

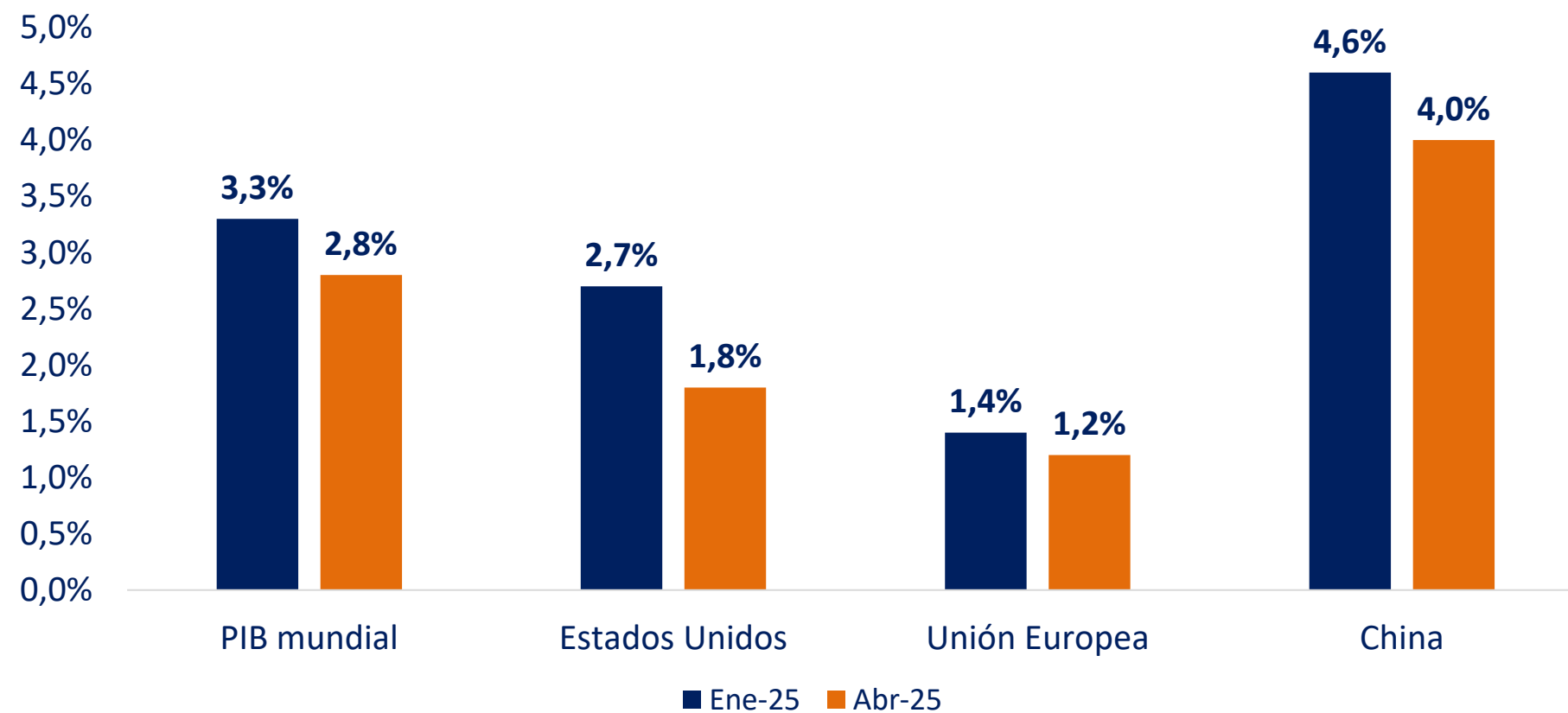
ANÁLISIS DE COYUNTURA ECONÓMICA

Sector Comercio y Servicios
Primer Trimestre 2025



Cámara de Comercio y
Servicios del Uruguay

Proyecciones de crecimiento PIB 2025
Var. promedio anual

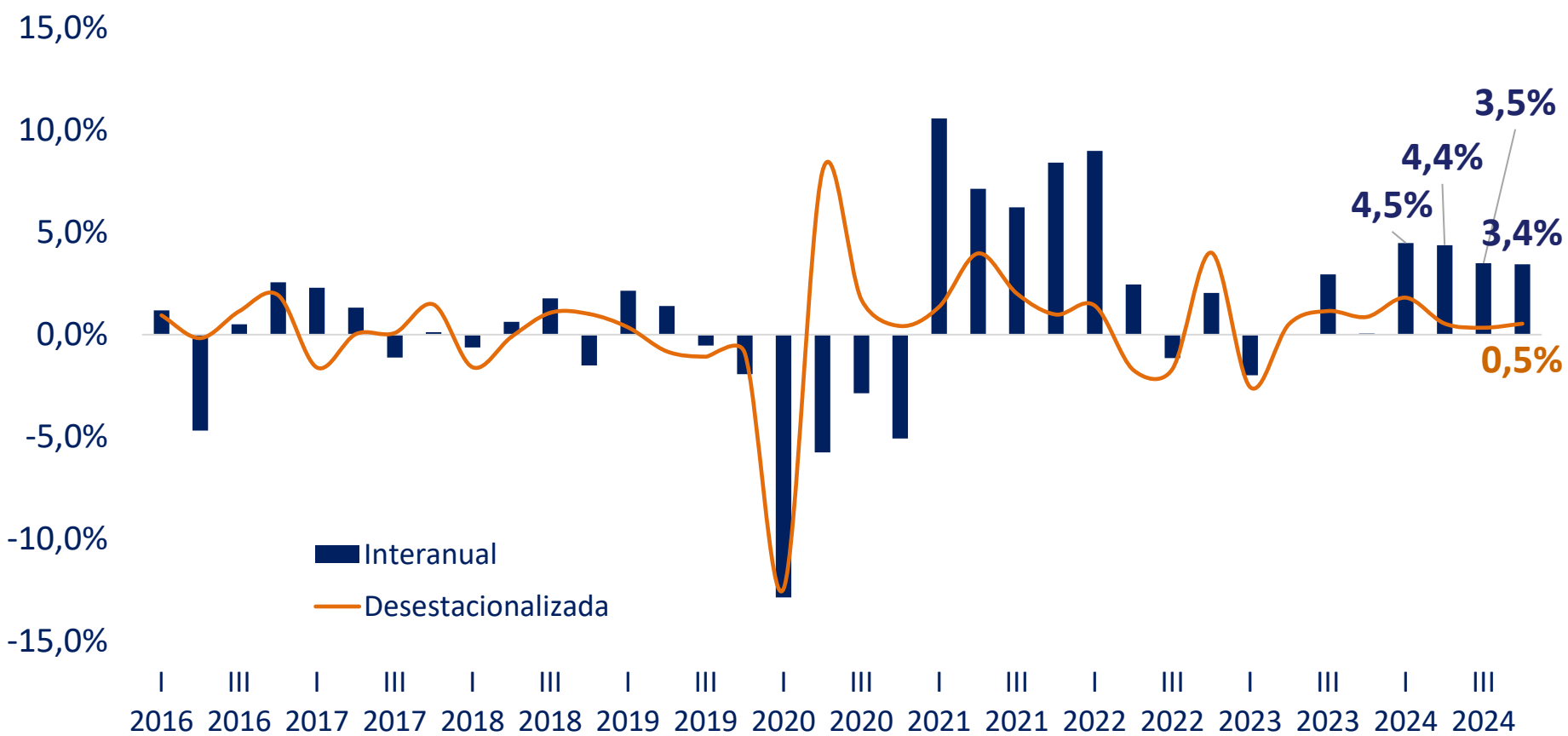


- En 2024, el crecimiento mundial fue estable pero débil.
- A inicios de 2025, el contexto cambió drásticamente por nuevas medidas arancelarias de EE.UU. y contramedidas de sus socios comerciales.
- El 2 de abril, EE.UU. impuso aranceles casi universales, llevando las tasas a niveles no vistos en 100 años.
- El shock arancelario y la incertidumbre política han afectado negativamente las perspectivas económicas globales.
- Se ajustaron a la baja las proyecciones del crecimiento mundial a 2,8% en 2025 y 3,0% en 2026.
- Estos valores se sitúan muy por debajo del promedio histórico (3,7%).

- Contexto global de **incertidumbre y afectación del crecimiento mundial** por anuncios proteccionistas de Estados Unidos. Se encarecen insumos, interfiere en cadenas globales y reduce la eficiencia.
- Pese a señales de deterioro, la inflación en EE. UU ha cedido (2,3%): **relajación monetaria** podría llegar en la segunda mitad del año. **Buena señal para Uruguay.**
- **Commodities**: si bien el contexto externo no es favorable, por el momento no se registran caídas fuertes en precios relevantes para nuestra matriz exportadora.
- Riesgos relacionados con los aranceles parecen ser más moderados, **China** incluso podría registrar en los próximos meses revisión al alza de sus proyecciones de crecimiento.
- Reacción de la **Unión Europea**, liderado por Alemania. Solidez democrática, nuevo plan de Defensa, recuperación económica.

- **ARGENTINA:** ajuste fiscal, acuerdo con el FMI, levantamiento del cepo. Superávit fiscal, Inflación anual: 43%, Variación del tipo de cambio: blue -8% (\$ 1.185), oficial: +3% (\$1.201)
- **2025:** se proyecta una expansión del PIB de 5,5%, impulsado principalmente por el consumo y la inversión, en un entorno marcado por la continuidad del proceso desinflacionario y disciplina fiscal-monetaria.
- **DESAFÍOS:** mantener el equilibrio fiscal en año electoral y normalizar el mercado cambiario. Continuar con la estabilidad macroeconómica para atraer mayor inversión (14,4% PIB).
- **BRASIL:** políticas económicas más restrictivas y un entorno global menos favorable probablemente pesen sobre el crecimiento, especialmente en 2026. (2025: 2,1%, 2026: 1,6%).
- **2025:** Riesgos fiscales persisten, pero en menor magnitud (DF: -7,8%), es esperable que la inflación modere gradualmente (Inflación 5,5%), se anticipa el fin del ciclo del endurecimiento monetario, el real ha continuado apreciándose en los últimos meses, revirtiendo parte de las pérdidas sufridas en 2024 (R\$ 5,59).

Producto Interno Bruto Base 2016=100



- En los primeros tres meses del año, el PIB creció 3,4% respecto al mismo período de 2024. En **términos desestacionalizados** presentó un **crecimiento de 0,5%** respecto al cuarto trimestre de 2024.

PIB 2025*: 2,0% PIB 2026*: 1,8%

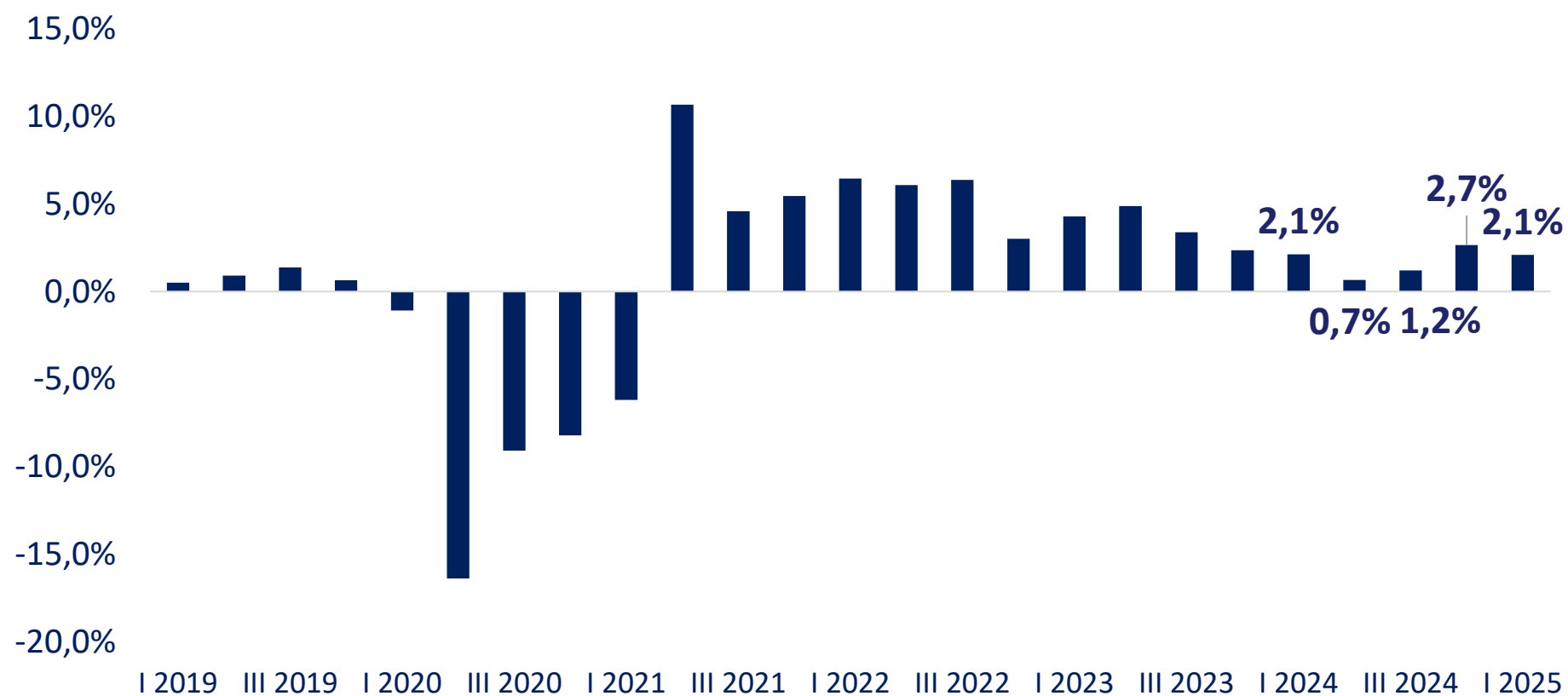
- **CRECIMIENTO SE MODERA tras rebote del año 2024: proyecciones ajustan a la baja.**

PIB - perspectiva de la oferta Variación interanual del IVF I trim. 2025/2024

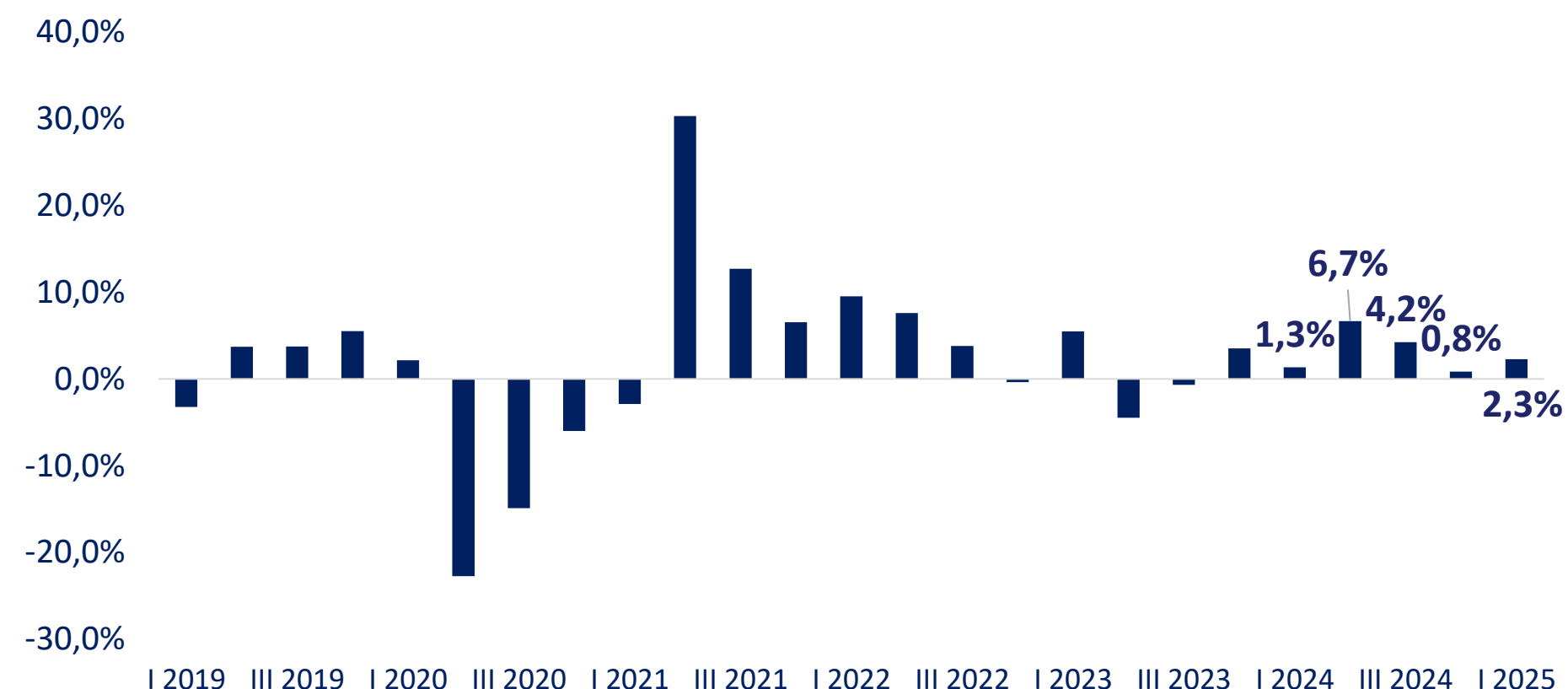


- *La puesta en funcionamiento de la refinería de ANCAP, incide en los resultados de la industria (efecto base). Aunque la industria también crece sin contar con la refinería (+9%).*
- *Temporada Turística 2025 vs 2024, también es un factor que incide en los resultados del primer trimestre del año.*
- *Ambos efectos no estarán presentes durante los próximos períodos....*

Consumo Privado Base 2016=100



Comercio, Alojamiento y Suministro de Comidas y Bebidas Base 2016=100



- **CONSUMO PRIVADO:** creció **2,1%** en el primer trimestre del año impulsado por el gasto en vestimenta, vehículos y otros bienes de consumo importados y servicios de enseñanza.

