL   POLITICA</a> Empresarios marcan la cancha a candidatos y proponen un "Pacto por la Patria"	02/05/2024	Pag. 1
<a href="#">BUSQUEDA   ECONOMIA</a> Empresarios despidieron a Pablo Mieres con aplausos en su salida del Ministerio de Trabajo	02/05/2024	Pag. 22
<a href="#">DESAYUNOS INFORMALES  </a> Pablo Mieres - Ministro de Trabajo y Seguridad Social - MTSS. El ultimo mensaje por el 1º de Mayo antes de renunciar a la cartera	02/05/2024	Pag.
<a href="#">SUBRAYADO MEDIODIA  </a> Anuncios de la Cámara de comercios del Uruguay	02/05/2024	Pag.

<p><b>TELEMUNDO EDICION MEDIODIA  </b>  Julio Cesar Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio. Anuncio de la Cámara de Comercio y sus asociados</p>	02/05/2024	Pag.
<p><b>SUBRAYADO EDICION CENTRAL  </b>  La Cámara de Comercio y Servicios presentó hoy lo que denomina "un pacto por la patria", se trata de un documento presentado a todo los partidos políticos</p>	02/05/2024	Pag.
<p><b>VTV NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </b>  La Cámara de Comercio planteó 11 propuestas a los partidos políticos</p>	02/05/2024	Pag.
<p><b>TELEMUNDO CENTRAL  </b>  Cámara de Comercio pide "pacto" de buen clima electoral - Envió documento a partidos políticos para que firmen propuesta</p>	02/05/2024	Pag.
<p><b>CANAL 5 NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </b>  La Cámara de Comercio y Servicios llama a un "Pacto por la Patria" a los partidos</p>	02/05/2024	Pag.
<p><b>MVD NOTICIAS EDICION CENTRAL  </b>  La Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay le presentó a los distintos partidos políticos una serie de propuestas para la campaña política</p>	02/05/2024	Pag.
<p><b>RADIO MUNDO 1170 AM   NOTICIAS</b>  El ministro de Trabajo y Seguridad Social, Pablo Mieres, anunció que asistirá hoy al acto central del PIT-CNT por el Día de los Trabajadores</p>	01/05/2024	Pag. 1
<p><b>LA DIARIA DIGITAL  </b>  El ministro Pablo Mieres se despidió de los empresarios y dijo que se va "con un empleo en niveles muy altos, y también con una recuperación salarial"</p>	01/05/2024	Pag. 1
<p><b>SUBRAYADO EDICION CENTRAL  </b>  MTSS - Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Pablo Mieres - Ministro de Trabajo y Seguridad Social - MTSS se despidió de Gremiales Empresariales. Parte 1</p>	30/04/2024	Pag.
<p><b>SUBRAYADO EDICION CENTRAL  </b>  MTSS - Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Pablo Mieres - Ministro de Trabajo y Seguridad Social - MTSS se despidió de Gremiales Empresariales. Parte 2</p>	30/04/2024	Pag.
<p><b>CANAL 5 NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </b>  El ministro Pablo Mieres dijo que se va ¿con un empleo en niveles muy altos, y también con una recuperación salarial? - Parte 1</p>	30/04/2024	Pag.

<p><a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - PRIMERA EDICION  </a> CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios - Julio Cesar Lestido</p>	29/04/2024	Pag.
<p><a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios - Julio Cesar Lestido</p>	28/04/2024	Pag.
<p><a href="#">CRONICAS DIGITAL   INFORMACION</a> Desde la CCSU hay "optimismo" sobre la concreción del acuerdo Mercosur-UE</p>	26/04/2024	Pag. 1
<p><a href="#">EL PAIS DIGITAL   NOTICIAS</a> ¿Por qué la Unión Europea insiste en el acuerdo con el Mercosur y qué tan cerca está de cerrarse?</p>	24/04/2024	Pag. 1
<p><a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - PRIMERA EDICION  </a> Presidente de la Cámara de Comercio - Julio Cesar Lestido. Parte 1</p>	24/04/2024	Pag.
<p><a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - PRIMERA EDICION  </a> Presidente de la Cámara de Comercio - Julio Cesar Lestido. Parte 2</p>	24/04/2024	Pag.
<p><a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> Jefe negociador de Unión Europea para acuerdo con Mercosur: "Negociaciones UE-Mercosur están en los últimos cien metros"</p>	23/04/2024	Pag.
<p><a href="#">EL PAIS   ECONOMIA</a> Ciberestafa: cómo deben cuidarse las empresas Las concesionarias de autos tienen pérdidas por los fraudes</p>	18/04/2024	Pag. 9
<p><a href="#">EL OBSERVADOR DIGITAL   NOTICIA</a> Empresarios se alinean para buscar debilidades en infraestructura y proponer planes al gobierno</p>	16/04/2024	Pag. 1
<p><a href="#">MVD NOTICIAS EDICION CENTRAL  </a> El presidente de la Cámara de Comercio, Julio César Lestido reclamó un Estado más ágil que les dé más flexibilidad a las empresas</p>	16/04/2024	Pag.
<p><a href="#">EL PAIS   INFORME NACIONAL</a> Empresas. Alertan perjuicios al país si se aprueban plebiscitos Sostienen que si las consultas propuestas para votar en octubre se aprueban podrían perjudicar al país</p>	15/04/2024	Pag. 4
<p><a href="#">RADIOMONTECARLO.COM.UY   NACIONALES</a> Lestido: "Tiene que haber un resultado acorde que acompañe esa reducción de horas de trabajo"</p>	09/04/2024	Pag. 1
<p><a href="#">CRONICAS   ECONOMIA</a></p>	22/03/2024	Pag. 16

Perspectiva de un "crecimiento magro" mediano y largo plazo, y persistencia de problemas de competitividad  
Si bien Argentina se encareció en los últimos meses un 47%, aún sigue siendo más barata que Uruguay

<b>EMPRESAS &amp; NEGOCIOS (REV. SEMANARIO CRONICAS)   EMPRESAS &amp; NEGOCIOS</b> Anabela Aldaz, vicepresidenta de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (Ccsuy)	22/03/2024	Pag. 30
<b>TELEMUNDO EDICION MEDIODIA  </b> Promueven un protocolo para las empresas familiares	21/03/2024	Pag.
<b>SUBRAYADO MEDIODIA  </b> 80% de las empresas son familiares	20/03/2024	Pag.
<b>SUBRAYADO MEDIODIA  </b> Reducción de diferencia cambiaría con Argentina	20/03/2024	Pag.
<b>EL EMPRESARIO (EL PAIS)   INFORME</b> El desafío de los primeros pasos de empresarias uruguayas consolidadas. Seis mujeres referentes de negocios locales contaron cómo fue conseguir sus primeros clientes al inicio de sus carreras	08/03/2024	Pag. 2
<b>BUSQUEDA   ECONOMIA</b> Crimen y economía: la delincuencia genera un "impacto económico" de 8% del PIB en Uruguay La prevención y el combate al crimen conllevan, además de gasto público financiado por impuestos, otros realizados por las empresas y los hogares	07/03/2024	Pag. 24
<b>EL OBSERVADOR DIGITAL   NOTICIA</b> Supermercados acumulan ocho años de caída: los motivos de la "erosión" y dudas sobre los datos	04/03/2024	Pag. 1
<b>LA DIARIA   ECONOMIA</b> Comercio y servicios: evolución y perspectivas	04/03/2024	Pag. 12
<b>LA PRENSA (SALTO)   PORTADA</b> Ultimo trimestre de 2023 / Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas	28/02/2024	Pag. 1
<b>LA REPUBLICA   POLITICA</b> Ventas del comercio cayeron en el cuarto trimestre de 2023 y durante todo el año pasado	28/02/2024	Pag. 2
<b>PRIMERA MANANA  </b> Entrevista   Ana Laura Fernández - Asesora del Departamento de Estudios	27/02/2024	Pag.

<a href="#">PRIMERA MANANA  </a> Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas durante el último trimestre de 2023	27/02/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO SARANDI MATUTINO  </a> 2023 - caída en las ventas comercios y servicios   CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios	27/02/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO CARVE  </a> Las ventas del comercio y servicio cayeron 1.4% interanual en el último trimestre de 2023. Cámara Nacional de Comercio y Servicios - CNCS	27/02/2024	Pag.
<a href="#">DIARIO CAMBIO (SALTO)   INFORMACION</a> Cámara de Comercios y Servicios informó que el 2023 cerró con caída en ventas en todos los rubros	27/02/2024	Pag. 1
<a href="#">AMBITO FINANCIERO - ARGENTINA   MUNDO</a> Las ventas de comercio y servicios cayeron 1,4% interanual en el último trimestre de 2023	27/02/2024	Pag. 1
<a href="#">EL OBSERVADOR   ACTUALIDAD</a> El sector de Uruguay más golpeado por la Argentina barata moderó su caída: esto espera para 2024 Las ventas del sector comercio y servicios cayeron 1,4% en el último trimestre del año pasado, pero la baja se moderó frente al trimestre anterior	27/02/2024	Pag. 7
<a href="#">ARRIBA GENTE  </a> Móvil en vivo. Informe de CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios	27/02/2024	Pag.
<a href="#">TELEBUENDIA  </a> Balance del 2023 - Cae el 2% en ventas de comercio y servicios	27/02/2024	Pag.
<a href="#">TELEBUENDIA  </a> Julio Lestido CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios "Impacto argentina se empezó a amortiguar"	27/02/2024	Pag.
<a href="#">8AM (8 AM CANAL 4)  </a> En 2023 hubo caída de la actividad comercial	27/02/2024	Pag.
<a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - PRIMERA EDICION  </a> Presidente de la Cámara de Comercio Julio Cesar Lestido	27/02/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO 930 (RADIO MONTECARLO)  </a>	26/02/2024	Pag.

Aunque la actividad en el sector comercio y servicios cayó en el entorno del 2% durante los últimos 12 meses algunos rubros como las agencias, hoteles e informativa crecieron

<a href="#">INFORMATIVO 930 (RADIO MONTECARLO)  </a> Móvil - Desde la Cámara de Comercio y Servicios señalan una caída del 1.4% en las ventas durante el ultimo trimestre de 2023	26/02/2024	Pag.
<a href="#">VTV.COM.UY   NOTICIAS</a> "El impacto Argentina se empezó a amortiguar" indicó Julio César Lestido	26/02/2024	Pag. 1
<a href="#">INFONEGOCIOS.BIZ   INFORMACION</a> De gira por China El 21 de febrero tuvo lugar el evento organizado por la Cámara de Comercio Uruguay - R. P. China con el cual dio inicio a la actividad institucional abierta de 2024	26/02/2024	Pag. 1
<a href="#">TELENOCHE.COM.UY   NACIONALES</a> 2023 cerró con caída en las ventas de Comercio y Servicios	26/02/2024	Pag. 1
<a href="#">SUBRAYADO PORTAL   ECONOMIA</a> Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas durante el último trimestre de 2023	26/02/2024	Pag. 1
<a href="#">SUBRAYADO MEDIODIA  </a> Informa de la Cámara de comercio y servicios	26/02/2024	Pag.
<a href="#">CANAL 5 NOTICIAS - MEDIODIA  </a> Cámara de comercio y servicios presentó encuesta de actividad	26/02/2024	Pag.
<a href="#">TELEDIA  </a> Empresarios optimistas para el 2024	26/02/2024	Pag.
<a href="#">TELEMUNDO EDICION MEDIODIA  </a> La actividad del comercio cayó 1,4% a fines del 2023	26/02/2024	Pag.
<a href="#">VTV NOTICIAS- EDICION MEDIODIA  </a> Julio Cesar Lestido - Presidente de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios	26/02/2024	Pag.
<a href="#">VTV NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> El impacto Argentina se empezó a amortiguar. Parte 2	26/02/2024	Pag.
<a href="#">VTV NOTICIAS - EDICION CENTRAL  </a> Cuidado personal, electrodomésticos y hoteles vienen cayendo	26/02/2024	Pag.

<a href="#">SUBRAYADO EDICION CENTRAL  </a> Ventas del Comercio. Cámara Nacional de Comercio y Servicios - CNCS	26/02/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO 930 (RADIO MONTECARLO)  </a> Móvil - Julio César Lestido presidente de la Cámara de Comercio señaló que se reporta una recuperación en la situación del comercio del litoral del país	20/02/2024	Pag.
<a href="#">SUBRAYADO MEDIODIA  </a> Brecha cambiaria con Argentina. Se achica e impacta en comercios del litoral	20/02/2024	Pag.
<a href="#">FM GENTE (MALDONADO)   INFORMACION</a> Sostenida caída del consumo en enero informó la Cámara de Comercio	08/02/2024	Pag. 1
<a href="#">SUBRAYADO EDICION CENTRAL  </a> Uruguay - Argentina. Diferencias de precios se redujeron por inflación	07/02/2024	Pag.
<a href="#">INFONEGOCIOS.BIZ   INFORMACION</a> Dos de cada tres seguimos siendo tradicionales a la hora de comprar en la fiestas (el comercio online alcanzó el 29%)	29/01/2024	Pag. 1
<a href="#">CRONICAS   EMPRESAS &amp; NEGOCIOS</a> El 87% de los uruguayos compró regalos en las fiestas tradicionales Según informe elaborado por CEDU y la Cámara de Comercios y Servicios	26/01/2024	Pag. 27
<a href="#">VTV NOTICIAS- EDICION MEDIODIA  </a> Encuesta de la Cámara de Comercio. 87% de los uruguayos hizo compras para las fiestas. Parte 2	26/01/2024	Pag.
<a href="#">INFORMATIVO 930 (RADIO MONTECARLO)  </a> Una encuesta reveló que casi el 90% de los uruguayos compró regalos en las fiestas tradicionales. Cámara de la Economía Digital del Uruguay - CEDU y la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay	23/01/2024	Pag.
<a href="#">TELENOCHE.COM.UY   ECONOMIA</a> Fiestas tradicionales y el auge de las ventas por internet	23/01/2024	Pag. 1
<a href="#">EL OBSERVADOR DIGITAL   NOTICIA</a> Cuánto gastaron los uruguayos en los regalos para las fiestas de fin de año	23/01/2024	Pag. 1
<a href="#">TELEMUNDO EDICION MEDIODIA  </a> Compras por las fiestas: Relevamiento on line del 7 al 14 de enero - 787 personas participaron del sondeo 70% siempre celebra o compra	23/01/2024	Pag.
<a href="#">MONTEVIDEO PORTAL   DESTACADOS</a> Cómo se comportaron y cuánto gastaron los uruguayos en compra de regalos	22/01/2024	Pag. 1

para las fiestas

Una encuesta de las cámaras empresariales revela que vestimenta, calzados y juguetería fueron los productos más demandados.

[EL PAIS DIGITAL | NOTICIAS](#)

Cámara de Comercio sobre ventas de fin de año: "Son mejores de lo esperado"

06/01/2024

Pag. 1

[Ir al artículo](#)

Entrevista a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicio - CNCS. Parte 1

[Ir al artículo](#)

Entrevista a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicio - CNCS. Parte 2

Qué compraron los uruguayos para el último Día de la Madre, cuánto gastaron y más

[Página web fuente](#)

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy) y la Cámara de la Economía Digital (CEDU) realizó un relevamiento sobre qué compraron y cuánto gastaron.

Redacción El País El 75% de los uruguayos compraron algún regalo para el Día de la Madre. De dicho porcentaje, el 47% buscó y compró los productos en un local comercial, mientras que el 26% realizó la búsqueda de manera online y realizó su compra en un local físico.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy) y la Cámara de la Economía Digital (CEDU) realizaron un relevamiento de las compras realizadas con motivo del Día de la Madre celebrado el pasado 12 de mayo.

A partir de una muestra de 953 personas que completaron un formulario en línea entre el 13 y el 17 de mayo, el estudio arrojó que el 57% de las personas que compraron obsequios de manera digital lo hicieron en la tienda online del comercio. Además, en esta oportunidad también adquirieron protagonismo los distintos marketplaces, que representaron un 30% de las compras.

El área más concurrida por el día de la madre fue vestimenta, calzado y accesorios. Estuvo seguida por perfumería y cosmética, mientras que en menor medida, los uruguayos regalaron productos para hogar, decoración, joyería y artículos electrónicos.

Entre las personas que adquirieron obsequios en locales comerciales, el 46% de las compras fueron realizadas en los shoppings, seguido por tiendas ubicadas en las principales avenidas (35%) y el 8% en supermercados. Sin embargo, el 11% restante compró productos en ferias artesanales y barriales y emprendedores comerciales.

A la hora de comprar son varios los factores que inciden en la decisión. Por tal motivo, los compradores

adquirieron los regalos bajo la influencia del precio, la utilidad, y la calidad, mientras que el factor marca fue el que obtuvo menor participación.

Respecto al gasto destinado a los regalos, las respuestas se mantuvieron similares ya que un 20% superó los \$ 3.000, el 16% gastó entre \$ 2.000 y \$ 3.000, el 17% entre \$ 1.500 y \$ 2.000, 25% entre \$ 1.000 y \$ 1.500, mientras que un 22% gastó menos de \$ 1.000.

El medio de pago con mayor incidencia fue la tarjeta de crédito con el 53% de las compras y la de débito con 31%. Por su parte, el uso de dinero en efectivo fue de 12% y las transferencias bancarias representaron un 4%.

En cuanto a las ofertas, el 53% de los encuestados calificaron las ofertas como buenas o muy buenas. En cambio, para un 29% fueron regulares, mientras que un 14% reconoció no haber visto o recibido promociones. Entre quienes recibieron, la mayoría fueron en tiendas físicas y canales digitales. En ese sentido, otra importante proporción de público recibió ofertas a través de publicidades en redes sociales.

## EL 75% DE LOS URUGUAYOS COMPRARON UN REGALO EN EL DÍA DE LA MADRE Relevamiento sobre qué compraron y cuánto gastaron

El 75% de los uruguayos compraron algún regalo para el Día de la Madre. De dicho porcentaje, el 47% buscó y compró los productos en un local comercial, mientras que el 26% realizó la búsqueda de manera online y realizó su compra en un local físico.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUY) y la Cámara de la Economía Digital (CEDU) realizaron un relevamiento de las compras realizadas con motivo del Día de la Madre celebrado el pasado 12 de mayo.

A partir de una muestra de 953 personas que completaron un formulario en línea entre el 13 y el 17 de mayo, el estudio arrojó que el 57% de las personas que compraron obsequios de manera digital lo hicieron en la tienda online del comercio. Además, en esta oportunidad también adquirieron protagonismo los distintos marketplaces, que representaron un 30% de las compras.

**SECTORES DEMANDADOS.** El área más concurrida por el día de la madre fue vestimenta, calzado y accesorios. Estuvo seguida por perfumería y cosmética, mientras que en menor medida, los uruguayos regalaron productos para hogar, decoración, joyería y artículos electrónicos.

Entre las personas que adquirieron obsequios en locales comerciales, el 46% de las compras fueron realizadas en los shoppings, seguido por tiendas ubicadas en las principales avenidas (35%) y el 8% en supermercados. Sin embargo, el 11% restante compró productos en ferias artesanales y barriales y emprendedores comerciales.

A la hora de comprar son varios los factores que inciden en la decisión. Por tal motivo, los compradores adquirieron los regalos bajo la influencia del precio, la utilidad, y la calidad, mientras que el factor marca fue el que obtuvo menor participación.

**GASTO PROMEDIO.** Respecto al gasto destinado a los regalos, las respuestas se mantuvieron similares ya que un 20% superó los \$ 3.000, el 16% gastó entre \$ 2.000 y \$ 3.000, el 17% entre \$ 1.500 y \$ 2.000, 25% entre \$ 1.000 y \$ 1.500, mientras que un 22% gastó menos de \$ 1.000.

El medio de pago con mayor incidencia fue la tarjeta de crédito con el 53% de las compras y la de débito con 31%. Por su parte, el uso de dinero en efectivo fue de 12% y las transferencias bancarias representaron un 4%.

En cuanto a las ofertas, el 53% de los encuestados calificaron las ofertas como buenas o muy buenas. En cambio, para un 29% fueron regulares, mientras que un 14% reconoció no haber visto o recibido promociones. Entre quienes recibieron, la mayoría fueron en tiendas físicas y canales digitales. En ese sentido, otra importante proporción de público recibió ofertas a través de publicidades en redes sociales.

[Ir al artículo](#)

Entrevista | Julio César Lestido - Presidente de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios

---

El sector de Uruguay que genera más empleo empezó a recuperarse tras fuerte contracción y "efecto Argentina"

La actividad del sector comercio y servicios creció 4,1% en el primer trimestre del año y destacan menor fuga de consumo hacia Argentina

### [Página web fuente](#)

Desde el segundo trimestre del año pasado, el comercio uruguayo enfrentaba una fase de fuerte contracción en sus niveles de venta debido, principalmente, a la fuga de consumo hacia Argentina dada la diferencia cambiaria con el país vecino.

Sin embargo, en el primer trimestre del año la actividad del sector comercio y servicios mostró un crecimiento relevante del 4,1%, impulsado principalmente por las ventas del interior del país que crecieron un 5,6% en comparación con igual período de 2023.

Los datos se desprenden de la última encuesta de actividad elaborada por la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy), en la que se constató una mejoría relativamente generalizada en todos los rubros relevados en comparación con las cifras del trimestre anterior.

En el informe, la CCSUy señaló que el buen desempeño de las ventas del sector "resulta consistente con la menor fuga de consumo hacia Argentina (en línea con menores registros de turismo emisivo y mayor turismo receptivo), que era esperable luego de la gradual corrección de precios en dólares del país vecino".

Asimismo, la gremial señaló que el índice de difusión por rubros alcanzó el valor de 64%, un resultado "claramente superior" al de trimestres anteriores y un guarismo que no se alcanzaba desde finales del año 2021 cuando se dio el período de rebote post pandemia.

### Comercio

La encuesta relevó datos de 432 empresas localizadas a nivel de todo el país y que ocupan a 11.245 trabajadores. A partir de esas respuestas, se constató que en los primeros tres meses del año, la mayor parte de los rubros se ubicaron en terreno positivo y algunos incluso aceleraron sus niveles de crecimiento que ya venían en ascenso en los registros anteriores. Muestra de ello fue el óptimo desempeño que tuvieron los rubros indumentaria e informática, con crecimientos trimestrales en el orden del 13,5% y 6,7%, respectivamente.

Otros rubros se destacaron también en el período por haber logrado salir del terreno negativo al positivo. Este fue el caso del rubro cuidado personal (0,8%), supermercados (4,2%), vehículos, repuestos automotores y combustible (3,6%), inmobiliarias (3,0%) y minimercados (1,0%).

"A su vez, a nivel de empresas, el índice de difusión mejoró 4 puntos porcentuales respecto al cuarto trimestre del año 2023 y se ubicó en 44%", señaló el informe de la CCSUy. Es decir que cuatro de cada 10 empresas encuestadas respondieron que sus ventas aumentaron, mientras que las seis restantes o bien presentaron una caída o un estancamiento en sus volúmenes de venta en la comparación interanual.

Al analizar las cifras según la zona del país, se constató que las ventas del sector comercio aumentaron principalmente en el interior (5,6%), mientras que en Montevideo el incremento fue del 3,4%.

"De esta manera, el comercio en la capital del país volvió a crecer tras dos trimestres consecutivos de caída,

mientras que el interior consiguió crecer al igual que el trimestre anterior pero alcanzando un mayor registro para este período", destacó la gremial comercial.

A nivel de rubros, en el primer trimestre del año se destacaron principalmente los de indumentaria, informática y supermercados. En el primer caso, este rubro mantuvo la senda positiva de crecimiento en sus niveles de ventas tras haber alcanzado un aumento interanual de 13,5%. En el caso de informática, este rubro logró un muy buen desempeño al haber registrado un incremento del 6,7%, lo que significó que consiguió un ritmo de crecimiento de más del doble que el registro del trimestre anterior.

En el caso de los supermercados, estos tuvieron un crecimiento interanual de 4,2%, lo que significó el primer aumento tras haber enfrentado dos trimestres consecutivos de caída.

## Comercio

Desde la CCSUy señalaron que otro rubro que también se destacó a inicios de este año fue el de artículos vinculados con el cuidado personal, el cual retornó al terreno positivo (0,8%) luego de atravesar ocho trimestres consecutivos de caída en sus niveles de venta.

En cambio, algunos de los rubros que todavía registran caídas en sus niveles de ventas trimestre tras trimestre, son los electrodomésticos (descendieron 5,1%), muebles y accesorios del hogar (la caída fue de 6,2%) y ópticas (con una baja del 7,6%).

El sector servicios, a diferencia de lo ocurrido durante los últimos trimestres del año pasado, logró aumentar el nivel de sus ventas tanto en Montevideo como en el interior del país. Mientras que en la capital creció 1,4%, en el interior la variación fue más moderada al ubicarse en 0,7%.

Restaurantes y confiterías fue el rubro dentro de los servicios que continuó creciendo en su nivel de ventas reales, con una suba de 1,3% en el primer trimestre del año. También se destacó el desempeño de las inmobiliarias que logró revertir el escenario de caída bajo el cual se encontraba y alcanzó un crecimiento de 3,0%.

De forma contraria, otro rubro que revirtió su resultado fue el de las agencias de viajes, que tras haber aumentado su nivel de ventas a finales de 2023, en este primer trimestre cayó 5,6%. En tanto, la hotelería volvió a caer (-0,8%), "aunque de manera bastante más moderada que los dos trimestres anteriores, cuando los registros de caída habían sido de: -1.1% y - 8,4%, respectivamente", indicó la gremial.

Al desglosar los datos de las empresas según su tamaño, la encuesta encontró que las grandes empresas fueron las que mostraron avances más destacados, con un crecimiento de sus ventas de 5,6%, seguida por las medianas con 3,5%, mientras que las pequeñas apenas crecieron en sus ventas (0,1%) y las micro mostraron un nuevo retroceso, con una caída de -4,6% con lo cual enfrentan un escenario contractivo desde hace ya dos años.

## servicios

En lo que respecta a la localización de las empresas por regiones, la encuesta constató el buen desempeño de Montevideo y del Interior (en particular, costa y centro), mientras que la región del litoral si bien permanece en terreno negativo (-1.8%), redujo sus niveles de caída. En tanto, en el caso de la región noreste del país, se verificó un aumento de los niveles de contracción, al haber caído en esta oportunidad un 9,2%.

Además de la menor fuga de consumo hacia Argentina, desde la CCSUy señalaron que también incidió de forma positiva "la mejora del ingreso medio de los hogares, junto con menores niveles de inflación" de la economía uruguaya, factores que "permitieron un incremento del poder adquisitivo de las familias y por lo tanto, una mayor propensión a consumir. Esto unido a un contexto macroeconómico más favorable respecto a lo acontecido el año anterior, al finalizar las presiones negativas (sequía, freno de la refinería de ANCAP, caída en niveles de exportaciones) que marcaron un bajo crecimiento económico durante el año 2023.

En términos de expectativas para el próximo trimestre, un 43% de los empresarios respondió que espera que su nivel de ventas aumente.

Este registro fue notoriamente superior al 34% esperado para el trimestre anterior, y en concordancia con los valores alcanzados en el comienzo del año.

Las ventas de comercios y servicios se recuperan: crecieron 4,1% en el primer trimestre

### [Página web fuente](#)

La mejora se apoya en un menor desvío del consumo hacia Argentina y en un aumento del ingreso medio de los hogares, según la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy) presentó el informe de actividad del primer trimestre, el cual registró un "crecimiento de relevancia" del 4,1% a partir de las ventas reales interanuales. El sector venía atravesando una fase de contracción desde el segundo trimestre del 2023, por lo que este cambio de tendencia es doblemente positivo para la economía.

Las ventas del sector Comercio y Servicios crecieron un 4,1% interanual durante el primer trimestre del año, luego de tres trimestres consecutivos de un mal desempeño, particularmente por el desvío del consumo hacia Argentina por la diferencia cambiaria. La mejoría fue de forma generalizada en todos los rubros, también en comparación con el último trimestre del 2023, alcanzando así un índice de difusión del 64%, cifra que no se obtenía desde el 2021 con el rebote post pandemia.

Asimismo, el informe del CCSUy señaló una mayor cantidad de rubros en terreno positivo, con algunos incluso acelerándose respecto de sus registros previos de crecimiento, tales como Indumentaria (13,5%) e Informática (6,7%). Sin embargo, los que más llamaron la atención son aquellos que, en los períodos anteriores, mostraron resultados negativos pero crecieron durante el primer trimestre del 2024: Cuidado Personal (0,8%), Supermercados (4,2%), Vehículos, Repuestos automotores y Combustible (3,6%), Inmobiliarias (3%) y Minimercados (1%). El caso más significativo fue el de Cuidado Personal, que venía de ocho trimestres consecutivos de disminución en las ventas.

En contrapartida, los rubros que continúan registrando caídas en sus niveles de venta fueron Electrodomésticos (-5,1%), Muebles y accesorios del hogar (-6,2%) y Ópticas (-7,6%).

A diferencia de lo registrado en los últimos trimestres del 2023, el sector Servicios logró un aumento de las ventas tanto en Montevideo (1,4%) como en el Interior (0,7%).

En el caso de Servicios, Restaurantes y confiterías, el rubro continuó creciendo en su nivel de ventas reales, con un registro del 1,3% para el primer trimestre del año. El informe también destacó positivamente el desempeño de Inmobiliarias; mientras que las Agencias de viajes cayeron un 5,6% en el período enero-marzo 2024. Por último, el rubro Hoteles volvió a caer (-0,8%), aunque de manera bastante más moderada que los dos trimestres anteriores, cuando los registros fueron del -1,1% y del -8,4%, respectivamente.

En el análisis de empresas por tamaño, el desempeño estuvo correlacionado positivamente con el tamaño. Es decir, las grandes fueron las que mostraron avances más destacados, con un crecimiento de sus ventas de 5,6%, seguida por las medianas con 3,5%. Las pequeñas apenas crecieron en sus ventas (0,1%) y las micro mostraron un nuevo retroceso, con una caída del -4,6%, atravesando un escenario contractivo que ya lleva dos años.

Entre los factores apuntados por la CCSUy como explicativos de la mejora en el desempeño de las ventas del sector, destacaron la menor fuga de consumo hacia Argentina -en línea con menores registros de turismo emisor y mayor turismo receptor-, así como la mejora del ingreso medio de los hogares junto con una menor inflación que impulsaron el aumento del consumo.

La actividad comercial al alza  
Microempresas y el litoral aún en terreno negativo, mejorando  
El País (Uruguay) 22 May 2024

La actividad de comercio y servicios registró un alza de ventas de 4,1% en el primer trimestre del año frente a igual período de 2023.

El sector venía atravesando una fase de contracción, por factores como falta de competitividad y el impacto de la diferencia de precios con Argentina, pero esto último se ha ido revirtiendo, según señaló ayer Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, en la presentación de la encuesta trimestral que realiza la gremial.

