

SONDEO Q3 2025

CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SALTO
DEPARTAMENTO ECONÓMICO

Magister y Economista Pablo Cortondo



**Centro Comercial
e Industrial de Salto**

120 AÑOS

Introducción

Este informe analiza la información recolectada de 93 empresas del sector comercio y servicios de Salto, con el objetivo de comprender la evolución del sector durante el tercer trimestre (Q3) del año en curso, así como su desempeño en los trimestres anteriores.

Con el propósito de ofrecer una caracterización precisa de la realidad empresarial del departamento, y no depender únicamente de estimaciones o datos de alcance nacional, se han incorporado al análisis indicadores de demografía empresarial específicos del sector comercial de Salto. De esta manera, el presente estudio refleja con mayor fidelidad las dinámicas y particularidades del entorno económico local.



COMERCIO

Generalidades

En la presente sección, se considerarán los aspectos globales del sector comercial tales como: el impacto generado por la variabilidad del tipo de cambio bilateral con Argentina y Brasil, las ventas reales, inversión, rentabilidad, trabajo y otros.



COMERCIO IMPACTO CAMBIARIO

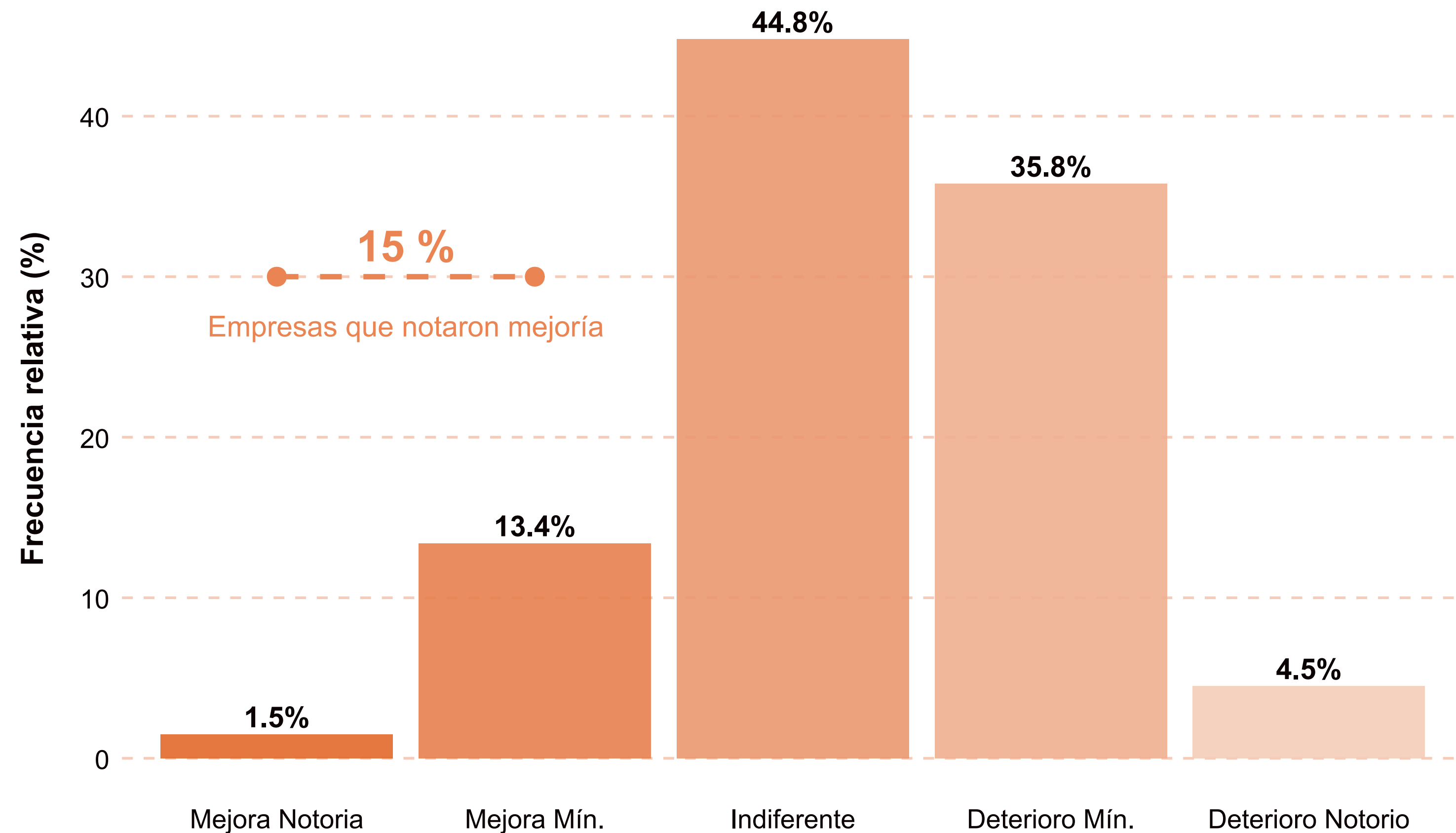
Neutralidad frente a Argentina, mayor percepción de deterioro desde Brasil.

- › Frente a Argentina predomina la neutralidad, con mejoras puntuales.
- › Con Brasil aumentan las percepciones de deterioro.

Porcentaje de empresas según impacto cambiario con Argentina.

El 45 % de empresas se muestra neutral ante las modificaciones cambiarias argentinas, mientras 15 % reporta mejoras en sus negocios por el tipo de cambio favorable. En Q2 esta cifra alcanzaba el 41%.

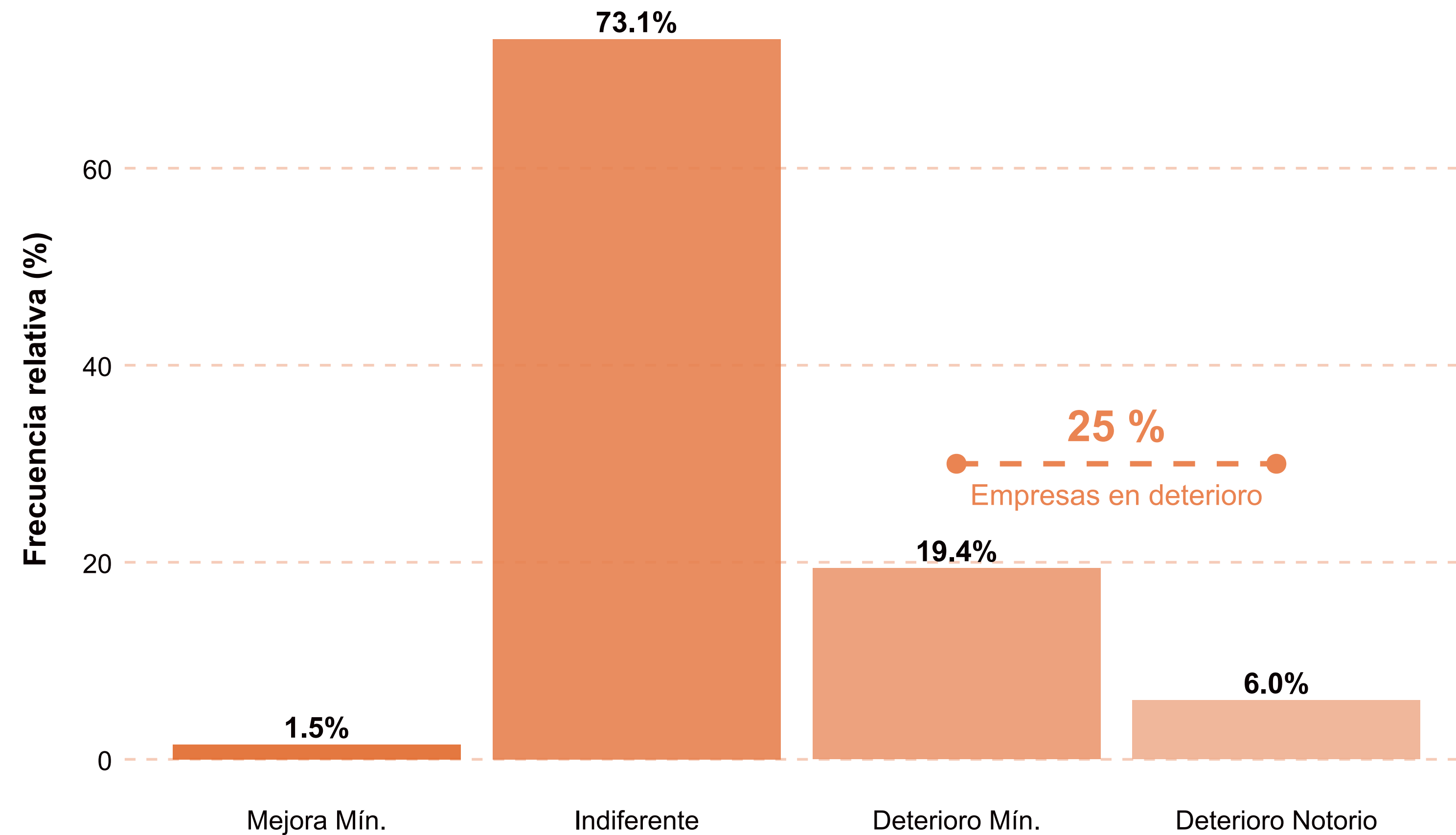
PREGUNTA ¿Ha afectado a su negocio la diferencia cambiaria con Argentina en el tercer trimestre del año?



Porcentaje de empresas según impacto cambiario con Brasil.