- El crecimiento de **2,3%** interanual del Comercio se explica principalmente por **dos factores:**

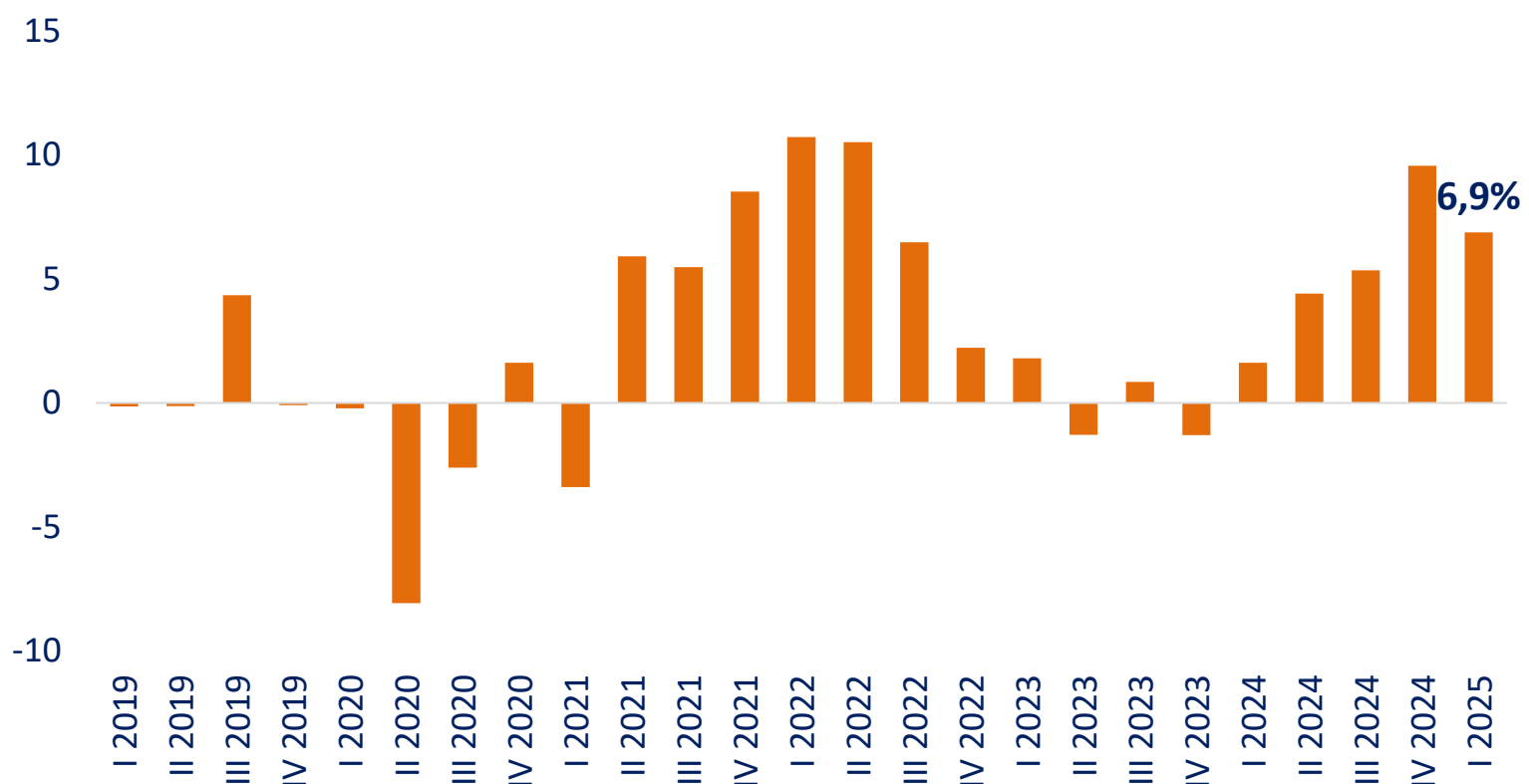
- En cierta medida fue contrarrestado por menores niveles de gasto de turistas en el exterior.

- Desempeño positivo de los **servicios de alojamiento y suministro de comidas y bebidas**, impulsado principalmente por la **demand** de turistas y en menor medida por los hogares.

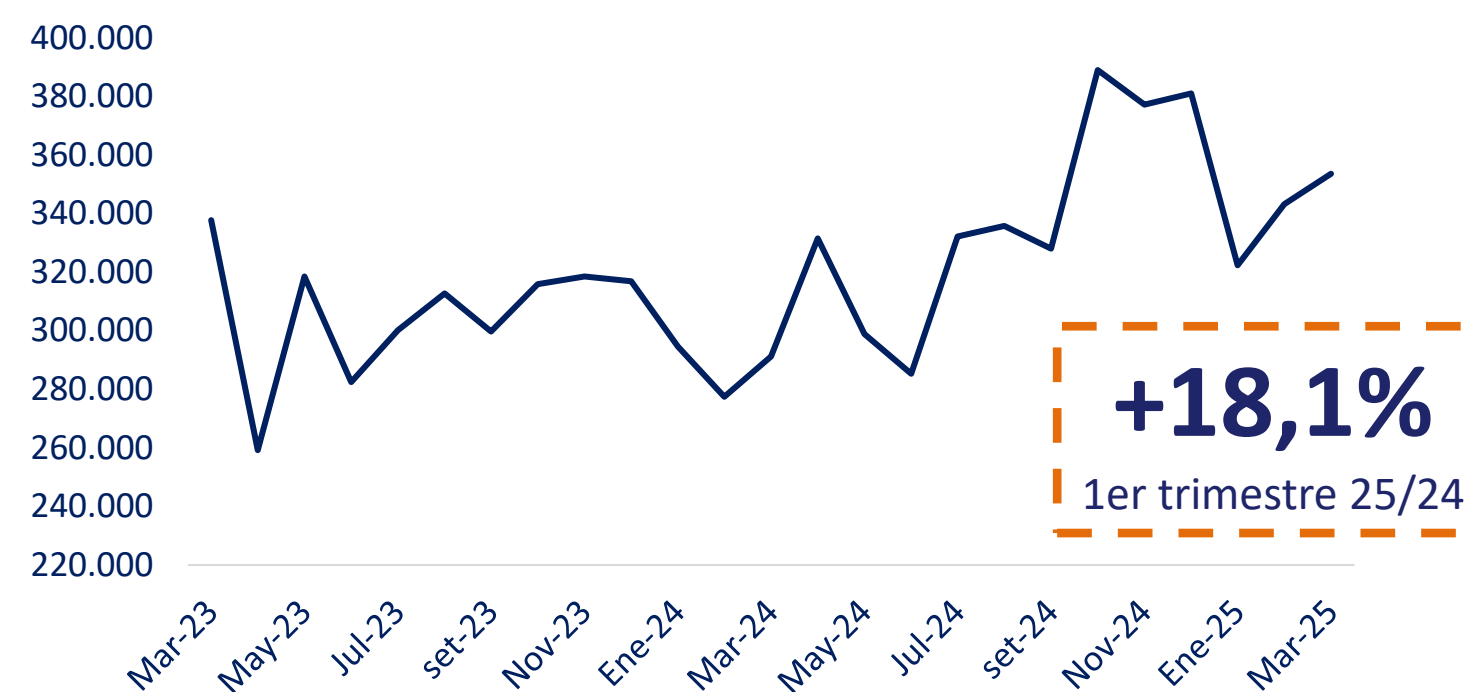
Fundamentos del Consumo privado pierden dinamismo, especialmente durante la segunda mitad del año
2025*: 1,5%

- Mayor comercialización de **vehículos, textiles y otros bienes de consumo duraderos.**

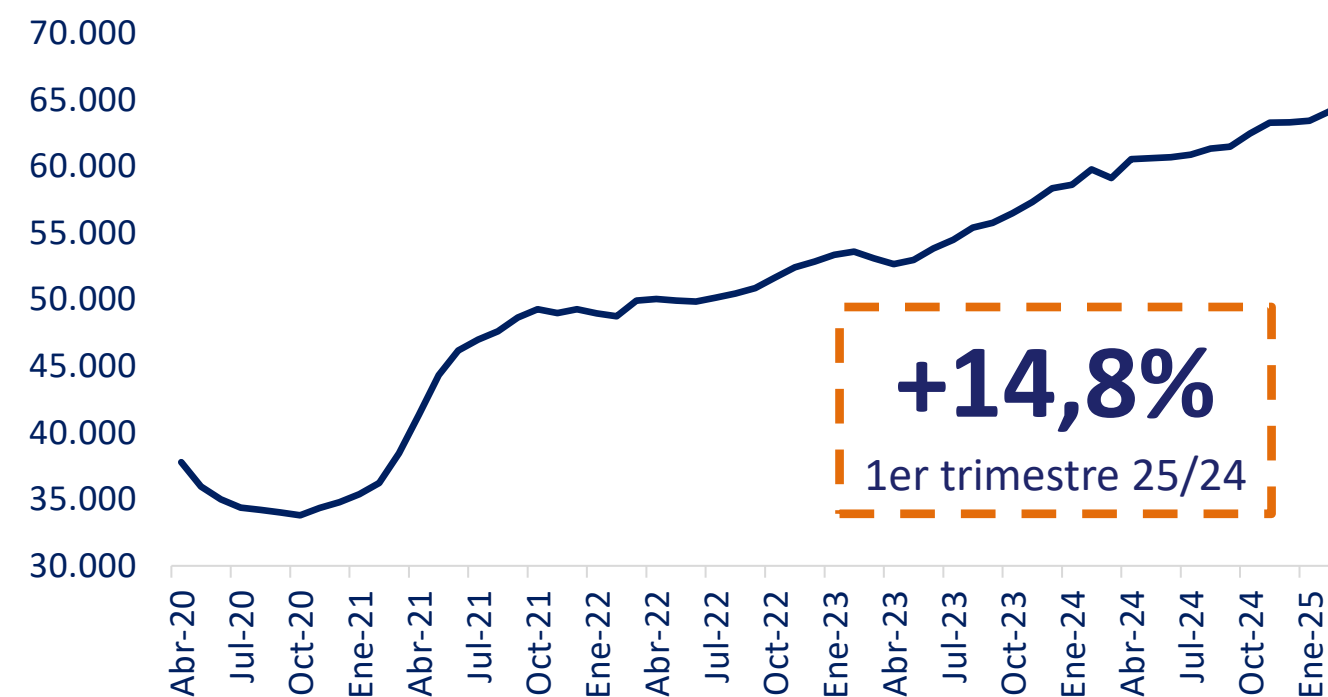
Recaudación IVA interno
Variación interanual en pesos constantes (en %)



Importaciones de bienes de consumo
Datos mensuales en miles de dólares



Comercialización de vehículos livianos y comerciales
Unidades vendidas año móvil



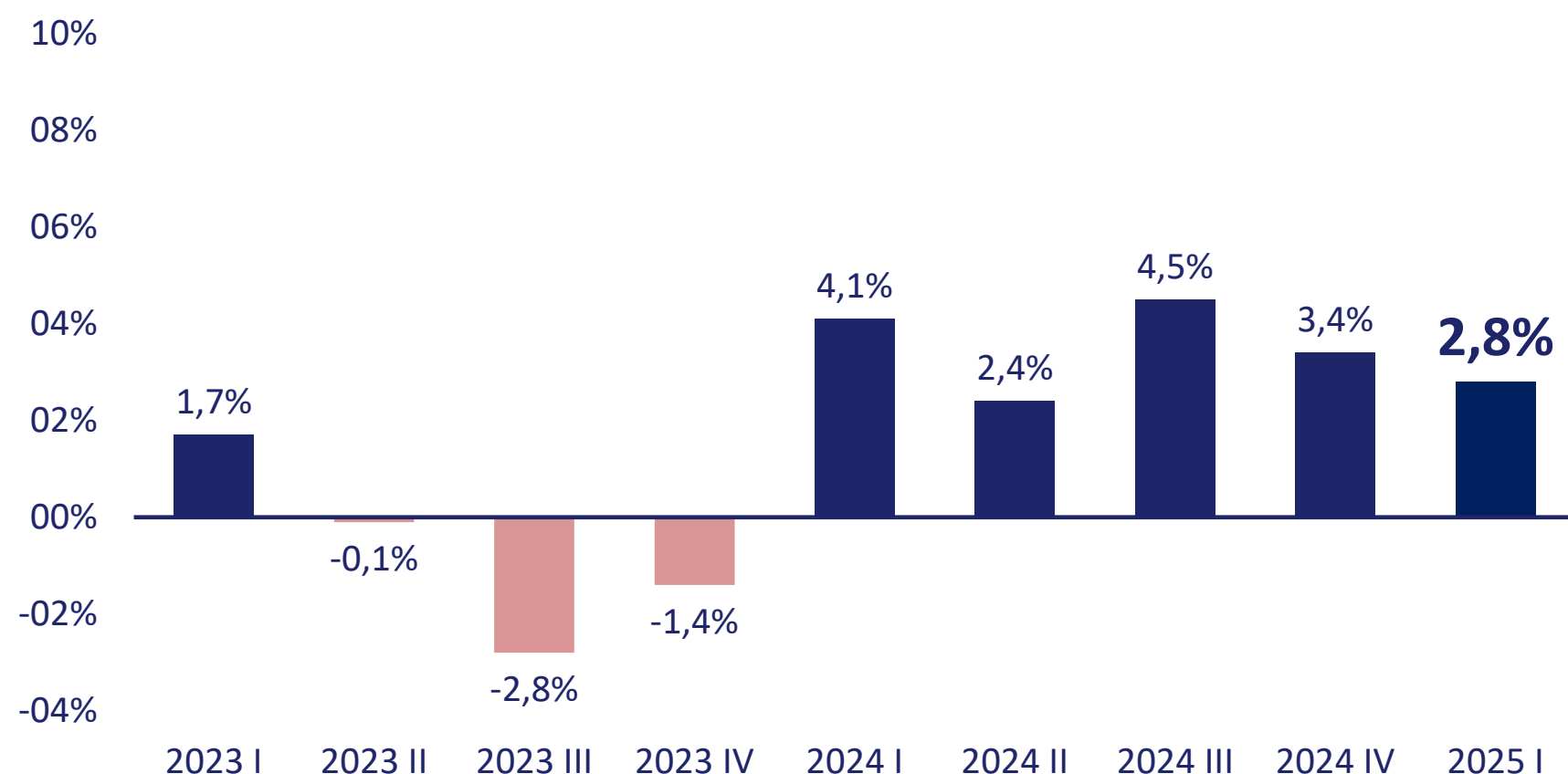
Ventas reales interanuales

| Vehículos, Repuestos Automotrices, Combustible | |
|--|------|
| II 2024 | 0,7% |
| III 2024 | 0,2% |
| IV 2024 | 7,5% |
| I 2025 | 4,4% |

- La recaudación del IVA interno mantuvo su dinámica positiva en los últimos meses, registrando un incremento interanual de **6,9% en términos reales durante el primer trimestre del año.**

- Por su parte, en los meses **enero-marzo** de este año se vendieron **15.477** vehículos livianos y comerciales, **casi 2000 unidades más que el mismo trimestre de 2024.**

Tasa Variación Trimestral - Ventas Reales
Comercio y Servicios



- ✓ **14 rubros**
- ✓ **222 empresas**
- ✓ **617 locales**
- ✓ **16.432 trabajadores**

- *La actividad del sector **Comercio y Servicios** inició el año 2025 con un **crecimiento interanual de 2,8%** en sus ventas reales durante el período **enero-marzo**.*
- *De esta manera, la actividad del sector alcanza el **quinto trimestre consecutivo de expansión**, aunque a **menor ritmo respecto a los períodos previos**.*