Las empresas que registran mayor aumento de actividad son las grandes (+5,6%), seguidas por las medianas (+3,5%) y pequeñas (+0,1%). En cambio, las microempresas siguen en terreno negativo, vendiendo menos que en el primer trimestre de 2023 (-4,6%).

En cuanto a los rubros, la encuesta muestra que hay más rubros en crecimiento que el período anterior, como indumentaria (+13,5%) e informática (+6,7%). Otros pasaron a terreno positivo, como cuidado personal (+0,8%), supermercados (+4,2%) ?estos venían afectados por la "Argentina baratísima para los uruguayos"?, vehículos, repuestos automotores y combustible (+3,6%), inmobiliarios (+3%).

Cabe destacar el rubro de cuidado personal, el cual luego de atravesar ocho trimestres consecutivos de caída en sus niveles de venta, logró ingresar en terreno positivo, aunque con un índice de difusión por empresa aún bajo: 29% (solo 16 de las 55 empresas que conforman la muestra del sector afirmaron que sus ventas crecieron).

Según la encuesta, cuatro de cada 10 empresas declararon aumento en las ventas, mientras que seis hablaron de caída o estancamiento a ese nivel.

Lestido dijo a El País que "el litoral del país se mantiene en terreno negativo ?con ventas cayendo 1,8%?, pero que la situación viene mejorando, ya que los precios con Argentina están mucho más parejos".

Consultado sobre las medidas que se han tomado fundamentalmente el año pasado para ayudar a los negocios de frontera, Lestido afirmó que algunas han terminado y otras siguen en marcha, y que no prevén cambios al respecto.

La economista de la cámara, Ana Laura Fernández, explicó que "las ventas aumentaron tanto en Montevideo como en el Interior: 3,4% y 5,6% respectivamente". De esta manera, el comercio en la capital volvió a crecer tras dos trimestres consecutivos de caída, mientras que el Interior consiguió crecer al igual que el trimestre anterior, pero alcanzando un mayor registro para este período.

El sector servicios, a diferencia de lo acontecido durante los últimos trimestres del año 2023, logró un aumento de las ventas tanto en Montevideo como en el Interior. Mientras que en Montevideo creció 1,4%, en el Interior la variación fue más moderada: 0,7%.

La mayoría de los comerciantes piensa que el movimiento comercial mejorará para el próximo trimestre.

Se encuestaron 432 empresas que ocupan a 11.245 trabajadores en 794 locales, ubicadas en todo el país.

---

El sector de Uruguay que genera más empleo empezó a recuperarse tras fuerte contracción y "efecto Argentina"

La actividad del sector comercio y servicios creció 4,1% en el primer trimestre del año y destacan menor fuga de consumo hacia Argentina

Desde el segundo trimestre del año pasado, el comercio uruguayo enfrentaba una fase de fuerte contracción en sus niveles de venta debido, principalmente, a la fuga de consumo hacia Argentina dada la diferencia cambiaria con el país vecino.

Sin embargo, en el primer trimestre del año la actividad del sector comercio y servicios mostró un crecimiento relevante del 4,1%, impulsado principalmente por las ventas del interior del país que crecieron un 5,6% en comparación con igual período de 2023.

Los datos se desprenden de la última encuesta de actividad elaborada por la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy), en la que se constató una mejoría relativamente generalizada en todos los rubros relevados en comparación con las cifras del trimestre anterior.

En el informe, la CCSUy señaló que el buen desempeño de las ventas del sector "resulta consistente con la menor fuga de consumo hacia Argentina (en línea con menores registros de turismo emisor y mayor turismo receptor), que era esperable luego de la gradual corrección de precios en dólares del país vecino".

Asimismo, la gremial señaló que el índice de difusión por rubros alcanzó el valor de 64%, un resultado "claramente superior" al de trimestres anteriores y un guarismo que no se alcanzaba desde finales del año 2021 cuando se dio el período de rebote post pandemia.

La encuesta relevó datos de 432 empresas localizadas a nivel de todo el país y que ocupan a 11.245 trabajadores. A partir de esas respuestas, se constató que en los primeros tres meses del año, la mayor parte de los rubros se ubicaron en terreno positivo y algunos incluso aceleraron sus niveles de crecimiento que ya venían en ascenso en los registros anteriores. Muestra de ello fue el óptimo desempeño que tuvieron los rubros indumentaria e informática, con crecimientos trimestrales en el orden del 13,5% y 6,7%, respectivamente.

Otros rubros se destacaron también en el período por haber logrado salir del terreno negativo al positivo. Este fue el caso del rubro cuidado personal (0,8%), supermercados (4,2%), vehículos, repuestos automotores y combustible (3,6%), inmobiliarias (3,0%) y minimercados (1,0%).

"A su vez, a nivel de empresas, el índice de difusión mejoró 4 puntos porcentuales respecto al cuarto trimestre del año 2023 y se ubicó en 44%", señaló el informe de la CCSUy. Es decir que cuatro de cada 10 empresas encuestadas respondieron que sus ventas aumentaron, mientras que las seis restantes o bien presentaron una caída o un estancamiento en sus volúmenes de venta en la comparación interanual.

¿Cómo le fue al comercio en Montevideo y el interior del país? Al analizar las cifras según la zona del país, se constató que las ventas del sector comercio aumentaron principalmente en el interior (5,6%), mientras que en Montevideo el incremento fue del 3,4%.

"De esta manera, el comercio en la capital del país volvió a crecer tras dos trimestres consecutivos de caída, mientras que el interior consiguió crecer al igual que el trimestre anterior pero alcanzando un mayor registro

para este período", destacó la gremial comercial.

Los rubros del comercio que crecieron y los que aún registran caídas A nivel de rubros, en el primer trimestre del año se destacaron principalmente los de indumentaria, informática y supermercados. En el primer caso, este rubro mantuvo la senda positiva de crecimiento en sus niveles de ventas tras haber alcanzado un aumento interanual de 13,5%. En el caso de informática, este rubro logró un muy buen desempeño al haber registrado un incremento del 6,7%, lo que significó que consiguió un ritmo de crecimiento de más del doble que el registro del trimestre anterior.

En el caso de los supermercados, estos tuvieron un crecimiento interanual de 4,2%, lo que significó el primer aumento tras haber enfrentado dos trimestres consecutivos de caída.

Desde la CCSUy señalaron que otro rubro que también se destacó a inicios de este año fue el de artículos vinculados con el cuidado personal, el cual retornó al terreno positivo (0,8%) luego de atravesar ocho trimestres consecutivos de caída en sus niveles de venta.

En cambio, algunos de los rubros que todavía registran caídas en sus niveles de ventas trimestre tras trimestre, son los electrodomésticos (descendieron 5,1%), muebles y accesorios del hogar (la caída fue de 6,2%) y ópticas (con una baja del 7,6%).

La situación de los servicios El sector servicios, a diferencia de lo ocurrido durante los últimos trimestres del año pasado, logró aumentar el nivel de sus ventas tanto en Montevideo como en el interior del país. Mientras que en la capital creció 1,4%, en el interior la variación fue más moderada al ubicarse en 0,7%.

Restaurantes y confiterías fue el rubro dentro de los servicios que continuó creciendo en su nivel de ventas reales, con una suba de 1,3% en el primer trimestre del año. También se destacó el desempeño de las inmobiliarias que logró revertir el escenario de caída bajo el cual se encontraba y alcanzó un crecimiento de 3,0%.

De forma contraria, otro rubro que revirtió su resultado fue el de las agencias de viajes, que tras haber aumentado su nivel de ventas a finales de 2023, en este primer trimestre cayó 5,6%. En tanto, la hotelería volvió a caer (-0,8%), "aunque de manera bastante más moderada que los dos trimestres anteriores, cuando los registros de caída habían sido de: -1.1% y - 8,4%, respectivamente", indicó la gremial.

Al desglosar los datos de las empresas según su tamaño, la encuesta encontró que las grandes empresas fueron las que mostraron avances más destacados, con un crecimiento de sus ventas de 5,6%, seguida por las medianas con 3,5%, mientras que las pequeñas apenas crecieron en sus ventas (0,1%) y las micro mostraron un nuevo retroceso, con una caída de -4,6% con lo cual enfrentan un escenario contractivo desde hace ya dos años.

En lo que respecta a la localización de las empresas por regiones, la encuesta constató el buen desempeño de Montevideo y del Interior (en particular, costa y centro), mientras que la región del litoral si bien permanece en terreno negativo (-1.8%), redujo sus niveles de caída.

En tanto, en el caso de la región noreste del país, se verificó un aumento de los niveles de contracción, al haber caído en esta oportunidad un 9,2%.

Además de la menor fuga de consumo hacia Argentina, desde la CCSUy señalaron que también incidió de forma positiva "la mejora del ingreso medio de los hogares, junto con menores niveles de inflación" de la economía uruguaya, factores que "permitieron un incremento del poder adquisitivo de las familias y por lo

tanto, una mayor propensión a consumir.

Esto unido a un contexto macroeconómico más favorable respecto a lo acontecido el año anterior, al finalizar las presiones negativas (sequía, freno de la refinería de ANCAP, caída en niveles de exportaciones) que marcaron un bajo crecimiento económico durante el año 2023.

Las expectativas de las empresas de comercio y servicios hacia adelante En términos de expectativas para el próximo trimestre, un 43% de los empresarios respondió que espera que su nivel de ventas aumente.

Este registro fue notoriamente superior al 34% esperado para el trimestre anterior, y en concordancia con los valores alcanzados en el comienzo del año.

[Ir al artículo](#)

Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre

---

[Ir al artículo](#)

Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre

---

[Ir al artículo](#)

Columna economía - Ventas en sector Comercio y Servicios. Parte 1

---

[Ir al artículo](#)

Columna economía - Ventas en sector Comercio y Servicios. Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

Las ventas del comercio subieron 4.1% en el primer trimestre del año. Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay - CNCS

Actividad comercial aumenta en el primer trimestre, aunque persiste algo de "efecto Argentina" en el litoral

### [Página web fuente](#)

Las empresas que registran mayor aumento de actividad son las grandes (+5,6%). Un mayor ingreso de los hogares y menos diferencia de precios con Argentina jugaron a favor.

Redacción El País La actividad del comercio y servicios registró un incremento de ventas de 4,1% en el primer trimestre del año frente a igual período de 2023. El sector venía atravesando una fase de contracción, por falta de competitividad y el impacto de la diferencia de precios con Argentina, pero esto último se ha ido revirtiendo, según señaló Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, la presentación de la encuesta trimestral que realiza la gremial.

Las empresas que registran mayor aumento de actividad son las grandes (+5,6%), seguidas por las medianas (+3,5%) y pequeñas (+0,1%).

En cambio, las micro empresas todavía están en terreno negativo, vendiendo menos que en el primer trimestre de 2023 (-4,6%).

En cuanto a los rubros, la encuesta de la cámara muestra que hay más rubros en crecimiento, como indumentaria (+13,5%) e informática (+6,7%). Otros pasaron a terreno positivo, como cuidado personal (+0,8%), supermercados (+4,2%) -estos últimos venían afectados por la "Argentina baratísima para los uruguayos"-, vehículos, repuestos automotores y combustible (+3,6%), inmobiliarios (+3%).

Lestido dijo a El País que "el litoral del país se mantiene en terreno negativo (con ventas cayendo 1,8)-, pero viene mejorando, ya que los precios con Argentina están mucho más parejos".

"La mayoría de los comerciantes piensa que el movimiento mejorará para el próximo trimestre y la cámara también", agregó.

Sobre un posible desabastecimiento de cervezas nacionales que proyecta el sindicato de bebidas por el conflicto con FNC, Lestido dijo que no han recibido inquietudes de parte de los comerciantes y que mantienen contacto con el Centro de Almaceneros, Minoristas, Baristas, Autoservicistas y Afines (Cambadu).

[Ir al artículo](#)

Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre - Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

Comercios y servicios crecieron 4,1% en primer trimestre - Parte 1

---

[Ir al artículo](#)

Ventas del Comercio. Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay - CNCS

---

[Ir al artículo](#)

Actividad comercial en Uruguay - Creció en un 4,1% en el primer trimestre de 2024

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de comercio y servicios pide estado eficiente

---

Lestido: "Somos el cuarto país de la región con mayor carga tributaria, debemos modernizar el Estado"

Almuerzo de ADM

### [Página web fuente](#)

La Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay (ADM) organizó un almuerzo de trabajo en el que los dirigentes de cuatro grandes cámaras empresariales expusieron su visión estratégica para el año electoral. Participaron del evento Patricio Cortabarría, presidente de la Asociación Rural del Uruguay (ARU); Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSU); Gabriel Murara, vicepresidente de la Cámara de Industrias del Uruguay (CIU); y Alejandro Ruibal, presidente de la Cámara de la Construcción del Uruguay (CCU).

### El agro

Durante su charla, el presidente de la ARU, Patricio Cortabarría, estimó que el impacto del agronegocio en la economía de nuestro país supone un 21% del PIB, si se suma lo directo, indirecto e inducido, y que el porcentaje de la población ocupada que trabaja en el sector alcanza el 17%. "Uruguay necesita del sector agropecuario fuerte y sólido para poder seguir en una senda de crecimiento", declaró.

Además, el presidente de la gremial recordó el gran impacto que tuvo la sequía del año pasado en el sector y, por consecuencia, en la economía del país, que creció tan solo un 0,4%, comparado con el 3% proyectado, el 4,9% de 2022 y el 4,4% de 2021. También se refirió a la afectación que tiene sobre el rubro el tipo de cambio, que afecta de manera muy directa las agroexportaciones, y "está erosionando el resultado económico de nuestras empresas". A nivel de los productos en particular, Cortabarría expresó que los precios en general "están bastante deprimidos", exceptuando la soja, que "se defiende un poco más".

### El comercio

Por su parte, el presidente de la CCSU, Julio César Lestido, presentó el "Pacto por la Patria", un documento elaborado por la cámara y presentado a los precandidatos de todos los partidos, que busca generar compromisos por parte de los mismos. La propuesta está orientada a cinco puntos claves, entre ellos, el fortalecimiento de la democracia, el combate a la pobreza y la marginalidad, y el mejoramiento de la situación en materia de seguridad, lo que incluye ajustes en el sistema carcelario.

A su vez, Lestido llamó a una "modernización del Estado", ya que "somos el cuarto país en la región con mayor carga tributaria", que supone un 31,5% del PIB. El presidente de la cámara subrayó el peso que esto significa para las micro, pequeñas y medianas empresas, y sugirió que se desarrolle un sistema impositivo "gradual y más flexible". Además, señaló el índice de desempleo, que ronda el 8,3%, y postuló que "la regulación laboral debe adaptarse a los tiempos que cambian", y a la vez "debe ser justa con empleados y empleadores".

### La industria

El vicepresidente de la CIU, Gabriel Murara, presentó el Plan de Acción para el Desarrollo Industrial del Uruguay elaborado por la cámara "para poner en consideración de los precandidatos a la Presidencia". Este plan incluye propuestas en política industrial "para el fortalecimiento de las empresas manufactureras", un sector "clave para el desarrollo de los países".

El principal foco de la propuesta es mejorar la competitividad, e incluye planes específicos. Algunas líneas que explora el plan son la reducción del gasto público y que se mantenga alrededor del 20% del PIB, mediante el perfeccionamiento de la regla fiscal, la disminución progresiva en la cantidad de empleados públicos y demás. Otro eje que mencionó Murara fue la sostenibilidad, y expresó que "el trabajo de más de una década nos ha permitido consolidarnos como un referente técnico en la relación entre industria y ambiente", y destacó la importancia de "buscar soluciones a temas relevantes como los envases y los residuos industriales".

#### La construcción

Por último, Alejandro Ruibal, presidente de la CCU, presentó el estado actual del sector, que representa un 10% del PIB, y emplea a un 16% de la población ocupada del país, es decir, alrededor de 250.000 personas de forma directa o indirecta.

Destacó la perseverancia de la industria a través de la pandemia, que "a las dos semanas de iniciada la emergencia sanitaria, continuó la actividad".

Asimismo, resaltó la oportunidad de Uruguay de ser "líder en una industria naciente" en lo que respecta al hidrógeno verde. "Uruguay está al frente porque se hicieron políticas de Estado, y hoy somos ejemplo mundial de energía sustentable", expresó, y agregó que, de poder desarrollar el hidrógeno verde, "podríamos ser independientes en materia energética".

Empresarios reclamaron por la competitividad, atraso cambiario, modernización del Estado y reducción del gasto público

### [Página web fuente](#)

Publicado el 8 de mayo

### Empleo y producción

La Asociación de Dirigentes de Marketing (ADM) organizó este miércoles un almuerzo bajo el título "Visión estratégica de las cámaras empresariales en año electoral". Los disertantes fueron el ingeniero agrónomo y presidente de la Asociación Rural del Uruguay (ARU), Patricio Cortabarría, el presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSU), Julio César Lestido, el vicepresidente de la Cámara de Industrias del Uruguay (CIU), Gabriel Murara, y el ingeniero y presidente de la Cámara de la Construcción (CCU), Alejandro Ruibal.

El primero en hacer uso de la palabra fue Cortabarría, quien intentó explicar el momento del agro en el país. Durante su intervención presentó un informe con cifras alcanzadas en un estudio de la consultora Exante. Señaló que "el porcentaje del producto interno bruto <PIB> que tiene el sector, sumado los productos primarios (carne, soja, celulosa y lácteos) incluido la agroindustria, es decir, lo directo más lo indirecto más lo inducido, hablamos de casi 12.500 millones de dólares".

Detalló que "esa cifra es el 21% del PIB y esto no es menor. En el interior del país esta cifra se duplica, y realmente como sabemos todos, cuando al sector le va bien, en el interior se nota, se nota rápidamente y lo mismo cuando sucede lo contrario. El impacto en el producto bruto en el interior ronda el 40%. Si lo medimos a nivel de sueldos del personal empleado, lo mismo. El directo más el indirecto y el inducido, es casi 270.000 personas, un 17% de la población empleada del país".

Sostuvo que Uruguay necesita de un sector agropecuario "fuerte y sólido, para seguir en una senda de crecimiento". Acerca de la realidad actual, explicó que "a nivel internacional somos tomadores de precios. Somos vendedores de productos primarios, y no estamos con grandes precios últimamente. Estamos con precios relativamente deprimidos en términos constantes. Solamente la soja es la que se defiende un poco más, pero en el resto de los productos no estamos con muy buenos valores, y esto importa mucho para el negocio".

Posteriormente, se refirió al tipo de cambio y recordó que la ARU "ha hecho hincapié de manera muy fuerte" en el tema. "El tipo de cambio está erosionando el resultado económico en nuestras empresas, y está afectando de una manera importante el resultado del agro, y de todo el sector exportador".

Acerca de los costos de producción, sostuvo que "Uruguay está caro" y que el combustible sigue "teniendo un precio alto". "Si lo vemos en kilos de productos, tuvimos un par de años buenos en los que se tuvieron costos reducidos, y ahora volvimos. Esto es por dos efectos: el valor del precio de la tonelada de carne y el efecto del atraso cambiario, que está generando un aumento de vuelta en insumos para la producción, como el combustible", añadió.

Sobre los acuerdos comerciales, comentó que el gobierno "ha hecho el esfuerzo enorme por la integración, pero sin embargo se ha podido concretar poco", y que se avanzó "principalmente en productos y no en acuerdos". Apuntó que tanto Chile como Nueva Zelanda le han sacado ventaja a Uruguay, países a los que calificó como "competidores directos".

Por su parte, Lestido señaló que la cámara que preside elaboró un documento denominado "Pacto por la patria", que representa "un compromiso sólido y concreto con el crecimiento y el progreso del país", y en el que se señalan "10 áreas prioritarias que son fundamentales para impulsar el avance de Uruguay en varios ámbitos: económico, social, cultural y ambiental". Resaltó que se ha optado por presentar el texto a todos los partidos políticos, y se solicita a los precandidatos que lo estudien y suscriban si lo consideran oportuno.

"Proponemos y englobamos los planteos en cinco puntos claves, entre los cuales citamos a contribuir al fortalecimiento de nuestra democracia, evitando la politización excesiva y promoviendo el diálogo, y promoviendo el diálogo constructivo sobre la confrontación. También priorizamos el fortalecimiento de instituciones por encima de las consideraciones políticas, y enfatizamos la importancia de un Poder Legislativo productivo y una Justicia independiente y técnica", añadió.

Dentro de esos puntos, Lestido afirmó que "se buscará alcanzar acuerdos para abordar aspectos fundamentales de la nación, priorizando el bien común sobre intereses partidistas. Además, detallamos cuáles son, al entender de la cámara, los principales problemas que hoy tiene el país. Entre ellos, la seguridad -sistema carcelario y crimen organizado-, el combate a la pobreza, pobreza infantil y marginalidad y la modernización del Estado". En este último punto, el empresario preguntó: "¿Hasta cuándo el sector privado va a pagar por el peso del Estado?".

"Necesitamos un Estado más eficiente, y por eso es fundamental que se continúe priorizando la reducción del gasto público, en lugar de recurrir al aumento de impuestos y tarifas, lo que coloca al sector privado en una posición de vulnerabilidad frente a las fluctuaciones fiscales", sostuvo.

Sobre la posibilidad de reducir la jornada laboral, dijo que están "comprometidos con el diálogo y la apertura a toda propuesta que se presente". "Ya hemos estado discutiendo con el PIT-CNT y otras cámaras, y reconocemos la relevancia de la agenda actual, pero entendemos también que esta discusión debe ir atada a la productividad", y que, en ese sentido, "es fundamental comprender que la productividad es un asunto complejo que debe ser abordado con cuidado y análisis detallado", expresó.

Finalmente, acerca del plebiscito que promueve el PIT-CNT sobre seguridad social, Lestido sostuvo que de prosperar la iniciativa "se afectaría de forma muy negativa al país y a su conjunto. La reforma constitucional propuesta conlleva a un déficit financiero que resulta insostenible para la sociedad uruguaya. Es el momento de mirar hacia adelante, y de contribuir sobre lo que ya hemos logrado, para seguir avanzando hacia un país más próspero y justo para todos".

En tanto, Ruibal destacó que su sector mueve el 10% del PIB del país y que a nivel nacional hay aproximadamente unos 250.000 puestos de trabajo. Dijo que de ese 10%, un 5% son puestos de empleos directos, un 3,5% de todo lo que provee servicios en la construcción y luego lo que sería lo inducido, es decir, lo que provoca el gasto de la masa salarial de la ecuación.

Resaltó que el sector tiene unos 56.000 trabajadores cotizantes al Banco de Previsión Social, pero, además, asociado directamente a las obras, hay "otra cantidad de trabajadores administrativos, profesionales y demás. En la suma estamos hablando de 130.000 trabajadores en forma directa, pero si a eso le agregamos todo el trabajo indirecto que genera la construcción, como la logística, subcontratos, el transporte, estamos hablando de unos 70.000 puestos más".

Finalmente, alertó sobre el riesgo que podría suponer la eliminación de las AFAP y su repercusión para el sector. "Si eliminamos las AFAP, además de eso vamos a destruir el mercado de valores. En los últimos diez años, el mercado de valores manejó 5.500 millones de dólares. La mitad de eso fueron para obras de

construcciones de infraestructuras".

Sostuvo también que "en los proyectos que invirtieron las AFAP hablamos de 3.600 empleos directos por año. Si a eso agregamos la inversión de la empresa, más la inversión que agregaron los multilaterales que acompañan estos proyectos, representan el doble de eso, es decir, un 10%-15% de los empleos de la construcción no estarían porque se eliminarían esos proyectos que se observan en vialidad, vivienda, ferrocarril, energía, escuelas y centros educativos en el interior".

A la actividad concurren el precandidato por el Partido Nacional Álvaro Delgado, el ministro de Trabajo y Seguridad Social, Mario Arizti, el presidente del Directorio del Partido Nacional, Pablo Iturralde, el expresidente Julio María Sanguinetti, el senador de Cabildo Abierto Guido Manini Ríos, el presidente de OSE, Raúl Montero, la presidenta de UTE, Silvia Emaldi, y la presidenta de Antel, Annabela Surubú.

Las cámaras empresariales expusieron sus propuestas al sistema político en pleno año electoral

### [Página web fuente](#)

Competitividad, jornada laboral y seguridad social fueron los ejes de los planteos en el tradicional almuerzo de la Asociación de Dirigentes de Marketing.

Las cuatro cámaras empresariales más importantes del país coincidieron en señalar la problemática del atraso cambiario y la preocupación que genera la posible derogación de la reforma de la seguridad social, al realizar un análisis del estado actual de Uruguay y presentar sus iniciativas de cara al año electoral ante jerarcas y precandidatos durante el tradicional almuerzo de la Asociación de Dirigentes de Marketing.

Además de la competitividad y los eventuales efectos del plebiscito del PIT-CNT, los representantes disertaron también acerca de la reducción de la jornada laboral y la actividad económica ante una calificada platea donde además de empresarios estaba el novel ministro de Trabajo y Seguridad Social, Mario Arizti; el intendente de Canelones, Marcelo Metediera; y los precandidatos presidenciales Álvaro Delgado y Guido Manini Ríos.

En ese escenario, el presidente de la Asociación Rural del Uruguay, Patricio Cortabarría, afirmó que "el agro contribuye con casi el 21% del PIB y el empleo que genera impacta en el 17% de la masa salarial total". El gremialista del agro reflexionó que "Uruguay tenía previsto crecer en 2023 un 3%, pero terminó creciendo un 0,4% como consecuencia de la sequía". "Eso demuestra el impacto que genera el sector agropecuario en el país", dijo.

Cortabarría estimó el déficit del sector en 1.800 millones de dólares, separándolo en aproximadamente mil en la agricultura, 258 en el ganado de carne, 145 en praderas perdidas, 136 en lechería, 43 en frutales y 12 en viticultura.

Por su parte, el presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, Julio Cesar Lestido, centró su exposición en la presentación del "Pacto por la patria" que recientemente la gremial elaboró y está ofreciendo a los candidatos políticos para su ratificación.

La creación de una "segunda oportunidad laboral" para las personas privadas de libertad, el combate eficaz al crimen organizado, la modernización del estado y reducir cargas tributarias son algunos de los principales ítems de la propuesta que Lestido argumentó en su presentación.

"¿Hasta cuándo el sector privado va a pagar el precio del Estado? Es una de las preguntas que comúnmente surge, la cual plantea desafíos significativos. Necesitamos un Estado más eficiente, y por eso es fundamental que se continúe priorizando la reducción del gasto público en lugar de recurrir a los métodos de impuestos y tarifas", expresó con contundencia Lestido.

Sobre otros de los aspectos controversiales que actualmente está en el debate político y sobre el que también se expresa el documento, como es la propuesta de la reducción de la jornada laboral. El empresario reafirmó que "debe ir atada a la productividad" y que cada caso debe ser considerado de manera individual, aspecto que logró algunos aplausos de los presentes en el almuerzo.

El presidente de la Cámara de Comercio no eludió referirse al plebiscito convocado por la central sindical PIT-CNT sobre la reforma de la seguridad social. "Su aprobación afectaría al país con un déficit

insostenible", afirmó Lestido.

También la inserción internacional del país estuvo presente en el contenido de su mensaje: "Reconocemos los esfuerzos del gobierno en la búsqueda de nuevos mercados y esperamos que esto se convierta en una política de Estado. Necesitamos explorar más vías que nos permitan avanzar y prosperar en un entorno global cada vez más dinámico, llamando a una mayor facilitación a las exportaciones e importaciones, reduciendo costos y tiempos, impactando positivamente no solo en las empresas, sino también en los consumidores".

A su tiempo, el actual vicepresidente de la Cámara de Industrias, Gabriel Murara, también presentó una serie de propuestas y análisis que su sector propone al sistema político con el título "Plan de acción para el desarrollo industrial del Uruguay" que habla de tener una industria competitiva. Para eso mencionó la necesidad a mediano plazo de "reducir el gasto público y el peso del estado, bajando la cantidad de empleados públicos", pero también refiere a medidas para mejorar ambiente laboral.

El documento propone reducir el gasto público del Gobierno Central en torno al 20% del PBI. "Esto requiere acciones para controlar la sostenibilidad fiscal, produce las presiones adicionales sobre el tipo de cambio real y permite disminuir la presión tributaria", afirmó Murara.

En cuanto a la negociación colectiva, la presentación de la Cámara de Industrias refiere que exista negociación bipartita para empresas "grandes" y en el caso de las pequeñas o medianas, adhesión a lo acordado o el establecimiento de una negociación particular por empresa.

Murara reflexionó sobre la importancia del sector industrial en la economía del país. "En línea con la predisposición a la industria, cada producto en nuestro sector produce con un valor que corresponde a los 17.000 millones de dólares, de los cuales 10.000 millones aproximadamente se exportan a países de todos los continentes. Considerando el entorno directo e indirecto, generan unos 266.000 puestos de trabajo, el 17% de total del personal recuperado en el país", contextualizó.

Finalmente, el presidente de la Cámara de la Construcción, Alejandro Ruibal, se refirió también al aporte que su sector realiza a la economía nacional a la que ubicó en el 10% del PIB tomando en cuenta la cadena de valor de su industria, separándolo en un 4.9% directo, 3.5% indirecto (proveedores e insumos) y un 1.8% inducido, vinculado esto al consumo generado por sus trabajadores cuando se instala una obra en un lugar geográfico. Con eso se llega a un resumen de que el 16% de la población ocupada en Uruguay está asociada a la cadena de valor de la construcción.

Ruibal realizó un apartado para presentar propuestas como la creación de una Agencia Nacional de Infraestructura que tendría participación y control estatal, que vendría a sumarse al ya existente consejo de políticas de infraestructura, con amplia participación del sector privado y que ya ha tenido sus primeras reuniones.

Pero sin duda el momento más destacado de la participación del presidente de la Cámara de la Construcción fue cuando hizo referencia a la postura de su gremial respecto al plebiscito sobre la reforma jubilatoria. El representante de la gremial presentó un argumento diferente a los habitualmente utilizados por sus colegas de otras cámaras empresariales, centrándose en este caso a la eliminación de las AFAPs.

En esa línea, Ruibal consideró que, dado que este tipo de empresas financian obra pública y de infraestructura, su eliminación produciría un impacto de eliminación de 30 mil puestos de trabajo. "El 10-15% de los empleos de la construcción no estarían porque se eliminarían todos esos proyectos que ven, en viviendas, en aeropuertos, energías, centros educativos en el interior del país, que se concluyeron con la

reintegración de las AFAPs", expresó en tono firme Ruibal y concluyó: "Con esto no se puede dudar que están en juego muchísimos puestos de trabajo y la estabilidad institucional del país".

