



**Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay**

INFORME DE ACTIVIDAD Tercer Trimestre 2024

Resumen Ejecutivo

2024

Resumen Ejecutivo III Trimestre 2024

La actividad del sector Comercio y Servicios creció nuevamente en el tercer trimestre del año, con una variación interanual positiva de 4,5% en las ventas reales. Este resultado coincide con el desempeño favorable del sector registrado a lo largo de los meses transcurridos del presente año, alcanzando sucesivos períodos de crecimiento (4,1% en el primer trimestre y 2,4% en el segundo trimestre).

Para este informe se obtuvieron respuestas de 390 empresas que ocupan a 7.572 trabajadores en 662 locales, localizadas a nivel de todo el país.

Durante este período, la aceleración en el crecimiento observado en comparación con el trimestre anterior estuvo acompañado por un aumento en el índice de difusión por rubros, que alcanzó un 57% (frente al 47% registrado previamente), lo cual significa que de los 14 rubros relevados 8 se encuentran en fase expansiva. Este índice se ha mantenido, en promedio, por encima del 50% en el presente año, contrastando con los promedios de los años anteriores 2022 y 2023, cuando promedió apenas 33%. Los rubros Materiales de construcción, pinturerías, ferreterías, Indumentaria, Informática, Restaurantes y confiterías, Supermercados, así como Vehículos, repuestos y combustible, mostraron crecimiento durante los tres trimestres transcurridos de este año.

En cuanto al índice de difusión por empresas, éste también creció en relación con el registro previo, alcanzando el valor de 52%. Lo cual se traduce en que 5 de cada 10 empresas encuestadas reportaron un incremento en sus ventas, mientras que los 5 restantes experimentaron una caída o un estancamiento en sus volúmenes de venta en la comparación interanual.

En el sector Comercio, las ventas experimentaron un nuevo incremento tanto en Montevideo como en el Interior, con aumentos de 4,8% y 5,3%, respectivamente. Por su parte, las ventas del sector Servicios registraron un crecimiento de 0,5% en Montevideo y de 4,0% en el Interior. En ambos casos, la mayor aceleración de crecimiento se registró en las empresas localizadas en el Interior.

A nivel de rubros, entre los que aceleraron su ritmo de crecimiento durante el tercer trimestre, se destacan: Supermercados (3,5%), Indumentaria (18,6%, que ya venía creciendo a un ritmo elevado) y Restaurantes y confiterías (5,5%). Por su parte, el rubro Cuidado personal, que había experimentado registros de caídas y bajos niveles de crecimiento en trimestres anteriores, alcanzó en este período un incremento significativo, en el orden del 12,0%.

En contraste, las ventas reales de Electrodomésticos (-4,9%), Muebles y accesorios del hogar (-3,5%) y Ópticas (-4,7%) disminuyeron nuevamente, alcanzando así varios trimestres consecutivos de contracción. Por su parte, el rubro Hoteles si bien se mantiene en fase recesiva, cae de forma más moderada que lo hizo en el trimestre previo, manteniéndose en un relativo escenario de estabilidad respecto al año anterior.

En el trimestre de análisis, tal como se mencionó, Supermercados creció 3,5%, alcanzando un mejor desempeño de sus ventas si se compara con el período anterior cuando creció 1,9%. Minimercados, en cambio, volvió a registrar una caída de sus ventas (-1,2%), luego de haber crecido en el primer y segundo trimestre de 2024.

En el caso del rubro Restaurantes y confiterías (crecimiento de 5,5% respecto al tercer trimestre de 2023), no sólo alcanzó una tasa de variación positiva mayor a la de los trimestres previos, sino que

además es el mayor registro que alcanza el rubro desde el primer trimestre del año 2022 (rebote post pandemia).

Al observar cómo se comportaron las ventas según el tamaño de las empresas durante el tercer trimestre del año, surge que nuevamente se correlacionaron positivamente con su tamaño. En efecto, las grandes empresas fueron las que mostraron un desempeño más favorable, con un crecimiento de 6,0%, un registro incluso mayor al observado en trimestres previos. Las medianas también mostraron un avance de importancia (4,5%), al igual que las pequeñas que crecieron, pero a niveles más moderados (1,3%). Por su parte, las microempresas volvieron a caer (-0,9%), aunque a un ritmo menor respecto a los trimestres previos.

De acuerdo con la localización geográfica de las empresas, nuevamente todas las regiones analizadas alcanzan guarismos positivos durante este período. Se destaca la región de Montevideo, y en el interior la región Costa y el Litoral, donde las ventas no sólo crecieron, sino que se aceleraron en forma notoria respecto al período previo. En concreto, estas dos últimas regiones fueron las que mostraron los mayores registros (6,7% y 4,1% respectivamente), convalidando la performance de los trimestres anteriores. Las regiones Centro y Noreste del interior del país, mostraron crecimientos menos significativos, incluso desacelerándose respecto al segundo trimestre del año.

A partir de estos resultados, las expectativas para el cierre del año mejoraron respecto a los registros previos, en esta oportunidad el 46% de los empresarios prevé un incremento en sus ventas (y sólo un 14% espera una caída de sus ventas en el cuarto trimestre del año), mientras que en el período anterior el 34% de las empresas proyectaba un crecimiento en su nivel de ventas. Asimismo, las expectativas de rentabilidad para el presente año también experimentaron un avance significativo, aumentando de 57 puntos en el trimestre anterior a 64 en el actual. Y con una mirada de más largo plazo, las proyecciones de rentabilidad para el próximo año también mostraron una mejora, aunque de forma más moderada.

En esta oportunidad, se incorpora una consulta adicional a las empresas encuestadas, respecto a las perspectivas para el cierre de año en relación con el comportamiento de la próxima temporada turística 2024/2025, desde un punto de vista cualitativo. En concreto, se les consultó a las empresas si podían evaluar sus expectativas respecto a los resultados de la próxima temporada turística, considerando cantidad y gasto de turistas en nuestro país. En el total de las respuestas obtenidas predomina la opción “Moderadamente positivas (se espera una mejora con respecto a la temporada anterior, pero sin ser extremadamente favorable)” con un guarismo del 43%. Por su parte, el 13% contestó “Muy positivas” (se anticipa un crecimiento significativo en el volumen de turistas y gasto en el país). Es decir, 6 de cada 10 empresas tienen expectativas positivas respecto a la próxima temporada turística (56%).

Asimismo, un 41% establece que las perspectivas respecto a la temporada turística son “Neutras (no se esperan cambios significativos en comparación con la temporada anterior)” y solamente un 3% de las empresas tienen expectativas negativas (las expectativas son reducidas debido a los altos niveles de incertidumbre en la región, en particular Argentina).

En relación con el impacto del comportamiento de la próxima temporada turística sobre el nivel de ventas de su empresa, el 43% de las empresas consultadas entiende que será neutro (no esperan cambios significativos en comparación con la temporada anterior y los resultados en su empresa), seguido de un 27% que establecen que no habrá impacto del turismo en los resultados de las ventas de su empresa.

En contraposición, el 22% de las empresas establece un impacto moderadamente positivo y el 5% muy positivo, es decir el 27% de las empresas esperan una mejora en los volúmenes de venta en relación con la mayor llegada de turistas al país, respecto a la temporada anterior.