Primer trimestre 2025

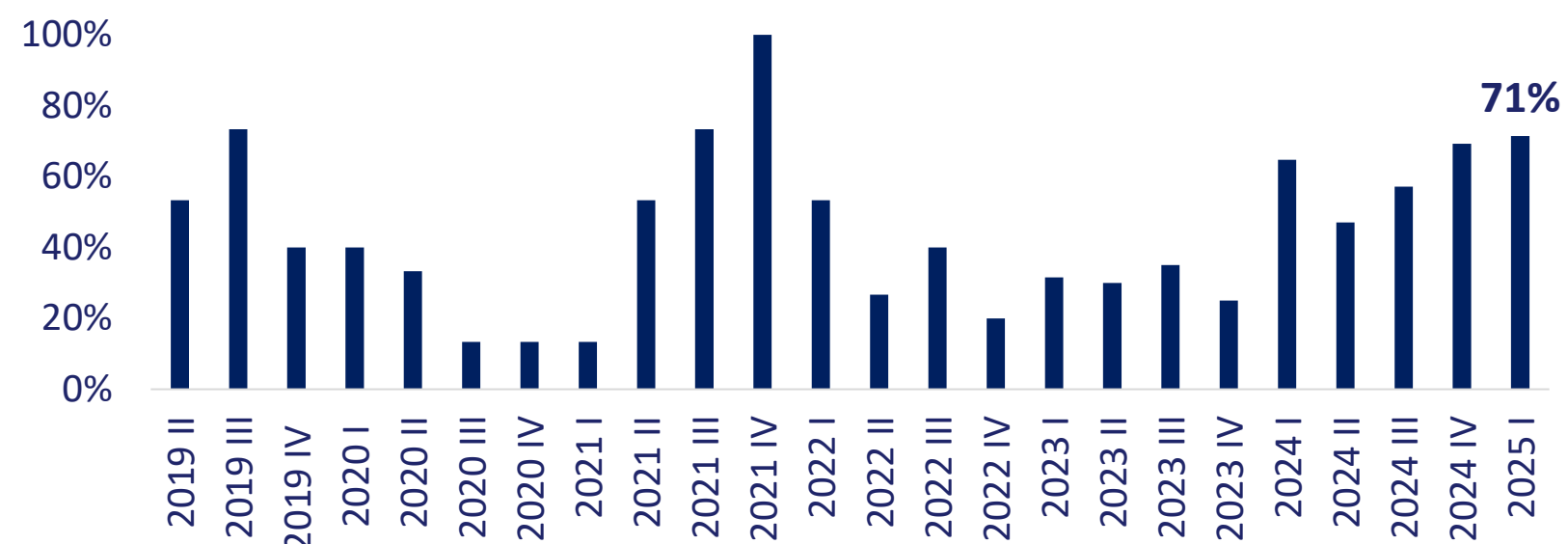
COMERCIO

2,8%

SERVICIOS

-0,5%

Comercio y Servicios
Índice de Difusión por Rubros



- *Estos resultados, responden principalmente al incremento de ventas en la mayoría de los rubros relevados.*
- *El índice de difusión por rubros alcanzó su **máximo valor** desde el último trimestre del año 2021.*

- *De los 14 rubros relevados, **10** de ellos experimentaron un **aumento de sus ventas reales**.*

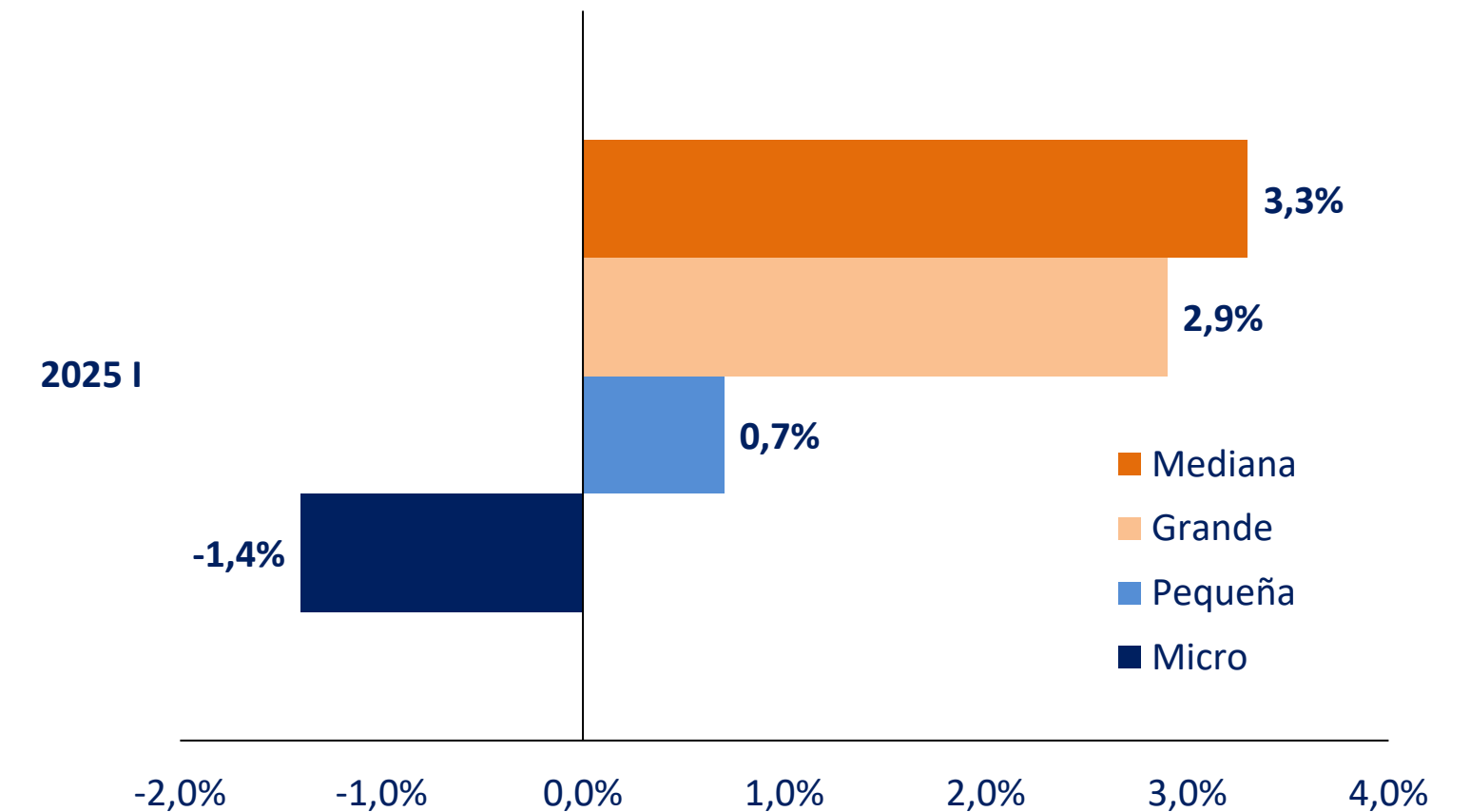
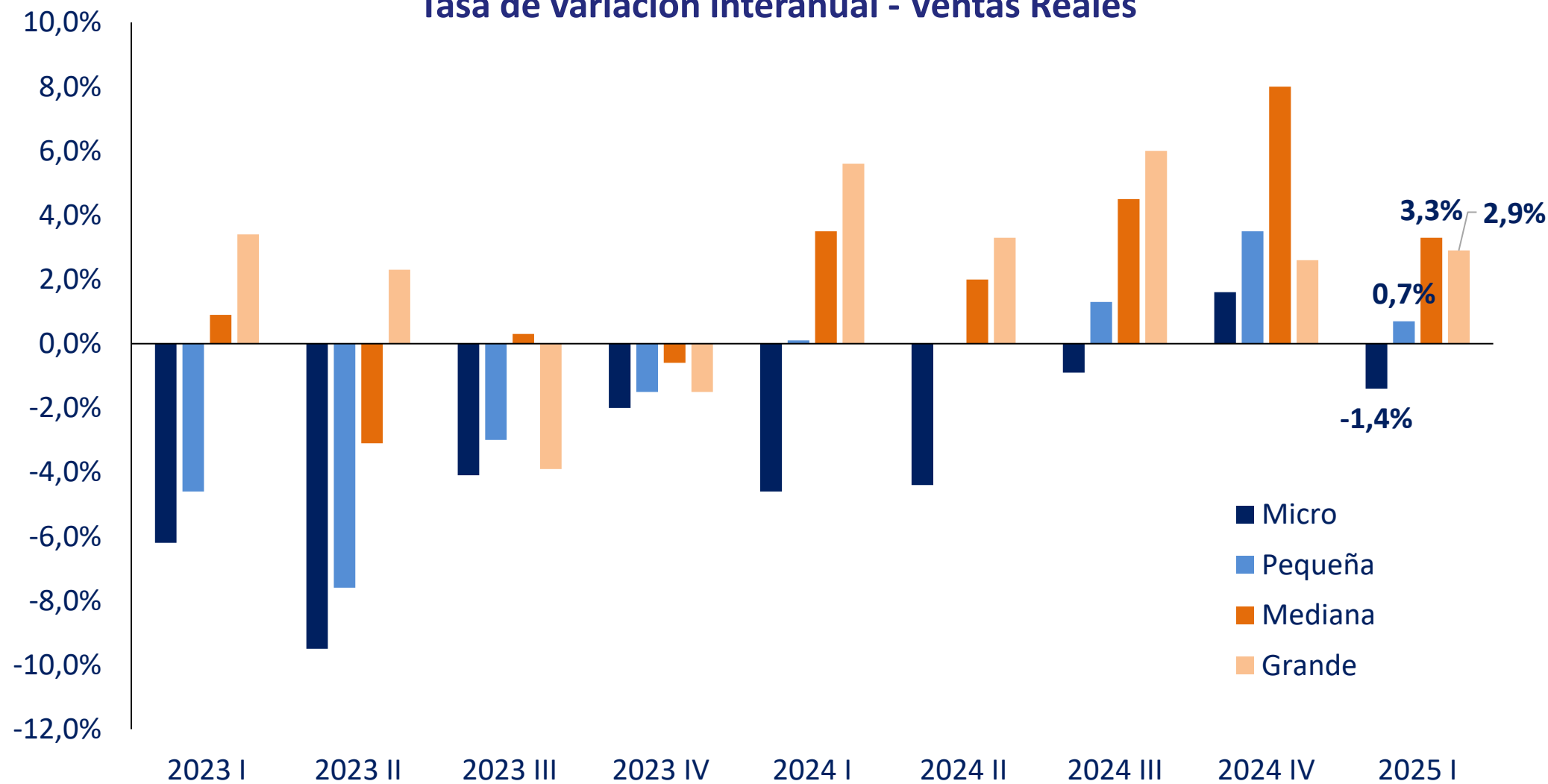


**ÍNDICE DIFUSIÓN
POR EMPRESAS**

48%

- *La **mitad** de las empresas reportaron un **incremento en sus ventas**, mientras que **la otra mitad evidenció una caída o estancamiento** en comparación con el mismo período del año anterior.*

Tamaño de Empresa
Tasa de variación interanual - Ventas Reales

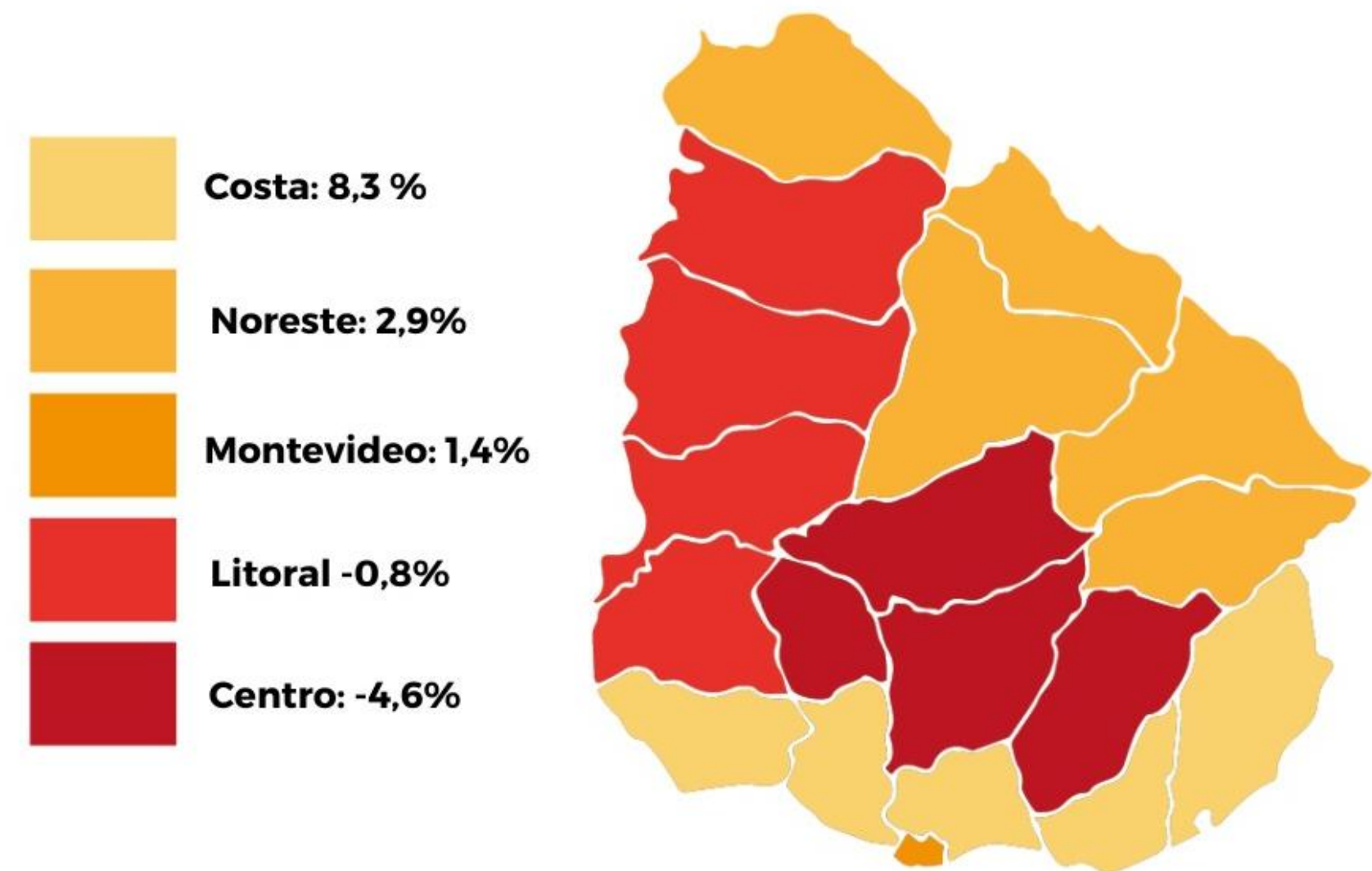


- *En el primer trimestre del año, las **micro empresas** no lograron mantenerse bajo un escenario **positivo**.*

- *Excepto las **micro**, el resto mostraron **tasas positivas de variación**, donde las **medianas** empresas destacaron con un incremento de sus ventas de **3,3%**.*

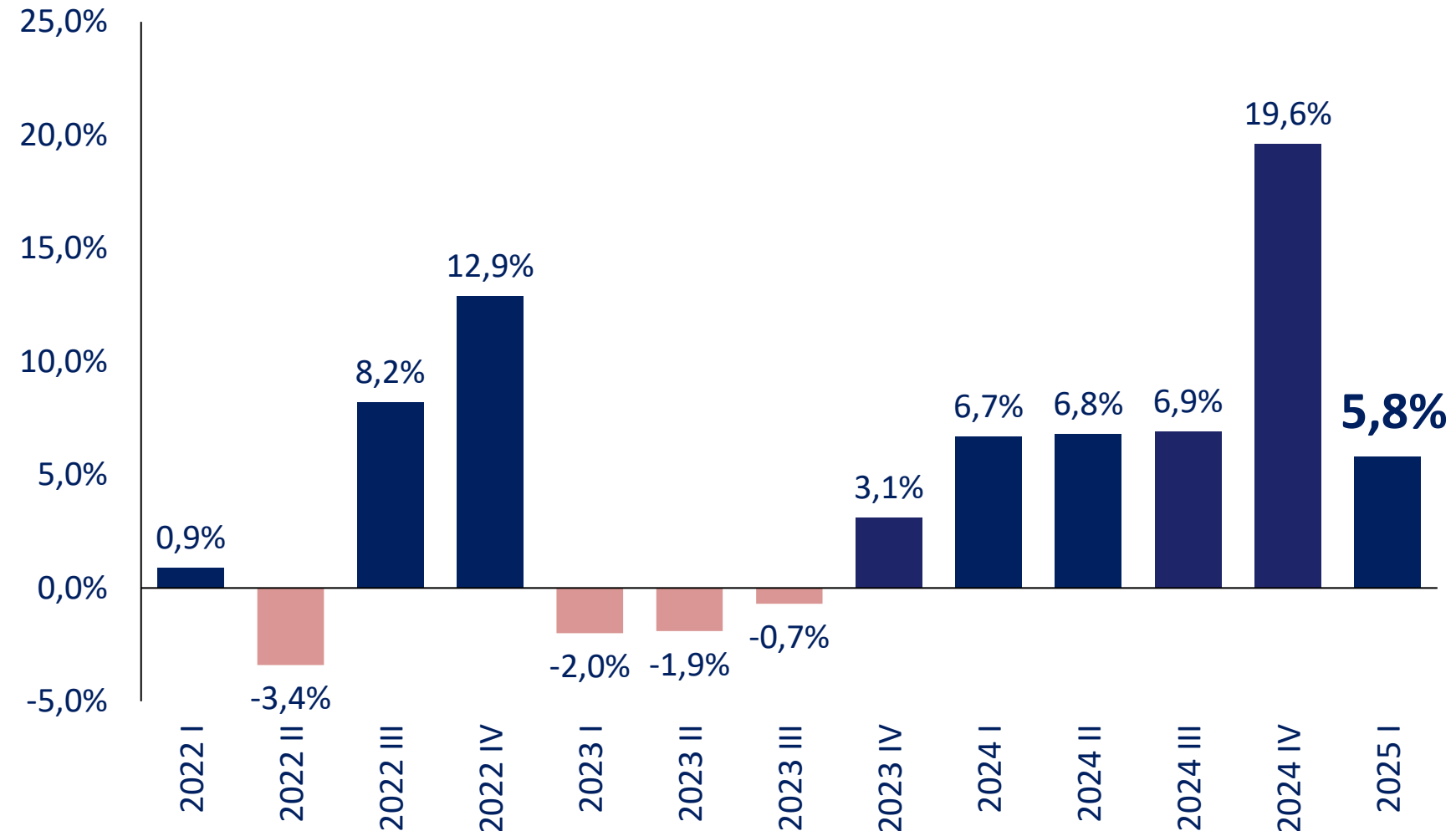
- **Comportamiento dispar** de la actividad del sector según localización geográfica de las empresas.
 - *Luego de tres periodos consecutivos donde las ventas crecieron para todas las regiones, en este trimestre las regiones del Interior -Centro y Litoral- se contrajeron -4,6% y -0,8% respectivamente.*
- *En el resto del interior, se observó un **crecimiento tanto en la región de la Costa (8,3%) como en el Noreste (2,9%), ambos acelerando su crecimiento respecto al registro previo.***
- **Montevideo** alcanzó nuevamente una **tasa positiva, de 1,4%**. Sin embargo, lo hizo a un ritmo más moderado que en trimestres anteriores.