---

## Cámaras empresariales se activan con sus demandas Plantean puntos para la agenda nacional ante las próximas elecciones

FABIANA CULSHAW

Las cámaras empresariales hicieron un balance de gestión y presentaron sus propuestas en el Almuerzo de la Asociación de Dirigentes de Marketing (ADM), bajo el tema "Visión estratégica de las cámaras empresariales en año electoral", que se llevó a cabo ayer en el hotel Radisson.

Los ponentes destacaron el logro que significa para el país el ferrocarril central, advirtieron sobre los riesgos que tiene el plebiscito que busca tirar abajo la ley de reforma jubilatoria y eliminar las AFAP (ver aparte), plantearon inquietudes sobre el precio del dólar y hablaron de los problemas de seguridad, entre otros temas.

RURAL. Patricio Cortabarría, presidente de la Asociación Rural (ARU), destacó que el sector representa alrededor del 21% del Producto Interno Bruto (PIB) incluyendo subsectores e industrias asociadas.

Los agronegocios suman 269.880 empleos (empleo directo, indirecto e inducido), esto es 17% de la masa salarial total del país.

El rubro tuvo un crecimiento económico "muy magro" dijo Cortabarría en 2023, principalmente por la sequía, cuyo impacto directo en la fase primaria mostró las mayores pérdidas registradas en la últimas tres décadas. A esto, se le agrega el impacto de las lluvias e inundaciones de este año, que están perjudicando ciertas cosechas, y los precios internacionales que están por debajo del promedio de los últimos 20 años, en términos constantes, además de los altos costos de producción y un tipo de cambio que "sigue siendo un problema al exportar", afirmó.

Mostrando un gráfico sobre cómo otros países han avanzado en concretar acuerdos comerciales, señaló que Uruguay tendría que "acelerar" en ese frente. En 2022, Uruguay pagó US\$ 538 millones por concepto de aranceles en las exportaciones, lo que equivale al presupuesto anual de la Universidad de la República (Udelar).

Ese monto es mucho más alto que el que desembolsó Estados Unidos, la Unión Europa y gran parte de otros países que sí han apostado por acuerdos que exoneran o bajan aranceles en el comercio, lo que les permite liberar recursos para volcar en asuntos internos.

La propuesta del sector rural es, entonces, potenciar ese tipo de acuerdos, mejorar la caminería rural y puentes que no están permitiendo el transporte adecuado de maquinaria agrícola y, en esa línea, apoyar la creación de una "Agencia de Infraestructura".

Como propuesta, el sector destaca la "potencialidad del riego", que podría llegar a impactar un aumento del 3,1% del PIB por incremento de la producción, según calcula.

Asimismo, propone potenciar la producción valorada en mercados exigentes, esto es, los productos sustentables.

Un punto especial merecieron los seguros agrícolas, que pueden ser mejorados como parte de las

condiciones que incentiven al productor a invertir más, según Cortabarría.

**COMERCIO E INDUSTRIA.** Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio y Servicios (CCYS) centró su discurso en el "Pacto por la Patria", una propuesta de la gremial para fomentar el compromiso político de mejorar el clima de negocios, en un año electoral.

Afirmó que, hasta ahora, lo han suscrito los precandidatos del Partido Nacional Álvaro Delgado, Laura Raffo y Jorge Gandini. Mientras que el precandidato colorado Gabriel Gurméndez es proclive a firmar, según anunció.

Lestido puso foco en que la población carcelaria se triplicó en 20 años; uno de cada cinco menores de 6 años es pobre;

Uruguay es el cuarto país con más alta carga tributaria de la región (31,5% del PIB); 50% de los jóvenes no termina la Secundaria, entre otros indicadores. Recibió aplausos de los presentes (en su mayoría empresarios) cuando afirmó que la discusión de la reducción de la jornada laboral a seis horas debe estar atada a la productividad, porque la situación varía entre sectores y entre compañías.

Sobre la apertura comercial, propuso que sea una "política de Estado". Las propuestas de la CCYS incluyen la innovación como "estrategia país", priorizar la educación ya que impacta en la competitividad empresarial, y trabajar en reducir la brecha salarial de género, dado que es del 29% en el sector privado.

Por su parte, Gabriel Murara, vicepresidente de la Cámara de Industrias (CIU), habló de un "plan de Acción" para el desarrollo industrial, con ejes en la competitividad, exportación, producción sostenible e innovación. A su juicio, la negociación tripartita para acordar el salario mínimo por rama de actividad perjudica a las empresas pequeñas, por lo que sería mejor que las pequeñas y medianas empresas se manejen para esa definición, con comisiones bipartitas.

"Eliminar las AFAP va en contra de los proyectos de infraestructura", Ruibal.

**CONSTRUCCIÓN.** Alejandro Ruibal, presidente de la Cámara de la Construcción, hizo referencia al buen nivel de actividad del sector gracias a la ley de Vivienda Promovida. Reconoció que la segunda transición energética será más difícil que la primera en tanto atañe a la industria y al transporte.

A su entender, las nuevas industrias, como las vinculadas al hidrógeno verde, requerirán mejor infraestructura. En esa línea, crearon un "Consejo de Políticas de Infraestructura", de carácter privado, para identificar esas necesidades.

También insistió en la idea de una "Agencia Nacional de Infraestructura", para planificar mejor las grandes obras que adelanta el país.

Las Cámaras Empresariales presentaron su situación en este año electoral. ADM organizó un "Almuerzo de Trabajo" con los diferentes presidentes de las gremiales como disertantes.

### [Página web fuente](#)

por Leonardo Pérez Piña

La Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay (ADM) organizó un nuevo Almuerzo de Trabajo para hablar de la visión estratégica de las cámaras empresariales en este año electoral, en esta oportunidad los disertantes fueron los presidentes de las Cámaras Empresariales y Asociación Rural del país.

En la mesa principal de invitados estuvieron Patricio Cortabarría, Presidente de la Asociación Rural del Uruguay (ARU); Julio César Lestido, Presidente de la Cámara de Comercio y Servicios; Gabriel Murara, Vicepresidente de la Cámara de Industrias; y Alejandro Ruibal, Presidente de la Cámara de la Construcción del Uruguay.

El primero en tomar la palabra fue Cortabarría, quien enfocó su intervención en explicar la importancia real del sector agropecuario sobre la economía uruguaya, el líder de la institución mencionó que ARU impacta directamente en el 20% Producto Interno Bruto (PIB) del país. Gracias a su producción de carne, celulosa, soja, lácteos y otros granos. Además, destacó que el "agronegocio" genera el 17% de la masa salarial.

Destacó que el atraso cambiario representa «el mayor riesgo y un real problema para el sector», además resalta que Uruguay es un país caro y eso se traduce en uno de los principales enemigos para la agroindustria "necesitamos un sector agropecuario fuerte y sólido para seguir en la senda de crecimiento", "el tipo de cambio está afectando el resultado de la producción. Además, sabemos que Uruguay es un país caro, vemos un precio de combustible comparado con otros países de la región y seguimos teniendo un precio alto" explicó Cortaberría.

"El año pasado pagamos 538 millones de dólares de aranceles en todos los productos a los diferentes destinos, simplemente para poder dimensionar lo que nos cuesta la exportación". Explicó que es necesario hacer más rentable el sector y acelerar los acuerdos internacionales para seguir creciendo.

"Pacto por la patria"

Julio César Lestido, habló en nombre de la Cámara de Comercio y Servicios acerca del "Pacto por la patria" que propone el sector, un pacto que "ya se le hizo llegar a los diferentes partidos políticos" que a su juicio garantiza el bienestar de la economía del país y propone varios puntos como: democracia, oposición responsable, diálogo, justicia, fortalecimiento institucional y el bien común. Afirmó que la inseguridad, la pobreza infantil, la realidad del trabajo y modernización del estado son los principales problemas del país, "¿hasta cuándo el sector privado va a pagar el peso del estado?", era una de las preguntas que se hacía, afirmando que "somos el cuarto país con mayor carga tributaria de la región con 31,5% del PIB".

Asegura que desde la Cámara de Comercio y Servicios están dispuestos a dialogar sobre la posibilidad de reducir la jornada laboral y que es un tema que va ligado a la productividad.

"Ya hemos estado discutiendo este tema con el PIT-CNT y otras cámaras. Reconocemos la relevancia de la agenda actual, pero también entendemos que esta discusión debe ir atada a la productividad" dijo.

También habló que la postura de la cámara con respecto al plebiscito de la Seguridad Social. Es "totalmente en contra, consideramos que la iniciativa afectaría de forma muy negativa al país. La reforma constitucional conlleva un déficit financiero que resulta insostenible para la sociedad". Explicó que, de mantenerse el sistema anterior para el año 2100, el Banco de Previsión Social, alcanzaría un déficit del 8,1%.

#### Importancia del sector manufacturero

Luego fue el turno del Vicepresidente de la Cámara de Industrias del Uruguay, Gabriel Murara, que explicó el plan de acción para el desarrollo industrial de Uruguay. Resaltó la importancia del sector manufacturero que representa el 10% del PIB total.

Además basará su plan de acción en seis vectores de desarrollo industrial: industria competitiva, exportadora, sostenible, innovadora, industria emprendedora e industria capacitada. "Cada una con propuestas detalladas para avanzar en la superación de las dificultades y el aprovechamiento de oportunidades de crecimiento", aseguró el vicepresidente de la cámara.

Para culminar las presentaciones, Alejandro Ruibal, habló acerca de la construcción como una actividad impulsora de la economía, indicó que la cadena de valor de la construcción representa el 10% del PIB y moviliza 250 mil trabajadores "el 50% del empleo lo genera la industria en forma directa y el 50% restante lo generan contratistas, proveedores y efectos inducidos" señaló.

Destacó que Uruguay tiene la oportunidad de ser líder en la transición energética a nivel global y "se debe seguir trabajando en factores internos habilitantes, en torno al eje de la infraestructura, recursos hídricos y un marco normativo". Pero advirtió que de desaparecer la AFAP, "se perderán entre 25 y 30 mil puestos de trabajo, ya que la AFAP es el eslabón más fuerte que tenemos en los financiamientos de los proyectos" cerró.

## Empresarios ya piensan en el próximo gobierno y se alinean con propuestas conjuntas

Los empresarios coinciden en que se debe mejorar la inserción internacional y las relaciones laborales

A menos de dos meses de las elecciones internas, las principales cámaras empresariales ya piensan en el próximo gobierno y coinciden en algunos aspectos que deberían profundizarse. Dentro de esa postura alineada, los empresarios se refirieron al tipo de cambio, la inserción internacional, la necesidad de disminuir el costo del Estado y las relaciones laborales.

Gremiales empresariales ya han mostrado algunas cartas y propuestas para el siguiente período, pero este miércoles oficializaron posiciones en un almuerzo organizado por la Asociación de Dirigentes de Marketing (ADM). Allí estuvieron representadas la Asociación Rural (ARU), la Cámara de Industrias (CIU), la Cámara de Comercio y la Cámara de la Construcción y aunque cada uno de los expositores mencionó aspectos de su actividad puntual quedó en el ambiente una síntesis de sus aspiraciones para la próxima administración.

El presidente de la Asociación Rural (ARU), Patricio Cortabarría, expuso que el agro contribuye el 21% al Producto Interno Bruto (PIB) con más de 270 mil personas ocupadas. Sin embargo, una de las mayores preocupaciones del sector es el tipo de cambio bajo que "afecta de manera importante a todos los exportadores", indicó.

Si bien la ARU no mencionó en qué valor el dólar sería competitivo para el agro sí lo hizo la otra gremial del sector. En marzo, la Federación Rural publicó en su cuenta de la red social X (exTwitter) que la moneda estadounidense debería oscilar en los \$ 58. Con un tipo de cambio por debajo de esa referencia "es necesaria mayor producción para cubrir los impuestos y gastos en funcionamiento en pesos", añadió. Este miércoles, Cortabarría coincidió en que los costos de producción continúan siendo altos con aumento de los insumos, básicamente los combustibles.

La visión de la CIU, trasladada por el vicepresidente de la gremial, Gabriel Murara, fue que si el Banco Central (BCU) reconoce "como lo ha hecho" que hay un atraso cambiario debe corregirlo.

Uno de los puntos concordantes fue sobre la necesidad de una mayor inserción internacional.

El presidente de la ARU expresó que los exportadores uruguayos pagaron US\$ 538 millones anuales en aranceles para ingresar en países con los que no tiene acuerdos comerciales. "Lo que se pagó de aranceles es lo mismo que se destinó para la educación terciaria", dijo.

Para Murara, Uruguay debe negociar acuerdos con terceros países a través del Mercosur o de manera individual si fuera necesario.

Uno de los mensajes para el próximo gobierno fue el de modernizar el Estado y reducir la carga tributaria. En este caso, el presidente de la Cámara de Comercio, Julio César Lestido, se enfocó en el "Pacto por la Patria", redactado recientemente por la gremial.

En el texto plantea el control de la carga tributaria y del peso del gasto público con un diseño de una política nacional, de mediano y largo plazo para su reducción. Eso debe incluir una revisión a fondo de las actividades que el Estado realiza o regula, identificando todas las acciones que resulten innecesarias o excesivas.

Murara indicó que en la próxima administración se deberá reducir y luego mantener el gasto público en torno al 20% del PIB. Eso permitirá reducir la presión tributaria. La CIU también propuso la necesidad de una disminución progresiva en la cantidad de funcionarios públicos, tanto en las empresas como en las intendencias.

Al igual que la Cámara de Comercio, la gremial industrial presentó días atrás un plan de acción para el próximo gobierno, en el que plasmó estas iniciativas.

**Relaciones y normas laborales** En el capítulo de relaciones laborales también hubo coincidencias empresariales. Lestido propuso revisar los Consejos de Salarios y modernizar las normas laborales y sindicales.

En el documento ya presentado señaló que se deben propiciar negociaciones laborales en un clima de mayor entendimiento, guardando las confrontaciones para cuando no existan otros caminos de solución.

En la disertación de este miércoles también se refirió a la posibilidad de reducir la jornada laboral a seis horas y aclaró que la discusión sobre su aplicación debe introducir el concepto de productividad.

Murara afirmó que la negociación tripartita (que incluye al gobierno, empleadores y sindicatos) debe fijar solamente los salarios mínimos. De esa manera, los sobrelaudos quedarían liberados a la negociación bipartita por empresa. Otra propuesta fue la creación de procedimientos de prevención de conflictos que incluyan sanciones por incumplimientos.

**Seguridad social** La defensa del actual régimen de seguridad social ¿aprobado en agosto del año pasado- fue otra de las coincidencias empresariales.

Alejandro Ruibal, presidente de la Cámara de la Construcción, fue el que mayor espacio le otorgó en su disertación y comentó cómo impactaría en el sector la eliminación de las Afaps si prosperara el plebiscito impulsado por el PIT-CNT.

Explicó que las administradoras de fondos previsionales aportaron en los últimos 10 años un financiamiento de US\$ 2.215 millones para obras de construcción y proyectos de infraestructura que generaron 36 mil puestos de trabajo. Enumeró que con esa inversión se desarrollaron obras viales, de vivienda, escuelas y centros educativos, entre otras.

Con esos argumentos indicó que el plebiscito plantea una situación delicada. "Estamos dispuestos a llevar esta discusión a cualquier ámbito. Entendemos que con esto están en juego muchos puestos de trabajo y la estabilidad económica del país", finalizó.

En la misma línea, Lestido mencionó que el plebiscito "afectaría de forma muy negativa al país".

[Ir al artículo](#)

Julio Cesar Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio "productividad difiere en el mismo sector"

---

[Ir al artículo](#)

Almuerzo de trabajo en ADM

---

[Ir al artículo](#)

Almuerzo ADM. Las cámaras empresariales en año electoral

---

[Ir al artículo](#)

Almuerzo ADM - Las distintas cámaras empresariales rechazan el plebiscito impulsado por el PIT-CNT contra la reforma de la seguridad social. Parte 1

[Ir al artículo](#)

Almuerzo ADM - Las distintas cámaras empresariales rechazan el plebiscito impulsado por el PIT-CNT contra la reforma de la seguridad social. Parte 2

[Ir al artículo](#)

Entrevista | Julio César Lestido - Presidente de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios

---

El presidente de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay, Julio César Lestido, afirmó que los socios de la gremial se quejan de que "aumenta cada vez más" la cantidad de personas que viven en la calle y duermen en las principales avenidas comerciales de Montevideo

[Página web fuente](#)

Hablando con El País, Lestido dijo: "Nuestros socios dicen que esa cifra se ha incrementado. Que es un impacto que se está dando hoy. Queremos trabajar (con instituciones públicas) para poder ayudar de alguna manera".

La cámara reunió el viernes por este asunto a una "mesa de diálogo" en la que participaron la Asociación Civil Grupo Centro, la Asociación Comercial del Uruguay, los ministerios de Desarrollo Social, Interior y Turismo, la Jefatura de Policía de Montevideo, ASSE y Fiscalía.

Durante la reunión, se manejó que en las principales avenidas comerciales de Montevideo hay aproximadamente mil personas que viven en la calle.

Según la Cámara de Comercio y Servicios, desde hace un tiempo se advierte que la situación empeoró y que ya genera problemas para los comerciantes de esas zonas como inseguridad, dificultades de limpieza, venta ambulante informal y deterioro general, entre otros puntos.

Comerciantes se quejan de que "aumenta cada vez más" la cantidad de personas que viven en la calle

### [Página web fuente](#)

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay convocó ayer a una mesa de diálogo con autoridades nacionales y municipales para abordar la preocupación. La situación genera problemas para los comerciantes.

Redacción El PaísEl presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, Julio César Lestido, afirmó ayer que socios de la gremial se quejaron de que "aumenta cada vez más" la cantidad de personas que viven en la calle y duermen en las principales avenidas comerciales de Montevideo.

"Nuestros socios dicen que esa cifra se ha incrementado. Que es un impacto que se está dando hoy. Queremos trabajar (con instituciones públicas) para poder ayudar de alguna manera", dijo Lestido al ser consultado por El País.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay convocó ayer a una mesa de diálogo con autoridades nacionales y municipales para abordar la preocupación que existe de parte de las gremiales asociadas, de la Asociación Civil Grupo Centro y la Asociación Comercial del Uruguay, por la afectación que dicen padecer los comercios ubicados en el Centro, Colón y Paso Molino.

En el encuentro participaron jerarcas de los ministerios del Interior y Desarrollo Social y Turismo, de la Administración de los Servicios de Salud del Estado (ASSE), la Jefatura de Policía de Montevideo, la Dirección Nacional de Aduanas, el Sistema de Atención Médica de Emergencia (SAME) y la Fiscalía.

Durante la reunión, se manejó que en las principales avenidas comerciales de Montevideo hay aproximadamente 1.000 personas que viven en la calle.

Los participantes analizaron la problemática de los comerciantes que a diario observan a personas que viven en calle durmiendo o pidiendo limosna en las puertas de sus locales.

"La reunión de hoy (por ayer) es para tratar algunas problemáticas que están viviendo esos comerciantes. La función de la Cámara de Comercio es articular este tipo de reuniones frente a una situación difícil que enfrentan los socios de la institución", remarcó Lestido.

Según la Cámara de Comercio y Servicios, desde hace un tiempo se advierte que la situación empeoró y que ya genera problemas para los comerciantes de esas zonas como inseguridad, dificultades de limpieza, venta ambulante informal y deterioro general, entre otros puntos.

El jefe de Policía de Montevideo, Mario D-Elía, informó ante los comerciantes que unos 20 efectivos eran destinados cada día para buscar soluciones a las personas en situación de calle, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Social (Mides) y la Intendencia de Montevideo.

Tras finalizar la reunión, D-Elía dijo a El País que la Jefatura de Montevideo trabaja cada día, desde las 6 de la mañana hasta las 2 de la madrugada de la jornada siguiente, aportando apoyo logístico al Mides mediante ómnibus y patrulleros y de funcionarios. Y agregó que una actividad similar realiza la Policía con la Intendencia de Montevideo con respecto al cuidado de los espacios públicos.

El jerarca policial señaló que "disminuyó" la cifra de ilícitos realizados en las zonas comerciales producto del trabajo de patrullaje preventivo y la represión. Además, destacó como una de las causas de la mejora, la coordinación con el resto de las instituciones públicas. "Tenemos algunos desafíos por delante. Los estamos asumiendo. Pretendemos mejorar los niveles de seguridad. Recién el Ministerio de Turismo hablaba del cruce de turistas y decía que antes los turistas venían a Uruguay por tres meses y hoy se ha extendido a siete. Todo eso tiene un componente de seguridad", explicó.

A partir del intercambio de ayer se acordó crear una mesa parte de los actores involucrados para definir y coordinar acciones que permitan buscar soluciones a las personas que viven en la calle y que deambulan por zonas comerciales.

Comerciantes y autoridades se reunieron para solucionar problemas de higiene que afectan las principales avenidas de Montevideo

[Página web fuente](#)

En la instancia estuvieron representantes del Ministerio del Interior, Mides, el Ministerio de Turismo, Asse y la Intendencia de Montevideo.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay se reunió con autoridades nacionales y municipales para abordar la preocupación que existe por parte de los comerciantes que trabajan sobre las avenidas de Montevideo.

Los comerciantes denunciaron que todos los días atraviesan situaciones como inseguridad, problemas de limpieza, venta ambulante informal, presencia de personas en situación de calle y vandalismo.

La propuesta de los empresarios busca que se pueda incrementar el atractivo en los principales puntos de Montevideo y hacer crecer el comercio.

En la instancia estuvieron representantes del Ministerio del Interior, Mides, el Ministerio de Turismo, Asse y la Intendencia de Montevideo.

Ante los diferentes organismos, se elevó una serie de problemáticas que sufre el sector comercial y la Cámara tiene identificado el punto que está generando mayores dificultades.

Además, desde la Cámara de Comercio observan con preocupación la venta de mercadería falsificada.

## Comerciantes se quejan por aumento de personas en calle Cámara de Comercio convocó encuentro con oficinas públicas

El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, Julio César Lestido, afirmó ayer que socios de la gremial se quejaron de que "aumenta cada vez más" la cantidad de personas que viven en la calle y duermen en las principales avenidas comerciales de Montevideo.

"Nuestros socios dicen que esa cifra se ha incrementado. Que es un impacto que se está dando hoy. Queremos trabajar (con instituciones públicas) para poder ayudar de alguna manera", dijo Lestido al ser consultado por El País.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay convocó ayer a una mesa de diálogo con autoridades nacionales y municipales para abordar la preocupación que existe de

parte de las gremiales asociadas, de la Asociación Civil Grupo Centro y la Asociación Comercial del Uruguay, por la afectación que dicen padecer los comercios ubicados en el Centro, Colón y Paso Molino.

En el encuentro participaron jefarcas de los ministerios del Interior y Desarrollo Social y Turismo, de la Administración de los Servicios de Salud del Estado (ASSE), la Jefatura de Policía de Montevideo, la Dirección Nacional de Aduanas, el Sistema de Atención Médica de Emergencia (SAME) y la Fiscalía.

Durante la reunión, se manejó que en las principales avenidas comerciales de Montevideo hay aproximadamente 1.000 personas que viven en la calle.

Los participantes analizaron la problemática de los comerciantes que a diario observan a personas que viven en calle durmiendo o pidiendo limosna en las puertas de sus locales.

"La reunión de hoy (por ayer) es para tratar algunas problemáticas que están viviendo esos comerciantes. La función de la Cámara de Comercio es articular este tipo de reuniones frente a una situación difícil que enfrentan los socios de la institución", remarcó Lestido.

Según la Cámara de Comercio y Servicios, desde hace un tiempo se advierte que la situación empeoró y que ya genera problemas para los comerciantes de esas zonas como inseguridad, dificultades de limpieza, venta ambulante informal y deterioro general, entre otros puntos.

El jefe de Policía de Montevideo, Mario D'elía, informó ante los comerciantes que unos 20 efectivos eran destinados cada día para buscar soluciones a las personas en situación de calle, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Social (Mides) y la Intendencia de Montevideo.

Tras finalizar la reunión, D'elía dijo a El País que la Jefatura de Montevideo trabaja cada día, desde las 6 de la mañana hasta las 2 de la madrugada de la jornada siguiente, aportando apoyo logístico al Mides mediante ómnibus y patrulleros y de funcionarios. Y agregó que una actividad similar realiza la Policía con la Intendencia de Montevideo con respecto al cuidado de los espacios públicos.

El jerarca policial señaló que "disminuyó" la cifra de ilícitos realizados en las zonas comerciales producto del trabajo de patrullaje preventivo y la represión. Además, destacó como una de las causas de la mejora, la coordinación con el resto de las instituciones públicas. "Tenemos algunos desafíos por delante. Los estamos

asumiendo. Pretendemos mejorar los niveles de seguridad. Recién el Ministerio de Turismo hablaba del crucerismo y decía que antes los turistas venían a Uruguay por tres meses y hoy se ha extendido a siete. Todo eso tiene un componente de seguridad", explicó.

A partir del intercambio de ayer se acordó crear una mesa parte de los actores involucrados para definir y coordinar acciones que permitan buscar soluciones a las personas que viven en la calle y que deambulan por zonas comerciales.

[Ir al artículo](#)

Entrevista telefónica a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio y Servicios

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de Comercio entregó documento a partidos políticos: señala áreas a atender que considera prioritarias y pide evitar una grieta

---

La Cámara de Comercio y Servicios le presentó a todos los partidos una iniciativa de 11 puntos con su visión de un país "próspero y productivo" que, espera, sea suscrito por todas las fuerzas políticas

[Página web fuente](#)

El documento se denomina "Pacto por la patria".

Hablando ayer con la prensa, el presidente de la gremial, Julio César Lestido, explicó que ese "pacto" no representa un "conjunto de palabras o promesas vacías, sino un compromiso firme y tangible con el desarrollo y progreso de nuestro país".

"Abordamos la seguridad, la educación, la pobreza, la inserción en el mundo, el apoyo a las micro y pequeñas empresas. Hablamos de inclusión, de la violencia de género, del impacto ambiental y la transición a la economía verde".

Lestido señaló que se busca "enaltecer el diálogo y la oposición responsable por sobre los enfrentamientos y el obstruccionismo estéril y paralizante".

Además se procura "priorizar el fortalecimiento de las instituciones por encima de todo cálculo político". Otro de los fines que persigue este documento es "priorizar aspectos fundamentales de la vida del país y hacer los máximos esfuerzos para alcanzar los acuerdos necesarios para su efectivización".

Lestido: "La gente en situación de calle afecta en la actividad económica de los comerciantes"

### [Página web fuente](#)

El presidente de la Cámara de Comercios y Servicios, Julio César Lestido, dijo en Informativo Carve que pidieron reuniones con autoridades de diversas áreas por la situación de las principales avenidas comerciales de Montevideo.

Lestido dijo que las personas en situación de calle afectan la actividad económica de los comerciantes, porque a veces tienen que "pasar por arriba de gente que está ahí" para poder abrir sus negocios. También apuntó que hay clientes que no van a querer entrar "si tengo a alguien en la vidriera de mi local".

Por otro lado dijo que hay un problema vinculado con el contrabando que también afecta al sector, porque hay -por ejemplo- quienes se instalan a vender lentes frente a una óptica.

### Plebiscito

Lestido dijo que la Cámara de Comercios y Servicios está a favor de la reforma de seguridad social vigente y alertó que si se aprueba el plebiscito impulsado por el Pit-Cnt "entramos en un riesgo enorme". En ese sentido, apuntó que si se eliminan las AFAP habrá que decirle a algunas personas "la plata que vos ganaste se acabó, no es más tuya".

### Propuestas políticas

La Cámara de Comercio y Servicios presentó a todos los partidos políticos un documento llamado "Pacto por la patria", con propuestas de cara a las próximas elecciones.

La iniciativa incluye once puntos en materia educativa, laboral, económica, de seguridad y convivencia, y de cuidado del ambiente.

Respecto a esto, Lestido dijo que "hay que ir al corazón" de los productos que son más caros en comparación con la región y "atacar los monopolios".

Conforman mesa de diálogo entre comerciantes y autoridades para resolver problemáticas que afectan a las principales avenidas de Montevideo

[Página web fuente](#)

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay convocó a una mesa de diálogo con autoridades nacionales y municipales para abordar la preocupación que existe por parte de las gremiales asociadas, de la Asociación Civil Grupo Centro y de la Asociación Comercial del Uruguay, por la situación actual que atraviesan las principales avenidas comerciales de Montevideo.

Los comerciantes vienen advirtiendo desde hace un tiempo la profundización de situaciones que representan un problema para la zona, tales como la inseguridad, problemas de limpieza, venta ambulante informal, presencia de personas en situación de calle, vandalismo y deterioro general, entre otras cuestiones.

La situación fue planteada a representantes de los ministerios del Interior, de Salud Pública, Desarrollo Social, Turismo, de la Intendencia de Montevideo, de la Dirección Nacional de Aduanas, de la Administración de los Servicios de Salud del Estado (ASSE), del Sistema de Atención Médica de Emergencia (SAME) y de la Fiscalía General de la Nación.

El presidente de Grupo Centro, Armando Litvan, dijo a Informativo Carve de Cierre que el objetivo del encuentro fue comenzar a trabajar en acciones concretas que permitan revitalizar las principales avenidas comerciales, desde un abordaje multifacético donde participe el sector público y el privado.

"Hubo un muy buen intercambio y un muy buen diagnóstico. Además de una actitud muy positiva para poder seguir soluciones a los problemas puntuales que existen en torno a estos temas, a pesar de que algunos son muy complejos", indicó Litvan.

Cámara de Comercio llama a precandidatos a realizar un "Pacto por la Patria"

[Página web fuente](#)

Los invitaron a firmar un documento elaborado por la gremial empresarial.

La Cámara de Comercio emitió un documento por el cual llamó a los precandidatos a la presidencia a su suscribir un acuerdo denominado "Pacto Por la Patria". La gremial empresarial exorta a "hacer los máximos esfuerzos para contribuir al fortalecimiento de nuestra Democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas".

Dentro de los principales puntos que se plantean está en materia de seguridad tener "especial atención al combate del crimen organizado y a la situación del sistema penitenciario" y en el combate a la pobreza y a la marginalidad, poner "particular énfasis en la niñez, procurando articular el abordaje a sus componentes: salud, apoyo a la familia y formación, dando participación a iniciativas privadas de probada experiencia, para colaborar con el Estado".

El presidente de la cámara, Julio Cesar Lestido, dijo que con este "Pacto por la Patria" se desea "hacer un llamado a la unidad, al diálogo y al trabajo conjunto entre todos los uruguayos".

El documento señala que el pacto implica que "el control de la carga tributaria y del peso del gasto público, comprometiéndolo no aumentarlos, sino, por el contrario, diseñar una política nacional, de mediano y largo plazo, para la efectiva reducción de ambos".

También se llama a "asistir la labor formativa con una ubicación realista de la institucionalidad y del rol de los actores en la misma, que incluya la laicidad (también política e ideológica), la responsabilidad, tanto política como institucional, de los órganos responsables, la descentralización administrativa y el respeto jurídico por los roles que correspondan a la vida de los distintos actores y la acoten".

