



**Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay**

**INFORME DE ACTIVIDAD
Segundo Trimestre**

Resumen Ejecutivo

2023

Resumen Ejecutivo II Trimestre 2023

Durante el **segundo trimestre del año 2023**, las ventas reales del Sector Comercio y Servicios ingresaron en una fase de estancamiento, registrando una caída de **-0,1%** en términos interanuales. Este resultado contrasta con el desempeño de las ventas durante los trimestres previos, en los que se habían observado tasas de variación positivas, aunque moderadas. Asimismo, en lo que refiere al comportamiento a nivel de rubros, la mayoría de los mismos registraron contracción en los volúmenes de venta.

En esta oportunidad se obtuvieron respuestas de 501 empresas que ocupan a 15.923 trabajadores en 873 locales, localizadas a nivel de todo el país. Asimismo, además de los nuevos rubros incorporados en el informe anterior, se sumó en esta ocasión un nuevo rubro: Inmobiliarias. De esta forma, para este período **se analizan un total de 20 rubros** representativos del Sector Comercio y Servicios.

Para el segundo trimestre del año, de los **20 rubros relevados**, **14 registraron una caída en sus niveles de venta reales en la comparación interanual**, mientras que los restantes 6 rubros atravesaron una fase de crecimiento. De esta forma, el **índice de difusión por rubros** alcanzó el valor de **30%**, relativamente por debajo del registro del trimestre inmediato anterior (32%). Algunos de los rubros que revirtieron su performance desde positiva a negativa fueron Agencias de Viajes, Jugueterías y Minimercados, mientras que los rubros que pasaron de un terreno negativo a positivo fueron Hoteles, Deportes y Vehículos y repuestos automotores.

A nivel de empresas también se presentan resultados dispares: **del total de empresas que componen la muestra, sólo el 32% de las mismas declaró un incremento en sus ventas reales** durante este período, también empeorando 2 p.p al comprar con el registro del primer trimestre del año.

En el sector **Comercio**, se destaca la diferencia en los resultados entre las empresas localizadas en Montevideo y el Interior. La variación interanual de las ventas reales de las empresas en Montevideo fue de 1,3%, manteniéndose estable respecto a lo observado en el trimestre inmediato anterior (1,4% interanual). Sin embargo, en el caso del interior del país, el nivel de ventas descendió -4,9%, desmejorando respecto al crecimiento de 2,2% observado en el comienzo del año.

Algunos rubros continúan atravesando un escenario recesivo trimestre a trimestre, como es el caso de Materiales de Construcción, Ferreterías y Pinturerías (-7,9%), Cuidado Personal (-5,6%), Muebles y Accesorios del Hogar (-6,3%), Electrodomésticos (-7,1%), Ópticas (-10,0%).

El rubro Papelería y oficina, es el que presenta los retrocesos más pronunciados, Indumentaria y Supermercados fueron los únicos que mostraron avances en los dos primeros trimestres del año.

En el sector **Servicios**, el escenario se presentó recesivo tanto para **Montevideo como para el Interior**. En Montevideo, tras tres trimestres consecutivos de crecimiento, se observó una caída de -3,6%. Sin embargo, existió una mejora en el índice de difusión por empresas al pasar de 34% en el anterior trimestre a 42% en el presente período. Para los servicios del interior se registró nuevamente una contracción, en esta oportunidad de -0,4%. Esta es una situación que ya se viene observando desde el segundo trimestre del año 2022.

Tal como se mencionó, se destaca la incorporación de un rubro adicional en el análisis del sector Servicios: **Inmobiliarias**, para el cual sus ventas registraron en este período una caída interanual de -5,5%.

En el caso del rubro **Hoteles**, éste logra revertir el comportamiento negativo que se venía observando en trimestres anteriores, alcanzando un incremento de 6,0% en sus ventas en el segundo trimestre del año 2023. Por su parte, las **Agencias de viajes cayeron -10,8%**, denotando una contundente desmejora respecto a lo acontecido en el primer trimestre, donde habían crecido 19,5%. Además, el rubro **Restaurantes y Confeiterías**, al igual que para el período enero-marzo de 2023, volvió a presentar un resultado negativo en su nivel de ventas reales, cayendo -7,6%.

En el análisis de **empresas por tamaño**, se presenta un escenario contractivo generalizado con la excepción de las empresas grandes. Asimismo, las empresas de menor tamaño, en particular las micro y pequeñas, son nuevamente las que presentan los peores resultados: -9,5% y -7,6% respectivamente. Dicho comportamiento es aún peor que el registro anterior y, además, para dichos tamaños no se observan variaciones positivas de las ventas reales desde el cuarto trimestre del año 2021. Otra es la realidad que atraviesan las empresas de gran tamaño, ya que volvieron a aumentar sus volúmenes de ventas (aunque en un menor nivel que el trimestre anterior), alcanzando una variación de 2,3% para este período.

Según la **localización de las empresas**, en Montevideo las ventas crecieron en el segundo trimestre del año un 1,1% interanual, al tiempo que las ventas en el Interior mostraron una variación negativa de -4,1%. Este resultado reflejó situaciones diferentes entre las subregiones que conforman el interior; en el caso de costa, litoral y noreste, las ventas descendieron -5,4%, -6,0% y -4,4%, mientras que en la zona centro las ventas aumentaron 3,9%. Si se comparan estos resultados con los observados en el primer trimestre del año, queda claro que la situación económica a nivel del interior del país empeoró para el segundo trimestre. Mientras que en el comienzo del año solo caían las ventas en la región del litoral, para el segundo trimestre se sumaron al escenario contractivo las regiones de la costa y el noreste. Este resultado no hace más que reconfirmar la realidad económica de gran complejidad que están atravesando las empresas localizadas en la frontera del país, y en las zonas allegadas. .

Finalmente, en términos de **expectativas de corto plazo**, nuevamente presentan una relativa desmejora respecto a los registros previos. Mientras que el 32% de los empresarios encuestados espera un crecimiento en sus ventas para el tercer trimestre del año, un 20% espera un escenario de caída, y por último un 48% establece que sus ventas se verán incambiadas en los próximos meses respecto a los registros actuales.

A modo de conclusión, en términos agregados la evolución de las ventas reales en el segundo trimestre del año empeoró respecto a los registros previos. A nivel de segmentos, la evolución de las ventas reales se deterioró en la mayoría de los casos, con algunas excepciones como lo fue el registro del sector Comercio en Montevideo, los bienes no durables y semi-durables y las empresas grandes.

Bajo este contexto, las micro y pequeñas empresas, las empresas localizadas en el litoral del país no logran salir de un escenario recesivo, así como rubros de actividad: Materiales de Construcción, Cuidado Personal, Muebles y Accesorios del Hogar, Electrodomésticos, Ópticas, Papelería y oficina, Restaurantes y confiterías, permanecen trimestre a trimestre en una fase contractiva.