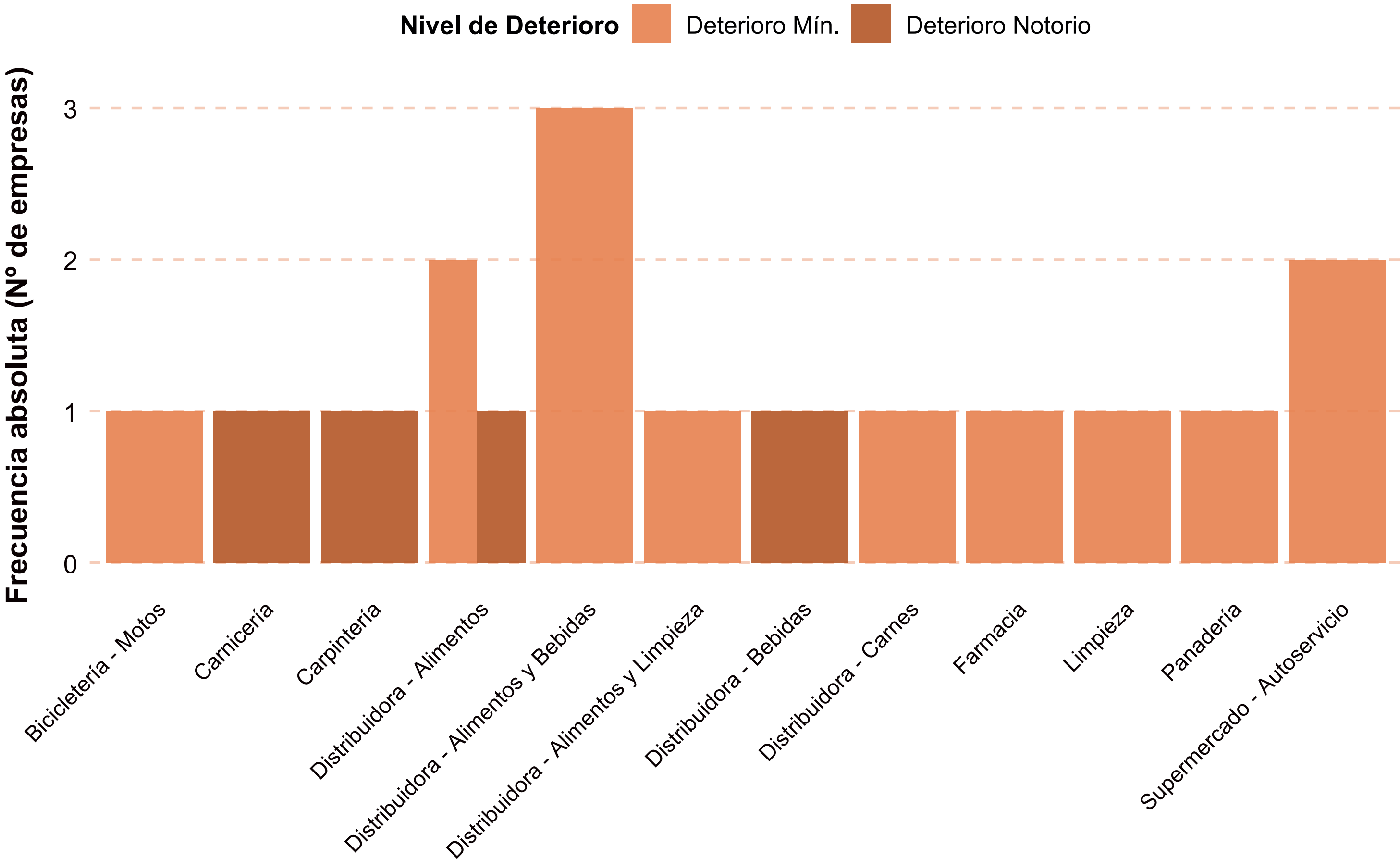
El 73 % de empresas se muestra neutral ante las modificaciones cambiarias brasileñas, cifra superior a Q2. Asimismo, 25 % de empresas reporta caídas en sus ventas fruto del impacto del tipo de cambio con Brasil.

PREGUNTA ¿Ha afectado a su negocio la diferencia cambiaria con Brasil en el tercer trimestre del año?



Impacto cambiario

La expansión del impacto cambiario a mayor número de rubros no se volvió a verificar en el tercer trimestre, en realidad hubo un retroceso. El impacto se redujo. Los mayores afectados son los rubros de Carnicería, Carpintería, Distribuidoras de bebidas y alimentos.



COMERCIO VENTAS REALES

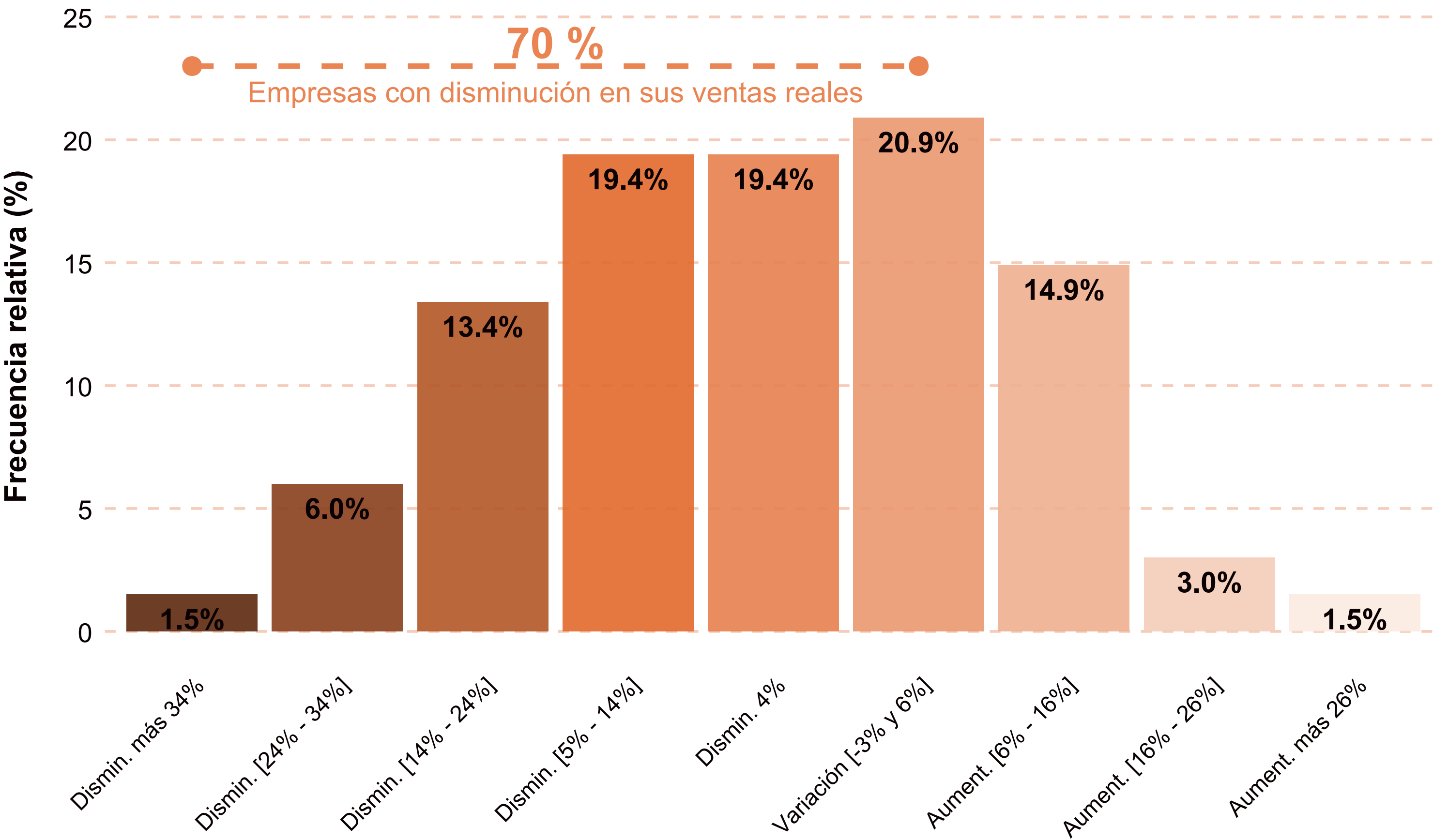
7 de cada 10 empresas registran caídas en sus ventas reales.

- › El deterioro se aceleró respecto al trimestre anterior.
- › Los rubros esenciales resisten; el resto profundiza su caída.
- › Optimismo moderado pero sin aumento de inversión.