En otros aspectos se debe tener "una política macroeconómica que cuide primordialmente la estabilidad, empezando por los precios, el equilibrio fiscal y la reducción de los niveles de endeudamiento".

¿Qué dice la propuesta de "Pacto por la Patria" que lanzó la Cámara de Comercio y Servicios a los candidatos?

### [Página web fuente](#)

Se trata de un llamado a la unidad y para "evitar grietas políticas". Se busca el compromiso -textualmente- para, entre otras cosas: "contribuir al fortalecimiento de la democracia".

Redacción El País La Cámara de Comercio y Servicios presentó un documento denominado "Pacto por la Patria" a los partidos políticos, e hizo un llamado para que se suscriban como una forma de reafirmar la unidad del país en un año electoral.

Julio César Lestido, presidente a la Cámara, destacó que la unión es el principal diferencial de Uruguay y que hay que cuidar ese valor, alejándose de las grietas que caracterizan a otros países en este momento.

Se trata de un documento que busca el compromiso político -textualmente- para: "contribuir al fortalecimiento de la democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas; enaltecer el diálogo y la oposición responsable por sobre los enfrentamientos y el obstruccionismo estéril y paralizante; priorizar el fortalecimiento de las instituciones por encima de todo cálculo político", entre otros puntos.

Específicamente, el documento destaca la seguridad, con especial atención al combate del crimen organizado, así como el combate a la pobreza y a la marginalidad, así como la formación de niños y jóvenes, entre otras prioridades.

En materia económica, la Cámara de Comercio menciona la necesidad de controlar la carga tributaria y el peso del gasto público, con el compromiso de no aumentarlos, sino, por el contrario, diseñar una política nacional para la efectiva reducción de ambos. "Esto debe incluir una revisión a fondo de las actividad que el Estado realiza y/o regula a todos sus niveles, identificando todo aquello que resulte innecesario o excesivo".

Asimismo, se plantea la necesidad de "encarar la realidad del trabajo con una óptica moderna" e incluir una revisión de la estructura de los actuales consejos de salarios, adaptándolos a la realidad. Esto incluiría descentralizar y desregular el mecanismo, así como modernizar ciertas normas laborales y sindicales.

Consultado en rueda de prensa sobre la posición de la Cámara ante una eventual reducción de la jornada laboral, Lestido respondió que había que estudiar la propuesta en el contexto de la dimensión de la productividad.

El documento señala también la necesidad de comprometerse con "la mayor apertura comercial posible, a evitar distorsiones regulatorias y a procurar un tratamiento equilibrado entre sectores y actores".

Para ello, menciona limitar las medidas de protección y los subsidios a casos de "necesidad comprobada".

En otro orden, se establece el compromiso de realizar más análisis sobre por qué Uruguay es un país caro, promover a las micro y pequeñas empresas, e implementar políticas públicas que preserven los recursos ambientales.

Cámara de Comercio entregó documento a partidos políticos: señala áreas a atender que considera prioritarias y pide evitar una "grieta"

### [Página web fuente](#)

"Este documento ya lo hemos entregado a todos los partidos políticos con la petición de que los precandidatos lo evalúen y lo firmen si lo consideran oportuno. Entendemos que debe ser un compromiso político y no electoral", señalaron.

La Cámara de Comercio envió un documento a todos los partidos políticos en los que los invita a suscribir a un pacto que evite la instalación de una grieta en el marco de este año electoral.

En el texto, además, plantea 11 temáticas prioritarias a atender que pasan por seguridad, sistema carcelario, combate a la pobreza y marginalidad, modernización del Estado, control de carga tributaria, educación, entre otros.

"Pacto por la Patria" se llama el documento entregado en persona por los integrantes de la cámara a los presidentes de los partidos políticos esta semana.

"Alejándonos de cualquier tipo de grieta, o concepto similar, que en otros lugares tanto daño hace. El documento refleja nuestra visión y compromiso con un Uruguay próspero y productivo", afirmó el presidente de la cámara.

En el texto se pide el compromiso de "hacer los máximos esfuerzos para contribuir al fortalecimiento de nuestra democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas".

"Este documento ya lo hemos entregado a todos los partidos políticos con la petición de que los precandidatos lo evalúen y lo firmen si lo consideran oportuno. Entendemos que debe ser un compromiso político y no electoral", agregó.

Personas que duermen en la puerta de los comercios y el contrabando son las principales problemáticas que plantearon desde la Cámara de Comercio

[Página web fuente](#)

Se realizó una mesa de diálogo con autoridades nacionales y municipales para abordar la situación que atraviesan las principales avenidas comerciales de Montevideo

Por: Johonatan Chacón

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay realizó una mesa de diálogo con autoridades nacionales y municipales para abordar la situación que atraviesan las principales avenidas comerciales de Montevideo. En tal sentido, su presidente, Julio César Lestido, planteó dos problemas principales que tiene que ver con las personas en situación de calle y la venta de mercadería falsificada y de contrabando. Agregó que según un informe del Mides la zona más afectada es el centro de Montevideo. De la instancia participaron con la presentación de informes señalando su punto de vista sobre el tema, los ministerios de: Turismo, Interior, Desarrollo Social, Salud Pública, además de Asse, Aduanas y la Intendencia de Montevideo.

## Lanzan "Pacto por la Patria"

Se trata de un llamado a la unidad y para "evitar grietas políticas"

La Cámara de Comercio y Servicios presentó un documento denominado "Pacto por la Patria" a los partidos políticos, e hizo un llamado para que se suscriban como una forma de reafirmar la unidad del país en un año electoral.

Julio César Lestido, presidente a la Cámara, destacó que la unión es el principal diferencial de Uruguay y que hay que cuidar ese valor, alejándose de las grietas que caracterizan a otros países en este momento.

Se trata de un documento que busca el compromiso político ?textualmente? para: "contribuir al fortalecimiento de la democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas; enaltecer el diálogo y la oposición responsable por sobre los enfrentamientos y el obstruccionismo estéril y paralizante; priorizar el fortalecimiento de las instituciones por encima de todo cálculo político", entre otros puntos.

Específicamente, el documento destaca la seguridad, con especial atención al combate del crimen organizado, así como el combate a la pobreza y a la marginalidad, así como la formación de niños y jóvenes, entre otras prioridades.

En materia económica, la Cámara de Comercio menciona la necesidad de controlar la carga tributaria y el peso del gasto público, con el compromiso de no aumentarlos, sino, por el contrario, diseñar una política nacional para la efectiva reducción de ambos. "Esto debe incluir una revisión a fondo de las actividad que el Estado realiza y/o regula a todos sus niveles, identificando todo aquello que resulte innecesario o excesivo".

Asimismo, se plantea la necesidad de "encarar la realidad del trabajo con una óptica moderna" e incluir una revisión de la estructura de los actuales consejos de salarios, adaptándolos a la realidad. Esto incluiría descentralizar y desregular el mecanismo, así como modernizar ciertas normas laborales y sindicales.

Consultado en rueda de prensa sobre la posición de la Cámara ante una eventual reducción de la jornada laboral, Lestido respondió que había que estudiar la propuesta en el contexto de la dimensión de la productividad.

El documento señala también la necesidad de comprometerse con "la mayor apertura comercial posible, a evitar distorsiones regulatorias y a procurar un tratamiento equilibrado entre sectores y actores".

Para ello, menciona limitar las medidas de protección y los subsidios a casos de "necesidad comprobada".

En otro orden, se establece el compromiso de realizar más análisis sobre por qué Uruguay es un país caro, promover a las micro y pequeñas empresas, e implementar políticas públicas que preserven los recursos ambientales.

## TITULARES

\* CRECE MERCADO DE COMPUTADORAS Y CELULARES USADOS

\* Un viernes cargado. Peñarol visita a Liverpool; Nacional recibe a Racing

\* Enero-abril. Exportaciones de bienes aumentan 5%. Aumentan 5% frente a igual lapso de 2023, según Uruguay XXI

\* Reabren caso Antel Arena y el ente pide más pericias. El fiscal Enrique Rodríguez continuará investigando; si archiva es definitivo

\* Joven que incitó pelea masiva, a prisión. IMPUTADO

\* Crédito bancario llega a 30% del PIB. REPORTE DEL BCU

\* DELGADO: "UN SALTO CON GARANTÍA DE EQUILIBRIOS". El precandidato blanco presentó el programa de su eventual gobierno

\* EN ESTE NUMERO

. Lanzan "Pacto por la Patria". Se trata de un llamado a la unidad y para "evitar grietas políticas"

. Mujica empezará radioterapia. Factores técnicos y personales hicieron descartar asistencia en el exterior

. REUNIÓN POR PLAGA DE LAS PALMERAS. Hay seis zonas de Montevideo con gorgojo picudo rojo

## TITULARES

\* "Este camino recién comienza y tenemos esta lucha que Pepe decidió dar".

La médica personal de José Mujica, Raquel Pannone, brindó una conferencia dónde dio detalles sobre el tratamiento que se le realizará al expresidente por su cáncer de esófago. En un comienzo se aplicará radioterapia por unos 40 días. Pág. 4

\* Raffo propone crear 15 mil puestos de trabajo con exoneración de aportes personales y patronales.

La precandidata nacionalista participó de los desayunos de ADM. Dijo que su propuesta de exoneración de aportes al BPS para sueldos menores a 30 mil pesos tiene un costo de 40 millones de dólares "que estamos dispuestos a invertir" Pág. 3

\* La Cámara de Comercio llama a precandidatos a realizar un "Pacto por la Patria" (pag 5)

\* Dan por finalizado el "evento sanitario" de encefalomiелitis equina: murieron casi 350 caballos (pag 6)

\* Asociación de Magistrados denuncia "pesquisas secretas" contra familia de jueza que condenó a represor de la dictadura (pag 2)

\* "Viviendo en Beijing entendí que en realidad no sabía mucho de Beijing" por Heidv Esteves, enviada de Grupo R  
Multimedia a China (pag 16)

\* Viernes a puro fútbol: Liverpool. Peñarol a las 15.00 y Nacional-Racing a las 20.00 (pag 13)

Cámara de Comercio llama a precandidatos a realizar un «Pacto por la Patria»  
Los invitaron a firmar un documento elaborado por la gremial empresarial.

### [Página web fuente](#)

por Redacción

La Cámara de Comercio emitió un documento por el cual llamó a los precandidatos a la presidencia a su suscribir un acuerdo denominado «Pacto Por la Patria». La gremial empresarial exorta a «hacer los máximos esfuerzos para contribuir al fortalecimiento de nuestra Democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas».

Dentro de los principales puntos que se plantean está en materia de seguridad tener «especial atención al combate del crimen organizado y a la situación del sistema penitenciario» y en el combate a la pobreza y a la marginalidad, poner «particular énfasis en la niñez, procurando articular el abordaje a sus componentes: salud, apoyo a la familia y formación, dando participación a iniciativas privadas de probada experiencia, para colaborar con el Estado».

El presidente de la cámara, Julio Cesar Lestido, dijo que con este «Pacto por la Patria» se desea "hacer un llamado a la unidad, al diálogo y al trabajo conjunto entre todos los uruguayos».

El documento señala que el pacto implica que «el control de la carga tributaria y del peso del gasto público, comprometiéndose no aumentarlos, sino, por el contrario, diseñar una política nacional, de mediano y largo plazo, para la efectiva reducción de ambos».

También se llama a «asistir la labor formativa con una ubicación realista de la institucionalidad y del rol de los actores en la misma, que incluya la laicidad (también política e ideológica), la responsabilidad, tanto política como institucional, de los órganos responsables, la descentralización administrativa y el respeto jurídico por los roles que correspondan a la vida de los distintos actores y la acoten».

En otros aspectos se debe tener «una política macroeconómica que cuide primordialmente la estabilidad, empezando por los precios, el equilibrio fiscal y la reducción de los niveles de endeudamiento».

## Cámara de Comercio propone "un pacto por la patria"

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, presentó a los partidos políticos un documento en donde se propone a candidatos y pre candidatos a la presidencia a suscribir un "pacto por la patria".

En él se incluyen una serie de propuestas vinculadas a educación, seguridad, finanzas públicas y consejo de salarios, entre otros puntos.

El pacto solicita "hacer los máximos esfuerzos para contribuir al fortalecimiento de la democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas". También se llama a "enaltecer el diálogo y la oposición responsable por sobre los enfrentamientos y el obstruccionismo estéril y paralizante".

En otro punto, se pide "priorizar el fortalecimiento de las instituciones por encima de todo cálculo político".

En cuarto lugar se llama a "fortalecer el prestigio del Poder Legislativo, cuidando el nivel de la producción y la profusión de leyes, así como el rol de la justicia, priorizando el nivel técnico de sus integrantes y preservando su autonomía frente a los avatares de la política".

Y en quinto lugar "priorizar aspectos fundamentales de la vida del país y hacer los máximos esfuerzos para alcanzar los acuerdos necesarios" para poder efectivizarlos.

Seguridad, pobreza y modernización del Estado En la lista se incluye la seguridad, "con especial atención al combate del crimen organizado y a la situación del sistema penitenciario", dice el texto.

El combate a la pobreza y a la marginalidad, con particular énfasis en la niñez, "procurando articular el abordaje a sus componentes: salud, apoyo a la familia y formación, dando participación a iniciativas privadas de probada experiencia, para colaborar con el Estado".

"Modernizar el Estado, en un marco de subsidiariedad y de dedicación exclusiva al servicio de la sociedad". Consejos de Salarios y Uruguay "caro" Otro capítulo del pacto propone "encarar la realidad del trabajo con una óptica amplia, positiva y moderna que, sin desproteger a los actores, ambiente las negociaciones laborales en un clima de mayor entendimiento, guardando las confrontaciones para cuando no existan otros caminos de solución".

En ese sentido, dice que se debería "incluir en este enfoque una revisión de la estructura de los actuales Consejos de Salarios, adaptándolos a la realidad. Ella debe incluir descentralizar y desregular el mecanismo, así como el modernizar ciertas normas labores y sindicales, procurando evitar limitaciones injustificadas a la libertad de trabajo", subraya el documento.

Por otro lado, se entiende necesario "abordar la actividad económica de la sociedad apuntando a la mayor apertura posible, evitar distorsiones regulatorias y procurar un tratamiento equilibrado entre sectores y actores".

Sobre este punto, se agrega que hay consenso de que Uruguay es un país caro, pero no así con referencia a las causas del fenómeno. "Ellas exceden el ámbito del reclamo clásico, referido a la política cambiaria. Incluyen factores como los altos costos tributarios y regulatorios. Se impone analizarlos, poniendo el foco en

la estructura tributaria (incluyendo gravámenes a la mano de obra) y en el universo de regulaciones a la importación y al comercio, que animan situaciones injustificadas de proteccionismo", dice el documento.

Además, se llama a "promover la creación de valor y trabajo innovador por parte de las micro y pequeñas empresas, facilitando su formación y desarrollo"; entre otros puntos. "Todo esto debe ir sólidamente enmarcado en una política macroeconómica que cuide primordialmente la estabilidad, empezando por los precios, el equilibrio fiscal y la reducción de los niveles de endeudamiento", finaliza el texto. |

[Ir al artículo](#)

Cámara de comercio pide "pacto" de buen clima electoral

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de Comercio presentó documento "pacto por la patria"

---

[Ir al artículo](#)

Presidente de Cámara Nacional de Comercio Julio Cesar Lestido - Proponen a precandidatos "Pacto por la patria"

---

[Ir al artículo](#)

Proponen pacto por la patria

---

[Ir al artículo](#)

Situación de las Avenidas comerciales de Montevideo

---

[Ir al artículo](#)

Afectación por gente en situación de calle

---

[Ir al artículo](#)

Situación comercial en General Flores. Avenidas con bajas ventas

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de Comercio | Afectación por gente en situación de calle | Parte 1

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de Comercio | Afectación por gente en situación de calle | Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

La situación en las avenidas preocupa a los comerciantes

---

[Ir al artículo](#)

Qué opinan los vendedores sobre los comercios de las avenidas?

---

[Ir al artículo](#)

Entrevista telefónica a Julio César Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay

---

[Ir al artículo](#)

La CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios presentó un documento llamado pacto por Uruguay

---

La Cámara de Comercio y Servicios llama a un "Pacto por la Patria" a los partidos, ¿qué propone?

### [Página web fuente](#)

El presidente de la institución, Julio César Lestido, destacó once puntos de una propuesta de unidad nacional de cara a las elecciones presidenciales 2024.

Redacción El País Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio y Servicios (CCyS), junto con otros directivos de la entidad, realizó una rueda de prensa para presentar un documento llamado "Pacto por la Patria", que ya fue entregado a los partidos políticos, según afirmó.

"Este es un llamado para preservar nuestra unidad, que es nuestro mayor activo, y evitar la grieta que ocurre en otros países", dijo.

Los puntos, en términos generales, abarcan: fortalecer la democracia, enaltecer el diálogo, priorizar el fortalecimiento de las instituciones, fortalecer el prestigio del Poder Ejecutivo, alcanzar acuerdos fundamentales. Destacan el combate al crimen organizado, combate a la marginalidad, modernizar el Estado, control de la carga tributaria, mayor apertura económica, limitar subsidios a casos de necesidad probada, entre otros.

En entrevista con El País, luego de la rueda de prensa, Lestido le dio especial importancia a la necesidad de achicar el Estado. Afirmó que el "efecto Argentina", por el diferencial de precios, se había acabado, por lo que esperan buenos números del sector al cierre del semestre. Asimismo, señaló que "ni las empresas ni la gente asimilan más presión impositiva".

Si bien el gobierno afirma que esta administración ha reducido impuestos, Lestido expresó que "no es suficiente".

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay propuso un "Pacto por la patria"

[Página web fuente](#)

La gremial empresarial entregó un documento a todos los partidos políticos donde detalla 11 puntos que abordan temas de orden económico, social, cultural y ambiental

Por: Gustavo Harreguy

@GustavoHarreguy

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay entregó un documento a todos los partidos políticos que refleja su "visión y compromiso" de "un país próspero y productivo" Según mencionó el presidente de la institución, Julio Cesar Lestido, el documento fue entregada junto a una petición para que los precandidatos lo evalúen y si lo encuentran oportuno lo firmen. La propuesta fue motivada tras potenciarse las diferencias en el marco de la contienda electoral y apunta a un llamamiento a la unidad y el diálogo.

Cámara de Comercio propone "un pacto por la patria" ¿De qué se trata?

### [Página web fuente](#)

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, presentó a los partidos políticos un documento en donde se propone a candidatos y pre candidatos a la presidencia a suscribir un "pacto por la patria".

En él se incluyen una serie de propuestas vinculadas a educación, seguridad, finanzas públicas y consejo de salarios, entre otros puntos.

El pacto solicita "hacer los máximos esfuerzos para contribuir al fortalecimiento de la democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas". También se llama a "enaltecer el diálogo y la oposición responsable por sobre los enfrentamientos y el obstruccionismo estéril y paralizante".

En otro punto, se pide "priorizar el fortalecimiento de las instituciones por encima de todo cálculo político".

En cuarto lugar se llama a "fortalecer el prestigio del Poder Legislativo, cuidando el nivel de la producción y la profusión de leyes, así como el rol de la justicia, priorizando el nivel técnico de sus integrantes y preservando su autonomía frente a los avatares de la política".

Y en quinto lugar "priorizar aspectos fundamentales de la vida del país y hacer los máximos esfuerzos para alcanzar los acuerdos necesarios" para poder efectivizarlos.

En la lista se incluye la seguridad, "con especial atención al combate del crimen organizado y a la situación del sistema penitenciario", dice el texto.

El combate a la pobreza y a la marginalidad, con particular énfasis en la niñez, "procurando articular el abordaje a sus componentes: salud, apoyo a la familia y formación, dando participación a iniciativas privadas de probada experiencia, para colaborar con el Estado".

"Modernizar el Estado, en un marco de subsidiariedad y de dedicación exclusiva al servicio de la sociedad".

Otro capítulo del pacto propone "encarar la realidad del trabajo con una óptica amplia, positiva y moderna que, sin desproteger a los actores, ambiente las negociaciones laborales en un clima de mayor entendimiento, guardando las confrontaciones para cuando no existan otros caminos de solución".

En ese sentido, dice que se debería "incluir en este enfoque una revisión de la estructura de los actuales Consejos de Salarios, adaptándolos a la realidad. Ella debe incluir descentralizar y desregular el mecanismo, así como el modernizar ciertas normas labores y sindicales, procurando evitar limitaciones injustificadas a la libertad de trabajo", subraya el documento.

Por otro lado, se entiende necesario "abordar la actividad económica de la sociedad apuntando a la mayor apertura posible, evitar distorsiones regulatorias y procurar un tratamiento equilibrado entre sectores y actores".

Sobre este punto, se agrega que hay consenso de que Uruguay es un país caro, pero no así con referencia a las causas del fenómeno. "Ellas exceden el ámbito del reclamo clásico, referido a la política cambiaria. Incluyen factores como los altos costos tributarios y regulatorios. Se impone analizarlos, poniendo el foco en

la estructura tributaria (incluyendo gravámenes a la mano de obra) y en el universo de regulaciones a la importación y al comercio, que animan situaciones injustificadas de proteccionismo", dice el documento.

Además, se llama a "promover la creación de valor y trabajo innovador por parte de las micro y pequeñas empresas, facilitando su formación y desarrollo"; entre otros puntos.

"Todo esto debe ir sólidamente enmarcado en una política macroeconómica que cuide primordialmente la estabilidad, empezando por los precios, el equilibrio fiscal y la reducción de los niveles de endeudamiento", finaliza el texto.

## Cámara de Comercio y Servicios presenta "Pacto por la Patria"

### [Página web fuente](#)

El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, Julio César Lestido, anunció en conferencia de prensa la presentación por parte de esta institución a los partidos políticos de un documento que contiene "once temas prioritarios para el país" con la intención de que sea evaluado y firmado por los mismos previo a las próximas elecciones.

Tras reunirse "con todos los presidentes de los partidos políticos" y "una vez que ellos recibieron este documento", la Cámara de Comercio y Servicios lo hizo público este jueves.

Lestido destacó que el mismo contiene "cómo se debe encarar el país del futuro" y que abarca "todos los aspectos de la sociedad y de la economía", como "económicos, sociales, culturales, incluso temas ambientales".

Explicó que el documento se presentó a los partidos políticos "porque es un tema político, y no un tema electoral", y es allí (en los partidos) "donde nace el pensamiento político de cada uno de los partidos".

Entre los temas que plantea este "Pacto por la Patria" están la seguridad, la educación, la marginalidad y la pobreza, la inserción en el mundo internacional, el apoyo a las micro y pequeñas empresas, la violencia de género, la inclusión, y el impacto ambiental y la transición hacia la economía verde.

Lestido hizo un "llamado a la cordura y al diálogo" en este año de elecciones para el intercambio de ideas y no caer "en divisiones e insultos", así como a "priorizar las instituciones como el Parlamento y que sea más productivo, apoyar a la Justicia y que sea más independiente", abogando a los "valores que tiene el país y que son muy buenos".

Entre las preocupaciones de la Cámara de Comercio y Servicios subrayó la "reducción y desburocratización del Estado" para hacerlo "ágil y rápido" y que "cumpla la función que tiene que cumplir y que se enfoque más en un Estado subsidiario, que apoye a los que realmente tiene que apoyar, pero que pueda ser flexible".

Lestido dijo que "no puede ser que tengamos regulaciones que frenan a las empresas, tasas que se pagan que prácticamente tienen muy poco sentido, impuestos, una cantidad de trámites, certificaciones, que lo único que hacen es generar costos y tiempo".

Consultado por la prensa acerca de la reducción de la jornada laboral, señaló: "Hay que estudiarlo. No le decimos que no. Hay que analizarlo y abrir el tema en todos los rubros necesarios para decir si la propuesta es viable".

Texto: Magela Camelo

La Cámara de Comercio planteó 11 propuestas a los partidos políticos

[Página web fuente](#)

Publicado el 2 de mayo

Empleo y producción

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy) anunció que confeccionó un documento titulado "Pacto por la patria", el cual fue entregado a los presidentes de todos los partidos políticos. La iniciativa consta de 11 puntos y se espera que los líderes de las distintas fuerzas políticas firmen la iniciativa, a los efectos de definir qué pasos se darán en cada uno de los temas.

El presidente de la cámara, Julio César Lestido, explicó este jueves en conferencia de prensa: "En concreto, elaboramos un documento que refleja nuestra visión y compromiso con un Uruguay próspero y productivo. Este pacto no es un conjunto de palabras o promesas vacías, sino un compromiso firme y tangible con el desarrollo y progreso de nuestro país".

Sobre los temas seleccionados, Lestido explicó que, por diversas razones, muchos de ellos están vinculados entre sí, y que "no es un ranking" en el que el orden de las temáticas refleja su trascendencia e importancia para la CCSUy. También dijo que considera que la institución puede ayudar y aportar ideas y herramientas en todos los temas.

El punto que ocupa el primer lugar de la lista es la seguridad y el combate al crimen organizado, así como mejorar el sistema penitenciario. En segunda posición se ubica "la reducción de la pobreza y marginalidad, especialmente enfocado en la niñez".

La modernización del Estado, "para servir mejor a la sociedad con un enfoque subsidiario", es otro de los puntos, al igual que "el control de la carga tributaria y el gasto público con una política a largo plazo". "Priorizar la educación de niños y jóvenes evitando enfrentamientos ideológicos y enfocándose en su futuro" es parte de la lista, al igual que "el abordaje del trabajo como una perspectiva moderna que fomente el entendimiento y revise las estructuras laborales existentes".

Por otra parte, planteó "fomentar la economía abierta limitando las medidas de protección y subsidios a casos necesarios", y "analizar las causas del alto costo de vida incluyendo los impuestos y regulaciones excesivas".

Agregó también que es necesario "promover la creación de valor y empleo innovador en micro y pequeñas empresas", y "abordar las brechas de género e inclusión en los sectores productivos, incluyendo acciones afirmativas y prevención de la violencia de género".

Otro punto que integra la propuesta es "tratar la cuestión ambiental con políticas integrales de conservación y mitigación del cambio climático y transición hacia una economía verde".

Entre los objetivos de la iniciativa, está el hacer "los máximos esfuerzos para contribuir al fortalecimiento de la democracia, evitando que la política se rebaje a una seguidilla interminable de acusaciones y rencillas".

Se busca también "enaltecer el diálogo y la oposición responsable por sobre los enfrentamientos y el obstruccionismo estéril y paralizante", y además "priorizar el fortalecimiento de las instituciones por encima

de todo cálculo político". Otro de los fines que persigue este documento es "priorizar aspectos fundamentales de la vida del país y hacer los máximos esfuerzos para alcanzar los acuerdos necesarios para su efectivización".

"Todavía no hemos tenido la devolución de ninguno <de los líderes partidarios>. Esto ha sido en el correr de esta semana, que fuimos a visitar a todos los partidos políticos. Nos recibieron y atendieron. Vieron el documento, y ahora simplemente estamos a la espera de si firman o no", señaló Lestido.

Agregó que lo que está pidiendo la cámara es "diálogo". "Confrontemos las ideas pero no entremos en el agravio", aclaró.

Consultado por el discurso del presidente del PIT-CNT, Marcelo Abdala, en el acto del 1º de Mayo, principalmente sobre la posibilidad de reducir la jornada laboral a seis horas, respondió: "Estamos abiertos a escuchar todas las propuestas, y evidentemente ese tema sí está en la mesa; nosotros lo hemos discutido incluso con el PIT-CNT y con otras cámaras".

Señaló que "en su momento, desde la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay es un tema que lo tenemos en agenda, que lo podemos discutir, pero que tenemos que ser claros. Tenemos que tocar todos los temas. No solamente los que se plantearon en el acto. Para la Cámara de Comercio, <para> tocar el tema de productividad y poder hablar de seis horas, es fundamental tener claro que la productividad es un tema complejo para analizar y decidir".

En esa línea, afirmó que "no se puede medir por sector", sino que hay que analizarlo por empresa, ya que "dentro de un mismo sector hay empresas de distintos tamaños, que evidentemente la productividad no es igual en todas". "Creemos que el diálogo nos permite generar consensos y nos permite crecer a todas las partes. Sin diálogo, es muy difícil poder llegar a conclusiones de cualquier tipo", dijo.

Acerca de la ley de reforma de la seguridad social, sostuvo que "desde Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay estamos apoyando la reforma ya aprobada, y la vamos a apoyar durante todo el año. Vamos a hacer la campaña que entendamos conveniente para defender esto que consideramos un tema muy importante para el país es más".

El presidente de la CCSUy concluyó diciendo que, "de aquí en más de lo que pueda pasar en noviembre, podemos tener dos Uruguay distintos. El del futuro o el del retroceso, y eso es en lo que nosotros vamos a trabajar: por un Uruguay del futuro".

Empresarios marcan la cancha a candidatos y proponen un "Pacto por la Patria"

[Página web fuente](#)

Los empresarios decidieron entrar en el juego y marcar la cancha a los candidatos de todos los partidos: este jueves la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CNCS) propuso la firma de lo que llamaron "pacto por la patria" que incluye aspectos económicos y productivos, además de seguridad y convivencia.

"Queremos hacer un llamado a la unidad, al diálogo y al trabajo conjunto entre todos los uruguayos, más allá de los sectores de la actividad en la que nos desempeñemos o de las banderas políticas. Lo hacemos porque estamos convencidos de que ese es un gran diferencial del Uruguay, una característica única que debemos cuidar y potenciar, alejándonos de cualquier tipo de grieta o concepto similar que en otros lugares tanto daño hace", dijo Julio Cesar Lestido, presidente de la entidad.

El documento entregado a los partidos hace referencia a fortalecer la democracia y el diálogo democrático, así como las instituciones y en particular la seguridad para combatir al crimen organizado y el narcotráfico, apostar a la educación y reducir la carga tributaria entre otros aspectos.

Se trata de "abordar el trabajo como una perspectiva moderna que fomente el entendimiento y revise las estructuras laborales existentes, fomentando la economía abierta, limitando las medidas de protección y subsidios a casos necesarios".

Incluye el documento aspectos relativos a la convivencia como "abordar las brechas de género y la inclusión en los sectores productivos, incluyendo acciones afirmativas y prevención de la violencia".

Pide, además, "tratar la cuestión ambiental con políticas integrales de conservación, mitigación del cambio climático y transición hacia una economía verde".

Lestido advirtió que cuando se entra en una campaña electoral" podemos caer a veces en el agravio, en el agravio personal. Entonces nosotros lo que estamos pidiendo es el diálogo, que no olvidemos la característica de lo que somos nosotros, que es un capital del Uruguay y nosotros entendemos que por eso llamamos a una especie de acuerdo entre todos y que no entremos en ese tipo de campo que no nos gusta".

