

EDIFICIO  
BOLSA DE COMERCIO

# INFORME DE ACTIVIDAD

Resumen Ejecutivo

TERCER TRIMESTRE 2025



Cámara  
de Comercio  
y Servicios  
del Uruguay

### **Resumen Ejecutivo III Trimestre 2025**

La actividad del sector Comercio y Servicios registró un crecimiento interanual de 1,5% en el tercer trimestre de 2025, encadenando su séptimo trimestre consecutivo de expansión. No obstante, el ritmo de crecimiento nuevamente se moderó respecto a trimestres previos, cuando las tasas se ubicaban por encima del 2%.

El relevamiento se elaboró a partir de respuestas de 360 empresas, que emplean a 12.505 trabajadores en 724 locales distribuidos en todo el país.

En el período, 9 de los 14 rubros registraron aumentos en sus ventas reales (mientras que los 5 restantes se encuentran en fase de contracción), resultando en una suba del índice de difusión por rubros a 64%, del 46% alcanzado en el período anterior. De igual manera, el índice de difusión por empresas se incrementó de 32% a 45%, de modo que 5 de cada 10 empresas reportaron una mejora interanual, mientras que las restantes o bien registraron caída o estancamiento en sus volúmenes de ventas en la comparación interanual.

Las ventas del sector Comercio crecieron 1,9% en Montevideo, pero retrocedieron -0,2% en el Interior, revirtiendo la tendencia positiva que este último mostraba desde fines de 2023. En el sector Servicios, las ventas disminuyeron tanto en Montevideo (-1,4%) como en el Interior (-1,1%), extendiendo la caída que ya se observaba en la capital en el período previo.

Por rubros, destacaron los avances de Informática (15,4%), Hoteles (5,0%) e Indumentaria (3,7%), los cuales se mantuvieron en fase de crecimiento respecto a los períodos previos. Si bien Informática mostró una aceleración significativa, Hoteles se desaceleró con fuerza respecto al 12,5% del segundo trimestre. El rubro Supermercados también volvió a crecer (1,2%), aunque lo hizo a una tasa menor que la registrada en el trimestre anterior. También mejoraron rubros que se encontraban bajo un escenario negativo, como Materiales de construcción, Ferreterías y Pinturerías, Electrodomésticos y Vehículos y repuestos automotores.

En contrapartida, se profundizaron las caídas en Restaurantes y confiterías (-7,9%), Minimercados (-3,1%), Muebles y accesorios del hogar (-2,4%) y Cuidado Personal (-1,9%), que ya habían registrado retrocesos en el trimestre anterior.

Por tamaño de empresa, la expansión continuó concentrándose en las medianas y grandes, con crecimientos de 0,9% y 2,0% respectivamente. Las pequeñas y micro empresas volvieron a mostrar caídas (-0,7% y -4,5% respectivamente), aunque más moderadas que en el segundo trimestre, y con mejoras en sus índices de difusión.

Durante el tercer trimestre las ventas de las distintas regiones consideradas mostraron resultados mixtos. Montevideo mostró un mejor desempeño (1,7%) que el Interior (-0,4%). Se destacaron contracciones en el Interior-Centro (-4,0%) y en la Costa (-1,6%), mientras que el Litoral revirtió caídas anteriores con un leve crecimiento de 0,7%. El Noreste mantuvo una dinámica positiva, siendo la región del interior de mejor desempeño con un incremento interanual de sus ventas de 5,9%.

En esta oportunidad, se consultó a las empresas respecto al comportamiento de los niveles de rentabilidad alcanzados en su empresa en lo que va del año 2025, en comparación con el mismo período de 2024. El 43% de las empresas indicó estabilidad, mientras que un 38% reportó un deterioro frente a 2024 y sólo un 17% un incremento. Entre quienes vieron su rentabilidad caer o mantenerse

estable, los factores que incidieron en mayor medida a estos resultados fueron el informalismo (26%) y una competencia más agresiva o precios del mercado a la baja (21%).

Una segunda consulta que se le realizó a los empresarios fue acerca de las expectativas sobre la temporada turística 2026 y su impacto en el comportamiento de las ventas. El 61% espera un impacto neutral, mientras que el 20% anticipa un efecto positivo sobre sus ventas y otro 8% un impacto bajo en sus ventas.

El índice de difusión esperado por empresas para el cuarto trimestre se ubicó en 36%, por encima del 31% que fue previsto para el tercero, aunque de menor magnitud respecto al índice efectivo del presente trimestre (45%). Por su parte, la propensión a contratar personal, a invertir o a comprar insumos mostró un avance marginal, y pasó de 54 a 55 puntos, mostrando condiciones similares a las analizadas en informes anteriores, es decir, estancamiento o muy leve propensión positiva de la demanda prevista de dichos recursos por parte de las empresas para los próximos trimestres.

A modo de resumen, el tercer trimestre de 2025 confirmó que el sector Comercio y Servicios continúa en expansión, aunque con un ritmo más moderado y heterogeneidad creciente entre rubros, tamaños de empresa y regiones. La mejora en los índices de difusión sugiere una recuperación más extendida, pero persisten desafíos relevantes: cierta debilidad del Interior, la presión competitiva a nivel de empresas, la competencia desleal, las dificultades de las micro y pequeñas empresas y la caída en el sector Servicios (explicada en gran parte por el resultado del rubro Restaurantes y Confiterías). Las expectativas para el cierre del año muestran un leve repunte, aunque prevalece la cautela, en un contexto donde la dinámica del consumo y la temporada turística serán claves para sostener la actividad en los próximos meses.