Localización Geográfica
Tasa de variación interanual - Ventas Reales



Informática

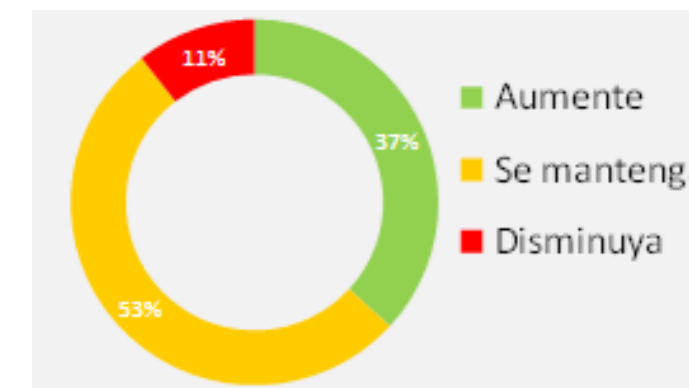
Tasa de variación interanual - Ventas Reales



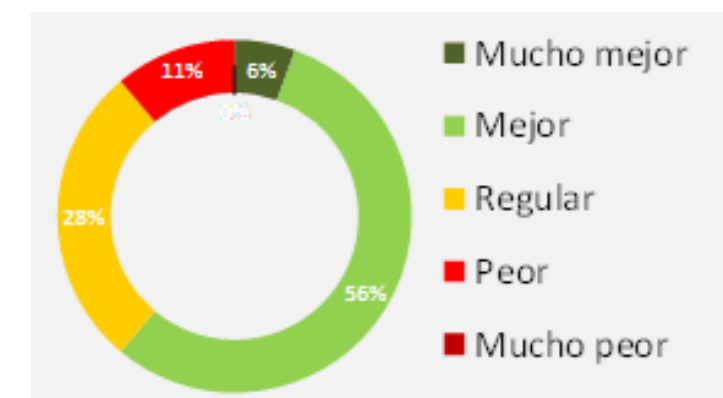
- La variación interanual de las ventas reales del rubro fue de **5,8%** respecto al primer trimestre de 2024, observándose cierta desaceleración en relación al aumento de 19,6% observado en el cuarto trimestre.

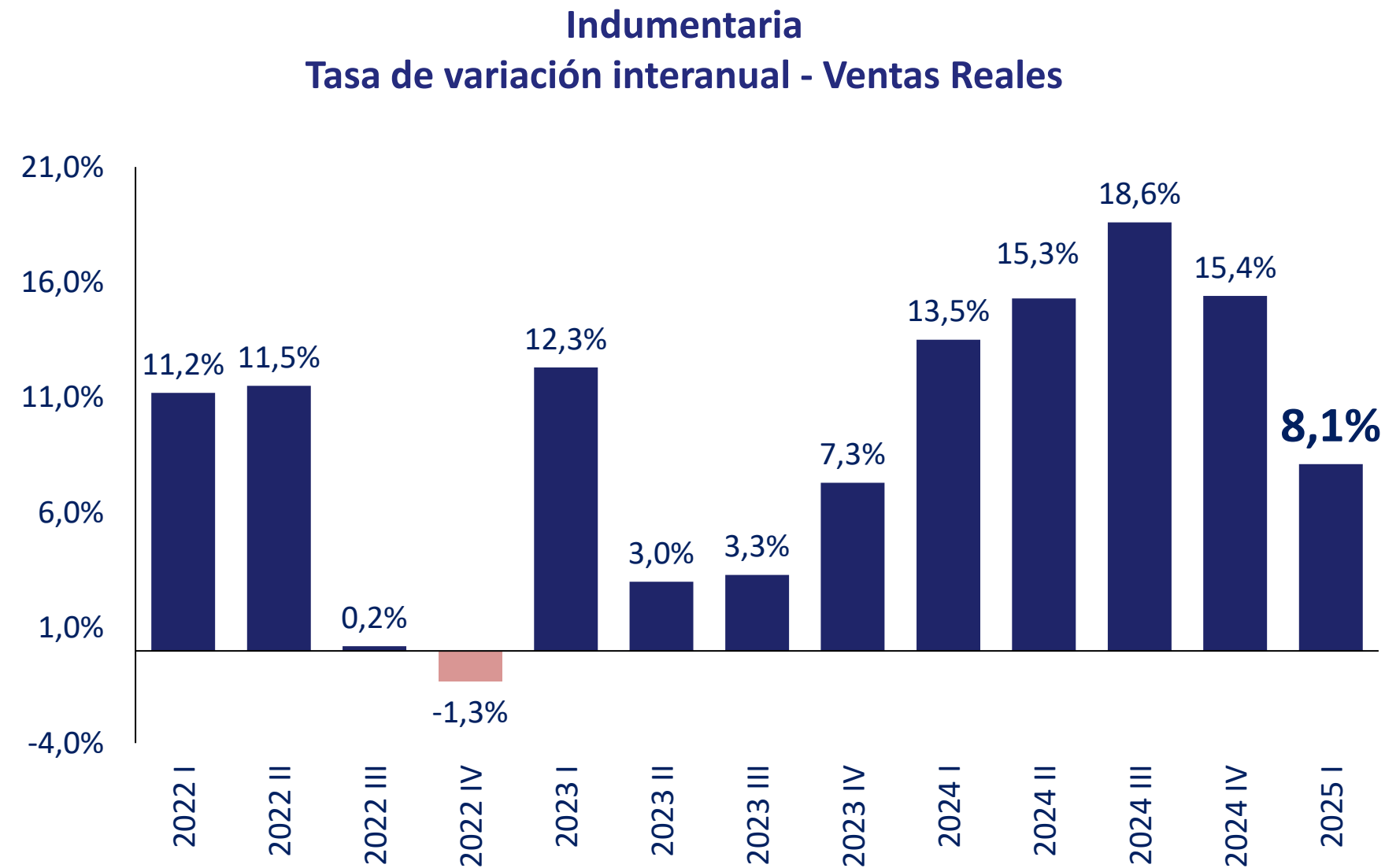
- Índice de difusión: **58%**.

- **Expectativas de facturación para el próximo trimestre: más de la mitad (53%) de las empresas no espera cambios. Un 37% espera que aumente, mientras que el restante 11% espera una caída.**

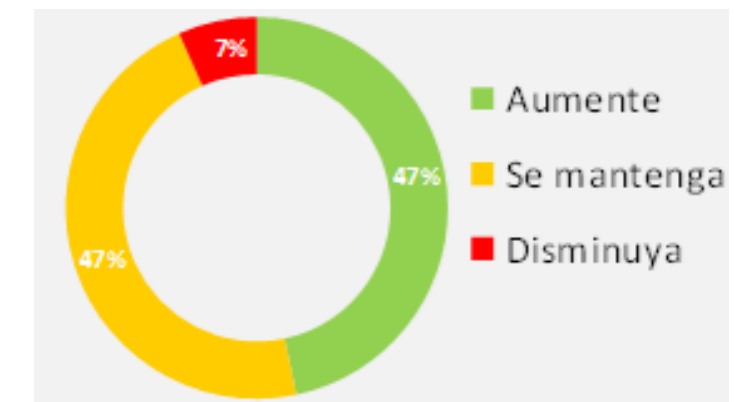


- Por su parte, un **62%** cree que la rentabilidad futura será **mejor o mucho mejor**.

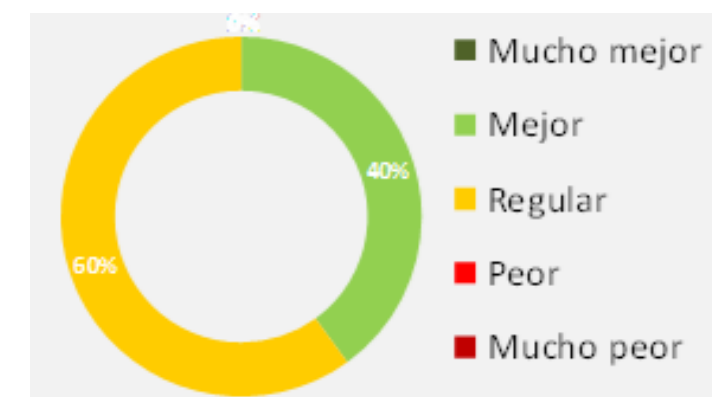




- Las **expectativas de facturación** para el próximo trimestre se ubicaron en zona de **importante optimismo**, con un **47% de las empresas que esperan aumentos** versus un **7% que esperan caídas**.



- Expectativas optimistas para el año próximo**: **40% de las empresas** esperan que la rentabilidad mejore, sin respuestas que esperen una desmejora.

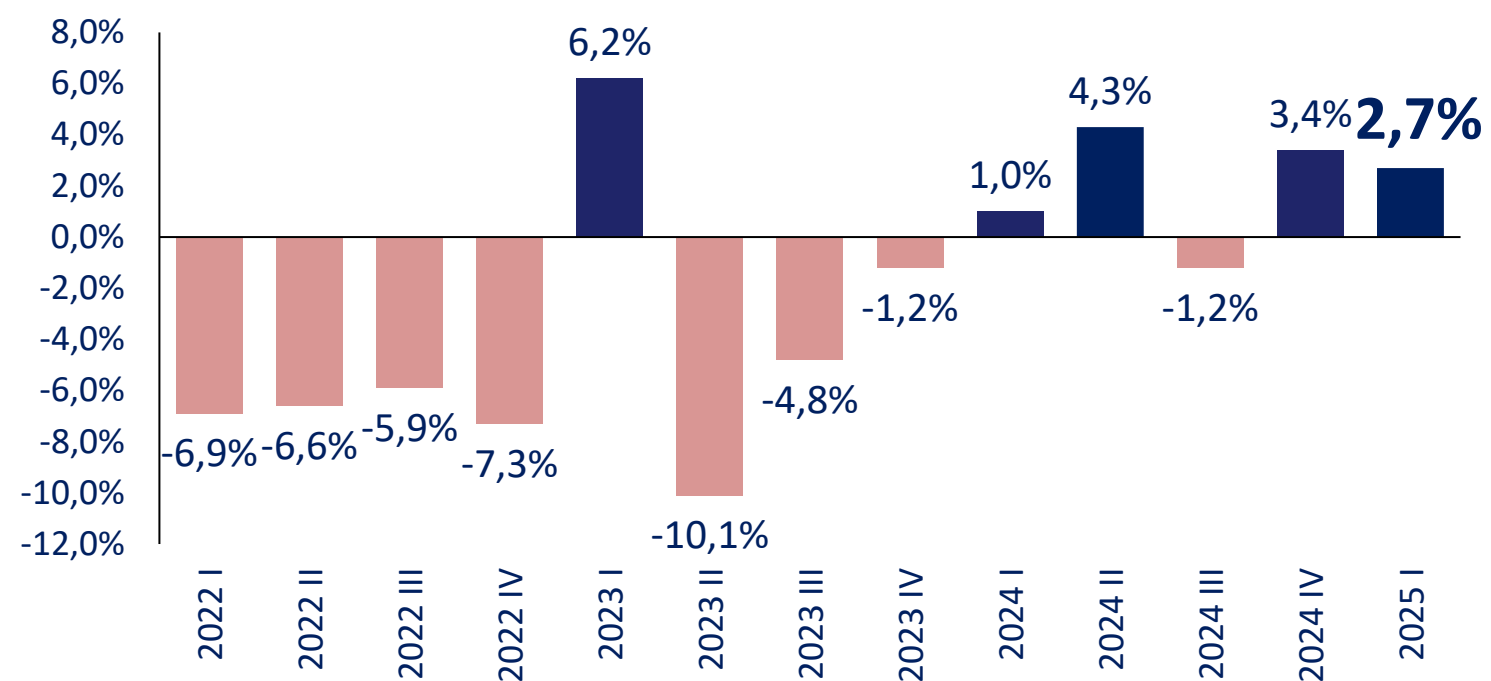


- De los rubros con mejor desempeño durante el primer trimestre del año, **Indumentaria** creció **8,1%**.

- Su **índice de difusión** presenta cierta estabilidad respecto a los registros anteriores, ubicándose en **67%**.