Empresarios despidieron a Pablo Mieres con aplausos en su salida del Ministerio de Trabajo

[Página web fuente](#)

Empresarios despidieron a Pablo Mieres con aplausos en su salida del Ministerio de Trabajo

---

[Ir al artículo](#)

Pablo Mieres - Ministro de Trabajo y Seguridad Social - MTSS. El último mensaje por el 1º de Mayo antes de renunciar a la cartera

[Ir al artículo](#)

Anuncios de la Cámara de comercios del Uruguay

---

[Ir al artículo](#)

Julio Cesar Lestido - Presidente de la Cámara de Comercio. Anuncio de la Cámara de Comercio y sus asociados

---

[Ir al artículo](#)

La Cámara de Comercio y Servicios presentó hoy lo que denomina "un pacto por la patria", se trata de un documento presentado a todo los partidos políticos

[Ir al artículo](#)

La Cámara de Comercio planteó 11 propuestas a los partidos políticos

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de Comercio pide "pacto" de buen clima electoral - Envió documento a partidos políticos para que firmen propuesta

---

[Ir al artículo](#)

La Cámara de Comercio y Servicios llama a un "Pacto por la Patria" a los partidos

---

[Ir al artículo](#)

La Cámara Nacional de Comercio y Servicios del Uruguay le presentó a los distintos partidos políticos una serie de propuestas para la campaña política

El ministro de Trabajo y Seguridad Social, Pablo Mieres, anunció que asistirá hoy al acto central del PIT-CNT por el Día de los Trabajadores

### [Página web fuente](#)

Explicó que lo hará por una cuestión de "ejercicio del pluralismo, del respeto y democracia".

Hablando con la prensa ayer, Mieres afirmó que irá a escuchar el discurso de un "actor social muy relevante" con el que tiene visiones opuestas.

"Creo que tienen una mirada equivocada y muy sesgada", dijo que su propuesta de plebiscito "realmente muy peligrosa" para el sistema de seguridad social. "Esto dinamita el sistema de seguridad social, todo el régimen mixto".

Luego, en la noche, el ministro Pablo Mieres dirigirá un "mensaje a los trabajadores" en nombre del gobierno.

Este jueves Pablo Mieres dejará su cargo de ministro de Trabajo para dedicarse a la campaña electoral como candidato presidencial del Partido Independiente. Será reemplazado por el actual subsecretario, Mario Arizti.

En su despedida, Mieres recibió ayer a una delegación de varias cámaras empresariales. Allí les "agradeció" por el diálogo mantenido durante estos cuatro años, sobre todo durante 2020, cuando dijo- "empezamos a conversar sobre cómo hacíamos para mantener el trabajo en tiempos de pandemia".

Mieres destacó que se retira del ministerio "con un empleo en niveles muy altos y también con recuperación salarial". Resaltó además que los empresarios, tuvieron una actitud "permanente de aporte de opinión".

El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, Julio Lestido, mostró su conformidad con la gestión de Mieres y su actitud de despedirse con un agradecimiento.

"El dar gracias, el estar agradecido habla muy bien de la persona y es muy importante. Hoy vimos a un ministro que nos dijo "gracias", más allá de las diferencias".

El ministro Pablo Mieres se despidió de los empresarios y dijo que se va "con un empleo en niveles muy altos, y también con una recuperación salarial"

### [Página web fuente](#)

Publicado el 30 de abril

#### Empleo y producción

El ministro de Trabajo y Seguridad Social, Pablo Mieres, recibió este martes a representantes de varias cámaras empresariales en una reunión convocada por él para despedirse y agradecer todo lo trabajado durante su gestión, que se inició en marzo de 2020, con el comienzo de la actual administración.

Posteriormente, y en rueda de prensa, Mieres dijo que "fue una convocatoria que quería hacer para despedirme. Dejaré el cargo el jueves 2 <de mayo>, pero antes asistiré el miércoles 1? al acto del PIT-CNT y como voy a tener la oportunidad de despedirme del movimiento sindical, me parecía que también debía hacerlo del sector empresarial".

"Fue simplemente agradecerles, recordar estos años, que la verdad que cuando uno mira para atrás fueron cuatro años muy intensos. Les decía que el primer recuerdo es una reunión con empleadores y trabajadores, el lunes 16 de marzo de 2020", dijo el ministro, y resaltó que "ahí empezamos a conversar sobre cómo hacíamos para mantener el trabajo en tiempos de pandemia, y de ahí en adelante hubo diálogo, tuvimos tres rondas salariales y un montón de temas para analizar y discutir".

Recalcó que se retira del cargo "con un empleo en niveles muy altos, y también con una recuperación salarial. Sentimos que teníamos que agradecer a los actores sociales tanto los empleadores como a los trabajadores, porque la gestión del Ministerio de Trabajo depende siempre del diálogo que se genera a nivel tripartito".

Consultado sobre cuál fue el aporte del sector empresarial durante su periodo, dijo que "tuvo una actitud permanente de aporte de opinión, de defender sus posiciones, de ser francos en poner arriba de la mesa sus planteos. Diría que hay una señal muy clara, que fue cuando en medio de la pandemia, llegamos a un acuerdo para una ronda salarial puente de un año cuando no había certeza de qué iba a pasar con todos nosotros, y con el empleo y las empresas".

El ministro agregó que "siempre hubo oídos y disponibilidad tanto del sector empresarial, como del sector de los trabajadores", sin perjuicio de que cada uno defendió sus posiciones y propuestas. "Uno se siente tranquilo de haber logrado una ecuanimidad que era imprescindible", afirmó.

El jerarca comentó que le transmitió a los empresarios que su salida significa "una continuidad total", porque el equipo continúa con Mario Arizti como ministro y Daniel Pérez, actual director de Empleo, como nuevo subsecretario.

Acerca de la queja de los empresarios ante la Organización Internacional del Trabajo (OIT), y si quedaron temas pendientes por resolver, Mieres respondió que "eso está en discusión, pero sin duda que hicimos un avance muy importante. Modificamos la ley de negociación colectiva y se votó la ley de personería jurídica de las organizaciones sindicales y gremiales en general".

Por su parte, Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, dijo en

rueda de prensa que quedaron conformes con la tarea del ministro y que siempre quedan cosas pendientes por tratar y resolver. "Es un ministerio que está muy activo y muy dinámico. Vamos a seguir trabajando con el equipo que queda, que es un equipo con el cual trabajamos durante estos últimos cuatro años. Lo conocemos y nos conocen. Saben bien qué zapatos calzamos nosotros, lo bueno y lo malo, y eso es lo más importante", afirmó.

Acerca de Pablo Mieres, dijo que "la gran ventaja o la gran calidad de un dirigente o de un directivo es poder generar continuidad, no solamente la gestión de uno, sino poder generar continuidad".

Por su parte, consultado sobre la queja ante la OIT, de que la negociación sea bipartita y no esté presente el Estado, respondió que "hay espacios para seguir conversando. Lo importante es mantener el diálogo, y acá el ministerio juega un rol muy importante para justamente generar el ámbito de ese diálogo. Es el artículo 12 de la ley de negociación colectiva que habla justamente de negociación. Hemos pedido por la negociación bipartita, pero los demás puntos que estaban planteados en la queja, de alguna manera se fueron, se solucionaron".

Cuando se le preguntó si durante la actual administración, había una mirada y un trato más equitativo entre empresarios y trabajadores, comentó que "no me gusta hablar en términos políticos. Lo que digo es qué nos encontramos cuando llegamos en marzo de 2020. Nos encontramos con un Ministerio de Trabajo de puertas abiertas que nos escuchó siempre. Muchas veces entendió nuestra postura, y en otras tuvimos enfrentamientos, pero siempre en un ambiente muy cordial y sincero. Creemos que Pablo Mieres fue un ministro justo".

Sobre cuáles son los objetivos y perspectivas para las cámaras empresariales en los 10 meses que le quedan al actual gobierno, Lestido respondió que "uno de los temas más importantes es el plebiscito de la reforma de la seguridad social".

"Lo hemos dicho. Estamos a favor de la reforma, y que no se lleve adelante la reforma que hoy fue aprobada sería entrar en una situación muy peligrosa para el país. Nos preocupa mucho. Entendemos que Uruguay se está jugando su futuro en este plebiscito. Nosotros vamos a trabajar con respeto, para hacer todo lo posible y mantener la reforma", concluyó el empresario.

[Ir al artículo](#)

MTSS - Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Pablo Mieres - Ministro de Trabajo y Seguridad Social - MTSS se despidió de Gremiales Empresariales. Parte 1

[Ir al artículo](#)

MTSS - Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Pablo Mieres - Ministro de Trabajo y Seguridad Social - MTSS se despidió de Gremiales Empresariales. Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

El ministro Pablo Mieres dijo que se va ?con un empleo en niveles muy altos, y también con una recuperación salarial? - Parte 1

[Ir al artículo](#)

CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios - Julio Cesar Lestido

---

[Ir al artículo](#)

CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios - Julio Cesar Lestido

---

Desde la CCSU hay "optimismo" sobre la concreción del acuerdo Mercosur-UE

### [Página web fuente](#)

Durante el tercer Encuentro Empresarial Europeo en Uruguay confluyeron actores de la esfera pública y privada para analizar las acciones sustentables requeridas por muchos modelos de financiación, y los lazos comerciales y de inversión entre Europa y Uruguay. El evento contó con la palabra del presidente de la Eurocámara, el presidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSU), el embajador de España en Uruguay, entre otras autoridades.

La Delegación de la Unión Europea (UE) en Uruguay organizó el tercer Encuentro Empresarial Europeo en nuestro país, con la colaboración de la Embajada de España y junto con el proyecto InsPYraMe UE. La última es una iniciativa de la CCSU y la Eurocámara que fomenta la sustentabilidad en micro y pequeñas empresas y pone un foco en mujeres y jóvenes.

Juan Grasso, presidente de la Eurocámara, comentó que para él "es un placer continuar generando estos espacios de diálogo" que son "clave para promover los vínculos económicos y comerciales" entre Uruguay y la UE. El presidente de la cámara resaltó el rol de inversor de la UE en el país, la importancia de la apertura comercial y "las ventajas que esta tiene para mejorar la competitividad", y el rol esencial del desarrollo sostenible. Grasso presentó la instancia como una "oportunidad de intercambiar experiencias y conocimientos que contribuyen al desarrollo sostenible y a fortalecer los vínculos entre los países".

Por su parte, Julio César Lestido, presidente de la CCSU, agradeció el "apoyo invaluable" de la UE, que desde 2005 acompaña a la cámara en diversos programas, entre ellos InsPYraME UE. "Este evento va a permitir darles herramientas a las empresas nacionales, que no solamente las mejora a ellas, sino que da sin duda un mayor valor a la sociedad uruguaya", declaró.

En diálogo con CRONICAS, Lestido destacó la importancia de esa relación y el intercambio de conocimiento con la UE, que ha permitido a muchos empresarios capacitarse y desarrollar sus emprendimientos. El presidente de la CCSU también expresó que para la cámara es muy importante ayudar a las empresas a convivir con el medioambiente y ser más sustentables, que "son herramientas fundamentales para el desarrollo de las empresas nacionales".

En cuanto al acuerdo del Mercosur con la UE, Lestido comentó que desde la cámara son "optimistas", y que para Uruguay "es fundamental abrirse al mundo" y "la posibilidad de colocar nuestros productos en otros mercados". Para poder crecer, expresó, "Uruguay necesita inversiones y poder exportar".

El embajador español en Uruguay, Santiago Jiménez Martín, destacó la iniciativa como "un proceso que busca no solo la sostenibilidad medioambiental, sino también ser creadores de empleo y crecimiento para la sociedad uruguaya", lo cual "es motivo de orgullo y un ejemplo del papel que deseamos que desempeñe la UE en el mundo". A su vez, el diplomático felicitó a Uruguay por "lograr convertirse en un país referente en finanzas públicas sostenibles", que son "indispensables para una transición ecológica".

Rupert Schlegelmilch, jefe negociador de la Unión Europea para el Acuerdo con el Mercosur, comentó en rueda de prensa que "estamos en los últimos 100 metros de la carrera" para lograr el acuerdo entre los dos bloques, y que uno de los temas que están obstaculizando más el tratado es la exigencia del Acuerdo de París, que no todos los países del Mercosur cumplen.

El "cambio de paradigma" de las finanzas internacionales

Herman Kamil, director de la Unidad de Deuda del Ministerio de Economía y Finanzas, sentenció que "estamos ante un cambio de paradigma" de las finanzas internacionales. Ahora, explicó, los inversores buscan cada vez más que las empresas sean sustentables, y "la forma en que los países usan o abusan del ambiente" incide "cada vez más" en las decisiones de los inversionistas.

El director presentó la posición de Uruguay en este cambio de paradigma como una muy favorable. Esto se debe en parte al esfuerzo del país durante las últimas tres décadas de reducir la intensidad de las emisiones de carbono por unidad de PBI, y la transformación de la matriz energética, con una gran proporción de electricidad generada por recursos renovables.

Kamil, a su vez, explicó las distintas medidas que se tomaron durante este período de gobierno para mejorar la sustentabilidad del país, además de la gestión de la deuda. Una de las propuestas que se implementaron fue la de crear un bono que incluyera dentro del contrato el compromiso de Uruguay de, para 2025, haber reducido al 50% las emisiones de gases de efecto invernadero sobre el PBI con respecto a las mediciones de 1990. Además de eso, la unidad gestionó un acuerdo con los inversores mediante el cual, si las mediciones el año que viene son incluso mejores de lo prometido, la tasa de interés se vería reducida. Algo similar ocurre con la deforestación. Para 2025, la meta es que el área del territorio ocupada por bosques nativos sea igual a la que teníamos en 2012.

¿Por qué la Unión Europea insiste en el acuerdo con el Mercosur y qué tan cerca está de cerrarse?

### [Página web fuente](#)

Rupert Schlegelmilch, jefe negociador del acuerdo, llegó a Uruguay y dijo que "falta poco" para concluirlo y agregó que Uruguay podría tener un rol clave en la recta final de la negociación.

El jefe negociador europeo del acuerdo Mercosur-Unión Europea, Rupert Schlegelmilch, llegó a Uruguay ayer con un mensaje claro: "La Unión Europea quiere cerrar el acuerdo. Ha sido una carrera de obstáculos, pero estamos en los últimos 100 metros. Se requiere un gran esfuerzo final".

Esas fueron sus palabras en el III Encuentro Empresarial Europeo, "Finanzas sustentables y el Acuerdo Mercosur-UE", que organizó la delegación de la UE en Uruguay en el Club de Golf ayer. En el mismo, participó también Herman Kamil, director de la Unidad de Gestión de Deuda del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), entre otros ponentes del sector público y privado.

El embajador de la UE en Uruguay, Paolo Berizzi, afirmó que en Europa existe consenso sobre los modelos de crecimiento económico a seguir, basados en criterios sociales, digitales y de sustentabilidad. Además, el bloque avanza en las reformas de las instituciones y en la meta de reforzar las relaciones con otros países, como Uruguay.

Schlegelmilch está de gira por los países del Mercosur para reunirse bilateralmente con los cuatro jefes negociadores de este bloque, y autoridades nacionales.

Ayer se reunió con el canciller Omar Paganini y con el jefe negociador uruguayo del acuerdo Mercosur-UE, Alejandro Mernies.

Schlegelmilch, quien lleva 10 años al frente de estas negociaciones, reconoció que el camino ha tenido momentos de aceleración y otros de "circunstancias especiales", pero "estamos cerca de la meta", sostuvo. En ese marco, apeló a mantener un "diálogo activo" en temas pendientes, que a su entender "son pocos, lo que se requiere es voluntad política".

Posteriormente, en entrevista con El País, Schlegelmilch afirmó que la UE no está de acuerdo con el presidente de Francia, Emmanuel Macron, de que hay que comenzar a negociar "de cero" el mencionado acuerdo.

Tras el fracaso en el intento de cerrar el acuerdo el año pasado, existe un ambiente de baja credibilidad sobre posibles avances reales con el acuerdo, no obstante Schlegelmilch defendió que, en un entorno tan incierto con dos guerras y socios comerciales que "hoy pueden estar y quizás mañana no" (en alusión a China y Rusia), las alianzas entre la UE y el Mercosur, son más necesarias. "La UE no va a decaer en los esfuerzos" (de cerrarlo), acotó.

"Las inversiones europeas en Chile se multiplicaron por nueve desde que se firmó el acuerdo UE-Chile", destacó en su ponencia, aunque sin hacer hincapié en los beneficios que un acuerdo similar traería para el Mercosur, ya que entiende que Uruguay es consciente de ello. Es por eso que consideró que "Uruguay puede desempeñar un papel clave en las negociaciones finales".

El diplomático felicitó a Uruguay por su primera exportación de chips de madera libres de deforestación

(realizada a mediados de este mes), cumpliendo con el nuevo Reglamento europeo contra la deforestación. Asimismo destacó el bono soberano asociado a indicadores ambientales ("bono verde"), entre otras iniciativas de Uruguay alineadas con las finanzas sostenibles, el programa InsPyrame UE y los proyectos de movilidad eléctrica.

La UE es el primer inversor en Uruguay, responsable del 41% del stock de Inversión Extranjera Directa (IED) y uno de sus socios comerciales más relevantes. Unas 600 empresas europeas están presentes en el país. En 2023, el intercambio comercial de bienes entre la UE y Uruguay ascendió a unos US\$ 4.165 millones, y el de servicios fue del orden de los US\$ 2.600 millones.

Herman Kamil, en representación del MEF, habló sobre el "cambio de paradigma" que opera en el sistema financiero mundial, al introducir factores ESG (ambiente, sociales y de gobernanza).

Mencionó que la inversión sostenible ha pasado a tener un rol preponderante en la asignación de capital en los mercados, y mencionó los logros de Uruguay en esa materia, sobre todo la reducción de las unidades de carbono en relación al Producto Interno Bruto (PIB), el aumento del área de bosques nativos (alineado con el nuevo marco normativo de la UE), la producción ganadera agro-sustentable y el "bono verde".

"El MEF está trabajando en la definición de incentivos financieros para que las empresas privadas incorporen factores ESG", anunció.

Juan Grasso, presidente de la Eurocámara, compartió que las empresas europeas en Uruguay está trabajando especialmente en hidrógeno verde, movilidad, comercio y transformación verde.

Santiago Jiménez Martín, embajador de España en Uruguay, destacó que diversos países están realizando una gran apuesta por hacer más transparentes los flujos de dinero y por la reforma de la gobernanza en el sistema financiero internacional.

Alberto Charro, del BBVA, y Gonzalo Bava, del Santander, hablaron del financiamiento a proyectos de energías limpias que priorizan sus respectivos bancos, con tasas "convenientes" para favorecer la segunda transición energética en Uruguay, que es mucho más cara que la primera realizada.

Julio César Lestido, de la Cámara de Comercio, centró su discurso en el apoyo de la UE a las pequeñas y medianas empresas en Uruguay desde el año 2005, con financiamiento y conocimiento, según destacó.

El embajador de la UE en Uruguay, Paolo Berizzi, destacó la importancia del Banco Europeo de Inversiones (BEI) en el marco del Global Gateway, que es un programa que canaliza un total de US\$ 10.900 millones de la UE para el desarrollo de proyectos en América Latina, Uruguay inclusive.

Resaltó que BEI es un brazo de la UE, "la mayor institución financiera del mundo con un rol fundamental en el cambio climático" -afirmó-, dado que financia gran parte de los proyectos en esta materia, y que Uruguay saldría beneficiado si accediera a sus créditos.

Además, el BEI tiene tasas de interés bastante más bajas que otros bancos internacionales.

En esa línea, Damian Kaminski, consejero comercial de la UE en Uruguay, consideró que la relación de este país con la Unión Europea se "potenciará mucho más con el BEI", sostuvo.

Cabe aclarar que el acuerdo marco de Cooperación Financiera entre Uruguay y el BEI fue aprobado en septiembre de 2023 y pasó al Parlamento, donde aún permanece sin resolución alguna.

Juan José Flebes, asesor principal de Estrategia Global del BEI, habló en videoconferencia durante el evento, desde la sede en Colombia, para compartir los objetivos y enfoque de esta institución.

Por su parte, Herman Kamil, en representación del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) afirmó que "Uruguay considera importante los créditos y las tasas del BEI".

"Se espera la ratificación de este mecanismo para este país", agregó Kamil.

Kamil destacó asimismo que el gobierno uruguayo ve una oportunidad en el bloque europeo como fuerte impulsor en desarrollar vínculos en finanzas sustentables sobre todo desde 2020.

Otros ponentes también reconocieron la importancia de que se destrabe en el Parlamento el acuerdo de Uruguay con el BEI , haciendo hincapié en sus "préstamos baratos".

El jefe negociador europeo del acuerdo Mercosur-UE, Rupert Schelegelmilch, dijo que el acuerdo será, cuando se concluya, el más grande que haya firmado hasta ahora el bloque al que pertenece, y que permitirá la expansión de sectores claves de la economía, de ambas partes.

Habló de la necesidad de mantener conversaciones sobre el tema, y reconoció que el camino no ha sido lineal, sino con "líneas quebradas" y de grandes esfuerzos. Destacó los valores compartidos de la UE con Uruguay y de otras líneas de coincidencias.

El embajador de la UE en Uruguay, Paolo Berizzi, destacó la importancia del Banco Europeo de Inversiones (BEI) en el marco del Global Gateway, que es un programa que canaliza un total de US\$ 10.900 millones de la UE para el desarrollo de proyectos en América Latina, Uruguay inclusive.

Resaltó que BEI es un brazo de la UE, "la mayor institución financiera del mundo con un rol fundamental en el cambio climático" -afirmó-, dado que financia gran parte de los proyectos en esta materia, y que Uruguay saldría beneficiado si accediera a sus créditos.

Además, el BEI tiene tasas de interés bastante más bajas que otros bancos internacionales.

En esa línea, Damian Kaminski, consejero comercial de la UE en Uruguay, consideró que la relación de este país con la Unión Europea se "potenciará mucho más con el BEI", sostuvo.

Cabe aclarar que el acuerdo marco de Cooperación Financiera entre Uruguay y el BEI fue aprobado en septiembre de 2023 y pasó al Parlamento, donde aún permanece sin resolución alguna.

Juan José Flebes, asesor principal de Estrategia Global del BEI, habló en videoconferencia durante el evento, desde la sede en Colombia, para compartir los objetivos y enfoque de esta institución.

Por su parte, Herman Kamil, en representación del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) afirmó que "Uruguay considera importante los créditos y las tasas del BEI".

"Se espera la ratificación de este mecanismo para este país", agregó Kamil.

Kamil destacó asimismo que el gobierno uruguayo ve una oportunidad en el bloque europeo como fuerte impulsor en desarrollar vínculos en finanzas sustentables sobre todo desde 2020.

Otros ponentes también reconocieron la importancia de que se destrabe en el Parlamento el acuerdo de Uruguay con el BEI , haciendo hincapié en sus "préstamos baratos".

El jefe negociador europeo del acuerdo Mercosur-UE, Rupert Schelegelmilch, dijo que el acuerdo será, cuando se concluya, el más grande que haya firmado hasta ahora el bloque al que pertenece, y que permitirá la expansión de sectores claves de la economía, de ambas partes.

Habló de la necesidad de mantener conversaciones sobre el tema, y reconoció que el camino no ha sido lineal, sino con "líneas quebradas" y de grandes esfuerzos. Destacó los valores compartidos de la UE con Uruguay y de otras líneas de coincidencias.

---

[Ir al artículo](#)

Presidente de la Cámara de Comercio - Julio Cesar Lestido. Parte 1

---

[Ir al artículo](#)

Presidente de la Cámara de Comercio - Julio Cesar Lestido. Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

Jefe negociador de Unión Europea para acuerdo con Mercosur: "Negociaciones UE-Mercosur están en los últimos cien metros"

---

## Ciberestafa: cómo deben cuidarse las empresas Las concesionarias de autos tienen pérdidas por los fraudes

El "cuento del tío" ya cuenta con tecnología detrás ¿al menos en determinados casos? por lo que en el Ministerio del Interior (MI) estiman que el 90% de las estafas son cibernéticas. En tanto, hay sectores en Uruguay que se están viendo afectados por las nuevas estrategias de los ciberdelincuentes.

En un contexto en el que los ciberataques crecen y las organizaciones se ven cada vez más amenazadas por ellos, la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUY) realizó un evento en el que se analizaron las modalidades de estafas electrónicas más comunes y las tendencias actuales, junto con métodos de prevención para que las empresas no caigan en las trampas tendidas por los ciberdelincuentes.

Según explicaron los expositores Priscila Trindade y Hugo dos Santos, de la Unidad de Cibercrimen del MI ¿antiguamente denominado Departamento de Delitos Informáticos? uno de los factores que más impacta en materia de los fraudes cibernéticos, es que los ciberdelincuentes "están siempre un paso adelante".

Señalaron que estos delitos ya integran lo que es el crimen organizado, en donde se manejan diferentes estrategias para delinquir. "Utilizan cada técnica que es absurda", afirmaron.

En esta línea, resaltaron que uno de los factores más relevantes de estos delitos es su transnacionalidad, en donde se puede estar atacando a una empresa en Uruguay desde otro país. Sobre esto, los expositores señalaron que han visto una gran cantidad de casos en los que participan ciberdelincuentes de Argentina y de Costa de Marfil.

No obstante, destacaron que si bien hay una gran cantidad de ciberataques en América Latina, Uruguay cuenta con un "beneficio", cuando llega a la región, ya circuló por otros continentes y países latinoamericanos, permitiendo prever que también llegará al país.

En tanto, señalaron que Uruguay ha crecido en su colaboración internacional, en donde se destaca el trabajo en paralelo que se realiza con la oficina de Interpol a nivel local como con las de otros países, así como también que se integra la Red 24/7 de la Organización de los Estados Americanos (OEA) -busca fortalecer la cooperación internacional en la investigación y persecución de delitos cibernéticos, como también facilitar el intercambio de información entre sus integrantes.

Asimismo, señalaron que ha habido una mejora en la colaboración intersectorial, en donde la unidad trabaja junto a los bancos y fiscalías especializadas.

Por otra parte, al mirar las modalidades de fraudes cibernéticos, hicieron foco en el phishing y el vishing.

Sobre el phishing ¿método de ingeniería social que tiene como fin acceder a las cuentas de la víctima a través de plataformas o enlaces falsos, con los que se busca que el usuario dé a conocer sus credenciales?, destacaron que hay dos tipos de delincuentes: el operativo y el intelectual.

El operativo es el que comete el delito, tiene una página falsa e induce a la víctima a poner sus credenciales, y el intelectual es quien desarrolla la estrategia o utiliza al operativo para realizar el fraude.

En tanto, el vishing es la modalidad de phishing mediante llamadas telefónicas, en las que piden las

credenciales o información del usuario.

Para evitar estas estafas, los expositores explicaron que siempre hay que estar alerta y que, como principio, se debe recordar que ninguna institución va a solicitar información fuera de sus canales formales.

En esta línea, señalaron algunos puntos a tener en cuenta, como la elección de dominios "https" en lugar de "http" ¿protocolo con el que inician los links de los sitios web? ya que esta es la versión más actualizada y segura de los mismos. Del mismo modo, advirtieron con prestar atención a las direcciones electrónicas, haciendo énfasis en revisar que el enlace sea el correcto.

Parte de estar alerta también significa desconfiar de los mensajes sospechosos o no solicitados, así como también mantener recaudo a la hora de proteger los datos personales.

Otro factor importante para la prevención de estos fraudes es mantener actualizado el software y antivirus que se utilizan tanto en la empresa como a nivel personal, como también utilizar sistemas de doble autenticación.

Asimismo, destacaron que la contraseña más utilizada en el mundo sigue siendo "123456" y recomendaron que se utilicen contraseñas "largas", mayores a diez caracteres, ya que haría más difícil descifrar la clave por el aumento de variables que presenta el carácter extra que se le agrega. Además, recomendaron utilizar un gestor de contraseñas en lugar de guardar las mismas en el buscador.

**NUEVOS CASOS.** Por otra parte, se analizaron nuevos casos de estafas, que utilizan organizaciones de diferentes sectores.

Entre ellos, señalaron las estafas a través de ventas de vehículos en Marketplace (Facebook), en donde replican las cuentas de concesionarias reales y defraudan a usuarios al pedirles señas por vehículos publicados a un menor valor del usual.

Al mencionar estos casos, referentes de concesionarias de diferentes departamentos que integraban la audiencia contaron cómo se están viendo afectados por estos casos, en donde ven llegar personas "con su mochila", desde otros departamentos, en búsqueda de un vehículo que supuestamente adquirieron con su concesionaria, pero en realidad no fue más que un fraude cibernético.

Entre aquellas concesionarias que comentaron su caso, algunas dijeron haber tenido pérdidas económicas por esto. A su vez, uno de ellos relató que se hizo pasar por un posible comprador para con los defraudadores y al desearles que "vayan a la cárcel", tuvo como respuesta "estamos desde la cárcel".

Por otro lado, los expositores mencionaron los casos en los que los estafadores se hacen pasar por funcionarios de ASSE para "reagendar" los horarios para vacunas contra el covid-19 ¿con el fin de obtener información o que las personas pongan sus accesos en alguna plataforma ilegítima? como también funcionarios de Interpol.

Del mismo modo, otro caso señalado que ha cobrado relevancia es el de las falsas encomiendas, con la que solicitan entrar a un enlace para brindar información o se solicita dinero para liberar la supuesta encomienda "trancada" en la aduana, por parte de un supuesto familiar en el exterior. Ante cualquier caso en el que uno pueda caer, sugirieron hacer la denuncia rápidamente, ya que esto es clave para recuperar lo perdido.

La contraseña más utilizada a nivel global continúa siendo "123456".

Empresarios se alinean para buscar debilidades en infraestructura y proponer planes al gobierno

### [Página web fuente](#)

Cámaras empresariales mantuvieron un primer encuentro para avanzar hacia el Consejo de Política de Infraestructura. En ese ámbito se buscará identificar las áreas en las que se necesita mayor inversión para obtener mejor competitividad. Las conclusiones se compartirán luego con el gobierno. En el abanico de posibilidades se mencionaron propuestas para la logística, el transporte y la energía.

La iniciativa la tomó al Cámara de la Construcción con la convocatoria a la Cámara de Industrias, la Asociación Rural, la Cámara Mercantil, la Unión de Exportadores y la Cámara de Comercio.

En paralelo, la gremial de la construcción maneja dos propuestas. Por un lado la creación de la Agencia Nacional de Infraestructura, una agencia estatal que tenga la capacidad de planificar los proyectos más relevantes con una visión estratégica.

Por otro, la iniciativa privada del Consejo de Política de Infraestructura (CPI): un ámbito en el que las principales gremiales definan las debilidades de infraestructura existentes. Este lunes se desarrolló la primera reunión de ese consejo en la que también participó el presidente del Centro de Estudios Económicos de la Industria de la Construcción (Ceeic), el economista Alfonso Capurro.