Ventas reales
Q3 2024 – Q3 2025

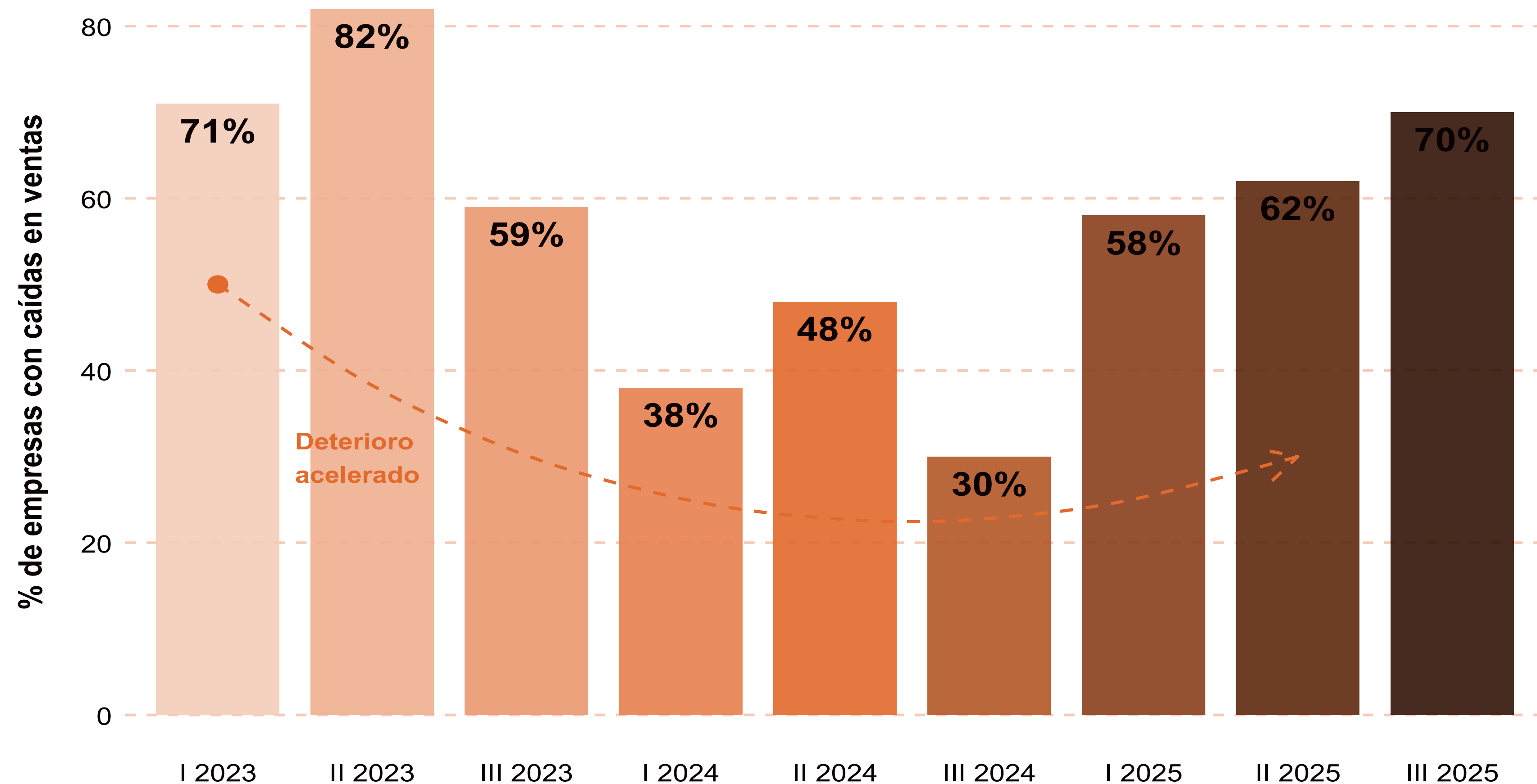
Los datos revelan un **deterioro severo del sector comercial**, con 70% de empresas con caídas interanuales en ventas (+23pp vs Q1). No obstante, se podrá observar que la mayoría mantiene plantilla (68,7%) y la estructura operativa, indicando expectativa de recuperación o capacidad de resistencia ante un escenario adverso prolongado.

PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del tercer trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



Tendencia de la reducción de ventas reales

% de empresas con caídas interanuales. Resultado por sondeo.



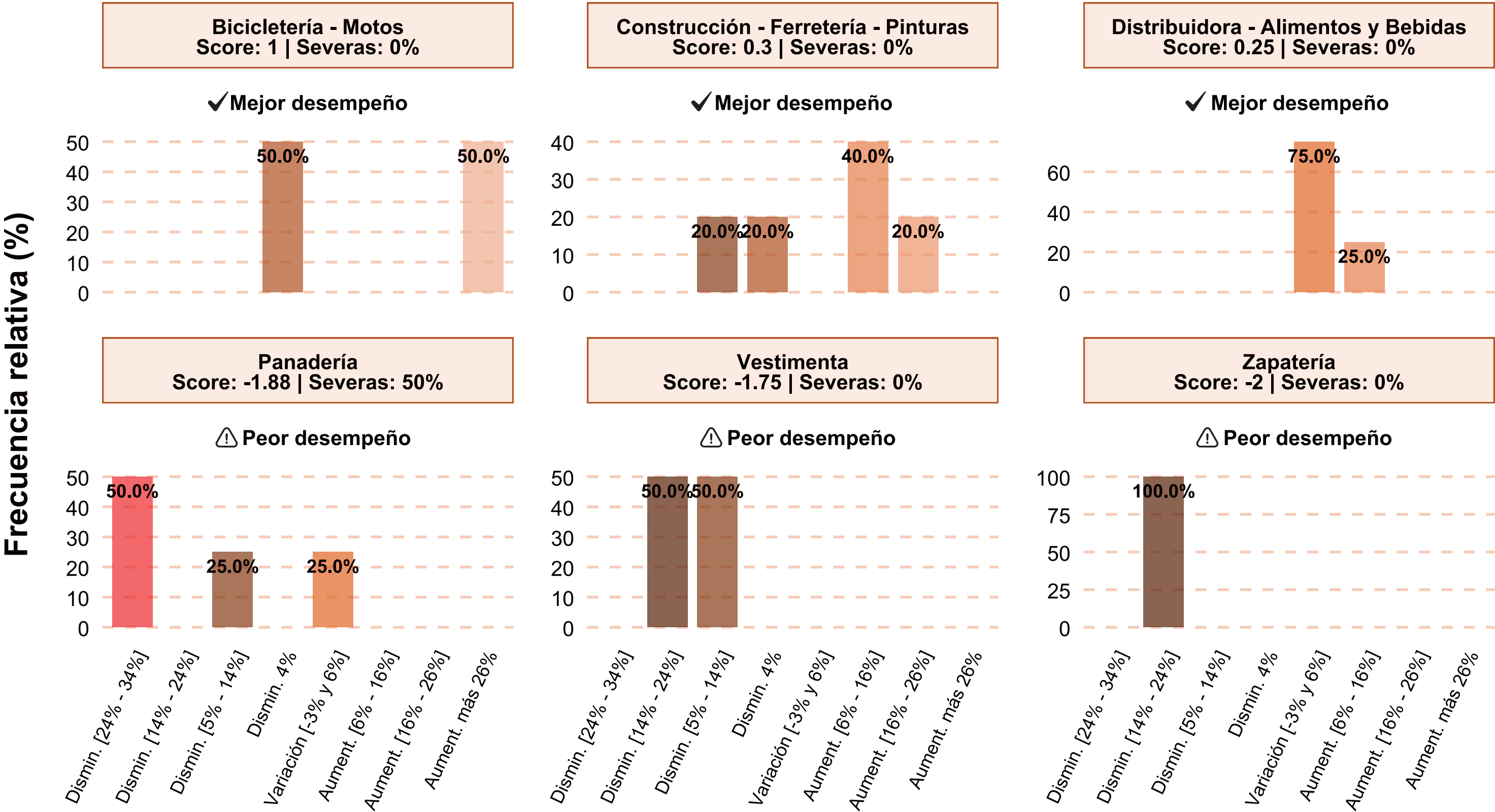
Top 3 de Ventas reales por rubro Q3 2024 – Q3 2025

SEGÚN RANGO DE VENTAS Y RUBRO

El análisis por rubro (método score ponderado) revela desempeño heterogéneo: mientras Distribuidoras de Alimentos (100% crece), Construcción-Ferretería (80% mantiene/mejora) y Bicicletería-Motos muestran resiliencia, los rubros de Zapatería (-2.0), Panadería (-1.88 con 50% de caídas severas) y Vestimenta (-1.75) experimentan deterioro generalizado.

Esta polarización refleja la reorientación del gasto hacia bienes esenciales. Los rubros vinculados a necesidades básicas resisten, mientras indumentaria, calzado y ciertos servicios enfrentan contracciones severas por postergación del consumo discrecional.