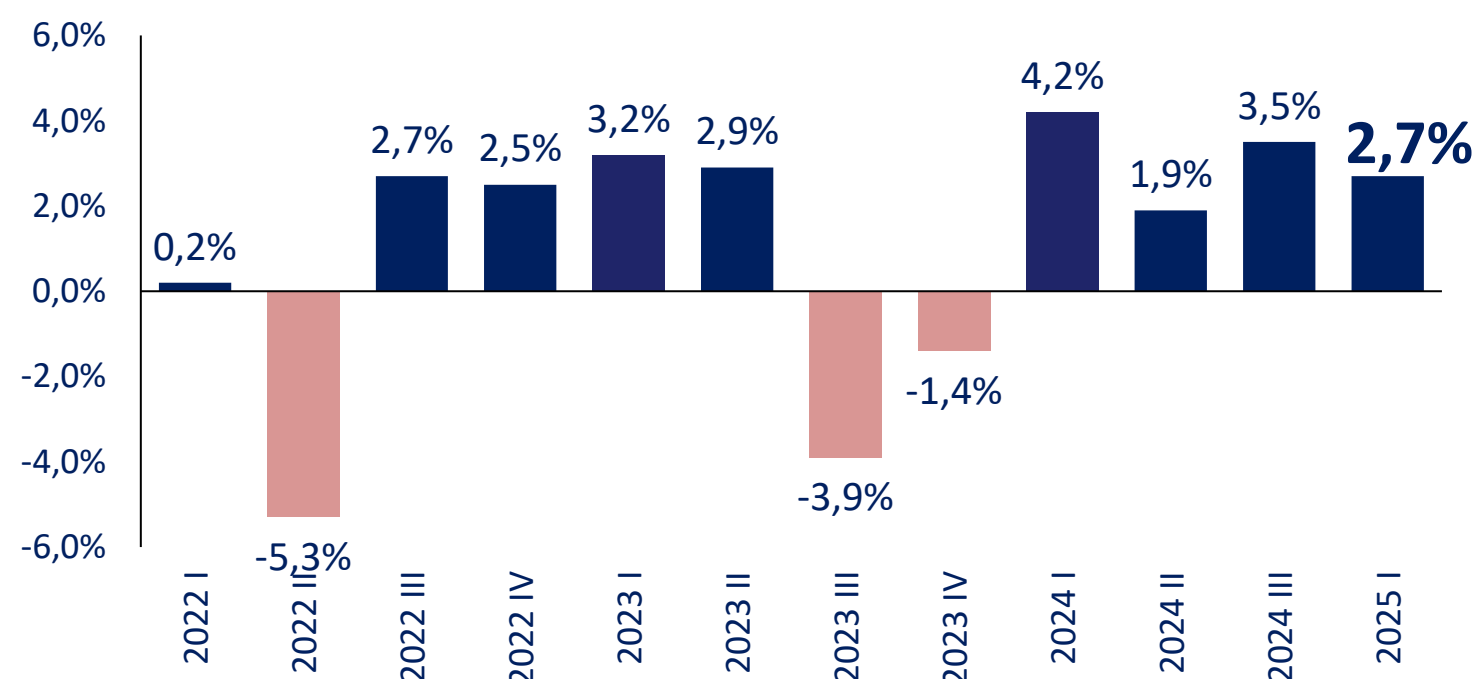
Minimercados

Tasa de variación interanual - Ventas Reales



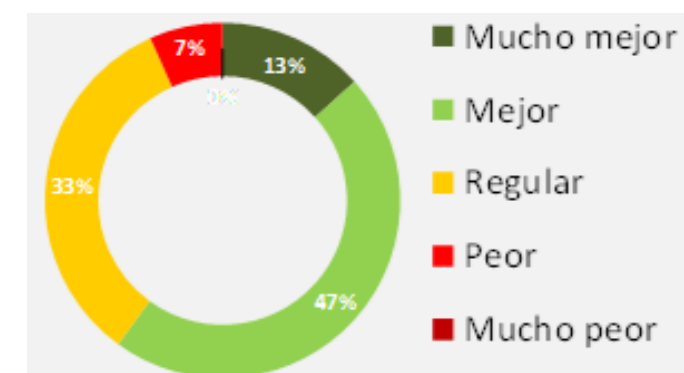
Supermercados

Tasa de variación interanual - Ventas Reales



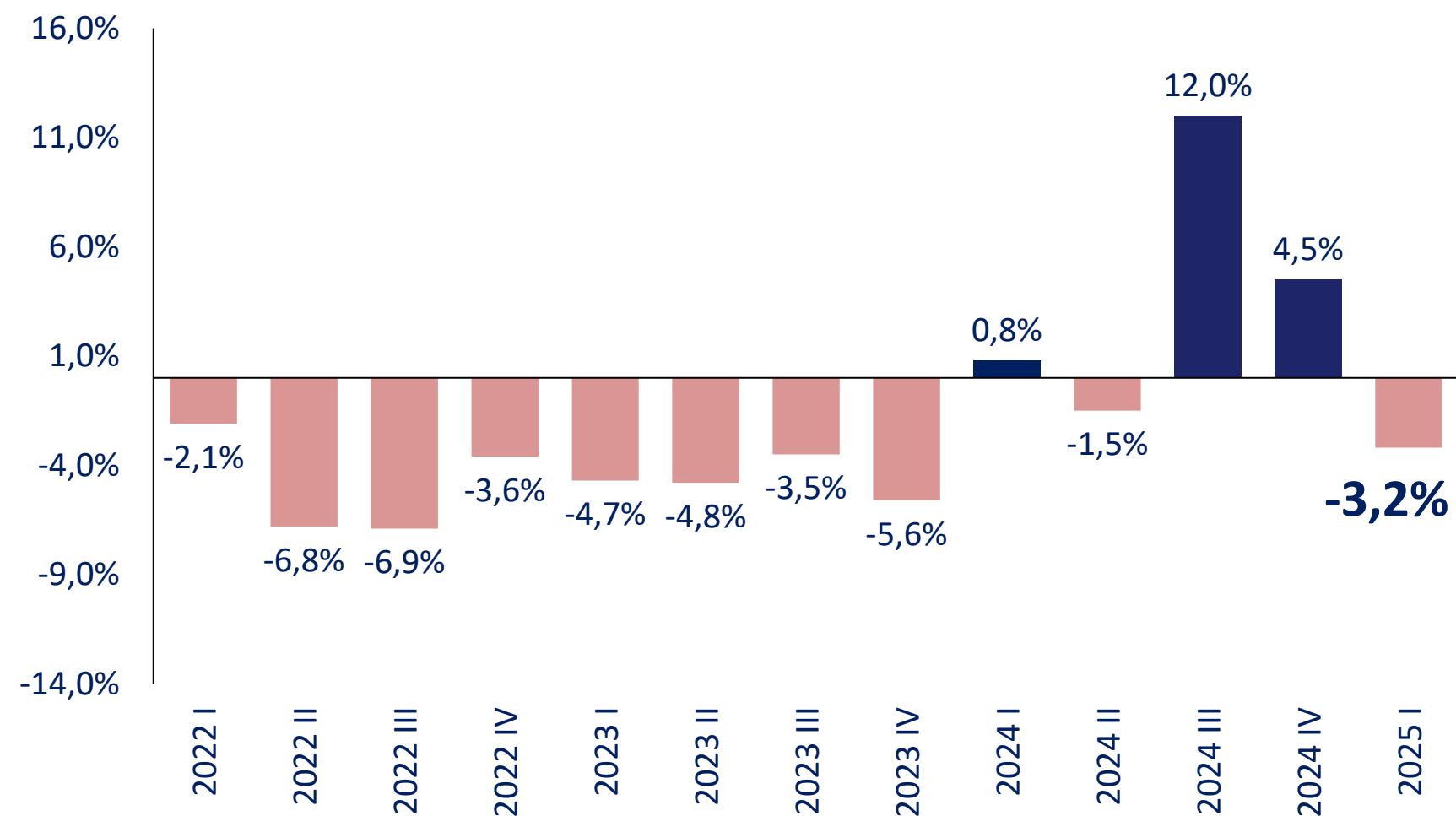
- El rubro **Minimercados** creció **2,7%** durante el primer trimestre del año. De esta manera alcanza **dos trimestres consecutivos de alza en sus ventas**.
- El **53%** de las empresas establecieron que sus ventas crecieron en este período, mejorando respecto al registro anterior.

Rentabilidad futura

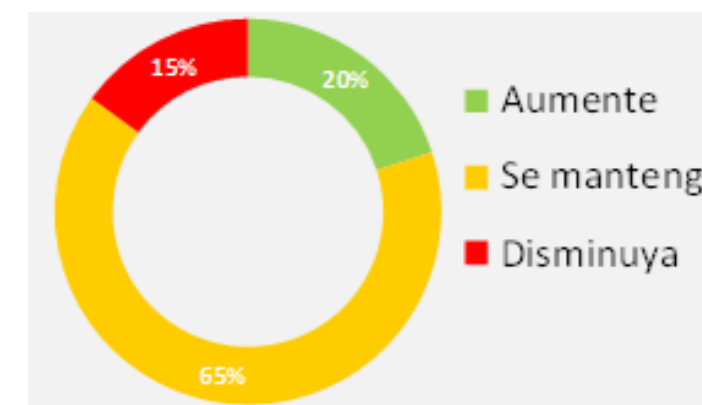


- De igual manera, las ventas de los **Supermercados** crecieron **2,7%** en términos reales en enero-marzo de este año.
 - El **índice de difusión** fue **65%**.
- Las **expectativas de los empresarios son optimistas** tanto con la **facturación del próximo trimestre** (59% espera que aumente) como con la **rentabilidad dentro de un año** (65% espera crecimiento).

Cuidado Personal
Tasa de variación interanual - Ventas Reales



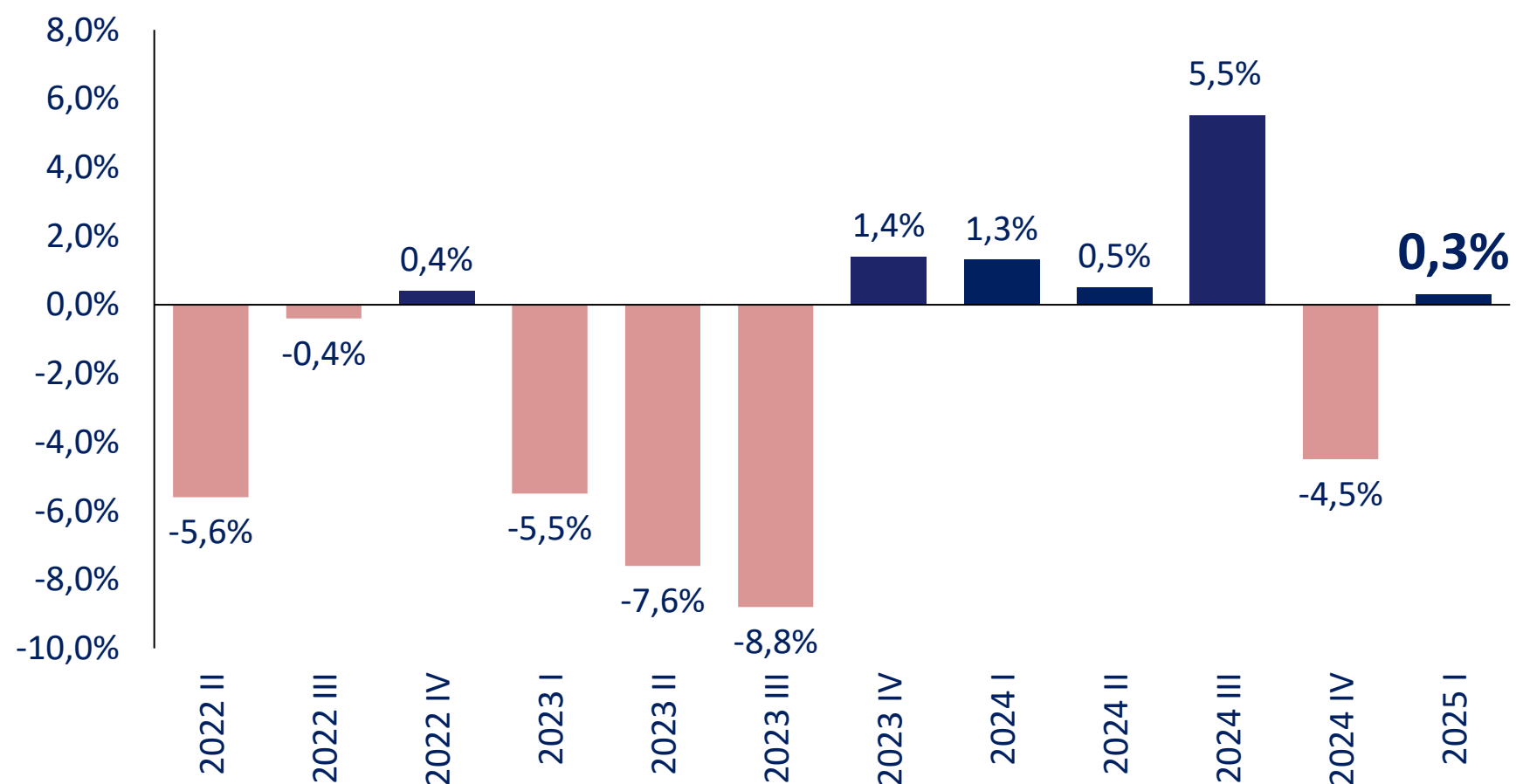
- Para el próximo trimestre, un **65%** espera que la facturación se mantenga. El resto, un 20% que aumente y 15% que disminuya.



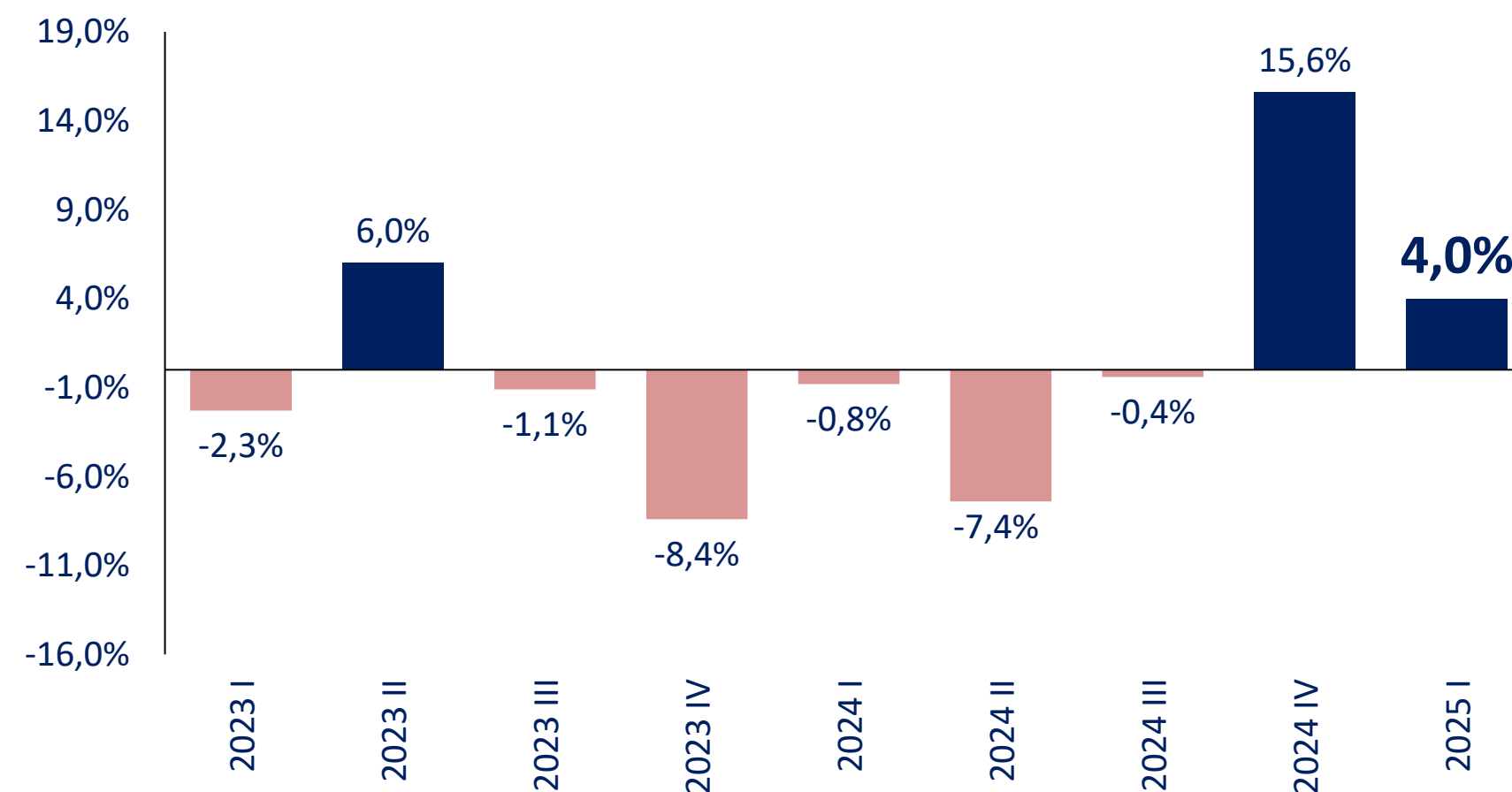
- El rubro **Cuidado personal** registró un retroceso de **-3,2%** en sus ventas reales respecto al primer trimestre de 2024.
- **Se revierte la tendencia positiva** que venía observándose desde el tercer trimestre del año pasado.

• **ÍNDICE DE DIFUSIÓN:** muestra una caída generalizada, ya que solamente el 30% de los empresarios establecieron que sus ventas crecieron.

Restaurantes y Confiterías
Tasa de variación interanual - Ventas Reales



Hoteles
Tasa de variación interanual - Ventas Reales



- **Restaurantes y confiterías** revirtieron la caída observada al cierre de 2024 y comenzaron el año con una **leve recuperación**.

- En este trimestre, el **índice de difusión fue 33%**.

- En cuanto a las **expectativas de rentabilidad futura**, existe un **importante optimismo**, ya que un **78%** espera que sea **mejor o mucho mejor**.

- Las ventas del rubro **Hoteles** crecieron por **segundo trimestre consecutivo**, en esta oportunidad **4,0%**, una tasa más moderada comparando con el registro anterior.

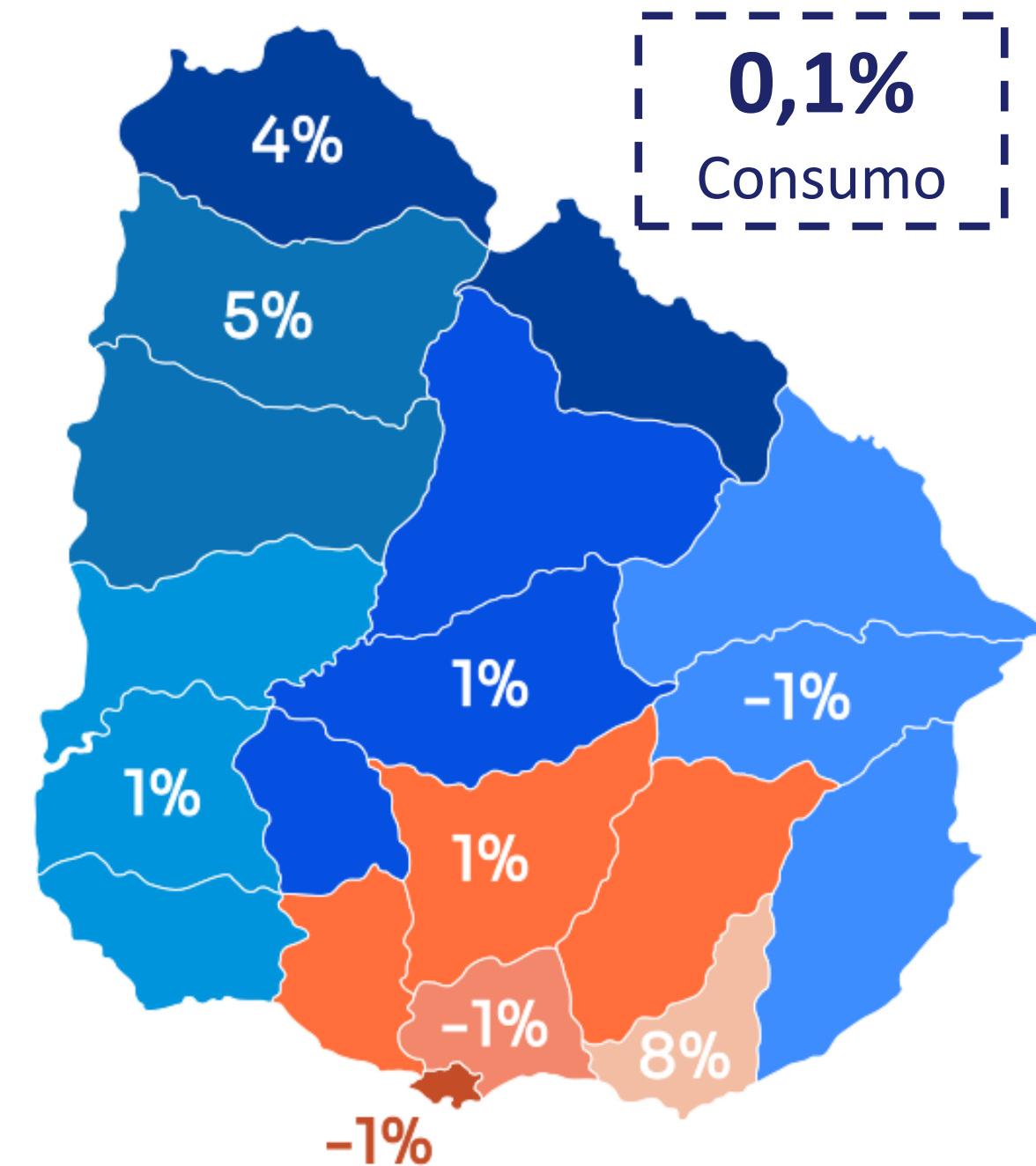
- **Índice de difusión: 57%**.