El presidente de la Cámara de la Construcción, Alejandro Ruibal, comentó a El Observador que las gremiales tienen claro cuáles son las mejoras necesarias en sus áreas. Por eso a partir del encuentro inicial cada una elaborará una propuesta y con las ideas sobre la mesa se buscará una conclusión. Las iniciativas se intercambiarán luego con el gobierno. Pero en la reunión ya se manejaron iniciativas preliminares. "El tema portuario estuvo, el transporte de carga con bitrenes y tritrenes, las conexiones con los países limítrofes. Esto fue el puntapié para una idea que va se va a seguir trabajando", dijo Ruibal.

"Algunas cámaras también querrán inversiones en carreteras o en caminos rurales; otras en mejorar o construir ramales adicionales del ferrocarril", expresó el empresario de la construcción. "Pedí planteos concretos e interesados. Esto es un granito de arena para poner orden y ser eficientes", añadió.

El objetivo fundamental es que el CPI comience a funcionar para que luego sea un mecanismo de consulta e intercambio entre el sector privado y el público.

En la reunión también se concordó que el primer documento conjunto que se elabore se trasladará a los precandidatos presidenciales de todos los partidos políticos. La idea es que las propuestas trasciendan los períodos electorales.

[Ir al artículo](#)

El presidente de la Cámara de Comercio, Julio César Lestido reclamó un Estado más ágil que les dé más flexibilidad a las empresas

---

Empresas. Alertan perjuicios al país si se aprueban plebiscitos

Sostienen que si las consultas propuestas para votar en octubre se aprueban podrían perjudicar al país

El próximo 27 de octubre los votantes en Uruguay tendrán una cita con las urnas por las elecciones presidenciales y parlamentarias. Pero tal vez no sea el único papel que tengan que colocar en la urna.

Seis plebiscitos, impulsados por distintos partidos políticos y organizaciones civiles, están en la recta final para lograr que sus propuestas se sometan a la consulta popular. Y esto prende alarmas en ciertos sectores empresariales como construcción, comercio y servicios y tecnología.

Desde la Cámara de la Construcción del Uruguay (CCU) argumentan que perjudicaría directamente en la rentabilidad y cantidad de proyectos del sector, en la Cámara de Comercios y Servicios del Uruguay (CCSUY) coinciden y agregan que sería un "ataque a la propiedad privada" mientras que desde la Cámara Uruguaya de Tecnologías de la Información (CUTI), lo ven como una "mala señal al exterior".

Alejandro Ruibal, vicepresidente comercial y de operaciones de la constructora Saceem y presidente de la CCU, fue enfático contra estos plebiscitos. "Nuestra crítica es frontal contra el plebiscito de la Seguridad Social porque puede generar inestabilidad al eliminar las AFAPS. En particular, en la construcción, estas han permitido inversiones multimillonarias de infraestructura. Es un sistema que genera decenas de miles de puestos de trabajo. Sin esto no se hubiera invertido en infraestructura como se hizo; generó entre 15.000 y 20.000 puestos de trabajo", graficó.

A modo de ejemplo, explicó que el modelo de Participación Pública y Privada (PPP) permitió ejecutar obras viales y otras referidas a la educación. "En el sector vial, un 30% de los proyectos debe responder a este modelo PPP", indicó. En cuanto a reducir la edad de la jubilación a 60 años, un tema histórico en la construcción por su alta carga física, acotó que el cambio de las condiciones actuales

de trabajo y de vida y el desarrollo tecnológico, cambiaron el panorama y permiten que las personas trabajen más tiempo. "La construcción ya no es lo que era hace 30 años. Se mejoraron las condiciones de trabajo, la maquinaria y la jornada laboral se redujo", resumió.

IMAGEN PAÍS. Por su parte, Carlos Acle, actual presidente de la CUTI, también se mostró negativo. "Nuestro sector es principalmente exportador, vendemos Uruguay. Nuestro discurso cuando salimos al exterior es que somos un país serio, que mantiene los compromisos en el largo plazo. Y volver a atrás tendría un impacto en esa credibilidad".

A su entender, si bien reconoce que existen los problemas que plantean resolver los plebiscitos, se deben buscar soluciones por otras vías, "por ejemplo con innovaciones tecnológicas", dijo.

En tanto, Julio Lestido, presidente de la CCSUY, dijo estar en contra por varios factores. "En cuanto a terminar con las AFAPS, lo vemos como un ataque a la propiedad privada. "Qué hacemos con la gente que tiene su ahorro en AFAPS, cómo la incorporaríamos al sistema. ¿Le quitaríamos la ganancia que generó? Sería como una expropiación", alertó. Además, al igual que Ruibal, señaló que estos fondos son una "fuente de inversión" del país que es "necesaria para generar crecimiento".

Otro aspecto negativo llegará, añadió, al momento de financiar el cambio. "El Banco de Previsión Social dice

que tiene que incrementarse el aporte patronal al doble y estimamos que el IVA se incrementaría en unos años a 34%. Esto encarece el país y podría generar desempleo, además de la pésima imagen que daríamos internacionalmente", dijo.

En cuanto al plebiscito para limitar los intereses de los préstamos, sostuvo que haría que las empresas del rubro cierren y un corrimiento al "mercado negro".

"No sirve, genera desempleo, y el que tiene que controlar no lo podrá hacer. Hay que estudiar el tema, pero topearlo no es la solución. El efecto puede ser más grave", concluyó.

Alertan que eliminar las AFAP puede quitar al país una importante fuente de inversión.

Lestido: "Tiene que haber un resultado acorde que acompañe esa reducción de horas de trabajo"

### [Página web fuente](#)

La posibilidad de una reducción en la carga horaria semanal debe ir de la mano de la productividad, a juicio del presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, Julio César Lestido.

Por: Javier Toledo

@toledobarnada

La patronales no se oponen a una discusión del tema, pero enfatizan que se debe buscar el mecanismo que analice otros aspectos en conjunto, porque implementarlo "así porque sí" no tiene sentido, enfatizó Lestido. "Tiene que haber un resultado acorde que acompañe esa reducción de horas de trabajo" añadió Lestido en entrevista con radio Monte Carlo. Las empresas no se niegan a analizar el planteo, pero deben incluirse "todas las variantes" que generaría un cambio de estas características, comentó.

Perspectiva de un "crecimiento magro" mediano y largo plazo, y persistencia de problemas de competitividad

Si bien Argentina se encareció en los últimos meses un 47%, aún sigue siendo más barata que Uruguay

### [Página web fuente](#)

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUy) realizó ayer jueves uno de sus tradicionales webinars de análisis de la coyuntura económica, donde analizó el contexto global, regional y local, así como la situación actual y las perspectivas para el sector. En dicha instancia se destacó que para este año se espera un rebote de la actividad económica, pero se advierte que en una perspectiva de mediano y largo plazo el país muestra una tendencia de "crecimiento magro", y con la persistencia de problemas de competitividad.

La asesora económica de la CCSUy, Ana Laura Fernández, comenzó analizando el contexto económico internacional, detallando que tras un crecimiento relativamente moderado en 2023, se viene registrando cierta reactivación de la economía este año, en un contexto donde se esperan "cada vez menos presiones inflacionarias". En 2024 el PIB global crecería 3,1% y en 2025 un 3,2%.

Un "aspecto positivo" destacado por la economista es que el proceso desinflacionario fue más rápido de lo pensado, lo que podría dar lugar a una mayor "distensión financiera". Sin embargo, un "aspecto negativo" son las nuevas escaladas de los precios de las materias primas a causa de los shocks de perturbaciones de la oferta, lo que podría prolongar las condiciones monetarias restrictivas. "La duda es a qué velocidad se va a dar esa flexibilización monetaria", señaló.

En cuanto al comercio mundial, destacó que seguirá creciendo pero lo hará por debajo del promedio histórico, en un contexto en el que se verifica un incremento de las restricciones comerciales. En este marco, los precios de commodities, tendrían una tendencia más bien estable o negativa.

A nivel de países, para EEUU destacó que la actividad económica mostró resiliencia, la inflación se fue moderando y las expectativas están alineadas con las de Fed. No obstante, valoró que los efectos rezagados del endurecimiento de la política monetaria, el ajuste presupuestario gradual y la moderación en los mercados laborales, frenaría la demanda este año. En este marco, se interpreta que la primera baja de tasas no sucedería antes de la segunda mitad del año (ver nota página 12).

En cuanto a China, destacó que se mejoraron las previsiones para este año desde un 4,2% a un 4,6%, debido a las medidas de apoyo del gobierno para impulsar la economía, apoyando el consumo y a aquellos sectores que vienen debilitados, como el inmobiliario. Aún así, advirtió que el gigante asiático se enfrenta a importantes desafíos internos.

Por último, comentó que Europa continuará con "un crecimiento muy malo", con expectativas que se han corregido a la baja, aunque se lograron controlar las presiones inflacionarias. Ese escenario, hace prever un BCE con un sesgo menos contractivo y una posible baja de tasas en junio (ver nota página 13).

### Uruguay

En cuanto a la actividad económica local, Fernández destacó que a diferencia de lo verificado en 2022, donde la tendencia fue decreciente, la economía de 2023 "fue de menos a más". El año pasado estuvo

caracterizado por un primer semestre afectado considerablemente por la sequía, seguido por un segundo semestre de recuperación.

Para este año cabe esperar un repunte económico (datos positivos en recaudación, empleo y salarios) debido en buena medida a la comparación con el bajo rendimiento del 2023; las mejores condiciones climáticas para el sector agropecuario; una reducción de las presiones desfavorables como el encarecimiento relativo con Argentina; y el impulso a las exportaciones y la producción industrial por la operación a plena capacidad de UPM2 y la reapertura de Ancap.

No obstante, Fernández advirtió que en el país persisten problemas de competitividad y el panorama en una perspectiva de mediano y largo plazo, es la de un "crecimiento magro".

En este marco, destacó que la actividad del sector Comercio y Servicios experimentó una nueva reducción durante el cuarto trimestre del año, cayendo 1,4% interanual, un descenso importante pero menor al registrado en el tercer trimestre (-2,8%). A su vez, detalló que de los 20 rubros relevados, 15 registraron una contracción en sus ventas, mientras que, a nivel de empresas, seis de cada 10 registraron caídas en términos interanuales.

Al distinguir según la geografía, se constata que las empresas de Montevideo registraron dos trimestres consecutivos de caídas, manteniéndose una baja del entorno del 3% interanual. En cambio, en el interior el nivel de ventas aumentó 1,3%, tras dos caídas consecutivas, pero a nivel de las subregiones, se advierte que la zona interior-centro e interior litoral continúan cayendo (8,7% y 6,2%, respectivamente). El crecimiento en el interior estuvo impulsado por la zona costera, que creció 3,3%.

#### Situación actual y expectativas

Un 42% de las empresas consultadas por la encuesta de la CCSUy estiman que el rendimiento comercial global estuvo "dentro de lo previsto", lo que marca una situación moderada. Sin embargo, hay un 35% que consideró que el rendimiento comercial estuvo "muy por debajo" o "por debajo" de las expectativas del año anterior. Solo un 23% expresó opiniones optimistas.

El principal motivo mencionado por las empresas fue abrumadoramente el "impacto de la situación de precios desfavorable con Argentina" (54% de incidencia), seguido por un "mayor número de empresas de su rama de actividad, mayor competencia" (17%).

En cuanto a las perspectivas del sector, los empresarios se muestran relativamente más optimistas respecto al registro del período anterior. Un 34% de los empresarios espera que sus ventas crezcan en el primer cuarto del año, mientras que un 19% espera una contracción y el 47% restante espera que sus niveles de ventas se mantengan incambiados. Por lo tanto, ocho de cada 10 empresas esperan mantenimiento o aumento en sus niveles de venta en términos reales para el primer trimestre del año 2024.

En cuanto a la situación de la frontera, se destaca que Argentina se encareció en los últimos meses (medida al dólar blue) un 47%. Aún así, se advierte que está siendo más barata que Uruguay.

#### Argentina: caída de la actividad, inflación y tensiones políticas

Al analizar la región, tema al que volvió en varias oportunidades su disertación por el impacto de la diferencia cambiaria con Argentina, Fernández comentó que ese país tuvo una caída del PIB de 1,1% el año pasado y en 2024 se contraería entre 2,8% y 4% según los pronósticos, lo que muestra una gran amplitud de pronósticos. En 2025 la actividad repuntaría entre un 2,3% y un 5%.

La inflación permanece encima del 200%, pero se señalan mejores registros mensuales, esperando una moderación que la lleve a menos del 10% mensual a partir de junio. Aún así cerraría el año con un aumento del nivel de precios de 210%. También se advierte por la persistencia de "tensiones políticas".

En cuanto a Brasil, se observó el año pasado un buen dinamismo del sector agropecuario, del consumo privado y una inflación que se ubicó dentro del rango meta por primera vez en tres años. Para este año, el sector agropecuario se moderaría, con impacto negativo en las exportaciones, aunque la baja de las tasas de interés favorecería el incremento de la demanda doméstica.

---

Anabela Aldaz, vicepresidente de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (Ccsuy)

¿Cómo fue su camino para convertirse en vicepresidenta de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay?

Hace más de 15 años que estoy cerca de la CCSUy. En un comienzo mi acercamiento fue por la vinculación de la firma profesional en la que me desempeñé por 30 años. Existía una estrecha alianza con la cámara, y cuando la CCSUy comenzó a incursionar en temas ambientales para ampliar la gama de servicios que brindaba a sus socios y se planteó la creación de una comisión de temas ambientales, fui invitada a participar como asesora en ésta área. De esta forma comencé a llevar la representación de la CCSUy ante el Ministerio de Ambiente y el MVOT en las distintas instancias donde se convoca a la sociedad civil y a las organizaciones empresariales. En un proceso natural comencé a intercambiar con otras áreas y en mi caso que venía trabajando en temas de género y empoderamiento femenino, comencé a colaborar con el área de género, que comenzaba a desarrollarse de la mano de Andrea Bastianini. En esa época, en la directiva la única mujer era Ana Petruccelli, referente del sector financiero y gracias a su sororidad es que me invita a sumarme al equipo, en el período de Daniel Sapelli. Desde entonces tengo el honor de continuar acompañando a la directiva, hoy bajo la conducción de Julio Lestido, quien sin dudas ha demostrado su compromiso con el rol de la mujer en cargos de liderazgo, lo que me llena de orgullo.

¿Cuál cree que es el mayor reto de ser mujer en los tiempos actuales?

Considero que el mayor reto de la mujer en los tiempos actuales continúa siendo la compatibilización de su trabajo con las tareas de cuidado. Estos cuidados que constituyen trabajo no remunerado inciden en la capacidad de trabajar con independencia. La brecha salarial de género se amplía en el momento de formar una familia y en varios eventos alegres, como tener hijos. Las afirmaciones de que esta brecha se debe principalmente al sesgo del mercado laboral han alcanzado un punto álgido. En Uruguay, si consideramos el trabajo global como aquel remunerado y no remunerado, las mujeres realizan 53% de la carga global de trabajo. Las mujeres dedican en promedio 37 horas semanales al trabajo no remunerado, mientras que los varones dedican 20 horas semanales. En esta línea, es más probable que las mujeres busquen y acepten trabajos que les ofrezcan más flexibilidad para cuidar a los niños y a otros miembros de la familia. Un estudio de Martina Querejeta para nuestro país encuentra que, luego de diez años de tener el primer hijo, las mujeres experimentan una reducción de 42% de su salario mensual en comparación con mujeres con características similares pero que no tuvieron hijos. Parte de esta reducción se debe a que trabajan fuera del hogar 60% menos que las mujeres que no tuvieron hijos; y parte se explica por ingresos por hora menores. A su vez, dicha penalización no logra revertirse en el mediano y largo plazo; se mantiene una reducción de 42% incluso diez años después de la maternidad.

A nivel profesional, ¿cree que se enfrentó a algún desafío en particular por el hecho de ser mujer?

Creo que estoy tan contaminada por los sesgos inconscientes que no puedo ver con claridad las barreras que tuve que derribar. Sin embargo, es probable que haya enfrentado desafíos específicos debido a mi género. Sin dudas me tocó trabajar en entornos donde las mujeres están subrepresentadas en puestos de liderazgo y toma de decisiones, lo que dificultó mi avance profesional y la igualdad de oportunidades. Lo mismo en cuanto al equilibrio trabajo-vida personal. Las responsabilidades familiares y las expectativas sociales imponen desafíos adicionales para las mujeres en el ámbito profesional, especialmente cuando se trata de conciliar el trabajo con la vida personal y familiar y yo no fui la excepción. Por suerte pude contar con grandes mujeres modelos de rol, mujeres que con su sororidad abrieron caminos y redes de apoyo

profesional y mentoría que son claves para el desarrollo de la carrera.

¿Cómo ve a Uruguay en materia de oportunidades para las mujeres y cómo definiría la situación actual? ¿Ve que ha cambiado a lo largo de los últimos años?

La población masculina de emprendedores y empresarios sigue siendo mayor a las de las mujeres.

A pesar de esto, desde la CCSUy encontramos a la mujer en un proceso de evolución personal y profesional, que la lleva a abrirse camino en varias áreas, entre otras el emprendedurismo, con propuestas de calidad que hacen la diferencia. Las mujeres quieren liderar sus emprendimientos, quieren ser protagonistas y empoderarse económicamente para promover la igualdad de género.

Las mujeres tienen mayor capacitación y así se ve en los cuadros universitarios, pero nos falta la oportunidad de demostrarlo.

Como sociedad somos rehenes de viejos paradigmas y sobre todo de estereotipos de género; construcciones mentales que nos colocan en una posición desventajosa y de inferioridad.

En general, si bien ha habido avances, aún queda trabajo por hacer para garantizar la plena igualdad de oportunidades para las mujeres en Uruguay. Es importante continuar con los esfuerzos para abordar las desigualdades de género y promover un ambiente laboral y social más inclusivo y equitativo.

Desde la CCSUy tomamos la oportunidad de trabajar en este tema, brindando herramientas, talleres, información y diagnóstico como herramienta para fortalecer el rol de la mujer en las empresas socias.

¿Cómo cree que puede aportar desde su rol en el desarrollo de la mujer en nuestra sociedad?

Como vicepresidenta de la cámara y mujer comprometida con la igualdad de género, mi enfoque está en promover políticas y prácticas que fomenten la inclusión y el avance de las mujeres en el ámbito empresarial y en la sociedad en general. Afortunadamente, en el equipo de colaboradores, en la gerencia y la dirección hay terreno fértil para construir en esta línea. Nuestras propuestas de sensibilización y capacitación para los socios buscan abogar por una mayor representación de mujeres en puestos de liderazgo y toma de decisiones dentro de las empresas.

En resumen, desde mi posición en la cámara y como defensora de la igualdad de género, apoyo implementar iniciativas que promuevan un entorno empresarial más inclusivo y equitativo para las mujeres, contribuyendo así al desarrollo social y económico de nuestra sociedad.

[Ir al artículo](#)

Promueven un protocolo para las empresas familiares

---

[Ir al artículo](#)

80% de las empresas son familiares

---

[Ir al artículo](#)

Reducción de diferencia cambiaria con Argentina

---

El desafío de los primeros pasos de empresarias uruguayas consolidadas. Seis mujeres referentes de negocios locales contaron cómo fue conseguir sus primeros clientes al inicio de sus carreras

Analia Pereira

Actitud y confianza en sí mismas y en sus saberes son algunos de los ingredientes que coinciden en las recetas de éxito que han aplicado varias mujeres líderes del empresariado uruguayo.

Seis referentes del ecosistema de negocios local compartieron con El Empresario sus primeras experiencias en el mundo profesional y contaron cómo lograron conseguir sus primeros clientes y sus contratos más importantes. Todas coincidieron que, si bien existen desafíos, estar seguras de sus capacidades es lo más importante y lo que las ha llevado a lugares de liderazgo.

Son emprendedoras, empresarias, referentes locales y de nivel internacional, ejecutivas de diferentes sectores como arquitectura, sistemas legales, de cuidado, finanzas y biotecnología con perfiles diferentes pero algo en común: se colocaron al hombro proyectos empresariales con los que han triunfado hace varios años.

En el siguiente informe, las estrategias que aplicaron para sortear el primer escollo y trazar el camino hasta el presente.

#### CAROLINA DOVAT

Carolina Dovat, directora Ejecutiva en Dovat Arquitectos

Carolina Dovat, directora Ejecutiva en Dovat ArquitectosLeonardo Maine/Archivo El Pais

Para los arquitectos es común tener entre sus primeros clientes a familiares. «Los primeros trabajos son siempre de extrema confianza», dice la directora ejecutiva de Dovat Arquitectos, quien recuerda que con 27 años logró conseguir al «primer cliente por mérito propio».

En 2015 la empresa Airbus buscaba instalar una oficina en Zonamérica para vender helicópteros militares y de lujo, y las autoridades aceptaron su propuesta de generar un espacio de trabajo colaborativo que no era tan común. Para vender su propuesta fue clave haber viajado y entendido que el diseño de las áreas de trabajo podía ser una especialidad, pero además, haber aprendido a «ponerse en los zapatos» del cliente. «Nos dimos cuenta de que no podíamos usar un lenguaje únicamente de arquitectura porque el cliente es una empresa. El léxico y la forma de presentarse tiene que estar adecuado a lo que esperan y conocen», aseguró.

Si bien en Uruguay la arquitectura y la construcción se asocian más a los hombres, Dovat nunca sintió dificultades por ser mujer. «No entro a una reunión pensando que estoy en desigualdad de condiciones. Como no me percibo en inferioridad no lo siento», destacó.

#### ANABELA ALDAZ

Anabela Aldaz

Anabela Aldaz, consultora y vicepresidenta de la Cámara de Comercio y Servicios del UruguayFrancisco Flores/Archivo El Pais

En 1993, a los 24 años, la consultora y vicepresidenta de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay, ingresó en el mundo del asesoramiento corporativo. Pero al principio no imaginaba que su trayectoria

«tomaría los caminos fascinantes que finalmente recorrió», contó.

Trabajaba para Guyer & Regules cuando en 2001 una red internacional de expertos en legislación comenzó a buscar en Uruguay un corresponsal local. Tuvieron una reunión y si bien no contaban con expertise en el tema, recordó que «les sobraba actitud». «Dijimos que estábamos en proceso de formación permanente», recuerda. La firma fue admitida en la red como observadora y ese mismo año, en un congreso en San Pablo, Anabela debutó como oradora hablando sobre recursos hídricos. Y lo que empezó con un enfoque ambiental se expandió. «Con el tiempo, el camino me llevó a adquirir un área de expertise que combina desde la sostenibilidad ambiental hasta la equidad de género y la justicia social. Hoy, me enorgullece decir que mi trabajo no solo tiene un impacto en el mundo empresarial, sino que también contribuye a construir un futuro más justo y sostenible para todos», concluyó.

## XIMENA ALEMÁN

Ximena Aleman

Ximena Aleman, cofundadora y directora ejecutiva de Prometeo Open Banking Francisco Flores/Archivo El Pais

El primer cliente de Prometeo fue una fintech mexicana. No salieron a vender, sino que su cliente los buscó porque ya los conocía, recordó la cofundadora y co-CEO de la fintech local. El desafío se presentó a la hora de ponerle precio al servicio. «Fue lo más complejo. Establecer un valor en un producto es siempre bastante difícil, pero teníamos cierta claridad de lo que queríamos», asegura.

Entrar en el mercado local también fue desafiante porque «Uruguay es bastante difícil, es muy conservador», por eso comenzaron a vender primero en el exterior. Al contrario de la bibliografía que dice «adaptá tu producto al mercado», salieron a buscarlos en donde su servicio era tendencia. «Eso fue un gran aprendizaje, a veces no es el producto lo inadecuado, sino el mercado al que lo llevás». Entender esto, las necesidades y el networking, sumaron mucho, asegura.

Como mujer, en el camino encontró algunas dificultades. «Todas las empresarias tenemos anécdotas que muestran un desbalance de género, porque te subestimaron o te hicieron sentir que no pertenecías. Siempre creí que eso era aún más combustible para seguir y redoblar la apuesta», reflexionó la cofundadora.

## ALICIA ESQUIERA

Alicia Esquiera

Alicia Esquiera, directora de SECOM Leonardo Maine

Cuando decidió emprender con el primer servicio de acompañantes del país, 33 años atrás, recorrió los medios de comunicación para dar a conocer su idea. La prensa fue un gran aliado, recuerda, así como también quienes confiaban en ella y le prestaban sus casas para reuniones para dar a conocer su propuesta. Esa misma confianza fue la que la llevó a tener el primer socio de Secom.

En aquel momento algunas personas le decían que hacer un servicio así «era un poco loco», y el hombre que se había encargado de hacerle los productos de imprenta le dijo que para demostrarle que él le creía se afiliaría en ese momento. Luego llegaron las recomendaciones, «el boca a boca es muy importante, hasta ahora».

Empezó sola, vendiendo, capacitando al personal y supervisando los servicios, y con el tiempo, y el crecimiento de la empresa, amplió su equipo. De todas formas, aún sigue al frente y concurre todos los días a trabajar. «Al principio los pasos fueron duros, como pienso fueron para todos los empresarios. Sobre todo porque no existía ni en Uruguay ni en el mundo un servicio así. Pero siempre lo imaginé exitoso. Si me considero exitosa me van a tomar en cuenta. Así lo pensé» resaltó.

## LAURA MACCIÓ

Ana Laura Maccio

Laura Maccio, fundadora de Aravanlabs y MetaBIX Biotech Francisco Flores/Archivo El Pais

Hace un año y medio que emprendió en biotecnología con MetaBIX Biotech, luego de crear Aravanlabs, y recientemente logró su primer acuerdo grande y fuera del continente americano.

Un miembro de su advisory board (órgano consultivo) fue el nexo para encontrar a un posible cliente en India, y después de varias reuniones online viajó para conocerlo. «Fue una experiencia excelente», cuenta. Si bien la cultura es diferente, y la expansión del territorio y la población son «totalmente distintas» a lo que está acostumbrada, fue un desafío bueno y la curva de aprendizaje fue muy favorable.

Haber negociado antes con otras empresas y tener ese conocimiento la ayudó, explica. Se encontró con un socio que conoce mucho el mercado y la tecnología, y que «se toma otros tiempos para planificar y que las cosas salgan bien», y eso es muy positivo, dice. Volvió a Uruguay con la firma de un acuerdo marco con un socio comercial para trabajar en varios países asiáticos, incluido India.

Sobre su experiencia negociando como mujer emprendedora sostiene: «Soy quien soy con mis objetivos y logro lo que me propongo más allá del género, especie o clase social».

## NANCY CAPELLI

Nancy Capelli

Nancy Capelli, fundadora de TunannyGentileza: Nancy Capelli

Para la fundadora de Tunnany (servicio de selección de niñeras por Internet) conseguir a sus primeros clientes no fue un gran desafío. En sus inicios en el negocio recuerda la ayuda de «las tres Marías» a las que podría considerarse como clientas «estrellas».

Era setiembre de 2008 cuando puso un aviso en Internet que decía: «seleccionamos niñeras» con un doble enfoque, encontrar postulantes y clientes. María, una madre de Carrasco Norte, fue la primera en contratar sus servicios. Había vivido en EE.UU., y quizás por eso «le resultó natural la propuesta» de contratar el servicio por Internet, cuenta. Luego llegaron María, de Parque Batlle y María, de Parque Rodó y el negocio creció con el boca a boca. «Las tres Marías dieron el puntapié inicial para que todo fluyera muy naturalmente», destacó. Cada una de ellas referenció el servicio y «hasta el día de hoy nunca tuvimos que salir formalmente a vender», cuenta.

El gran desafío con los años ha sido haber creado confianza sin conocerse personalmente con los clientes. En 15 años y con más de 1.000 niñeras conoció en persona solo a siete clientes, de más de 2.000 de 17 nacionalidades. «Lo logramos por la forma que tenemos de trabajar», cerró.

Crimen y economía: la delincuencia genera un "impacto económico" de 8% del PIB en Uruguay  
La prevención y el combate al crimen conllevan, además de gasto público financiado por impuestos, otros realizados por las empresas y los hogares

[Página web fuente](#)

Crimen y economía: la delincuencia genera un "impacto económico" de 8% del PIB en Uruguay  
La prevención y el combate al crimen conllevan, además de gasto público financiado por impuestos, otros realizados por las empresas y los hogares

---

Supermercados acumulan ocho años de caída: los motivos de la "erosión" y dudas sobre los datos

### [Página web fuente](#)

Las ventas de los supermercados cayeron 1,1% en 2023, afectados principalmente por la diferencia cambiaria con Argentina, según los datos de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CSU). Con el registro del año pasado, las ventas de las grandes superficies acumularon ocho años de caída en el período comprendido entre 2023 y 2014, último año en el que se encuentran registros publicados por la CSU.

A excepción de 2014 y 2017, cuando las ventas de los supermercados crecieron 1% y 1,4%, respectivamente, las ventas de estas empresas cayeron todos los años y desde el sector aseguran que la tendencia a la baja acumula casi una década.

Según los datos de la CSU, en 2015 el descenso fue de 2,9%, en 2016 fue de 2,7%, se recuperó en 2017 y a partir de ahí se dieron seis caídas consecutivas. En 2018 el descenso fue de 1%, en 2019 la baja fue de 5,5%, en 2020 (año en el que irrumpió la pandemia del covid-19) la caída fue de 0,6%, en 2021 de 3,6%, en 2022 de 0,1% y el año pasado la disminución fue de 1,1%.

"En la última década, la venta viene cayendo año a año, es poco, pero casi todos los años se ubica entre uno a dos puntos por debajo del año anterior", afirmó el gerente general de la Asociación de Supermercados del Uruguay (ASU), Daniel Menéndez.

Hay dos motivos claros que explican los descensos de los tres últimos años, por un lado, la pandemia del covid-19 y por otro lado, la diferencia cambiaria con Argentina. Sin embargo, desde ASU afirmaron que el descenso de los años anteriores responde a "una baja en el ingreso medio de los hogares" y señalaron que la desaceleración "comenzó a verse de forma marcada desde 2016".

Según Menéndez, "cada vez que cae el ingreso de los hogares, las ventas de los supermercados bajan casi en la misma proporción. Cuando suben los ingresos, las ventas también suben aunque no en la misma medida porque las personas toman otras decisiones de consumo como compras de autos, viajes o destinan ese aumento al ahorro".

A los motivos coyunturales, se le suma un factor estructural relacionado con la composición del mercado. "Uruguay es un país muy atomizado en términos de consumo, el 30% del consumo lo tienen captado los supermercados pero, increíblemente, el 70% restante lo tienen otros actores que juegan el partido y que en los últimos 10 años han ido cobrando envergadura: almacenes, autoservicios, quioscos, verdulerías", explicó el gerente comercial de Ta-Ta, Juan Pablo Cortez.