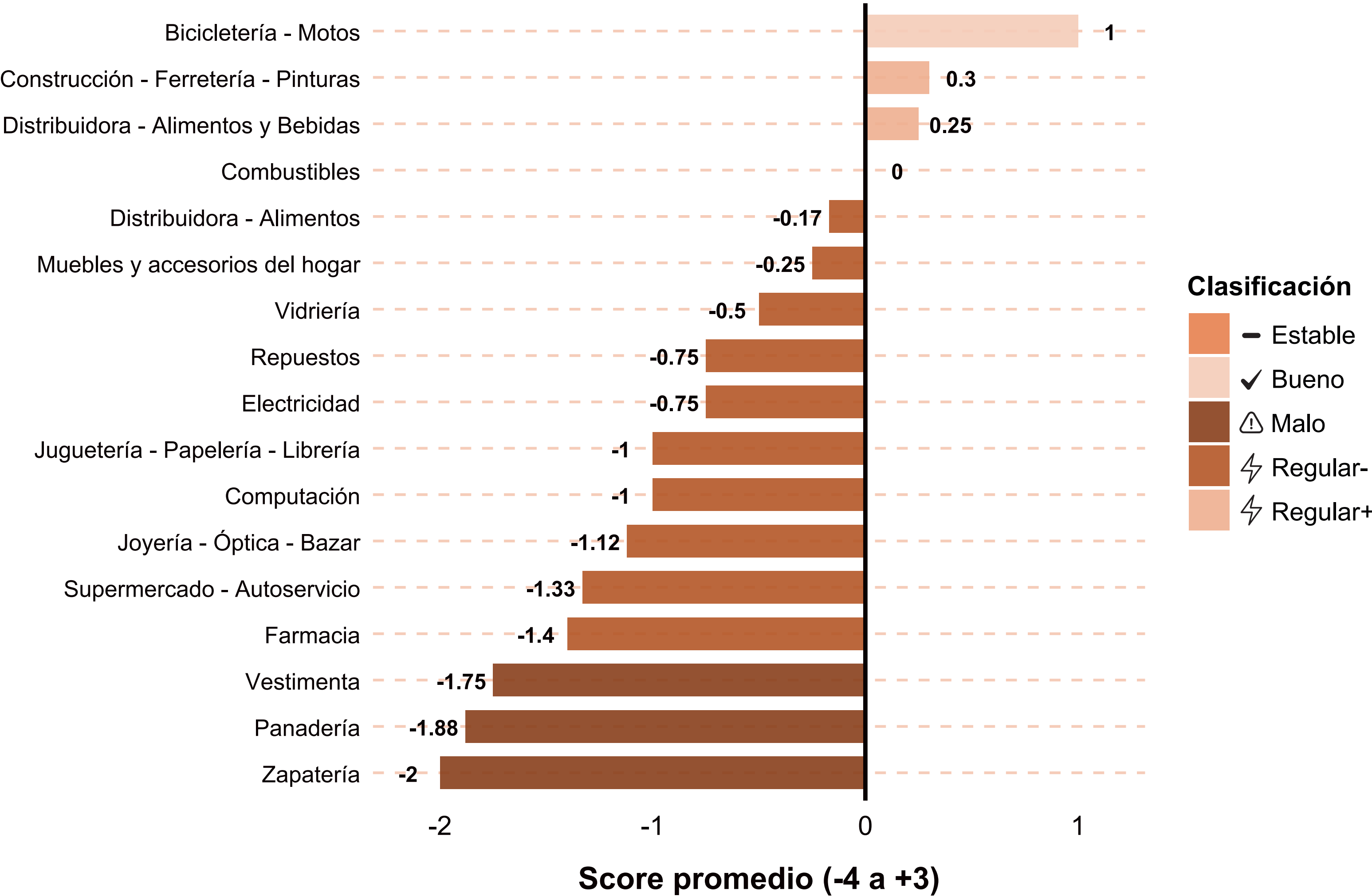
PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del tercer trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



Nota: Score promedio (rango -4 a +3) | Severas: % con caídas >25% | Solo rubros con 2+ empresas

Ranking por rubros

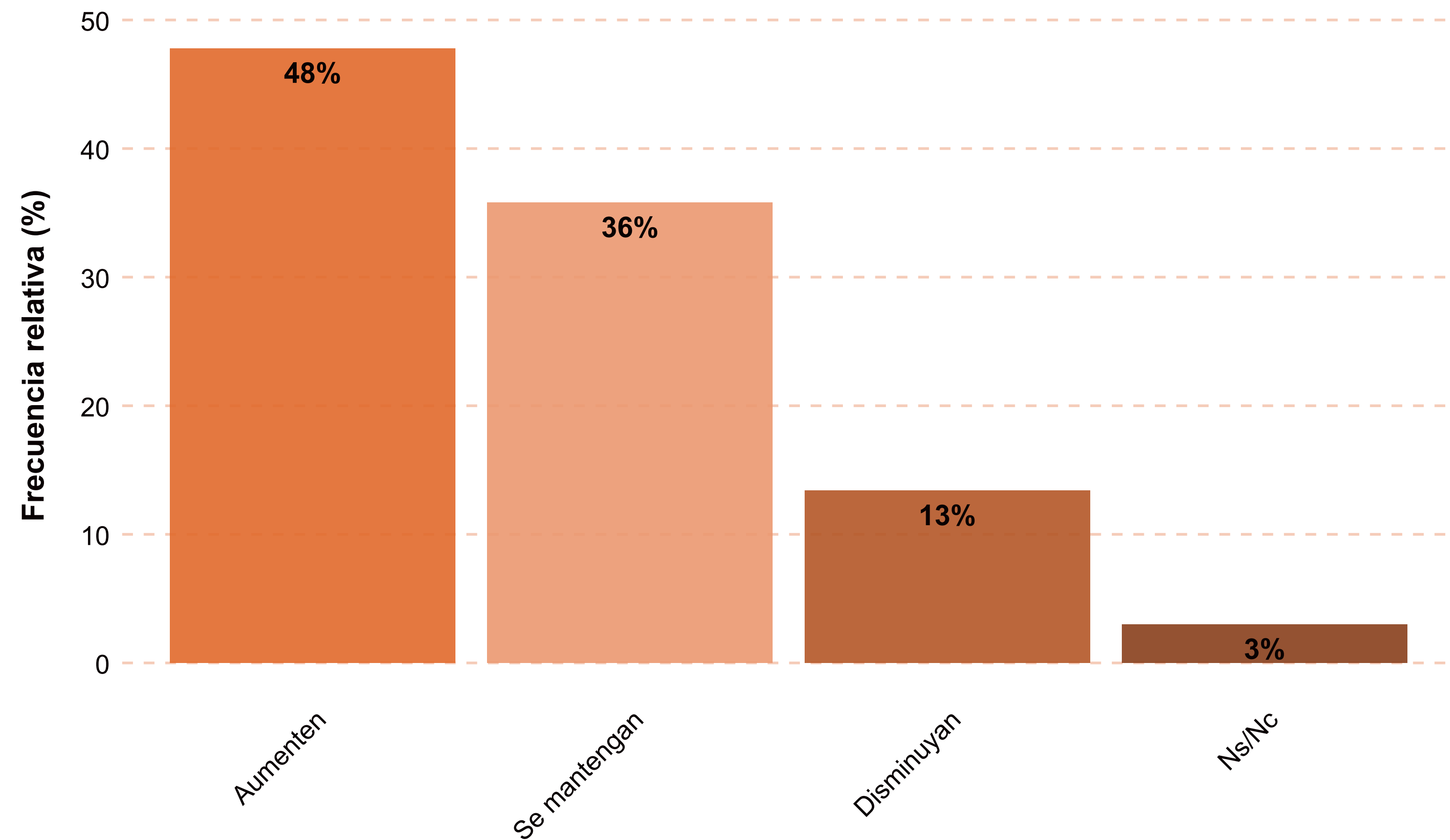
Ranking completo de rubros del “Score Ponderado de Desempeño por Rubro”, cuyo objetivo es medir el desempeño relativo de cada rubro considerando tanto la proporción de empresas afectadas como la magnitud de las variaciones en ventas, mejorando el análisis binario previo (caída sí/no).



Expectativas de ventas

Expectativas incambiadas, si se compara lo que esperaban los agentes para Q2 y para Q3. Sin embargo, 84% espera mantener o aumentar las ventas de cara al último trimestre del año, probablemente fruto de factores estacionales ante la expectativa de reactivación a fin de año.

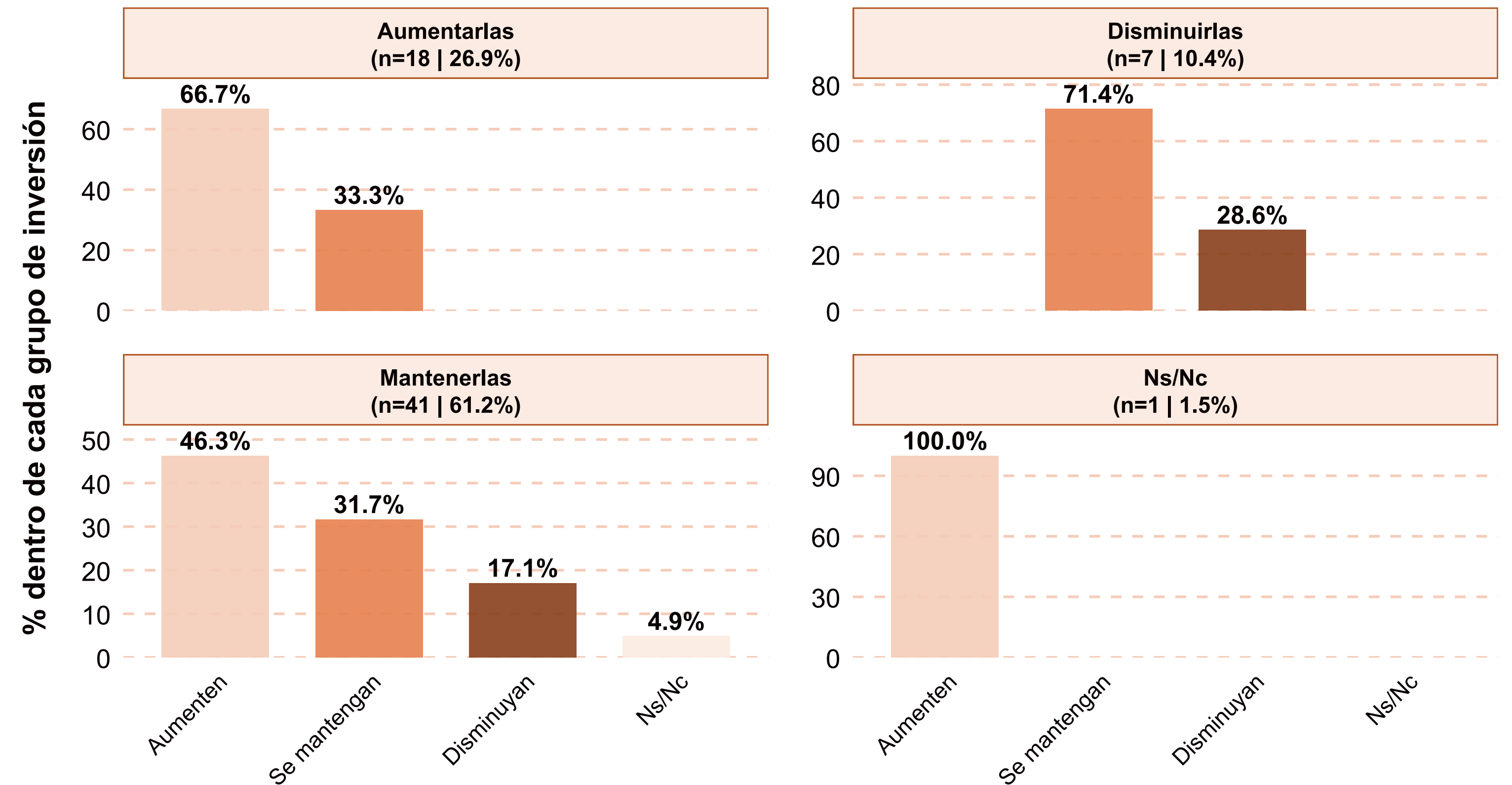
PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de ventas para el próximo trimestre?



Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

La mayoría de empresas espera aumentar ventas en Q4, independientemente de sus planes de inversión. 7 de cada 10 empresas que esperan que se mantengan su ventas en Q4, reducirán sus inversiones en el próximo trimestre

6 de cada 10 empresas mantendrán sus inversiones, sin importar el escenario de ventas del próximo trimestre.



COMERCIO **RENTABILIDAD**

Se debilitan las expectativas de rentabilidad.

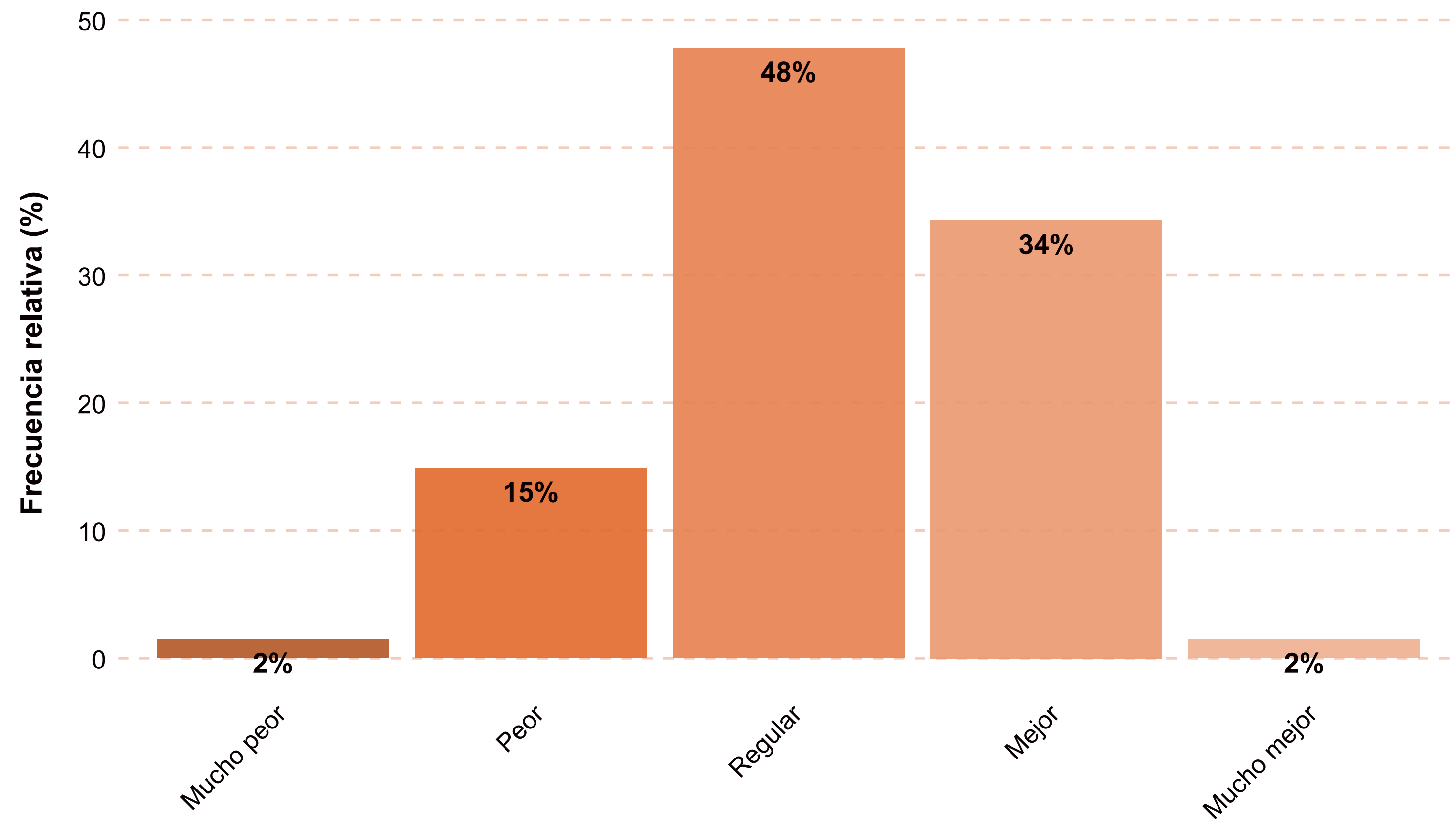
- › Crece la proporción de empresas que prevén menor rentabilidad.
- › El ajuste no acompaña el fuerte deterioro de las ventas.

Expectativa de rentabilidad próximo cuatrimestre

Las expectativas de rentabilidad muestran un patrón de ajuste gradual pero claramente insuficiente tras el deterioro severo experimentado en Q3 2025. Mientras que en Q2 solo el 8,5% de empresas anticipaba peor rentabilidad (contra 42,9% optimista), la realidad fue que el 70% experimentó caídas en ventas reales.

En Q2 solo 1 de cada 12 esperaba peor rentabilidad. Ahora casi 1 de cada 6.

PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad para el próximo trimestre, respecto a igual período de 2024?



COMERCIO **COSTOS**

Presión de costos en aumento y márgenes bajo tensión.

- › 3 de cada 4 empresas enfrentan costos crecientes.
- › La inflación erosiona márgenes de forma sostenida.

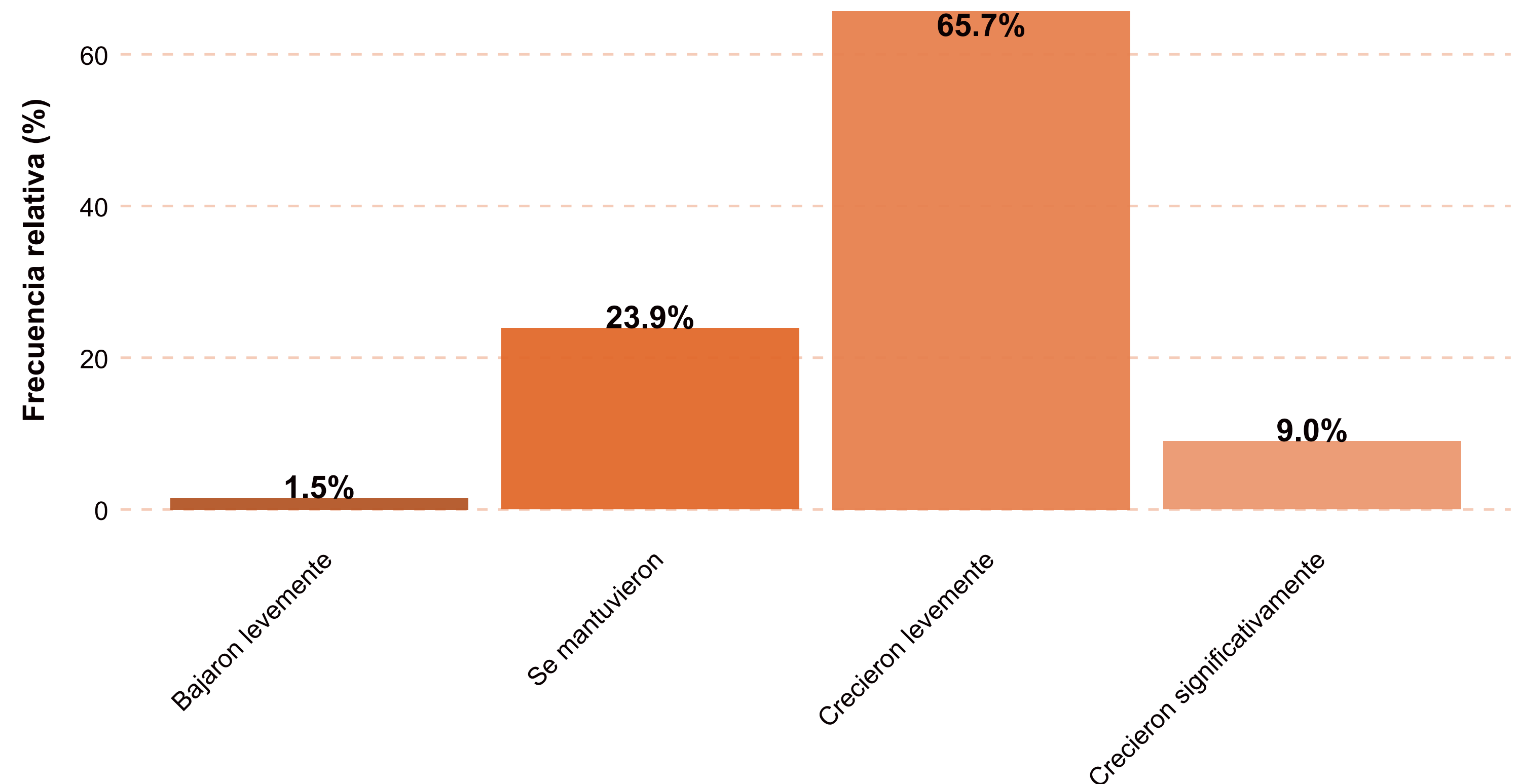
Impacto de los costos en el trimestre

3 de cada 4 empresas enfrentaron costos crecientes en Q3. La presión inflacionaria NO se está aliviando, se está intensificando.