- En términos de **expectativas**, **40%** de los empresarios esperan que la rentabilidad en el próximo año sea mejor.

Radar Scantech - Canasta Consumo

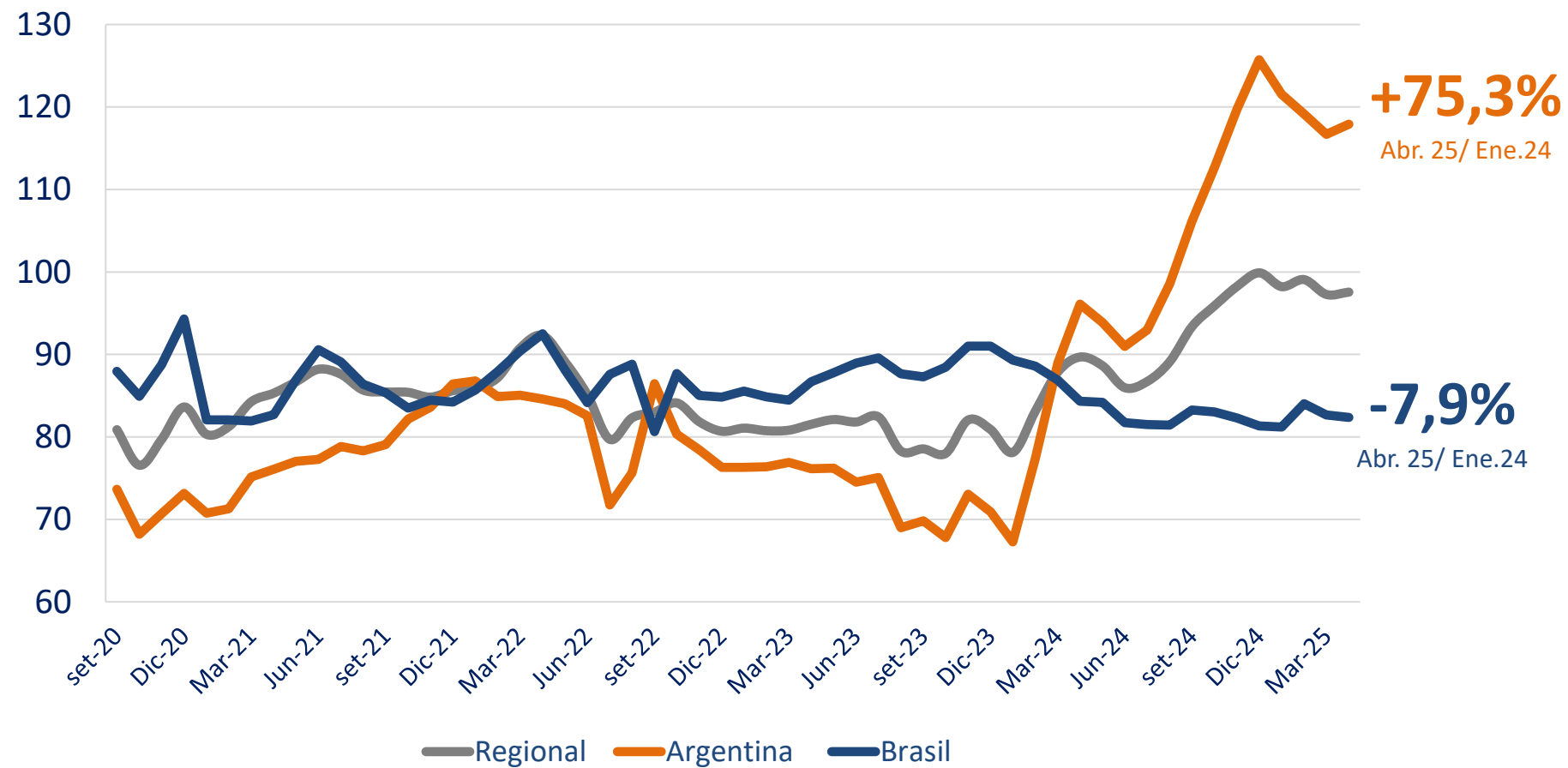
- *1er trimestre 2025: a nivel nacional, el **consumo** creció **0,1%**, destacando el crecimiento de las ventas de productos de **cuidado personal** (5,2% interanual) y una caída de los **Alimentos** (-1,7%).*
- *Creció también el consumo de **bebidas** (1,0%), mientras que disminuyó **-0,2%** el consumo de **productos de limpieza**.*

1er trimestre 2025/2024



Comercio interno: estado de situación y principales determinantes

Tipo de cambio real
Promedio 2015-2025 = 100



- **BAJA COMPETITIVIDAD REGIONAL:** mejora con Argentina y empeora con Brasil.
- Sin embargo, su valor global se ubicó **33,3%** por debajo de su promedio histórico (2000-2025) y **35,5%** en la comparación con sus socios regionales.



Indicador de Precios de Frontera
Cuánto más caro está Artigas que Quaraí

| MES | IPF |
|----------------|-------|
| Noviembre 2024 | 83,0% |
| Enero 2025 | 79,4% |
| Abril 2025 | 77,6% |



Indicador de Precios de Frontera
Cuánto más caro está Salto que Concordia

| MES | IPF |
|----------------|-------|
| Noviembre 2024 | 21,7% |
| Enero 2025 | 22,7% |
| Marzo 2025 | 24,3% |

MEDIDAS FRONTERA – JUNIO 2025

1- Eliminación del IVA mínimo y reducción del 50% de la tasa básica (20 kmts)

2- Subsidio 100% arrendamientos terminales POS (monotributistas y literal E, 20 kmts)

3- Reducción IMESI del 24% al 32% en el precio venta nafta, frontera con Brasil. (20 kmts)

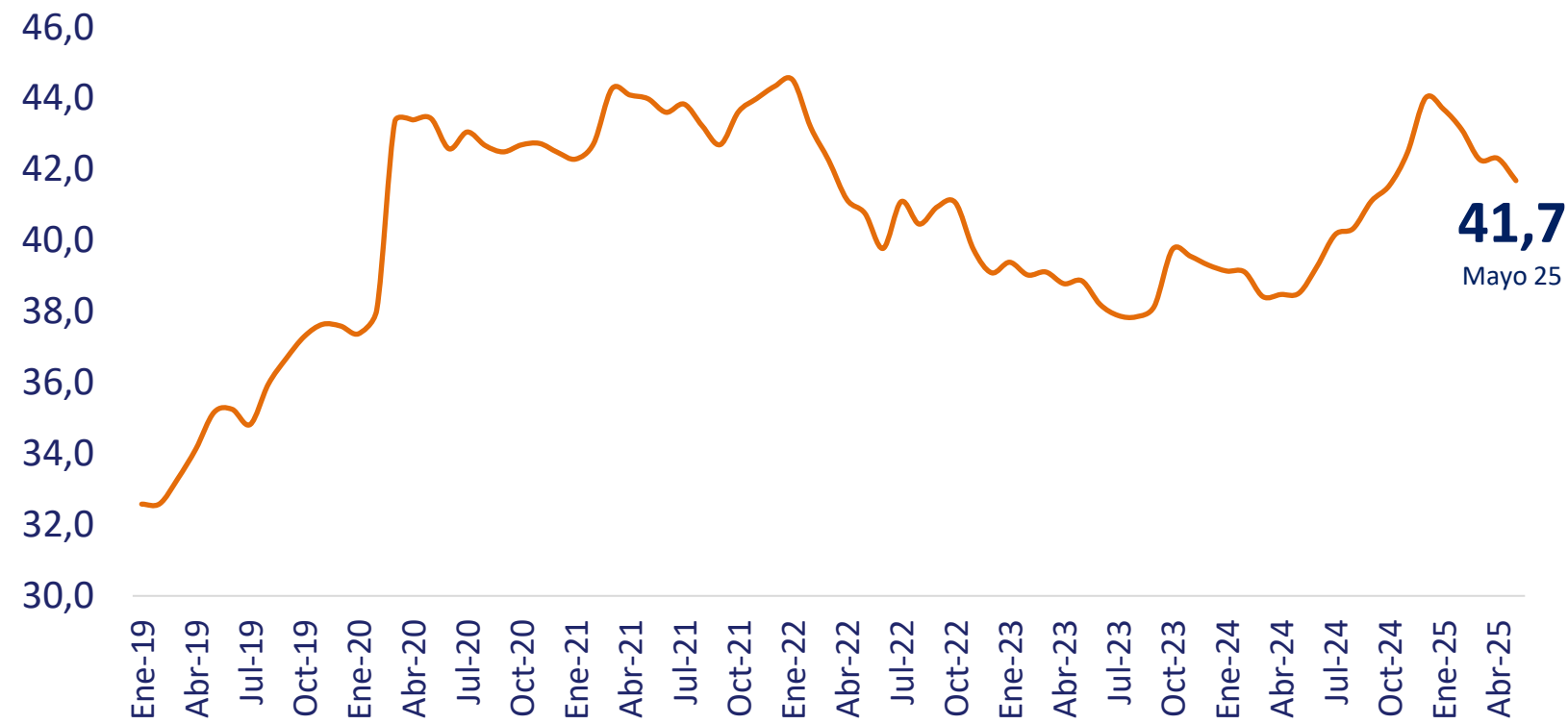
4- Régimen simplificado de importación, exoneración total de tributos y requisitos a la importación (60 kmts)

5- Reducción hasta el 75% aportes patronales nuevos empleos formales (60 kmts)

- **RESPUESTA A UN PROBLEMA ESTRUCTURAL, BUSCA MITIGAR IMPACTOS NEGATIVOS**
- **ACCIONA SOBRE LAS EMPRESAS Y CONSUMIDORAS: REACTIVACIÓN ECONÓMICA – ACOTAR BRECHA DE PRECIOS**
- **MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS (DÉBITO, DINERO ELECTRÓNICO): CANAL FORMAL**
- **ANÁLISIS DE IMPACTO, REVISIÓN, AJUSTE, FIJACIÓN DE TOPES, %, PRODUCTOS, DISTANCIAS.**

Comercio interno: estado de situación y principales determinantes

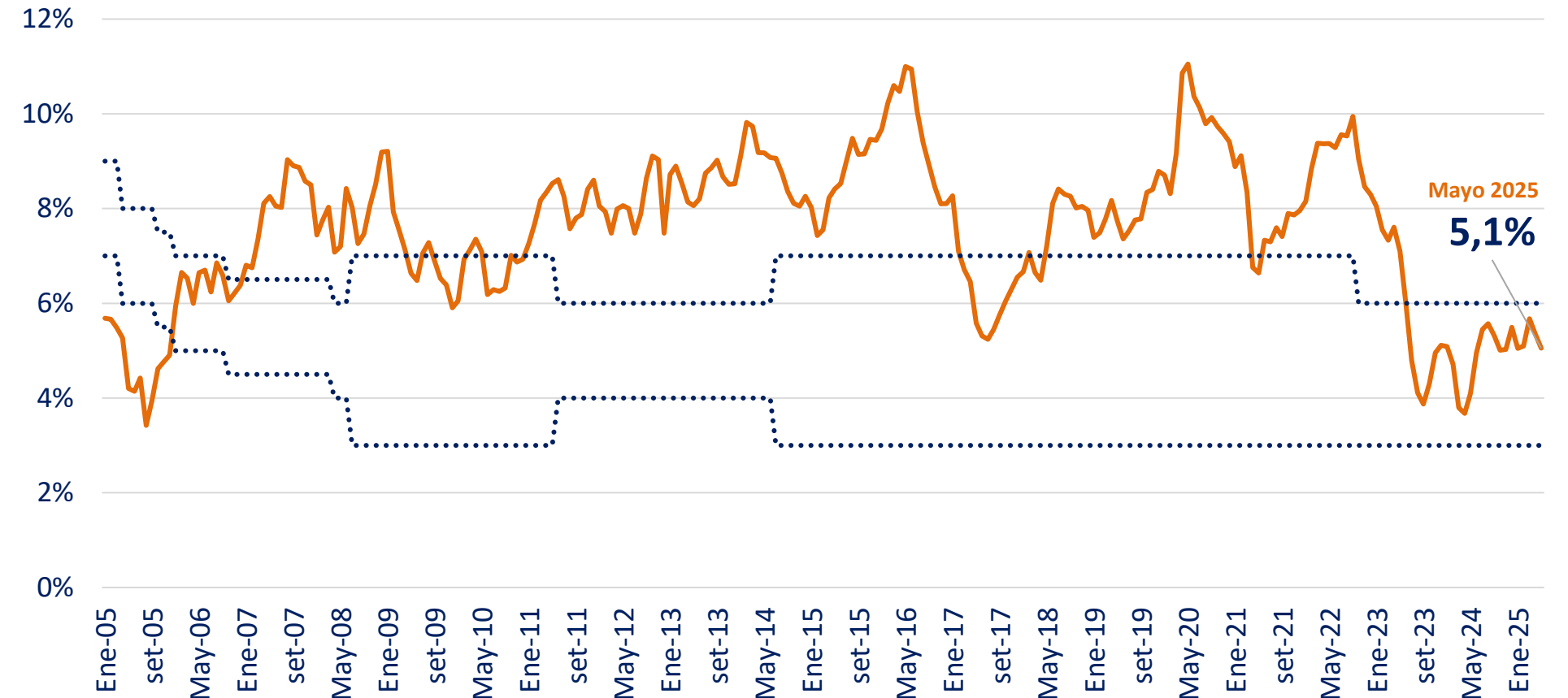
Tipo de cambio promedio mensual



- En términos *interanuales*, en mayo el tipo de cambio aumentó **8,2%** respecto a mayo de 2024.
- Sin embargo, tuvo una *caída mensual* de **-1,5%** y de **-5,3%** en el acumulado del año.

Se consolida la fortaleza del peso y contexto de debilitamiento generalizado del dólar, proyectando un tipo de cambio de \$ 42 para diciembre 2025

Inflación y rango meta



- El **centro del rango meta (4,5%)** es el **objetivo de inflación** del BCU.
- **Lineamientos** de la política monetaria para los 5 años de gobierno: **mantener una inflación baja y estable.**
- **CANAL EXPECTATIVAS: políticas macroeconómicas consistentes; fortaleza e independencia técnica; más comunicación y transparencia. CANAL EXPECTATIVAS**
- El 8 de abril, el BCU decidió un incremento de 25 pb de la **tasa de interés**, ubicándola en **9,25%** e ingresando en una instancia **CONTRACTIVA** de la política monetaria.

11° RONDA SALARIAL

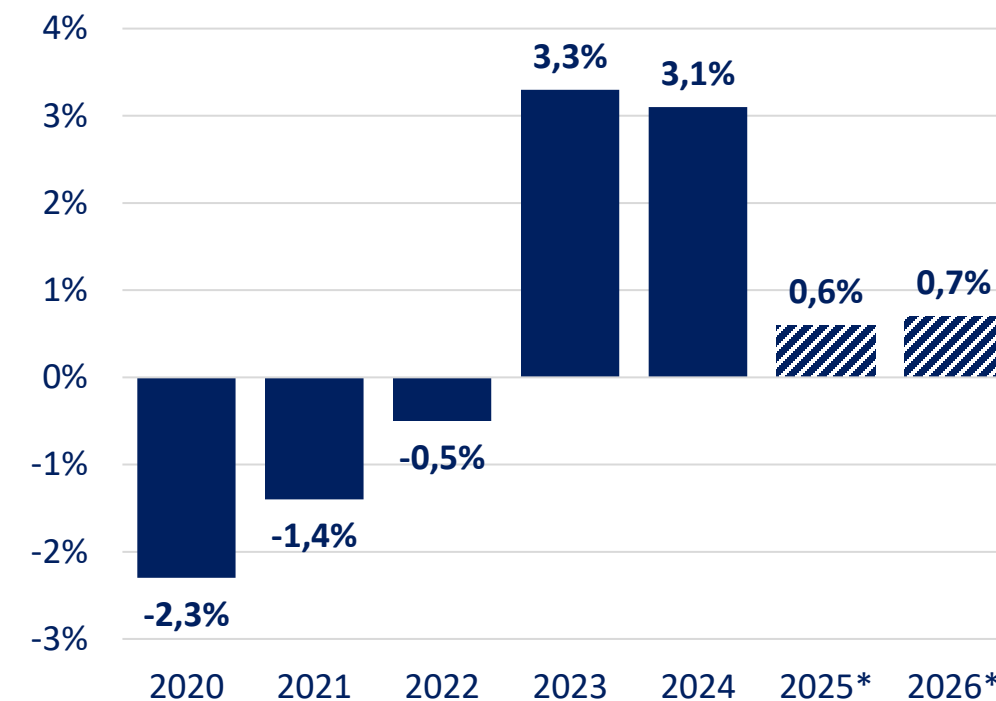
1 julio 2025: más de 180 mesas de negociación

• POSIBLES PAUTAS NEGOCIACIÓN SALARIAL:

- Desindexación de salarios, aunque sea parcial (no indexar salarios más altos, correctivos al final del convenio)
- Acuerdos por tamaño de empresas, localización geográfica.
- Ajustes diferenciales para salarios por debajo de los \$ 25.000 líquidos (salario sumergido)
 - Acuerdos por dos años
- Inclusión de cláusulas en materia de género, cuidados, productividad.