A su entender, en el sector supermercadista han notado una "erosión" en el mercado durante la última década, que se ha pronunciado algunos años por "el contrabando" y por el desarrollo de los canales de venta digitales. "Entre nosotros mismos, ese 30% que representamos los supermercados, estamos tratando de ver cómo podemos comernos un poco más de esa torta", señaló Cortez.

El gerente comercial de Ta-Ta explicó que esa tendencia a la baja ha llevado a que los supermercados busquen nuevas estrategias. Algunas de ellas son el impulso de los canales de venta digitales, la compra de supermercados pequeños como forma de mejorar la facturación, la creación de autoservicios pequeños o "tiendas de cercanía", así como aumentar los horarios de venta al público.

La CSU realiza de forma trimestral la Encuesta de Actividad Comercio y Servicios, un relevamiento que hace junto con Equipos Consultores y que releva la actividad de las empresas de los principales rubros del sector, entre ellos el supermercadista.

Los resultados de las diferentes empresas para cada uno de los rubros son ponderados en relación al personal ocupado, de modo de obtener el peso relativo de cada uno y alcanzar una estimación a nivel agregado según rubro, tamaño, tipo de productos, entre otros aspectos.

El pasado lunes, la CSU publicó los datos correspondientes a 2023 y al darse a conocer las sucesivas caídas trimestrales del sector de los supermercados, el economista Aldo Lema cuestionó los resultados.

"¿Estará bien este indicador de ventas en supermercados de la Cámara de Comercio y Servicios de Uruguay? En los últimos 10 años predominan masivamente trimestres con grandes caídas. ¿Cuánto es la baja acumulada en una década? Raro", dijo el economista a través de su cuenta de X (antes Twitter).

Si bien desde ASU comparten, en líneas generales, la tendencia a la baja en el nivel de ventas constatada por la CSU, Menéndez también planteó reparos a la encuesta de la cámara en lo que refiere a los datos relevados. "Me atrevería a decir que no muchos" supermercados "le dan información" a la cámara, indicó el gerente general.

Asimismo, Menéndez cuestionó la ponderación de los resultados por personal ocupado. "Si el año pasado, cuando la diferencia cambiaría con Argentina fue muy grande, metiste (en la muestra) a un supermercado como Ta-Ta (uno de los más afectados por su gran exposición en el litoral del país), te tiró abajo toda la estadística" del resto del sector, señaló Menéndez.

Sin embargo, desde la ASU reconocen que ya no cuentan con un proveedor de información del sector, por lo que tampoco tienen cifras oficiales relevadas. "Estamos negociando para volver a tener un proveedor, es difícil porque no todos (los supermercados) quieren darle la información (comercial) a cualquiera, se precisa confianza", consideró Menéndez.

La asesora económica de la CSU, Ana Laura Fernández respondió a los cuestionamientos de la encuesta y admitió que tiene "debilidades" porque es una encuesta "voluntaria" en la que además "no necesariamente" en todos los trimestres están representados todos los supermercados existentes en Uruguay.

No obstante, defendió que la encuesta es "lo más representativa posible", que "hay variables" que explican la caída acumulada de los supermercados en los últimos años y que la CSU busca dar información para "cubrir un vacío estadístico" en el sector.

Más allá del nivel de ventas de los supermercados, para Fernández es "importante ver la foto completa" del sector. En ese sentido, dijo que la encuesta también publica datos sobre la rentabilidad y el índice de difusión, el cual mide qué cantidad de empresas de las que conforman la muestra registraron crecimientos o caídas.

En el último trimestre de 2023, la encuesta incluyó a 31 empresas del sector de supermercados y el índice de difusión se ubicó en 32%. Es decir que 10 de las 31 empresas relevadas establecieron que sus ventas crecieron en el cuarto trimestre. Para todo el año 2023, el índice de difusión se ubicó en 26%.

En los últimos años, "los índices de difusión del sector rondan el 20% entonces obviamente el 80% restante significó que cayó, pero hay otros resultados que muestran que algunos sectores caen en su totalidad y quizás solamente el 60% de las empresas está cayendo o solo el 20%, por ejemplo. A veces hay escenarios

de caída en los volúmenes de venta pero los niveles de rentabilidad no son tan adversos. Por eso hay que ver el dato en su globalidad", indicó Fernández.

En relación a la ponderación de los resultados por personal ocupado, la asesora económica reconoció que la metodología lleva a que "los grandes" supermercados sean los que "tengan más peso" y "tiren para abajo o para arriba" las estadísticas.

"Las muestras no son perfectas y no necesariamente lo que le pasa a una empresa tiene por qué pasarle a todas. Es una encuesta perfectible y voluntaria, que intenta tener la mayor cantidad de respuestas posibles para mostrar mejor la realidad. Que alguien pueda objetar la encuesta es válido, es un dato 100% criticable pero es lo que se puede conseguir con la información que hay", defendió Fernández.

"Dependemos de la voluntad de las empresas. El desafío es doble, dependemos de que respondan y de que las respuestas sean verdaderas. Uno asume que es así pero ni idea", concluyó la asesora de la CSU.

Tanto desde la ASU como desde la CSU reconocieron la dificultad que existe para acceder a los datos comerciales de los supermercados, un insumo clave que forma parte de la mesa de los Consejos de Salarios y la negociación colectiva.

Las expectativas del sector supermercadista para este año son más optimistas que la de los años anteriores, vinculado a un aumento en el ingreso de los hogares uruguayos y a un menor impacto por la diferencia cambiaria con Argentina.

Según la encuesta de la CSU, el 50% de los supermercados relevados espera que la rentabilidad futura sea mejor, mientras que desde ASU señalan que la mejora "ya comenzó a verse" en diciembre de 2023, por lo que esperan este año poder recuperar el nivel de ventas que perdieron por la pandemia del covid-19, desde 2020 en adelante.

## Comercio y servicios: evolución y perspectivas

### [Página web fuente](#)

Según la última encuesta de actividad de la Cámara de comercio y servicios del Uruguay (CNCS), las ventas del sector se contrajeron 1,4% interanual durante el cuarto trimestre, cerrando el año con un retroceso de 2%

De acuerdo con el informe trimestral difundido días atrás, durante el cuarto trimestre las ventas del sector cayeron 1,4% en términos interanuales. De esta manera, el sector acumula tres trimestres con variaciones negativas.

En línea con la tendencia reciente, la mayoría de los rubros que forman parte del relevamiento dieron cuenta de un retroceso en materia de ventas. El retroceso fue mayor en el caso de los hoteles (8,4%), los electrodomésticos (7,8%), las ópticas (6,3%) y los productos de cuidado personal (5,6%). En contraste, destacó el incremento de la actividad dentro del rubro de la indumentaria (7,3%) y las agencias de viaje (5,9%).

Por su parte, del análisis del índice de difusión por rubros se desprende que apenas uno de cada cuatro reportó un incremento de sus ventas durante los últimos tres meses del año. Esto significa que, de los 20 rubros contemplados en la encuesta, solamente cinco tuvieron un buen desempeño, aunque en ningún caso mostraron un dinamismo importante. En efecto, este indicador mide el porcentaje de rubros que en el período constataron un aumento de su actividad, medido a partir de la variación de las ventas en términos reales (es decir, descontando el efecto asociado a los precios).

Con apenas 25% de los rubros en expansión, se trata efectivamente de uno de los peores resultados desde la irrupción de la pandemia, cuando el índice de difusión se ubicó en el entorno del 13%. En el caso de las empresas, este indicador sugiere que solo 40% declararon que sus ventas aumentaron entre octubre y diciembre del año pasado.

Si se desagrega la información por zonas y segmentos, el peor desempeño fue el del sector de servicios en el interior, con un retroceso de las ventas equivalente a 3,8%. Detrás se posicionaron el comercio y los servicios en Montevideo, con caídas de 3,1%, y 1,1% respectivamente. En contraste, sólo se expandió el comercio en el interior, con un incremento real de las ventas de 2,2%. Profundizando un poco más en los datos, el peor desempeño se dio en el litoral, en el centro y en el noreste del país, que en términos agregados exhibieron una caída de 4,9%.

### Foto del artículo Comercio y servicios: evolución y perspectivas

Por otra parte, los datos por tipo de producto indican que la mayor caída trimestral correspondió a los bienes durables (3,4%), seguidos por los servicios (3%) y por los productos semidurables (1,7%). En contraposición, las ventas aumentaron para los bienes no durables (0,3%) y para los bienes de inversión (2,2%).

En lo que refiere al tamaño de los establecimientos, la caída fue generalizada. En concreto, el mayor retroceso lo experimentaron las microempresas, que declararon una caída de sus ventas equivalente a 2% interanual. En el caso de las empresas pequeñas y grandes el retroceso fue el mismo (1,5%), mientras que para las medianas la variación fue negativa en 0,6%.

### Cierre anual

Según advirtieron desde la CNCS, "el balance del año en términos generales fue desfavorable, con una caída de las ventas de 2%, que contrasta con el aumento, aunque leve, de 0,5% de 2022". La caída fue

mayor en el caso de los servicios (3,9%) que en el caso del comercio (1,8%).

Por regiones, los peores resultados se observaron en Montevideo y en las zonas del litoral, el centro y el noreste del país, con contracciones de ventas superiores al 4%. En lo que hace al tamaño de los comercios, todos los segmentos dieron cuenta de un peor desempeño con respecto a 2022.

Con relación a los rubros, la mayoría vendieron menos que el año anterior, destacándose el caso de los productos de cuidado personal, afectados principalmente por el desvío de consumo hacia Argentina. Sobre esto, el documento destaca también que "ninguno de los rubros considerados mostró avances sustanciales en los últimos dos años".

#### Perspectivas de corto plazo

De cara al primer trimestre de este año, el índice de difusión esperado por parte de las empresas se situó en torno a 34%, lo que implica que solamente una de cada tres anticipa un incremento de sus ventas durante ese período. A nivel de rubros, las respuestas más optimistas correspondieron a librerías, minimercados y publicidad, mientras que los menores registros se observaron en el caso de las empresas de indumentaria, papelería y agencias de viajes.

Ultimo trimestre de 2023 /

Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas

[Página web fuente](#)

La actividad comercial y de servicios tuvo una nueva caída en el último trimestre de 2023 en un escenario que presentaba una tendencia descendente, según los últimos datos presentados por la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay. "La relativa buena noticia es que ese escenario de caída es de menor magnitud del 1.4% para el último trimestre del año", afirmó Ana Laura Fernández de Estudios Económicos de la Cámara de Comercio. En 2023, la caída en el sector fue en el entorno del 2%.

Ventas del comercio cayeron en el cuarto trimestre de 2023 y durante todo el año pasado

Informe de la Cámara de Comercio señala que el año pasado las ventas en Montevideo bajaron 4%.

La Cámara de Comercio y Servicios dió a conocer su última encuesta de actividad, dónde en el cuarto trimestre (octubre-diciembre), mostró una caída de 1,4%, aunque la misma resultó más leve que la verificada en el tercer trimestre del año pasado, cuando las ventas habían descendido 2,8%.

En el análisis por zona se destacó la performance de Montevideo, con un incremento real de las ventas leve, de 0,6%. Esto contrastó con el estancamiento del interior, que mostró una variación positiva de sólo 0,1%

Según el informe los menores niveles de actividad en el cuarto trimestre se explicó a partir de una caída bastante generalizada, que no alcanzó a ser compensada por la buena performance de algunos rubros como indumentaria o agencias de Viaje. El rubro indumentaria fue el que mostró un crecimiento más pronunciado, con 7,3%, seguido por agencias de viajes, con un avance de 5,9%. Los retrocesos más pronunciados se observaron en Hoteles (8,4%) y Ópticas (6,3%).

Entre octubre y diciembre la evolución de las ventas fue heterogénea por segmentos. Así, las micro empresas fueron las que mostraron las caídas de mayor entidad (2%) al tiempo que las medianas retrocedieron sólo 0,6%. Cuando se analizan los resultados por tipo de producto, se observan también diferencias: las ventas de no durables (por ejemplo artículos de tocador) y bienes de inversión mostraron aumentos, al tiempo que las ventas de semi durables (por ejemplo teléfonos), durables (por ejemplo una heladera) y servicios mostraron contracciones de importancia.

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

Las empresas de servicios mostraron retrocesos más pronunciados que las del comercio con una caída de 3,9%.

El año 2023

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

Las variaciones reales de las ventas se ubicaron en un rango aproximado de entre -10% y +7%. Los rubros con mayores descensos en el año fueron Hoteles (9,7%), Minimercados (8,5%) e Inmobiliarias (8,4%), al

tiempo que Indumentaria (7,3%) y Agencias de Viajes (4,4%) fueron las que mostraron avances más sustantivos. De esta forma, el comercio continúa sin mostrar variaciones positivas sustanciales de las ventas en los últimos años: el aumento de 2022 referido, fue el único incremento posterior a la llegada de la pandemia en 2020.

El rubro que mostró retrocesos de relativa importancia tanto en 2022 como en 2023 fue Cuidado personal, en particular como resultado de los efectos de la diferencia de precios y la fuga de consumo de estos productos hacia Argentina.

[Ir al artículo](#)

Entrevista | Ana Laura Fernández - Asesora del Departamento de Estudios Económicos de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios

---

[Ir al artículo](#)

Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas durante el último trimestre de 2023

---

[Ir al artículo](#)

2023 - caída en las ventas comercios y servicios | CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios

---

[Ir al artículo](#)

Las ventas del comercio y servicio cayeron 1.4% interanual en el último trimestre de 2023.  
Cámara Nacional de Comercio y Servicios - CNCS

---

Cámara de Comercios y Servicios informó que el 2023 cerró con caída en ventas en todos los rubros

[Página web fuente](#)

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay informó que 2023 cerró con una caída en las ventas del sector. La economista de la cámara explicó que el año pasado terminó "con un escenario de caída en el sector Comercio y Servicios. Ya venía cayendo, y la relativa buena noticia es que el escenario de caída es de menor magnitud, del 1,4% para el último trimestre del año en la comparación interanual. Cuando vemos el cierre del año el sector cae en el entorno del 2%.

**OPTIMISMO PARA 2024**

Pese a las caídas, hubo rubros con mejoras, como agencias de viajes, restaurantes e informática y, en general, los empresarios de la cámara, para este año, son optimistas y esperan mejoras en el desempeño del sector. En ese sentido, la última encuesta realizada por la institución revela que ocho de cada 10 empresas espera un crecimiento en el volumen de ventas para el primer trimestre del año. Entre las que registraron un escenario de contracción mayor, el 54% de ellas opinó que la relación desfavorable de precios con Argentina fue el factor de mayor importancia en las malas ventas. De ahí a que se espera que este año haya una recuperación en la medición de enero-febrero y marzo, en virtud a que la brecha de precios con Argentina es menor y no hay tanta demanda de uruguayos hacia Argentina para el trasiego de productos y servicios.

**SALTO**

En Salto la reciente presentación del Sondeo Comercial indica que un 70% de las empresas que estaban muy complicadas en su economía por la situación de Argentina estiman poder recuperarse y que retornen los puestos de trabajo que estaban en seguro de paro.

Las ventas de comercio y servicios cayeron 1,4% interanual en el último trimestre de 2023

### [Página web fuente](#)

La CNCS informó que las transacciones cerraron el año pasado con un retroceso promedio del 2%.

La Cámara Nacional de Comercio y Servicios (CNCS) divulgó hoy su Encuesta Trimestral sobre las ventas del sector comercio y servicios, cuantificadas en términos reales. Las ventas en el cuarto trimestre cayeron 1,4% respecto al mismo trimestre del año anterior, y completaron el año 2023 con una caída del 2% en el promedio.

La Cámara discrimina entre comercio de bienes y comercio de servicios. En el primer caso, la caída anual fue de 1,8%, mientras en el caso de los servicios el descenso anual fue mayor: 3,9%.

El informe de la gremial empresarial también diferencia la evolución de las ventas según el área geográfica. Allí se destaca que las ventas de comercio y servicios en Montevideo cayeron 4,2 y 1,7% respectivamente. En el interior, en cambio, las ventas del comercio tuvieron un aumento del 2,5%, mientras que las ventas de servicios cayeron 3,9%.

El aumento en las ventas de comercio en el interior se debe fundamentalmente a las mayores ventas en la zona de la costa y este. En efecto, si bien al introducirse en el análisis de las ventas en el interior el informe no discrimina entre comercio y servicios, destaca que las ventas totales en la zona costera del este subieron 3,3%, mientras en el litoral cayeron 4,7% en el promedio anual.

Detrás de estas cifras y estas diferencias está, obviamente, el impacto de la crisis en Argentina y el tipo de cambio devaluado en la cotización del dólar paralelo (el que toman los uruguayos). El reciente empuje inflacionario que se está dando en Argentina achicó la brecha de precios entre ambos países y esto ya está causando una reducción de las compras de uruguayos en Argentina, especialmente en los combustibles. Es esperable que este efecto se empiece a ver en los informes de la Cámara de Comercio para este año 2024.

### Las ventas en los supermercados

Un rubro al que se le presta especial atención en el informe de la Cámara es el de los supermercados. Las ventas en este canal cayeron 1,4% interanual en el último trimestre de 2023. En el promedio del año, las ventas en supermercados cayeron 1,1% en términos reales.

En el informe de la cámara se analiza el desempeño de las ventas en supermercados en cada categoría, aunque no todas las cadenas reportan información en este detalle. Entre las que sí aportaron información, se observa que las únicas categorías que mostraron aumentos en las ventas en términos anuales fueron refrescos y panificados, mientras que prácticamente todo el resto tuvo caídas.

El sector de Uruguay más golpeado por la Argentina barata moderó su caída: esto espera para 2024

Las ventas del sector comercio y servicios cayeron 1,4% en el último trimestre del año pasado, pero la baja se moderó frente al trimestre anterior

La actividad del sector comercio y servicios, uno de los sectores más golpeados por la diferencia cambiaria con Argentina, registró una nueva caída en su nivel de ventas en el cuarto trimestre del año, con lo que cerró 2023 con un descenso anual de 2%.

Según los datos de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSU), correspondientes al cuarto trimestre de 2023, las ventas se redujeron 1,4% en comparación con igual período del año anterior. No obstante, desde la cámara empresarial señalaron que la caída fue menor a la que se había registrado en el tercer trimestre de 2023, cuando las ventas bajaron 2,8%.

De esta forma, el impacto que la diferencia cambiaria con Argentina ha tenido en el comercio uruguayo, comenzó a reducirse.

El significativo aumento de precios en el vecino país, generó un fuerte impacto a favor de Uruguay y una disminución en la brecha de precios entre las dos ciudades.

En línea con esto, el Indicador de Precios Fronterizos (IPF) que elabora el Observatorio Económico de la Universidad Católica (UCU) de Salto, reflejó en febrero que los precios en promedio son 97,4% más caros en esa ciudad con respecto a Concordia, mientras que en noviembre del año pasado, Salto estaba 157,3% más caro que la ciudad vecina.

Las cifras de la CCSU reflejaron que durante el cuarto trimestre del año, de los 20 rubros relevados por la cámara empresarial, 15 de ellos registraron una caída en el cuarto trimestre del año en comparación con igual período del año anterior.

Los rubros que mejoraron su nivel de ventas fueron "Informática" (3,1%), "Agencias de viaje" (5,9%) y "Restaurantes y confiterías" (1,4%); mientras que de forma contraria, empeoraron los sectores "Vehículos, repuestos automotores, combustible" (-2,2%); "Jugueterías" (-4,3%) y "Publicidad" (-1,42%).

De acuerdo con el relevamiento de la CCSU ?que consultó a 506 empresas de todo el país?, el índice de difusión de las compañías se ubicó en 40%, prácticamente igual que en la encuesta anterior (39%). Es decir que cuatro de cada 10 empresas encuestadas, señalaron que tuvieron un incremento en sus ventas, mientras que las seis restantes tuvieron o una caída o un estancamiento en sus volúmenes de venta en comparación con el cuarto trimestre del año anterior.

Ventas crecieron a impulso del interior En el sector comercio, las ventas en la capital del país cayeron por segundo trimestre consecutivo (-3,1%), mientras que en el interior se revirtió el escenario negativo que se mantenía desde el segundo trimestre de 2023 y las ventas tuvieron un aumento de 2,2% frente al cuarto trimestre del año pasado.

En tanto, en el sector servicios, tanto Montevideo como el interior del país registraron caídas en el cuarto trimestre del año, de -1,1% y -3,8%, respectivamente. De esta forma, en el sector servicios se registró la tercera caída trimestral consecutiva.

Los rubros con mejores y peores resultados En el sector comercio, los rubros que destacaron por un buen nivel de actividad fueron "Materiales de construcción, ferretería, pinturas", cuyas ventas aumentaron 3,4% durante el último trimestre de 2023; e "Indumentaria" que logró crecer todo el año y cerró el último trimestre con una suba interanual de 7,3%. Entre los rubros que están en peor situación, se destacaron "Cuidado personal", "Electrodomésticos", "Minimercados", "Muebles y accesorios del hogar", "Ópticas" y "Supermercados", los cuales atravesaron sucesivos trimestres de contracción en sus volúmenes de venta.

En particular, "Cuidado personal" tuvo una caída de 5,6% en el último trimestre del año, con lo que cerró 2023 con una baja de 5%. "Minimercados" cayó 1,2% en los últimos tres meses del año pasado, con lo que acumuló tres trimestres consecutivos a la baja y "Supermercados" cerró 2023 con una caída de 1,1% tras registrar un descenso en sus ventas de 1,4% en el último trimestre del año.

En tanto, en el sector servicios, los "Restaurantes y confiterías" lograron revertir la caída en el cierre del año, al registrar una suba en sus ventas de 1,4% en el último trimestre de 2023.

En igual sentido, "Agencias de Viajes" tuvieron un incremento en su nivel de ventas de 5,9% en el último trimestre del año, con lo que lograron revertir el descenso que habían registrado en los dos trimestres anteriores. De esta forma, este rubro cerró el año con una suba de 4,4%, lo que significó el tercer año consecutivo de crecimiento.

De forma contraria, el rubro "Hoteles" cerró el último trimestre con un descenso de 8,4%, con lo que en el conjunto del año la baja fue de 9,7%. Este rubro tuvo un mal desempeño en 2023 en comparación con el año anterior cuando había logrado crecer 10,7%.

\*\* La evaluación de las empresas en 2023 y lo que esperan este año

El 42% de las empresas evaluó que el desempeño comercial global de 2023 estuvo "dentro de lo previsto", mientras que un 35% dijo que el desempeño comercial fue "muy por debajo" o "por debajo" de lo esperado un año atrás y el 23% dio respuestas "muy satisfactorias" o "satisfactorias".

Asimismo, el 41% de las empresas relevadas dijeron que atravesaron un escenario de reducción relevante en sus niveles de venta durante 2023. Entre los principales motivos, destacaron el "Impacto de la situación de precios desfavorable con Argentina" con el 54% de incidencia, seguido de un "Mayor número de empresas de su rama de actividad, mayor competencia" con el 17%.

En términos de expectativas respecto al comportamiento de la actividad del sector durante el inicio de este año, los empresarios se mostraron relativamente más optimistas respecto al registro del período anterior. El 34% de los consultados espera que sus ventas crezcan en el primer trimestre del año, mientras que un 19% espera una contracción y el 47% considera que sus niveles de ventas se van a mantener en niveles similares.

[Ir al artículo](#)

Móvil en vivo. Informe de CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios

---

[Ir al artículo](#)

Balance del 2023 - Cae el 2% en ventas de comercio y servicios

---

[Ir al artículo](#)

Julio Lestido CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios "Impacto argentina se empezó a amortiguar"

---

[Ir al artículo](#)

En 2023 hubo caída de la actividad comercial

---

[Ir al artículo](#)

Presidente de la Cámara de Comercio Julio Cesar Lestido

---

[Ir al artículo](#)

Aunque la actividad en el sector comercio y servicios cayó en el entorno del 2% durante los últimos 12 meses algunos rubros como las agencias, hoteles e informativa crecieron

[Ir al artículo](#)

Móvil - Desde la Cámara de Comercio y Servicios señalan una caída del 1.4% en las ventas durante el último trimestre de 2023

"El impacto Argentina se empezó a amortiguar" indicó Julio César Lestido

[Página web fuente](#)

El presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, Julio César Lestido, indicó que "el impacto Argentina se empezó a amortiguar" en nuestro país e informó que "en enero Salto Salto estaba un 97% las caro que Concordia".

Por su parte, Ana Laura Fernández, asesora de la Cámara, dijo que los rubros de "cuidado personal, electrodomésticos y hoteles vienen cayendo" y que "la zona de la costa es la que enfrenta escenarios de crecimiento"

De gira por China

El 21 de febrero tuvo lugar el evento organizado por la Cámara de Comercio Uruguay - R. P. China con el cual dio inicio a la actividad institucional abierta de 2024

### [Página web fuente](#)

El reciente viaje a la R. P. China del Sr. Presidente de la República Luis Lacalle Pou junto a ministros, comitiva oficial y empresarios, fue el precedente que motivó la conferencia y siendo el sector agrícola ganadero el de mayor peso en la relación bilateral, la Cámara convocó al Sr. Ministro de Ganadería Agricultura y Pesca Fernando Mattos con el fin de intercambiar conceptos sobre los avances y potencialidades del rubro, protagonista de las exportaciones uruguayas al país asiático.

Luego de la bienvenida ofrecida por el Sr. Presidente de la Cámara de Comercio Uruguay ? R. P. China Nicolás Potrie, quien agradeció al Ministro por aceptar la invitación y a la nutrida concurrencia por acompañar, se proyectó un video con el saludo del Sr. Embajador Fernando Lugris quien se refirió a la importancia fundamental del trabajo realizado en 2023 en la consolidación de los vínculos; todo ello se dio gracias al esfuerzo mancomunado de ambos países que junto al sector privado retomaron el intercambio de visitas presenciales. Ministros, autoridades y empresarios regresaron a China, y el año culminó con la gira de alto nivel liderada por el Presidente Luis Lacalle Pou. Es así que la agenda de 2024 se fortalece dando paso a nuevas oportunidades en todas las áreas.

Por su parte el Sr. Embajador de la R. P. China Huang Yazhong ofreció su saludo refiriéndose a las sólidas relaciones que se robustecen en cada oportunidad de encuentro, resultado de las semillas que se han sembrado conjuntamente. China continúa incrementando su clase media la cual se estima, llegará a 800 millones en 2035; este desarrollo aportará más posibilidades para que los socios de China puedan afianzar lazos en un contexto de mutua cooperación.

La ponencia del ministro Fernando Mattos estuvo moderada por el Prof. Ignacio Bartesaghi. El Ministro recuerda que para Uruguay, intensificar la relación con la R. P. China es un asunto de política exterior en el que hay unidad. China es nuestro principal cliente y exceptuando la compleja situación de 2023, donde a raíz de la sequía hubo una caída del 33 % del comercio, hay optimismo para su recuperación ya que en la colocación de bienes agropecuarios la perspectiva es de crecimiento. Tenemos un campo enorme para trabajar y si bien no se compite en volumen, sí en construcción de confianza.

Por ejemplo Uruguay es el tercer país en ser habilitado por China -y el primero libre de aftosa con vacunación- para mondongo. Esto es una muestra de confiabilidad y garantía de inocuidad. La seguridad alimentaria es en China un aspecto fundamental y es ahí donde Uruguay debe diferenciarse, en seriedad y cumplimiento, además de promover la protección de los recursos naturales.

El viaje de noviembre fue muy exitoso; se suscribieron 24 acuerdos y otros quedaron a estudio. Ello ?nos va exigir aumentar la productividad? ante lo cual hay que apoyarse en la aplicación de biotecnologías.

Un logro de gran relevancia en la visita presidencial fue el pasaje de Asociación Estratégica a Asociación Estratégica Integral que implica un estatus de relacionamiento más cercano. El horizonte para trabajar es enorme por lo que la recomendación es que los empresarios visiten China, que la descubran, pues más allá de las diferencias compartimos los mismos valores.

Con respecto al TLC, China comunicó que ?está pronta? en cuanto Uruguay logre precisar su postura con sus socios del Mercosur. Un TLC nos permitiría competir con quienes ofrecen los mismos productos pero

que hoy entran sin aranceles a China; es el caso de los lácteos que pagan un 10% contra países que ingresan con arancel cero.

Como conclusión el ministro reiteró la importancia de conocer China, de visitarla y descubrir un país con una riqueza cultural que lleva miles de años de ventaja y una vez allí apoyarse en los que tienen experiencia para que la búsqueda de contrapartes sea fructífera.

Por último, el ministro Mattos destacó con énfasis la hospitalidad brindada por China a toda la delegación, agradeciendo la distinción y excelencia con que fueron recibidos.

La Cámara de Comercio Uruguay China agradece especialmente a la Cámara Mercantil de Productos del País y a su staff por la cooperación y el apoyo recibido para que la actividad se llevara cabo exitosamente.

## 2023 cerró con caída en las ventas de Comercio y Servicios

### [Página web fuente](#)

Pese a la baja, algunos rubros tuvieron buenos desempeños, y las expectativas de ventas para este año son buenas, según una Encuesta de la Cámara de Comercio y Servicios.

La Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay informó que 2023 cerró con una caída en las ventas del sector. La economista de la cámara, Ana Laura Fernández, economista, explicó que el año pasado terminó "con un escenario de caída en el sector Comercio y Servicios. Ya venía cayendo, y la relativa buena noticia es que el escenario de caída es de menor magnitud, del 1,4% para el último trimestre del año en la comparación interanual. Cuando vemos el cierre del año el sector cae en el entorno del 2%".

"Venimos de tres años en los que el sector viene atravesando una fase compleja, con caídas en la mayoría de los rubros analizados o bajo crecimiento", agregó Fernández.

Pese a las caídas, hubo rubros con mejoras, como agencias de viajes, restaurantes e informática y, en general, los empresarios de la cámara, para este año, son optimistas y esperan mejoras en el desempeño del sector. En ese sentido, la última encuesta realizada por la institución revela que ocho de cada 10 empresas espera un crecimiento en el volumen de ventas para el primer trimestre del año.

Entre las que registraron un escenario de contracción mayor, el 54% de ellas opinó que la relación desfavorable de precios con Argentina fue el factor de mayor importancia en las malas ventas.

Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas durante el último trimestre de 2023

### [Página web fuente](#)

Cuidado personal, electrodomésticos y hoteles fueron los rubros más afectados. A pesar de la caída, se proyecta un crecimiento para el comienzo este año.

La actividad comercial y de servicios tuvo una nueva caída en el último trimestre de 2023 en un escenario que presentaba una tendencia descendente, según los últimos datos presentados por la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay.

"La relativa buena noticia es que ese escenario de caída es de menor magnitud del 1.4% para el último trimestre del año", afirmó Ana Laura Fernández de Estudios Económicos de la Cámara de Comercio. En 2023, la caída en el sector fue en el entorno del 2%.