2 de cada 3 empresas enfrentan erosión sostenida de márgenes por costos que suben "levemente" pero de forma generalizada y persistente.

La combinación de ingresos decrecientes (70% con caídas en ventas reales) y costos crecientes (75% con aumentos en costos) genera una **compresión relevante de márgenes** que amenaza la sostenibilidad operativa del sector.

PREGUNTA ¿Cómo fue el impacto de los costos en el tercer trimestre respecto a 2024?



COMERCIO **TRABAJO**

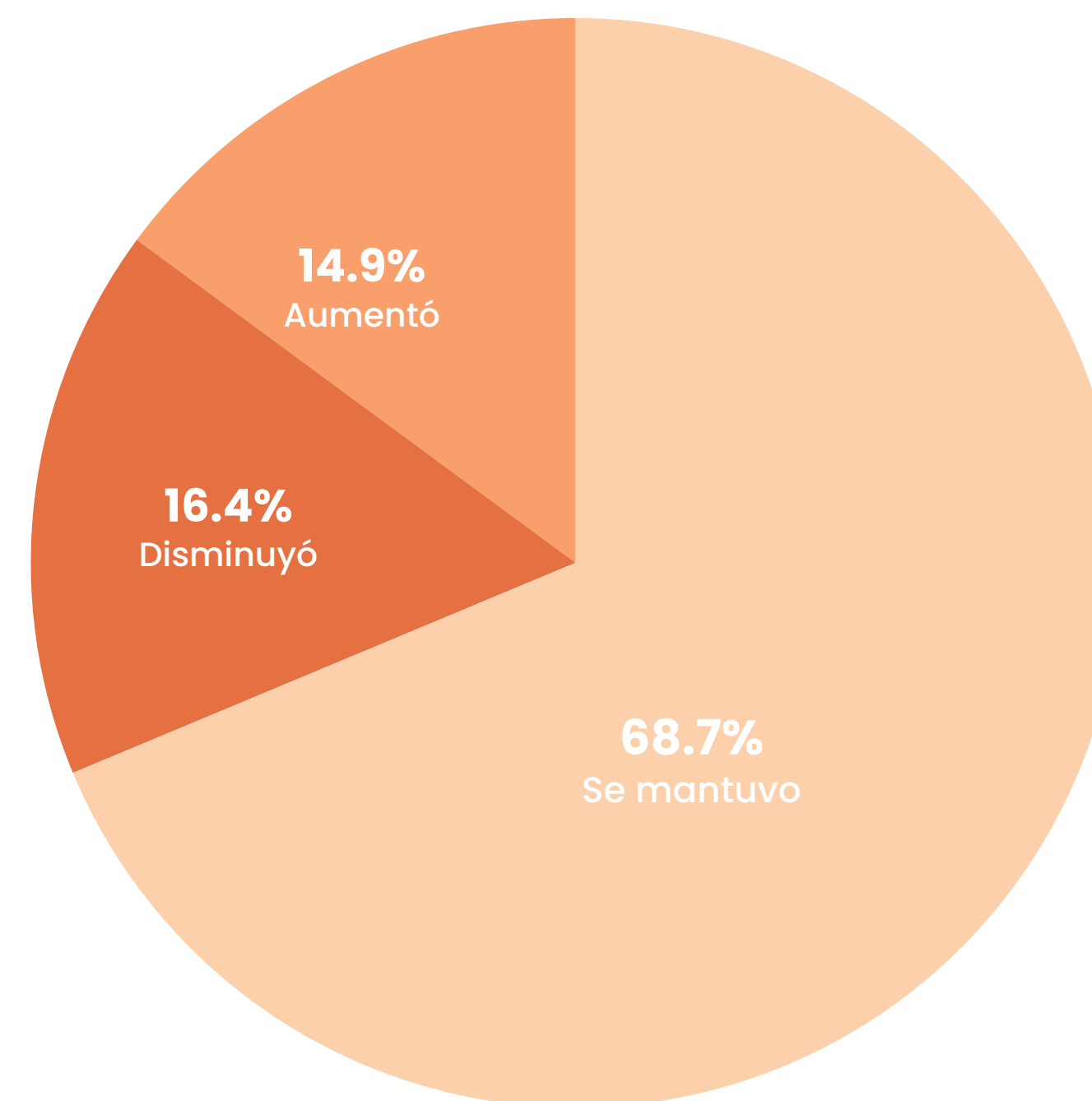
El empleo entra en fase de ajuste más marcado.

- › Se duplica la proporción de empresas que reducen personal.
- › 8 de cada 10 mantendrán su plantilla en el próximo trimestre.

Situación laboral del trimestre

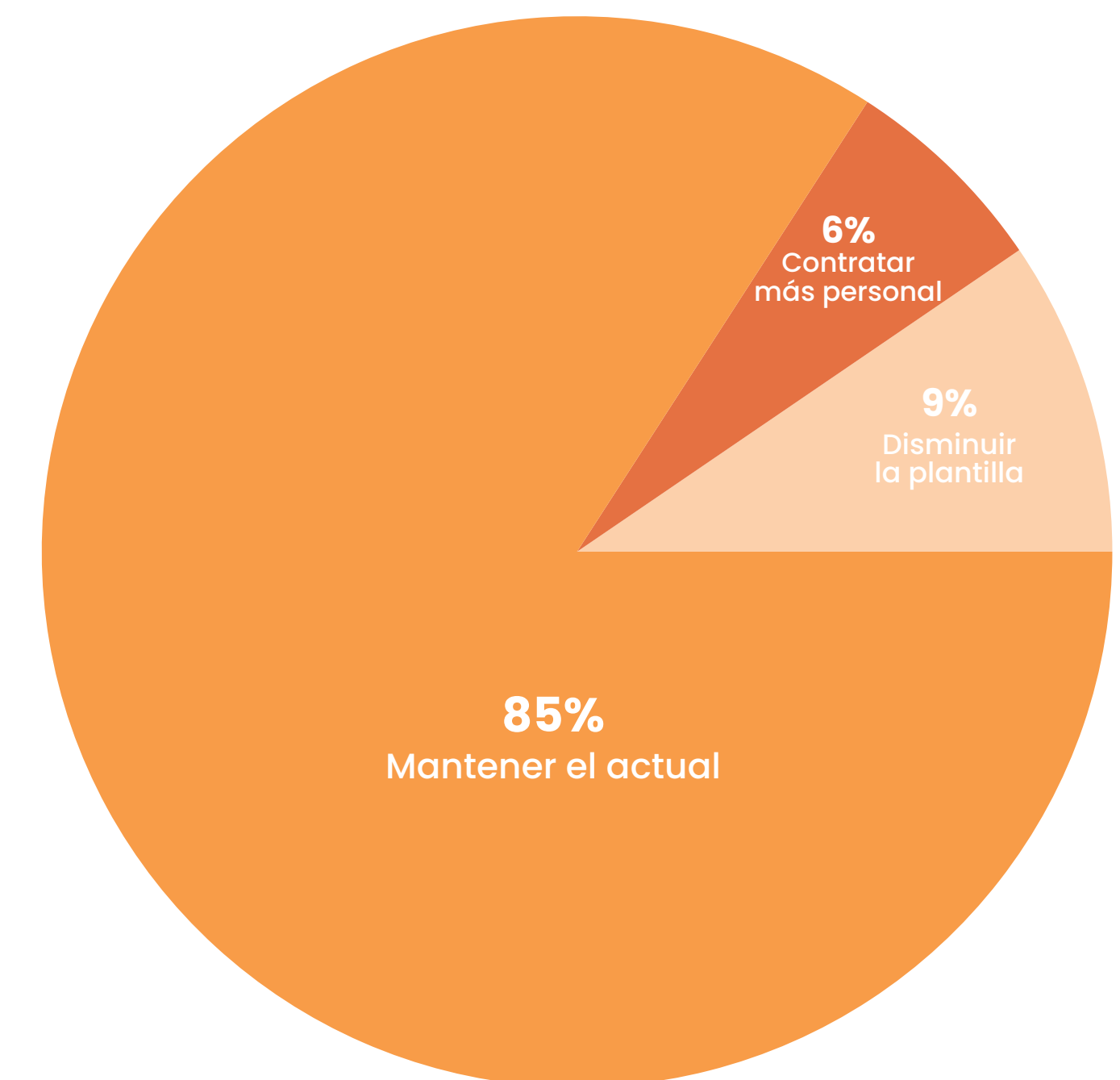
El empleo en Comercio transitó de indicador rezagado (Q1-Q2) a confirmación de ajuste estructural (Q3). La duplicación de despidos y el primer balance negativo marcan el momento donde empresas agotaron capacidad de resistencia. Recuperación en Q4 requeriría mejora simultánea de ventas y moderación de costos, escenario de baja probabilidad dado contexto macroeconómico y expectativas empresariales deterioradas.