Será clave una coherencia entre los lineamientos de política salarial que surjan en la próxima ronda y la meta de inflación vigente, ya que ello influirá en la formación de expectativas económicas.

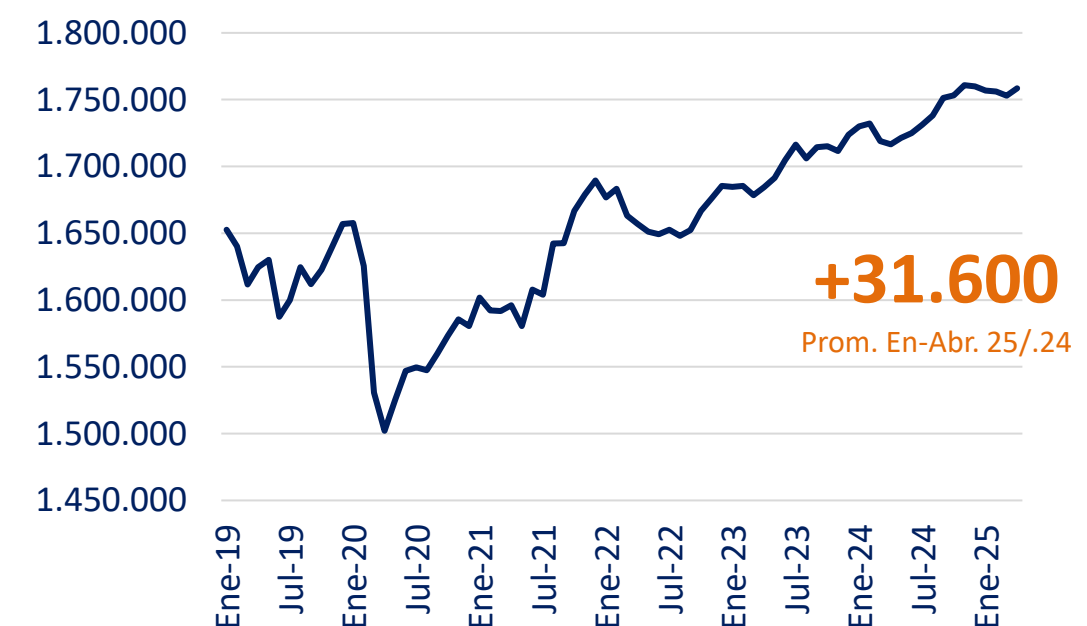
Índice de Salario Real Privado
Variación promedio anual



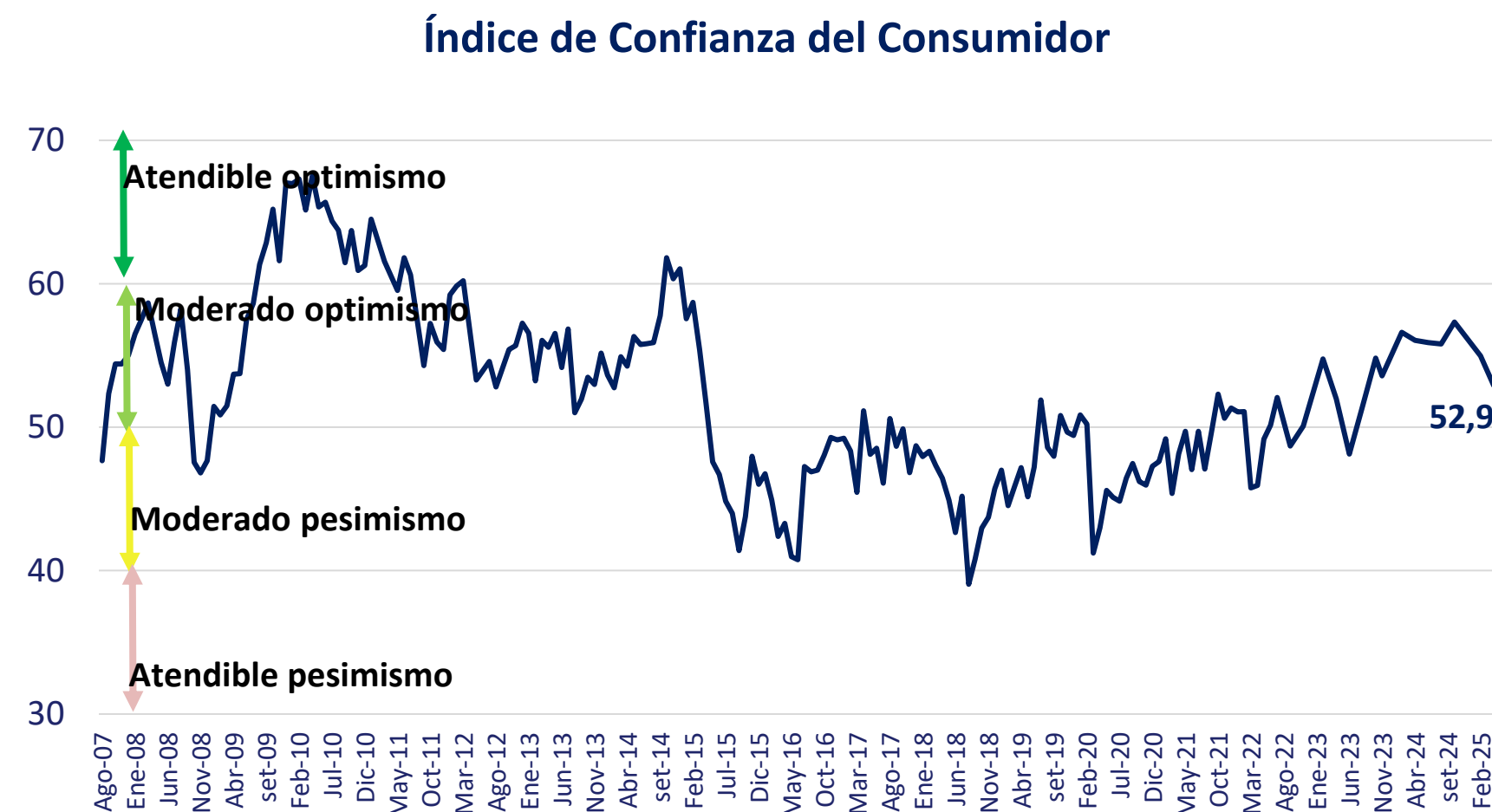
Desaceleración de los ingresos reales para 2025 y 2026.

La cantidad de ocupados crece a menor ritmo en los primeros meses del 2025 vs 2024:
1,8% vs 2,4%

Cantidad de personas ocupadas



- *En abril, el ICC se ubicó en 52,9 puntos, lo que representa una **disminución respecto a las mediciones anteriores: 55 en febrero y 57,3 en octubre de 2024.***
- *A pesar de esta caída, el índice se mantiene dentro de la zona de **moderado optimismo**, como ha sido constante desde agosto de 2023.*
- *Respecto a febrero, se registraron descensos en los tres subíndices: situación personal, situación del país y predisposición a la compra de bienes durables.*
- *Lo mismo si se compara con abril de 2024, con la **excepción de la situación personal, la cual mejoró.***



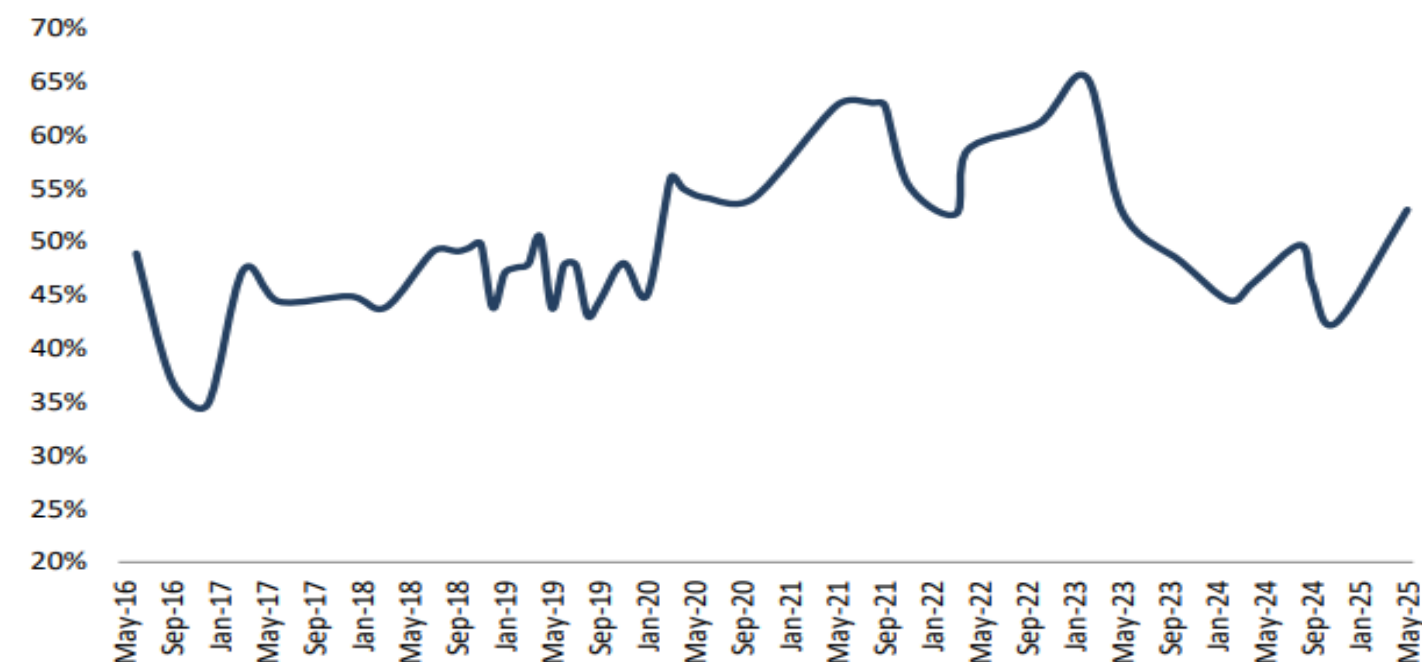
Aunque el ICC se mantiene en una zona de moderado optimismo, se evidencia una tendencia a la baja en la confianza de los consumidores, influenciada principalmente por una percepción negativa sobre la economía del país y una menor disposición a adquirir bienes durables.

Perspectivas Consumo: predisposición a la demanda e indicadores de demanda retail.

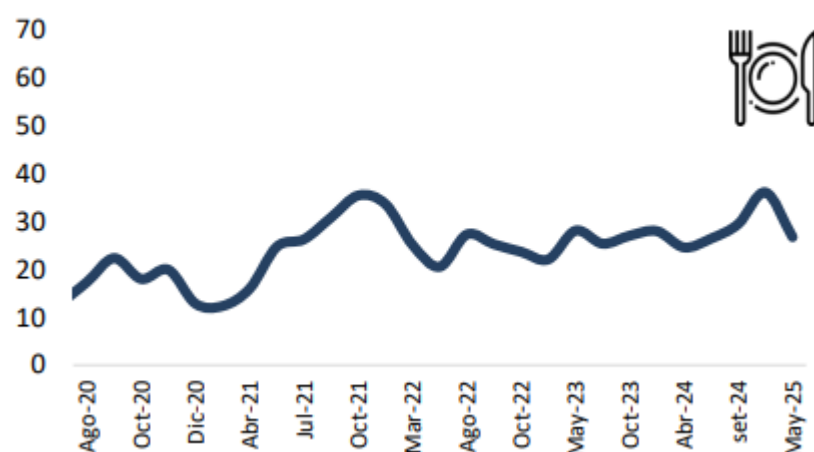
- **Los consumidores se muestran más cautelosos: la intención de reducción de gastos en el hogar aumentó considerablemente.**
- **En abril, el 53% de los encuestados afirmó tener pensado reducir el gasto en el hogar, cuando en el promedio del último año era 46%.**

¿Está pensando reducir sensiblemente el gasto en el hogar?

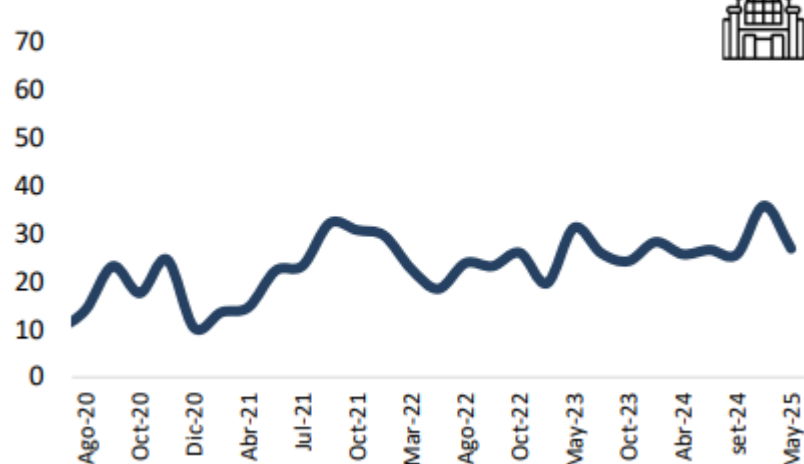
Respuestas positivas



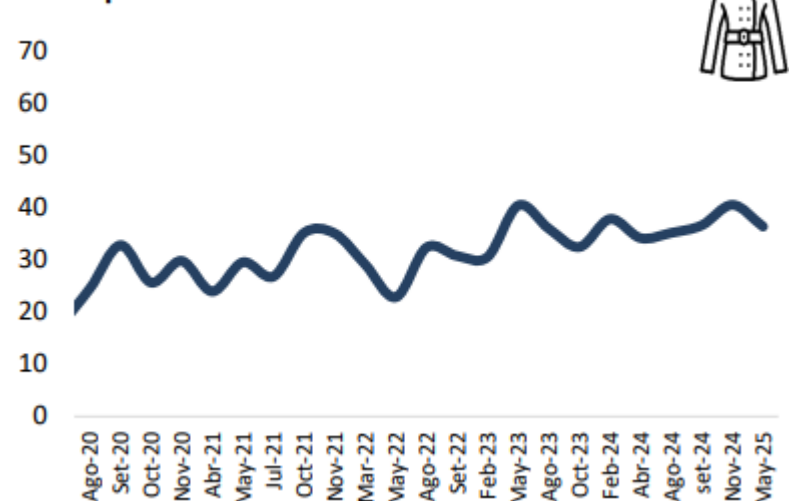
Predisposición al consumo en bares y restaurantes



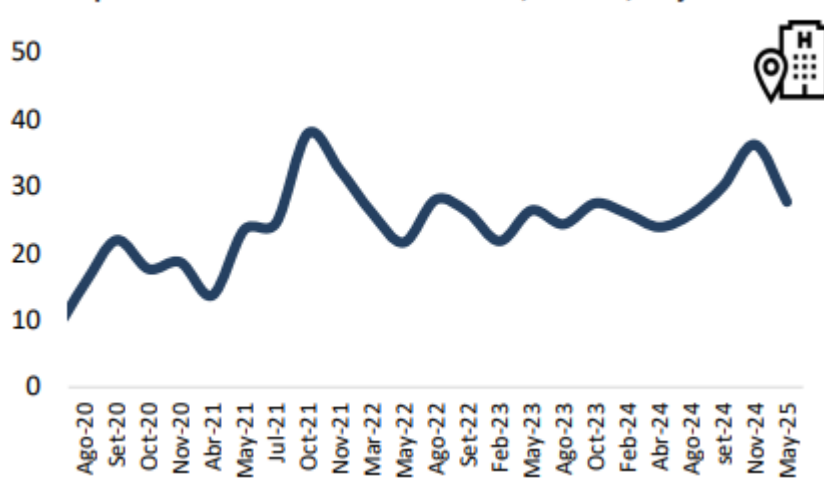
Predisposición al consumo en shoppings



Predisposición al consumo de indumentaria



Predisposición al consumo de vacaciones, hoteles, alojamientos



- **A su vez, en un horizonte de 3 meses, la predisposición a consumir ha caído en varios casos.**
- **Otros ejemplos son: predisposición a realizar refacciones en el hogar, predisposición al consumo en paseo de compras, entre otros.**

Perspectivas Consumo: predisposición a la demanda e indicadores de demanda retail.