Fernández indicó que comercio y servicios atraviesa una fase compleja y desafiante hace ya tres años por la pandemia con caídas en la mayoría de los rubros o bajo crecimiento.

La especialista informó que de los 20 rubros analizados, 15 de ellos están contraídos y ya venían en caída, como por ejemplo cuidado personal, electrodomésticos y hoteles. Otros rubros, han logrado revertir el escenario contractivo, como agencias de viajes, restaurantes e informática, con crecimiento sobre el cierre del año pasado.

Fernández sostuvo que el escenario de caída generalizada a nivel de rubros, siendo que las empresas del litoral y centro del país son las que sufren el mayor impacto por la menor actividad comercial. Sin embargo, según la Cámara de Comercio, la zona costera presenta crecimiento en el último cuatrimestre de 2023.

A pesar de la caída, se proyecta un crecimiento para el comienzo este año, teniendo en cuenta que disminuyeron las compras de uruguayos en Argentina. El presidente de la Cámara de Comercio, Julio César Lestido, comparte las proyecciones de un crecimiento de la economía de 3-3.5% y la inflación de 4.7-4.8%.

[Ir al artículo](#)

Informa de la Cámara de comercio y servicios

---

[Ir al artículo](#)

Cámara de comercio y servicios presentó encuesta de actividad

---

[Ir al artículo](#)

Empresarios optimistas para el 2024

---

[Ir al artículo](#)

La actividad del comercio cayó 1,4% a fines del 2023

---

[Ir al artículo](#)

Julio Cesar Lestido - Presidente de la CNCS - Cámara Nacional de Comercio y Servicios

---

[Ir al artículo](#)

El impacto Argentina se empezó a amortiguar. Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

Cuidado personal, electrodomésticos y hoteles vienen cayendo

---

[Ir al artículo](#)

Ventas del Comercio. Cámara Nacional de Comercio y Servicios - CNCS

---

[Ir al artículo](#)

Móvil - Julio César Lestido presidente de la Cámara de Comercio señaló que se reporta una recuperación en la situación del comercio del litoral del país

[Ir al artículo](#)

Brecha cambiaria con Argentina. Se achica e impacta en comercios del litoral

---

Sostenida caída del consumo en enero informó la Cámara de Comercio

[Página web fuente](#)

El año 2024 presenta desafíos económicos para el sector de Comercio y Servicios en Uruguay, con meses previos de contracción en las ventas, hizo saber la agremiación nacional.

Datos recientes indican una caída del 1% en el consumo en diciembre de 2023, continuando la tendencia de meses anteriores. A nivel departamental, las caídas son más pronunciadas en el litoral.

En enero de 2024, se mantiene la caída del consumo en comparación con el mismo período del año anterior.

El turismo receptivo muestra un aumento en la llegada de visitantes, pero el gasto es incierto, divulgó.

La brecha de precios con Argentina persiste, afectando la temporada turística.

A pesar de un aumento en la llegada de turistas argentinos en 2023, el gasto real disminuyó, evidenciando desafíos económicos.

La relación de precios relativos desfavorable se mantiene, aunque se espera cierta corrección en los próximos meses.

El mercado de trabajo mostró un freno con un aumento en la informalidad a finales de 2023.

A pesar de un crecimiento del salario real, parte del consumo se trasladó a Argentina.

Las perspectivas para 2024 son relativamente optimistas, dependiendo de reformas en Argentina y correcciones de precios relativos.

Este informe fue realizado por el Departamento de Estudios Económicos de la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay.

Esta mañana el empresario Francisco Giménez aseguró que la temporada se mide hablando con el taxista, el pistero de las estaciones de servicios y los mozos y que de esa conversación surge que la temporada 2024 no existió.

[Ir al artículo](#)

Uruguay - Argentina. Diferencias de precios se redujeron por inflación

---

Dos de cada tres seguimos siendo tradicionales a la hora de comprar en la fiestas (el comercio online alcanzó el 29%)

### [Página web fuente](#)

La Cámara de la Economía Digital del Uruguay (CEDU) y la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay llevaron a cabo un estudio sobre el comportamiento de los consumidores durante las festividades tradicionales. La encuesta, que incluyó a 787 personas, reveló que el 70% siempre celebra y/o compra regalos en estas festividades. En 2023, el 87% de los encuestados compró algún regalo, mientras que el 13% restante no realizó ninguna compra.

El informe destaca la relevancia de los medios comerciales físicos y online, siendo el 41% de las personas que compraron regalos buscando en tiendas físicas y el 29% utilizando medios digitales. A su vez, el 27% buscó productos de forma online, pero los terminó comprando en un local comercial, y sólo un 3% realizó la búsqueda en un

En el conjunto de personas que adquirieron sus regalos en establecimientos físicos, el 43% optó por los ubicados en shoppings, el 37% prefirió aquellos en las principales avenidas, y el 12% realizó sus compras en supermercados. En otras situaciones, las adquisiciones se llevaron a cabo en ferias artesanales, ferias barriales y mediante emprendedores locales.

En contraste, en el ámbito de las compras en línea, los marketplaces fueron el canal más utilizado, siendo elegidos por el 52% de las personas que compraron en línea, seguidos por las compras directas en la tienda web del comercio, que representaron el 37%.

En la mayoría de los casos, las personas realizaron sus compras una semana antes de la celebración (63%), mientras que el 20% prefirió comprar el día previo. Un 18% restante planificó con antelación y adquirió los regalos un mes antes.

En relación con el gasto promedio, el 37% desembolsó más de \$2,000, el 16% se ubicó en el rango de \$1,500 a \$2,000, el 19% osciló entre \$1,000 y \$1,500, el 21% se situó entre \$500 y \$1,000, y el 7% gastó un promedio inferior a \$500.

En los métodos de pago empleados, se destacó el uso de la tarjeta de crédito, con una frecuencia del 50%, seguida por la tarjeta de débito, que representó el 36%. Por otro lado, el pago en efectivo abarcó al 12% de los casos, mientras que las transacciones mediante transferencias y redes de cobranza fueron menos utilizadas, con un 1% en cada categoría.

En cuanto a las categorías de productos, la vestimenta, calzado y/o accesorios fue la más adquirida, seguida por la categoría de juguetes. En niveles inferiores se ubicaron las compras de Artículos electrónicos, Artículos para el hogar y decoración, así como perfumería y cosmética. En esta elección de regalos, se priorizaron el precio, la utilidad y la calidad, relegando a un segundo plano los factores de marca y tipo de materiales al momento de tomar decisiones.

En relación a las ofertas durante las festividades, el 49% de las personas las calificó como "muy buenas" y "buenas", mientras que el 37% las consideró "regulares".

En términos de evaluación de ofertas, aquellos que lo hicieron buscaron directamente en tiendas físicas y medios digitales, destacando la publicidad en Instagram y Facebook. En menor medida, también se

consideraron las búsquedas en tiendas online, Google y marketplaces.

---

El 87% de los uruguayos compró regalos en las fiestas tradicionales  
Según informe elaborado por CEDU y la Cámara de Comercios y Servicios

### [Página web fuente](#)

El informe realiza un análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores, evidenciando la importancia de los medios comerciales físicos y online, y la complementariedad de ambos.

Con el objetivo de conocer el comportamiento de los consumidores en las fiestas tradicionales, la Cámara de la Economía Digital del Uruguay (CEDU) y la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay realizaron en conjunto un relevamiento sobre las principales tendencias de consumo en Navidad, Año Nuevo y Reyes.

A partir de 787 personas encuestadas, los guarismos indican que en 2023 el 87% compró algún regalo con motivo de las fiestas tradicionales, mientras que el 13% restante no realizó ninguna compra.

Entre quienes compraron algún regalo, la mayoría buscó y compró los productos en un local comercial (41%), mientras que el 29% lo hizo de forma online. A su vez, el 27% buscó los productos de forma online, pero los terminó comprando en un local comercial, y sólo un 3% realizó la búsqueda en un local comercial y compró online.

Al analizar el grupo de personas que compraron el regalo en un local comercial, el 43% lo hizo en los ubicados dentro de los shopping, el 37% en los localizados en las principales avenidas y el 12% en supermercados. En los restantes casos, las compras se realizaron en ferias artesanales, ferias barriales y emprendedores locales.

Por otro lado, los marketplace fueron el medio más utilizado (52%) por las personas que compraron online, seguido por las compras realizadas en la tienda web propia del comercio (37%).

En la mayoría de los casos, las personas realizaron la compra una semana antes de la fecha de la celebración (63%), mientras que el 20% compró el día previo. El restante 18% se anticipó y compró los regalos con un mes de antelación.

Respecto al gasto promedio, el 37% gastó más de \$ 2.000, el 16% estuvo entre \$ 1.500 y \$ 2.000, el 19% entre \$ 1.000 y \$ 1.500, el 21% entre \$ 500 y \$ 1.000, y el 7% gastó un promedio menor a \$ 500.

En cuanto a los medios de pago utilizados, se destacó la tarjeta de crédito, con una incidencia del 50%, y la tarjeta de débito con una participación del 36%. En tanto, el pago con dinero en efectivo alcanzó al 12% de los casos, y los realizados a través de transferencias y redes de cobranza tuvieron un uso bajo, siendo de 1% en cada caso.

Dentro de las categorías de productos, Vestimenta, calzado y/o accesorios fue la que registró un mayor alcance, continuado por el rubro Juguetes. Con menores niveles se posicionaron los Artículos electrónicos, Artículos para el hogar y decoración, y Perfumería y cosmética.

Las razones que más se tuvieron en cuenta para seleccionar el tipo de regalo fueron el precio, la utilidad y la calidad. Los factores de marca y tipo de materiales utilizados fueron los que menos se analizaron en el momento de decidir.

Referido a las ofertas de los productos con motivo de estas fechas, el 49% las evaluó como "muy buenas" y "buenas", y el 37% como "regulares".

---

[Ir al artículo](#)

Encuesta de la Cámara de Comercio. 87% de los uruguayos hizo compras para las fiestas.  
Parte 2

---

[Ir al artículo](#)

Una encuesta reveló que casi el 90% de los uruguayos compró regalos en las fiestas tradicionales. Cámara de la Economía Digital del Uruguay - CEDU y la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay

## Fiestas tradicionales y el auge de las ventas por internet

### [Página web fuente](#)

Las fiestas tradicionales son una oportunidad para visualizar el creciente peso que adquieren las ventas por internet en el país.

Las compras físicas son más disputada por las ciberventas y los comercios físicos y los online se complementan cada vez más, así lo indica la encuesta realizada por la Cámara de Economía Digital del Uruguay y la Cámara de Comercios y Servicios sobre las compras en las fiestas tradicionales.

Según los resultados, el 41% compró los regalos en un local físico, mientras que el 29% lo hizo de forma online.

El 27% de los que compraron en un comercio había buscado antes los productos en plataformas digitales.

De las personas que compraron online, el 52% lo hizo en un Marketplace, es decir, una página web que agrupa a varias marcas y productos. El 37% en la tienda digital del propio comercio y un 9% en páginas web del exterior.

Respecto al tiempo con el que compraron los regalos, 63% lo hizo una semana antes de la fecha, 20% compró el día previo y un 18% con un mes de anticipación.

Además, el 37% de las personas realizó un gasto promedio mayor a \$2.000 pesos, un 16% gastó entre \$1.500 y \$2.000, 19% entre \$1.000 y \$1.500 y un 28% gastó \$1.000 o menos.

Cuánto gastaron los uruguayos en los regalos para las fiestas de fin de año

### [Página web fuente](#)

Un relevamiento mostró que nueve de cada 10 uruguayos realizó una compra durante las fiestas de fin de año. La mayoría los compraron en un local comercial y la mayor cantidad de pagos fueron efectuados con tarjeta de crédito.

La encuesta fue realizada por la Cámara de la Economía Digital (CEDU) y la Cámara de Comercio y Servicios (CCSU) en los días posteriores a las fiestas.

De allí surgió que el 87% de los encuestados compró algún regalo en las fiestas, mientras que el 13% restante no lo hizo.

Entre las personas que compraron regalos, el 41% de las personas buscaron y compraron los productos en un local comercial. El 29% lo hizo online y el 27% buscó los productos de manera online y los terminó comprando en un establecimiento comercial.

En el desglose de las compras físicas, el 43% se efectuó en locales ubicados en los shoppings, seguido por tiendas localizadas en las principales avenidas con 37% y en supermercados con el 12%. El estudio indicó que el resto de las compras se realizaron en ferias artesanales, ferias barriales y a emprendedoras locales.

En la mayoría de los casos, las personas efectuaron la compra una semana antes de la fecha, mientras que el 20% lo hizo en el día previo.

Respecto al gasto promedio para la compra del regalo, los resultados abarcaron todos los rangos predefinidos en la encuesta. El 37% de las personas realizaron un gasto promedio mayor a \$ 2.000. El 16% entre \$ 1.500 y \$ 2.000. El 19% entre \$ 1.000 y \$ 1.500 y el 21% entre \$ 500 y \$ 1.000. El 7% restante gastó, en promedio, menos de \$ 500 por regalo.

Sobre los medios de pago utilizados, la tarjeta de crédito fue el más utilizado con una incidencia de 50%. Fue seguido por la tarjeta de débito con 36%. El pago con efectivo tuvo una incidencia del 12%, mientras que los pagos a través de transferencias y redes de cobranza se utilizaron únicamente en un 1%.

El rubro vestimenta, calzado y accesorios fue el más elegido, seguido por los juguetes. La encuesta relevó que con menores niveles de incidencia se ubicaron los artículos electrónicos, artículos para el hogar y decoración y perfumería y cosmética.

[Ir al artículo](#)

Compras por las fiestas: Relevamiento on line del 7 al 14 de enero - 787 personas participaron del sondeo 70% siempre celebra o compra

Cómo se comportaron y cuánto gastaron los uruguayos en compra de regalos para las fiestas

Una encuesta de las cámaras empresariales revela que vestimenta, calzados y juguetería fueron los productos más demandados.

### [Página web fuente](#)

Montevideo Portal

La Cámara de la Economía Digital del Uruguay (CEDU) y la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay (CCSUY) divulgaron una encuesta sobre el comportamiento de los uruguayos en la compra de regalos en las pasadas fiestas tradicionales.

Según el trabajo que alcanzó a 787 personas, el "87% de los uruguayos compró regalos en las fiestas tradicionales".

"El 70% respondió que siempre celebran y/o compran regalos con motivo de las fiestas tradicionales. En 2023, el 87% efectivamente compró algún regalo, mientras que el 13% restante no realizó ninguna compra. El informe realiza un análisis del proceso de decisión de compra de los consumidores, evidenciando la importancia de los medios comerciales físicos y online, y la complementariedad de ambos", consigna el documento elaborado por las dos cámaras empresariales.

A su vez, se añade que la mayoría de las personas buscaron y compraron productos en un local comercial físico (41%), mientras que el 29% prefirió hacerlo de forma online.

De las personas que adquirieron regalos en locales comerciales, sin embargo, un 27% afirmó que primero busco los productos de forma online y después realizó la compra en un lugar físico.

"En el grupo de personas que compraron el regalo en un local comercial, el 43% lo hizo en los ubicados dentro de los shoppings, el 37% en los localizados en las principales avenidas y el 12% en supermercados. En los restantes casos, las compras se realizaron en ferias artesanales, ferias barriales y a emprendedores locales. Por otro lado, los marketplace fueron el medio más utilizado (52%) por las personas que compraron online, seguido por las compras realizadas en la tienda web propia del comercio (37%)", se añade.

Con respecto al momento de la compra, la mayoría de las personas respondieron que la hicieron una semana antes de la celebración (63%), mientras que un 20% la hizo el día antes.

Gastos y medios de pagos

El trabajo señala además que 37% de los consultados dijo haber gastado más de \$ 2.000, 16% entre \$ 1.500 y \$ 2.000, 21% entre \$ 500

y \$ 1.000 y un 7% afirmó haber gastado menos de \$ 500 para las fiestas.

"En cuanto a los medios de pago utilizados, se destacó la tarjeta de crédito, con una incidencia del 50%, y la tarjeta de débito con una participación del 36%. En tanto, el pago con dinero en efectivo alcanzó al 12% de los casos, y los realizados a través de transferencias y redes de cobranza tuvieron un uso bajo, siendo de 1% en cada caso", afirma el informe.

Por su parte, los productos vinculados a vestimenta, calzado y/o accesorios fueron los que más preferencias tuvieron a la hora de las compras, seguido por el rubro juguetería.

"Con menores niveles se posicionaron los artículos electrónicos, para el hogar y decoración, y perfumería y cosmética. Las razones que más se tuvieron en cuenta para seleccionar el tipo de regalo fueron el precio, la utilidad y la calidad. Los factores de marca y tipo de materiales utilizados fueron los que menos se analizaron en el momento de decidir", se añade.

Montevideo Portal

Montevideo Portal

Cámara de Comercio sobre ventas de fin de año: "Son mejores de lo esperado"

[Página web fuente](#)

Julio César Lestido, presidente de la Cámara de Comercio, dijo que la tendencia podría ser positiva. Además dijo que "hubo movimiento" y "bastante circulación de gente" a fin de año.

Redacción El PaísEl presidente de la Cámara de Comercio y Servicios, Julio César Lestido, afirmó a El País que, haciendo un estimado sobre cómo han ido las ventas de fin de año, "se podría hablar de una tendencia que es mejor a lo esperado; es mejor que por las mismas fechas en 2022, unos tres o cuatro puntos más arriba", afirmó según datos recabados hasta el momento.

Lestido recalcó que esto sería una primera aproximación, porque aún es temprano para realizar un balance, dado que los comercios están procesando sus datos de ventas y lo seguirán haciendo hasta mediados de este mes. Además, afirmó que las realidades son dispares en las distintas zonas del país y que varían según los rubros de la actividad.

"La tendencia de la que hablo (de haber ventas mejores a las del año anterior en esta época) aplica en algunos lugares", agregó sin mayor especificación, considerando que aún seguía su recorrido por diversas ciudades y haciendo llamadas a otras cámaras, shoppings y comercios, solicitando información.

Lestido dijo que "hubo movimiento", "bastante circulación de gente" a fin de año, y que los comerciantes esperaban que continuaran al mismo ritmo hasta hoy, 6 de enero, día de Reyes.

"Tengo entendido que hay shoppings que les fue bien, pero no les fue tan bien a las tiendas fuera de los shopping, porque allí no está el atractivo de las plazas de comidas y a veces complica el tema del estacionamiento", comentó.

Consultado sobre los comercios de frontera, Lestido afirmó que muchos de ellos están vendiendo. "No se revirtió la situación de la diferencia de precios con Argentina, pero los comercios de frontera de este lado están vendiendo", reafirmó.

Dejó en claro que "la situación con Argentina no está resuelta", pero que se siente que subió el precio de la nafta en el vecino país y la situación allí está cambiando.

A su entender, cualquier medida que se tome de este lado será paliativa, porque el problema está en Argentina. "Igual ya hay otro clima y se empieza a notar que la diferencia de precios es menor que el año pasado. No hay aluvión de personas que se van a comprar al vecino país medicamentos, productos de higiene personal, artículos de limpieza, o para ir a la peluquería o festejar cumpleaños", ejemplificó.

En el momento de la entrevista telefónica, Lestido estaba viajando hacia el este del país, con el objetivo de evaluar la situación de los comercios y servicios en esa zona.

"Hay mucha gente en Punta del Este, es difícil estacionar, aún es temprano para hablar con los hoteles, pero estamos evaluando ese tema", comentó.

Según datos del Ministerio de Turismo, durante el pasado mes de diciembre, ingresaron 804.769 turistas a Uruguay, lo que significó un aumento de 22,86 % interanual. En los primeros días de enero, Punta del Este se llenó de turistas, pero en otros departamentos costeros, como Canelones y Rocha, los operadores están

expectantes, dijo la cartera.

CRECE MERCADO DE COMPUTADORAS Y CELULARES USADOS **USADOS**  
EL EMPRESARIO 12-3

Año: CVI  
Número: 36906  
Montevideo  
VIERNES 3 DE MARZO DE 2024  
Depósito legal: n.º 21388  
64 páginas  
Precio: \$ 1.100,00

# EL PAIS

FUNDADORES: LEONEL AGUIRRE, WASHINGTON BELTRÁN Y EDUARDO RODRIGUEZ LARRETA  
DIRECTORES: IRIJA RODRIGUEZ LA FREIA, WASHINGTON BELTRÁN STORACE Y MARTIN AGUIRRE FIGUEROA



**Un viernes cargado.** Peñarol visita a Liverpool; Nacional recibe a Racing



**Enero-abril.** Exportaciones de bienes aumentan 5%

ECONOMÍA / A19

## Reabren caso Antel Arena y el ente pide más pericias

El fiscal Enrique Rodríguez continuará investigando; si archiva es definitivo

El fiscal Enrique Rodríguez definió la reapertura del caso Antel Arena en el que se demuestran presuntas irregularidades en la construcción del complejo durante la gestión del Frente Amplio. Ahora, será Rodríguez quien en recomienda investigación que su colega Alejandro Machado había resultado archivar. Rodríguez ya conoce parte

del caso porque fue el fiscal que comenzó la indagatoria; en febrero de 2023 fue trasladado a otra sede y la investigación la continuó Machado. Ante la solicitud de la defensa de Antel, que entabla el abogado Gustavo Bordes, la Justicia otorgó el reexamen. Allí Rodríguez revisó el expediente y determinó su reapertura. Al momento de so

**REACCIONES**  
**GURMÉNDEZ:** "NO SE FUE A FONDO"; **COSSE:** "ES CONTRA MÍ"

litar el reexamen, Antel argumentó dos cuestiones que corrieron en paralelo. Por un lado, advirtió que había fallado recolectar pruebas; y por otro, que entre la prueba recolectada, de la que según Machado "se desprenden" "desproporcionadas" en el proceso, en realidad surge que hubo delitos de abuso de funciones. Bordes propuso una

prueba para darle mayor credibilidad a una evidencia que tras la polémica en el ámbito político: el informe de Escovis sobre el caso del estadio multipropósito. El abogado pretende que un técnico calificado resuelva si está bien hecho o no. Podrían hacerlos técnicos del Instituto Técnico Forense o de alguna empresa. **NACIONAL / A2**

IMPUTADO

### Joven que incitó pelea masiva, a prisión

En una audiencia realizada anoche se formalizó la investigación contra Joel Chagas, un joven de 18 años vinculado a "la banda del Chepe", uno de los grupos que se enfrentó en una pelea multitudinaria en las alamedas del Nuevecentos Shopping. El ahora imputado apareció en un video en el que un hombre le preguntaba por los incidentes. Él contestó que lo hacían porque los del otro bando "son giles". "Nos vamos a matar a palo y a darles pistoletazo", expresó. El fiscal de Flagrancia de 5º Turro, Diego Pérez, solicitó la formalización por apología del delito, instigación a de linchaje, privación de libertad y violencia privada, todos en relación real. La juez Marcela Vargas dio lugar al pedido y 90 días en prisión preventiva. **NACIONAL / A3**

EN ESTE NÚMERO

**Lanzan "Pacto por la Patria"**  
La Cámara de Comercio presenta documento a los partidos políticos. **ECONOMÍA / A11**

**Mujica empezará radioterapia**  
Factores personales y técnicos descartan asistencia en el exterior. **NACIONAL / A5**



**REUNIÓN POR PLAGA DE LAS PALMERAS**  
Cita entre el MGAP y la Udelar. Hay seis zonas de Montevideo afectadas. **NACIONAL / A8**

**ÍNDICE**

Nacional	A2	Internacional	A6
Economía	A10	Fútbol	A6
Política	A12	100 del sector	B16
Opinión	A13	Especialización	B11
La última	A14	Cartelera TV	B13
Internacional	B1	Deportes	C

**EL TIEMPO**  
mié. 7° | 17° | Algodonados, polvinos, cielo nuboso.



### DELGADO: "UN SALTO CON GARANTÍA DE EQUILIBRIOS"

Álvaro Delgado reunió a la dirigencia que lo apoya en un parking donde puso en escena el poderío de quienes lo secundan y el pasaje a un segundo piso de transacciones. "Tengan claro los uruguayos que acá hay un equipo que está preparado,

probado y pronto para entrar a gobernar", dijo al cierre de su discurso. El precandidato, que reúne la mayor cantidad de respaldos en la interna blanca, presentó su programa de gobierno, compilado en 176 páginas, para el que trabajan 530 técnicos

"Este contrato nos genera un país de equilibrios donde no nos soltamos ni nos condicionamos en los extremos. Este es mi contrato con los uruguayos: el mejor programa del sistema político (...). Somos la garantía de ese país de equilibrios". **NACIONAL / A6**

REPORTAJE DEL BCU

### Crédito bancario llega a 30% del PIB

El crédito bruto del sistema bancario al sector no financiero (empresas y familias) alcanzó un tamaño en relación con la economía que no se veía desde el censo 2010. Según el Reporte del Sistema Financiero de 2023 del Banco Central, el crédito totalizó el 30,2% del Producto Interno Bruto (PIB). El mayor porcentaje de crédito anterior en relación con el PIB era el de fin de marzo de 2021 con 29,1%. En todo 2019 y a fin de 2018 el crédito sobre el PIB apenas superaba el 25%. Del total del crédito en 2023 (el equivalente a US\$ 23.374 millones), el 51,1% era en moneda nacional y el 49,9% en moneda extranjera. De los préstamos en moneda nacional, el 75% fue al sector familias. **ECONOMÍA / A10**

### Envían proyecto para morosos de la Caja Profesional

El Poder Ejecutivo remite iniciativa con facilidades de pago. Son dos regímenes especiales

La mejor forma de PLAN **LLAMAR, A MAMÁ** **160 GIGAS 30% OFF** primeros 4 meses

COMPRA	VENTA								
37,55	38,95	37,05	39,45	38,79	43,53	0,02	0,20	6,90	8,60

7 730399 820662

## “Este camino recién comienza y tenemos esta lucha que Pepe decidió dar”



Pág. 3

La médica personal de José Mujica, Raquel Pannone, brindó una conferencia dónde dio detalles sobre el tratamiento que se le realizará al expresidente por su cáncer de esófago. En un comienzo se aplicará radioterapia por unos 40 días.

## Raffo propone crear 15 mil puestos de trabajo con exoneración de aportes personales y patronales

La precandidata nacionalista participó de los desayunos de ADM. Dijo que su propuesta de exoneración de aportes al BPS para sueldos menores a 30 mil pesos tiene un costo de 40 millones de dólares “que estamos dispuestos a invertir”



Pág. 4



La Cámara de Comercio llama a precandidatos a realizar un “Pacto por la Patria”

(pag 5)

Dan por finalizado el “evento sanitario” de encefalomiélitis equina: murieron casi 350 caballos

(pag 6)

Asociación de Magistrados denuncia “pesquisas secretas” contra familia de jueza que condenó a represor de la dictadura

(pag 2)

“Viviendo en Beijing entendí que en realidad no sabía mucho de Beijing” por Heidi Esteves, enviada de Grupo R Multimedia a China

(pag 16)

Viernes a puro fútbol: Liverpool-Peñarol a las 15.00 y Nacional-Racing a las 20.00

(pag 13)

## PORTO SALTO

CAMBIO - COBRANZAS - PAGOS



### FINACAM

SERVICIOS FINANCIEROS

#### COTIZACIÓN DE MONEDA

	COMPRA	VENTA
DOLAR	38,00	40,40
EURO	40,23	45,08
PESO ARGENTINO	0,02	0,20
REAL	7,45	9,15

Uruguay 622 - Tel. 47338245 - Salto

### “Les queda menos tiempo para irse”

Un episodio de inseguridad causó la furia del intendente de Salto y precandidato a la Presidencia de la República, Andrés Lima, quien cruzó a las autoridades y fundamentalmente al ministro del Interior, Nicolás Martinelli. Fue asaltado un comité de base del ENFA en el Cerro de Montevideo. Exclamó que a esta sucesión de incompetentes les queda menos tiempo para irse, y eso nos deja tranquilos”. *(Más información en página 3).*

### Ballet del Sodre en el Larrañaga

El Ballet Nacional Sodre realizará la Gira Nacional presentando «La fille mal gardée» en Lavalleja, San José, Soriano, Salto, Paysandú, Canelones, Artigas, Rivera y Durazno. En Salto la única función será el lunes 11 de marzo a las 20 horas en Teatro Larrañaga, donde las entradas tendrán un costo de \$500 y estarán a la venta en el mismo Teatro. *(Más información en página 7).*

Último trimestre de 2023

## Comercio y servicios registró una caída de 1.4% en las ventas



La actividad comercial y de servicios tuvo una nueva caída en el último trimestre de 2023 en un escenario que presentaba una tendencia descendente, según los últimos datos presentados por la Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay. “La relativa buena noticia es que ese escenario de caída es de menor magnitud del 1.4% para el último trimestre del año”, afirmó Ana Laura Fernández de Estudios Económicos de la Cámara de Comercio. En

todo el 2023, la caída en el sector fue en el entorno del 2%. Fernández sostuvo que el escenario de caída generalizada a nivel de rubros, siendo que las empresas del litoral y centro del país son las que sufren el mayor impacto por la menor actividad comercial. Sin embargo, según la Cámara de Comercio, la zona costera presenta crecimiento en el último cuatrimestre de 2023. *(Más información en página 11).*

¡CONSEGUÍ TU CUPÓN Y PARTICIPÁ!

### DARREDO GARAGE VARELA

TODAS LAS MEDIDAS EN CÁMARAS DE AIRE

Varela 835 - Consultas: 099 738 216

### RINDEPLUS

- \* MÁXIMO RENDIMIENTO
- \* CONCENTRADO PARA DILUIR
- \* INTERIOR Y EXTERIOR

RENDIMIENTO 20mts<sup>2</sup> POR LITRO POR MANO

ABRIMOS DE:  
LUNES A VIERNES 8:15 A 12:15 / 14:30 A 18:30  
SABADO 8:00 A 13:00

REPARTO A DOMICILIO EN EL DÍA

RECUBRIMIENTO ACRÍLICO SÚPER CONCENTRADO PARA PAREDES INTERIORES Y EXTERIORES. SU PELÍCULA FORMA UNA BARRERA CONTRA EL DESARROLLO DE HONGOS, ES LAVABLE Y DE EXCELENTE PODER CUBRITIVO. ES MUY FÁCIL DE APLICAR Y PRESENTA MÍNIMO SALPICADO.

FERRERÍA MARCOS

ELBEX

FERRERÍA MARCOS 099733328 4733 8555 MONTEVIDEO EDL. ARTIGAS

+ 24

COMUNICACIÓN GRATIS

Durante la internación.

Otro de los treinta y dos beneficios que gozan los socios por pertenecer al UdeR.

Informes y reservas: 473 25607.



Asisper®