Situación laboral del trimestre



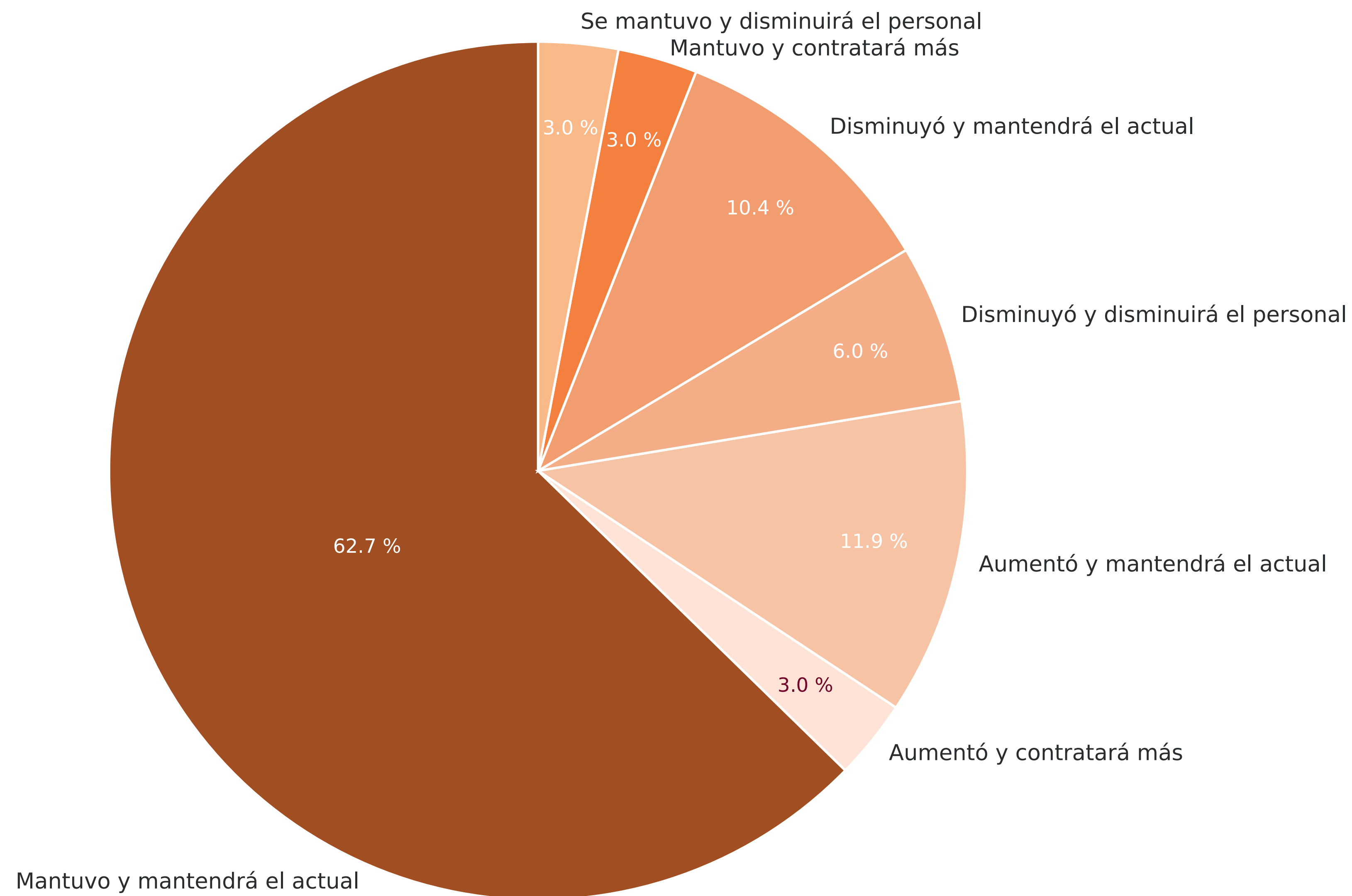
PREGUNTA
¿Cómo ha sido el número de colaboradores en el tercer trimestre respecto a 2024?

Expectativas laborales



PREGUNTA
¿Qué espera que suceda con el n° colaboradores en el próx. trim.?

Mix de situación laboral del trimestre y expectativas



COMERCIO **PROBLEMATICAS Y DESAFÍOS**

La falta de circulante y la competencia de precios marcan las principales tensiones.

- › Caída del consumo, guerra de precios y presión del canal digital comprimieron márgenes al límite.
- › La carga operativa y la gestión de personal profundizan la fragilidad del sector.

¿Cuál ha sido el principal tema/problema con el que ha tenido que lidiar en el segundo trimestre del año?

1. Caída del circulante y de la demanda

La problemática más mencionada por empresarios durante Q3 fue la ausencia de liquidez en la economía local, expresada consistentemente como "no hay dinero en la calle" o "falta de dinero de la gente para gastar". La disminución en el volumen de ventas es el fenómeno observable. Podría existir problema estructural del circulante disponible debido a la existencia de numerosos empresarios reportando que a partir del día 10 de cada mes el flujo de efectivo se interrumpe completamente. La manifestación más crítica de este problema es la disminución considerable de público circulando en el centro comercial, indicando que la crisis no es de preferencias de consumo sino de capacidad de gasto. Asimismo, se señaló que los clientes priorizan el pago de obligaciones financieras (tarjetas de crédito) sobre cualquier compra discrecional, por lo que se podría estar generando un círculo vicioso donde la ausencia de circulante reduce el tráfico peatonal, que a su vez deprime aún más las ventas.

¿Cuál ha sido el principal tema/problema con el que ha tenido que lidiar en el segundo trimestre del año?

2. Guerra de precios y competencia digital

Este problema combina dos fuerzas convergentes: la alta competencia entre comercios físicos que comprime márgenes mediante guerra de precios, y el impacto disruptivo de plataformas digitales internacionales y nacionales que operan con estructuras de costos inalcanzables o poco alcanzables para el comercio local. Los empresarios mencionaron explícitamente el "efecto TEMU" y la competencia de Mercado Libre con importaciones directas, fenómenos que desplazan ventas hacia canales online donde el comercio físico no puede competir. Esta situación se agrava porque muchos clientes utilizan las tiendas físicas para evaluar productos pero finalmente realizan la compra online, aprovechando precios significativamente menores. Adicionalmente, empresarios reportaron competencia desleal de grandes superficies comerciales y del sector informal, este último capaz de ofrecer precios más bajos al operar sin cargas impositivas ni laborales formales. La combinación de estos factores genera una compresión de márgenes insostenible donde competir en precio implica operar con rentabilidad nula o negativa, pero no hacerlo significa perder clientes definitivamente.

¿Cuál ha sido el principal tema/problema con el que ha tenido que lidiar en el segundo trimestre del año?

3. Estructura de costos insostenible

Los empresarios señalaron que las cargas sociales e impuestos representan una proporción insostenible de sus ingresos decrecientes, particularmente cuando el volumen de ventas cae por debajo de umbrales mínimos de viabilidad. Los costos de materias primas, especialmente relevante para sectores como joyería y construcción, también experimentaron aumentos significativos que no pueden trasladarse a precios de venta debido a la competencia y la falta de poder adquisitivo. El problema de los incobrables añade presión adicional, reduciendo el flujo de efectivo disponible para cubrir obligaciones operativas. Esta situación configura el "efecto tijera" clásico donde costos crecientes y ventas decrecientes convergen para eliminar márgenes de rentabilidad, forzando a empresarios a elegir entre recortar personal, reducir calidad, o absorber pérdidas hasta agotar reservas. La mención recurrente a "costos operativos" sin especificación adicional sugiere que el problema podría no ser un costo particular sino la suma acumulada de múltiples obligaciones fijas que se vuelven inviables cuando los ingresos caen significativamente.

¿Cuál ha sido el principal tema/problema con el que ha tenido que lidiar en el segundo trimestre del año?

4. Contexto económico adverso y factores climáticos

La situación económica general del departamento fue señalada como "muy disminuida", con incertidumbre generalizada que inhibe decisiones de consumo e inversión. El factor climático tuvo impacto significativo en Q3 dado que el trimestre coincide con pleno invierno (julio-agosto-septiembre), período donde las bajas temperaturas y lluvias reducen drásticamente el tráfico peatonal en centros comerciales. Este efecto estacional, típicamente manejable en condiciones económicas normales, se volvió crítico al combinarse con el tema del circulante ya mencionado, generando "poco movimiento en general del centro" que deprimió ventas incluso por debajo de patrones estacionales históricos. Los sectores vinculados al turismo reportaron baja concurrencia de visitantes, agravando la situación para rubros dependientes de demanda foránea. La inseguridad pública fue mencionada como factor adicional que inhibe la circulación de personas, aunque con menor frecuencia que otros problemas. La convergencia de clima adverso, crisis económica local y factores de inseguridad podrían haber generado condiciones especialmente difíciles para comercios que dependen de tráfico peatonal espontáneo.