Price Attention Index - Artículos de supermercado

Respuestas "Más" y "Mucho más"

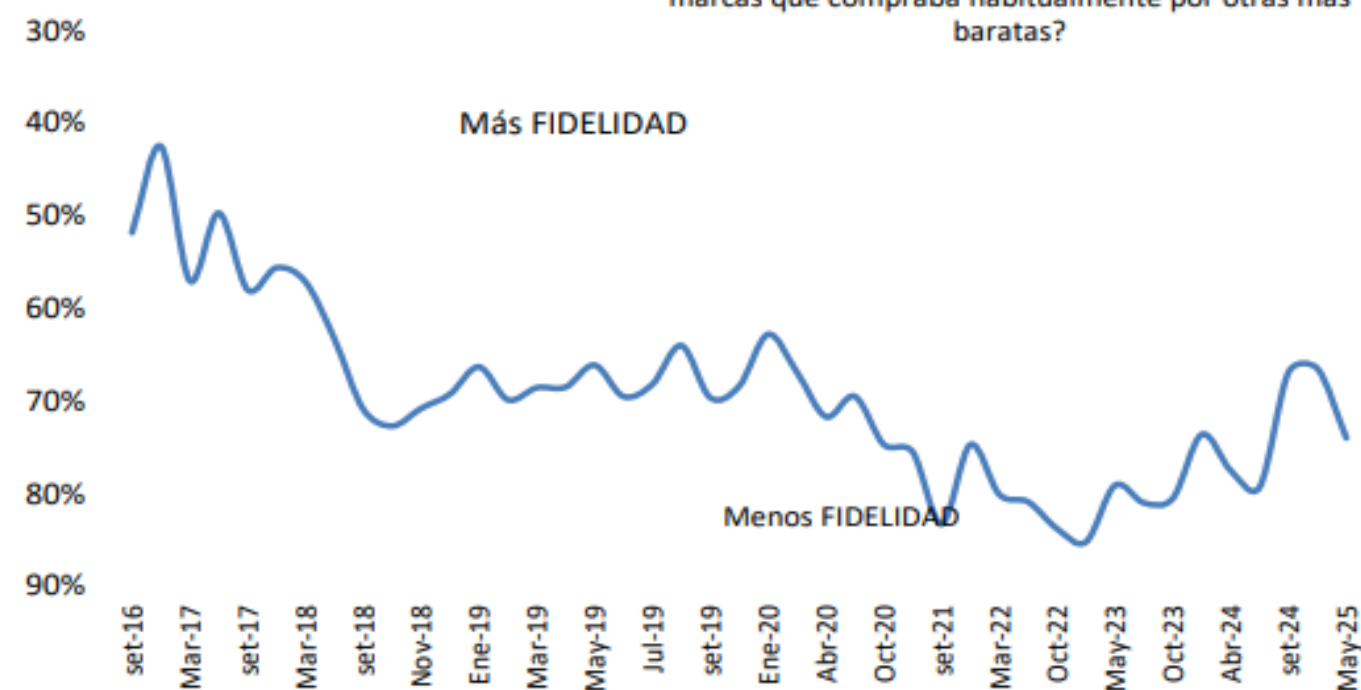


- En lo que refiere al **indicador de atención a precios en supermercados**, el mismo aumentó levemente respecto a la medición anterior (+2 p.p.) pero se muestra mejor respecto a un año atrás, ubicándose 10 puntos por debajo.

Índice de fidelidad a marcas - Artículos de supermercado

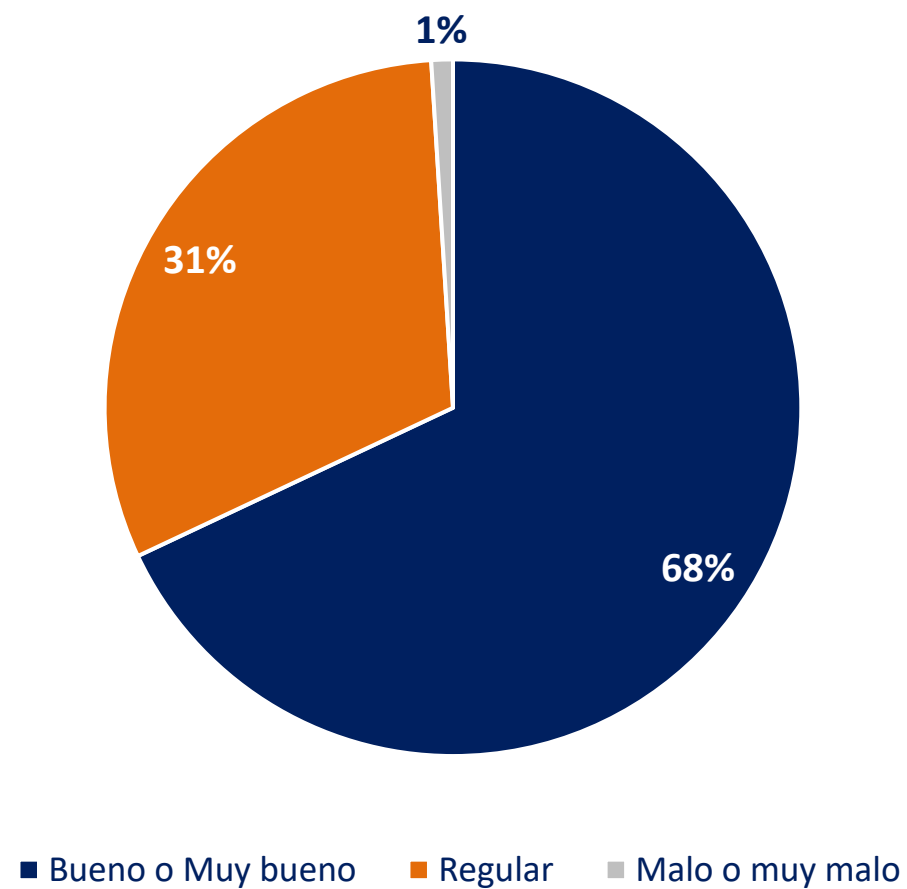
Respuestas Afirmativas (eje invertido)

En los últimos 12 meses, ¿Ha dejado de comprar las marcas que compraba habitualmente por otras más baratas?



- Por su parte, el **índice de fidelidad a marcas de artículos de supermercados** mejoró respecto a un año atrás, pero empeoró en relación al registro anterior.
- Concretamente, el **74%** de los encuestados establecieron haber dejado de comprar marcas que habitualmente compraban por otras más baratas.

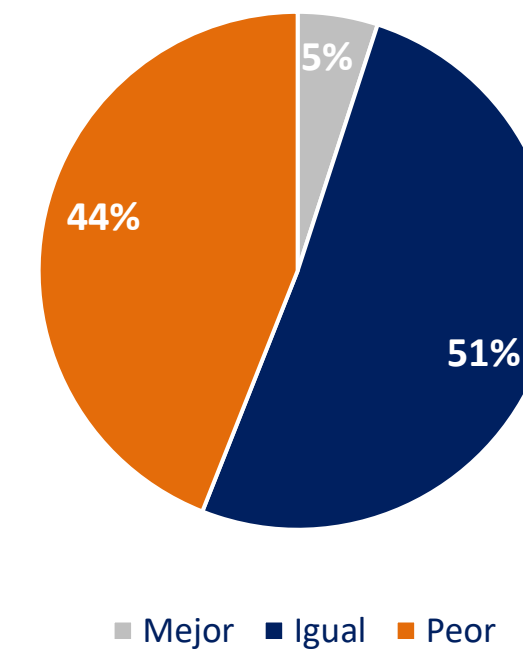
Evaluación clima de negocios



- Según Exante, las respuestas de la encuesta en general mostraron un **debilitamiento en el clima de expectativas. El clima de negocios también se deterioró.**
- Hay dos grandes luces de atención para el gobierno en materia de gestión de expectativas sobre temas macro: **percepción de menor potencial de crecimiento y expectativas de inflación no ancladas a la meta.**

- **La mitad de los consultados espera que el clima de inversiones no variará sustancialmente en el próximo año, pero ahora son más los que esperan un deterioro que los que tienen una visión optimista.**

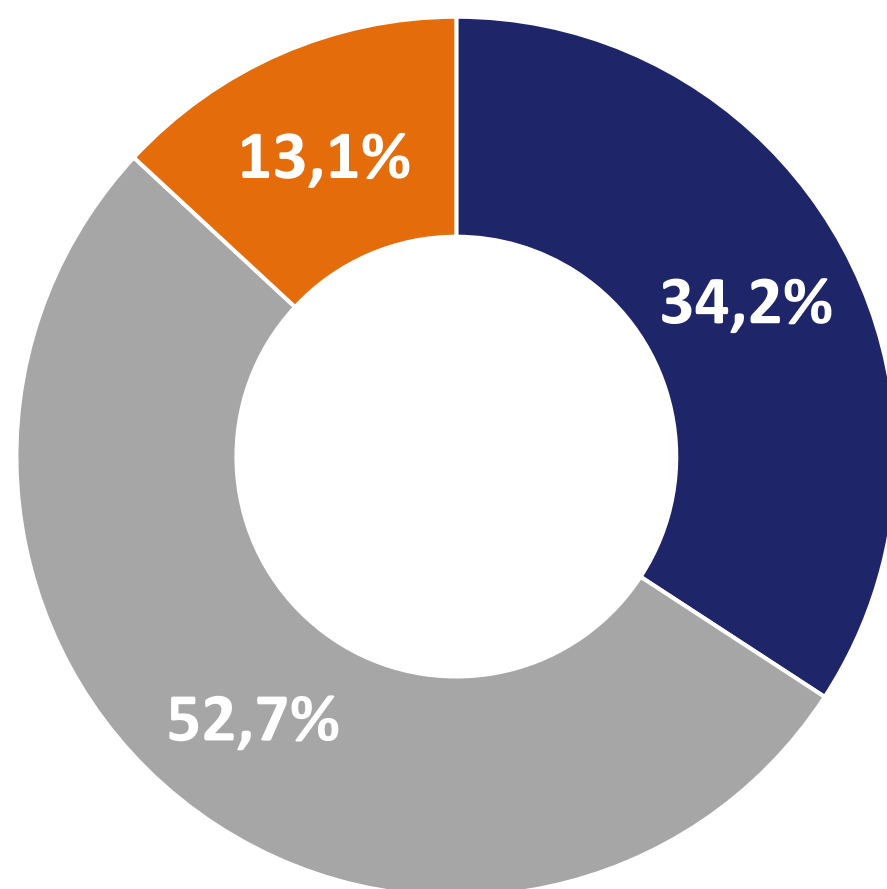
¿Cómo estará el clima de inversiones dentro de un año?



- Se consolida una **postura cautelosa** en materia de **empleo**, con **menos de 20%** de los ejecutivos previendo un **aumento de su plantilla de personal** en el próximo año.
- La **presión de costos (59%)** y la **competencia creciente (47%)** prevalecieron como los principales desafíos que enfrentan las empresas

Expectativas Ventas Comercio y Servicios

Segundo trimestre 2025



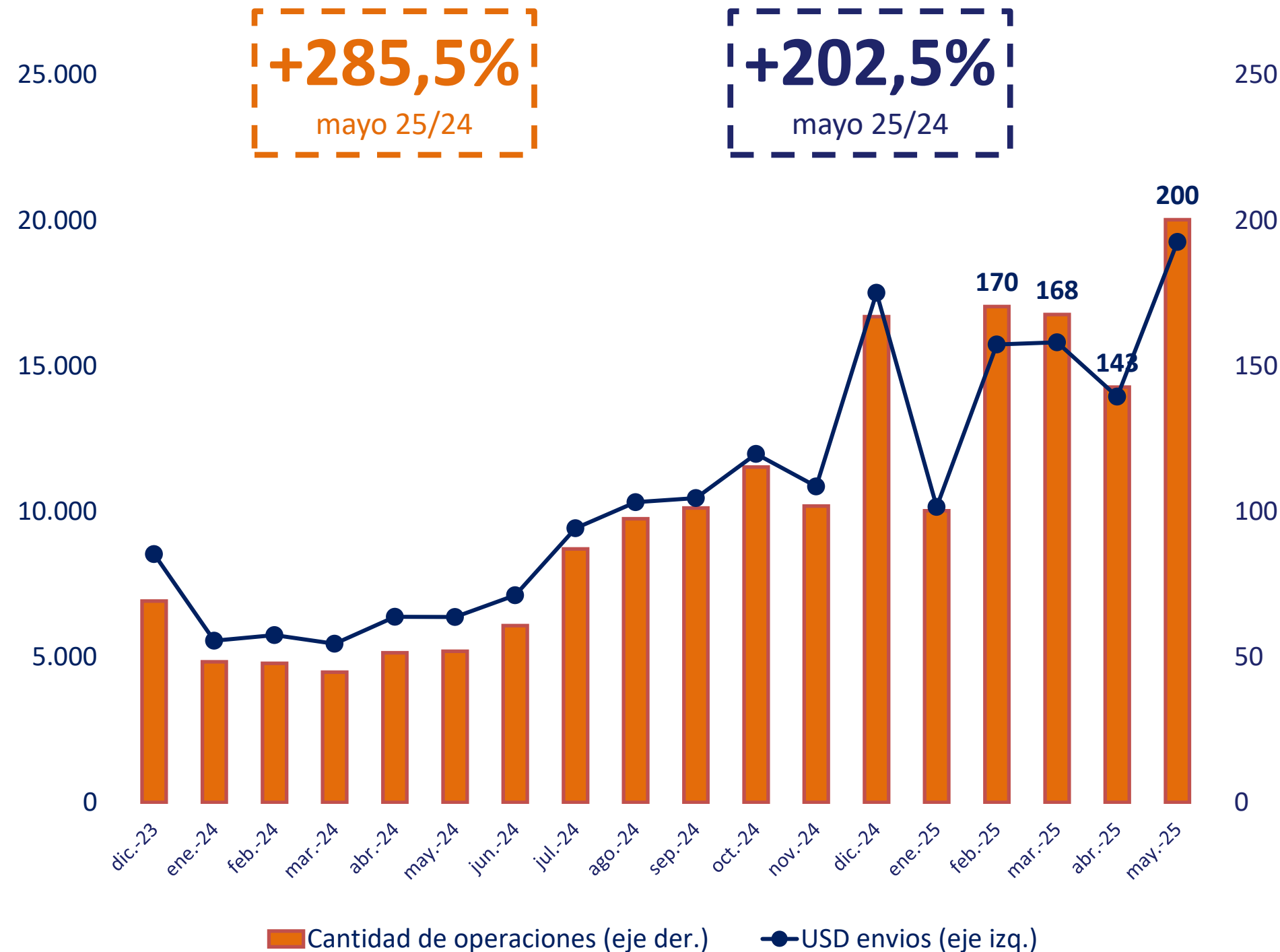
■ Aumentarán ■ Permanecerán igual ■ Disminuirán

- De cara al segundo trimestre del año, el **índice de difusión esperado de las empresas para dicho trimestre se ubicó en 34,2%**.
- Dicho registro es **menor** al índice de difusión efectivo por empresas del primer trimestre del año (48%), **evidenciándose expectativas más cautelosas para los próximos meses**.
- Un poco más de la mitad (**52,7%**) espera que su **nivel de ventas se mantenga estable** respecto al mismo trimestre del año anterior, mientras que un **13,1% anticipa una caída**.

- **CONTEXTO INTERNACIONAL:** El riesgo relacionado a los aranceles sigue aumentando, pero ahora parece más equilibrado. BRASIL crece poco y estamos caros, Argentina avanza hacia la atracción de inversiones.
- **URUGUAY:** se desacelera el ritmo de crecimiento de la mano de un escaso dinamismo esperado del mercado laboral y débil recuperación de los salarios reales, así como la falta dinamismo en nuevas inversiones.
- **CONSUMO PRIVADO:** fundamentos del consumo evolucionan de forma menos dinámica, ICC muestra retrocesos, mayores restricciones para el gasto del hogar y menor predisposición al consumo.
- **FRENTE FISCAL:** panorama fiscal para 2025 luce desafiante con escaso margen de maniobra para encausar las cuentas fiscales. Déficit Fiscal: -3,7% PIB, Deuda Pública: 67,5% PIB, Gasto Público: 33% PIB.
- **ESTABILIDAD DE PRECIOS - COMPETITIVIDAD:** frente a un proceso de fortalecimiento del peso uruguayo se produce una pérdida de competitividad para los sectores exportadores (agro, industria), se encarecen los destinos turísticos, problemas de frontera. Y al mismo tiempo, se ayuda a controlar la inflación y mantener la estabilidad macroeconómica.

Encomiendas: régimen de franquicias internacionales (3 envíos por 200 dólares)

Evolución mensual (en miles)



radiomundo 1170 am ENPERSPECTIVA

PORTADA PROGRAMAS EN PERSPECTIVA OÍR CON LOS OJOS GENTE Y EMPRESAS MÁS SOCIOS 3.0 EQUIPO CONTACTO

ENTREVISTA CENTRAL | Publicado el 11/04/2025

"Invasión" Temu: Cámara de Comercio no busca "eliminar" esta opción sino medidas para competir en igualdad, por ejemplo bajar tributos a las demás importaciones

ENTREVISTA CENTRAL

"Invasión" Temu: Cámara de Comercio busca medidas para competir en igualdad, como bajar tributos a las demás importaciones

Montevideo Portal

Noticias Futbol.uy Confirma Pantallazo Cartelera Negocios & Tendencias

MADE IN CHINA

"Efecto Temu": los motivos de la Cámara de Comercio para pedirle una reunión a Oddone

Los comerciantes plantean que las condiciones en las que la plataforma china funciona "están afectando seriamente al negocio nacional".

Preocupaciones en el sector de Comercio ante el auge de TEMU: "El comerciante se encuentra frente a una situación en desventaja", dijo Julio César Lestido

Crece la preocupación del empresariado por el fuerte y negativo impacto de las compras online al exterior

"Temu generó un crecimiento muy fuerte en las compras online, con cifras superiores al 200%"

4 abril, 2025



¡MUCHAS GRACIAS!

Departamento de Estudios Económicos



Ana Laura Fernandez - afernandez@cncs.com.uy

Mariano Artegoytia – martegoytia@cncs.com.uy



cncs.com.uy



[@camarauy](https://twitter.com/camarauy)



Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay



Cámara de Comercio y
Servicios del Uruguay