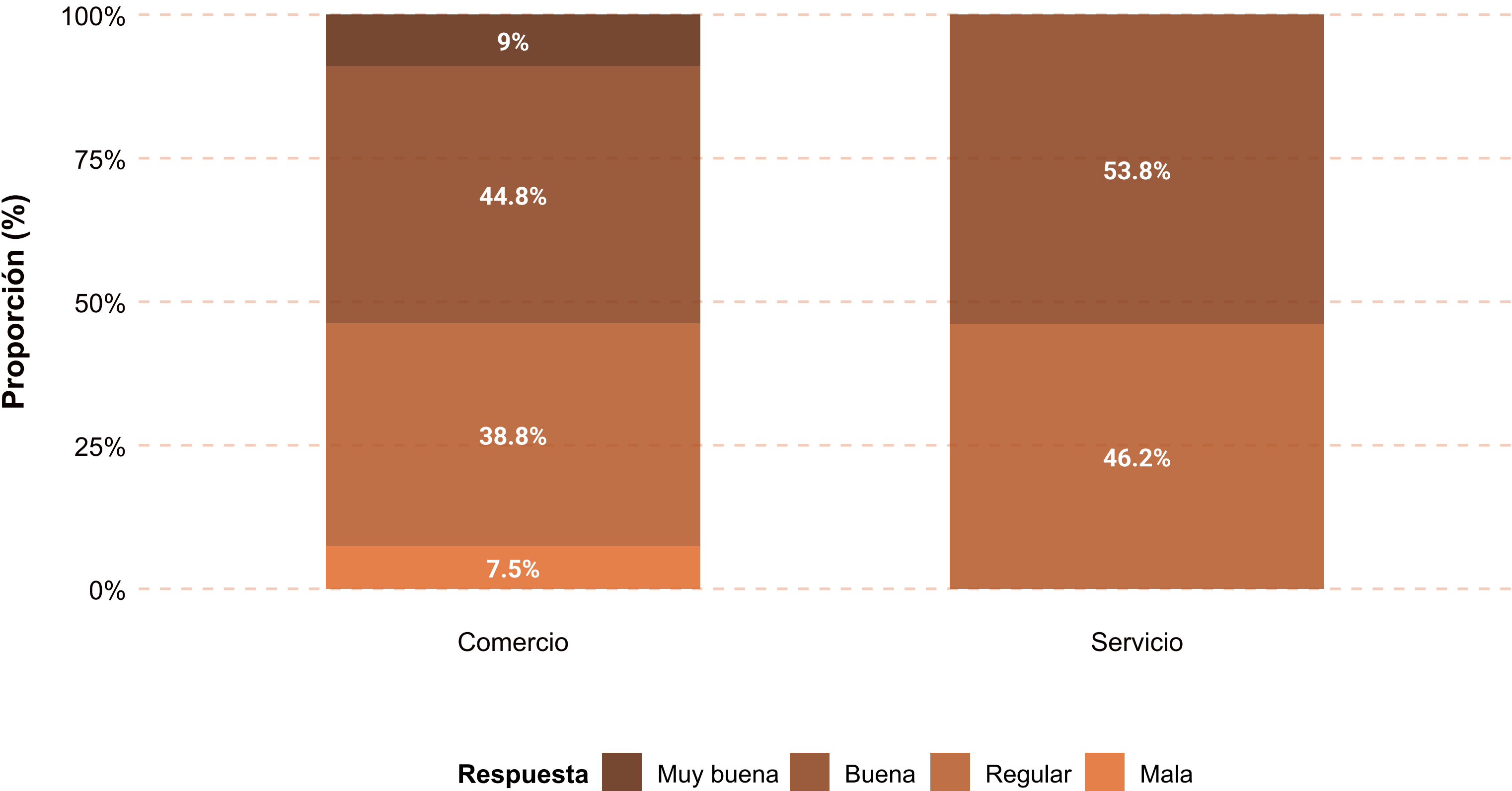
¿Cuál ha sido el principal tema/problema con el que ha tenido que lidiar en el segundo trimestre del año?

5. “Crisis” de gestión de recursos humanos

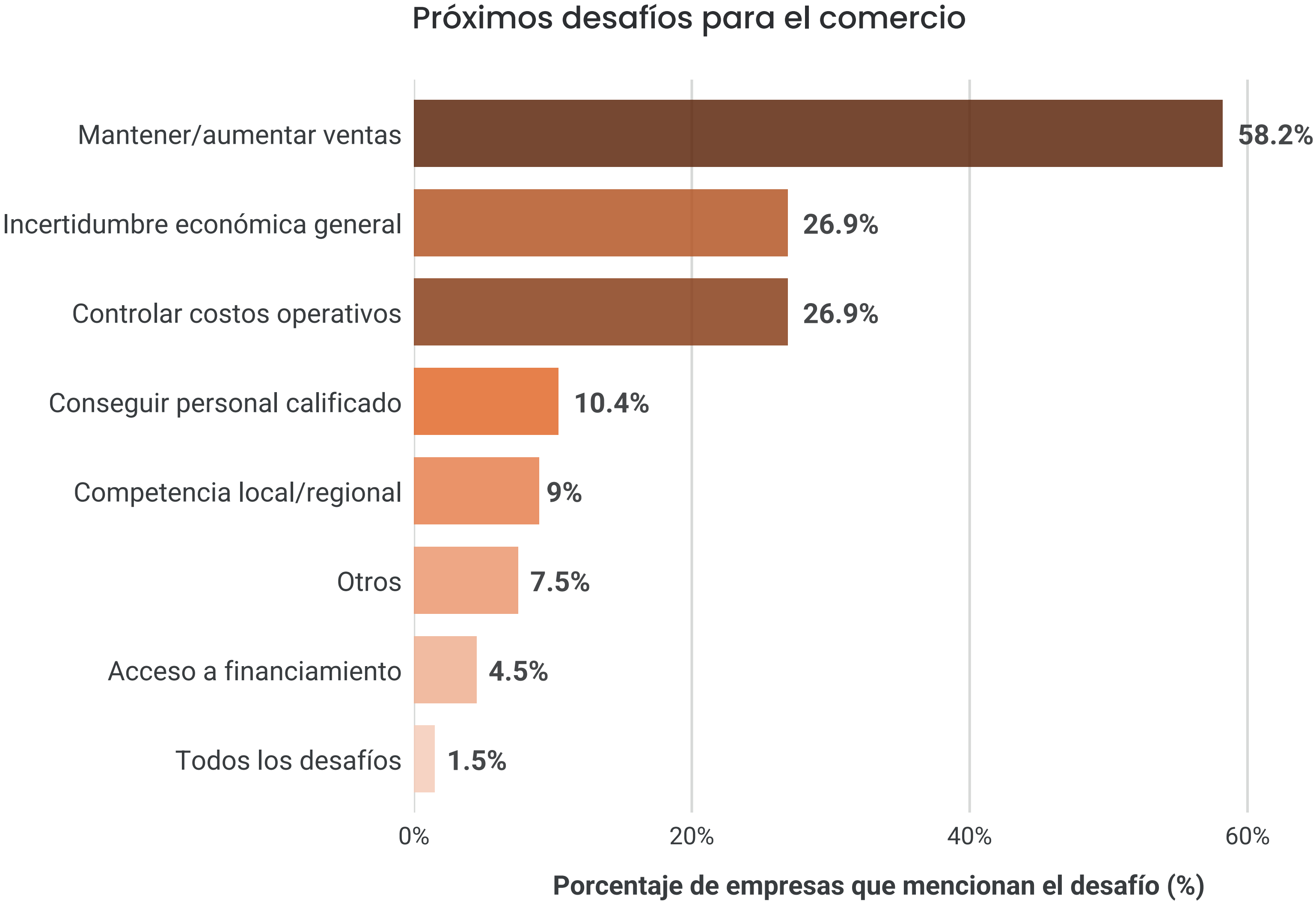
Los empresarios reportaron que el personal "es cada vez más difícil mantenerlo motivado y que trabaje de manera eficiente", señalando un deterioro en compromiso y desempeño laboral. El ausentismo laboral apareció como manifestación concreta de este problema, con faltas recurrentes que complican la operación en momentos donde mantener la continuidad del servicio es crítico. La dificultad para conseguir personal calificado añade presión adicional, limitando la capacidad de empresas para reemplazar empleados con bajo desempeño o incorporar talento necesario para adaptarse a nuevas condiciones de mercado. Esta problemática sugiere que el deterioro del clima empresarial no solo afecta indicadores financieros sino que penetra en la cultura organizacional, generando desmotivación que reduce productividad precisamente cuando las empresas más necesitan eficiencia para sobrevivir con márgenes comprimidos. El problema trasciende lo salarial, ya que empresarios no mencionaron incapacidad de pagar salarios competitivos sino dificultad para mantener compromiso laboral en entorno de incertidumbre donde el futuro de la empresa es incierto.

Evaluación general
del negocio en el
presente trimestre.

PREGUNTA ¿Cómo evalúa la situación general de su negocio en este momento?



¿Cuál considera que es el principal desafío para su negocio en el próximo trimestre?



SECCIÓN 2.2

COMERCIO

ANÁLISIS POR CATEGORÍAS

El foco de la presente sección estará centralizada en rubros o categorías que presentan mayor ponderación en la base.



DISTRIBUIDORAS

El grupo está integrado por aquellas dedicadas exclusivamente a “Alimentos”, “Alimentos y bebidas”, “Bebidas”, “Carnes” y “Alimentos y limpieza”.

Distribuidoras muestran recuperación sostenida y mayor estabilidad en Q3.

- › Menos empresas caen y se reduce fuerte la severidad del deterioro.
- › Crece la estabilidad: 1 de cada 2 ya opera en terreno neutral.

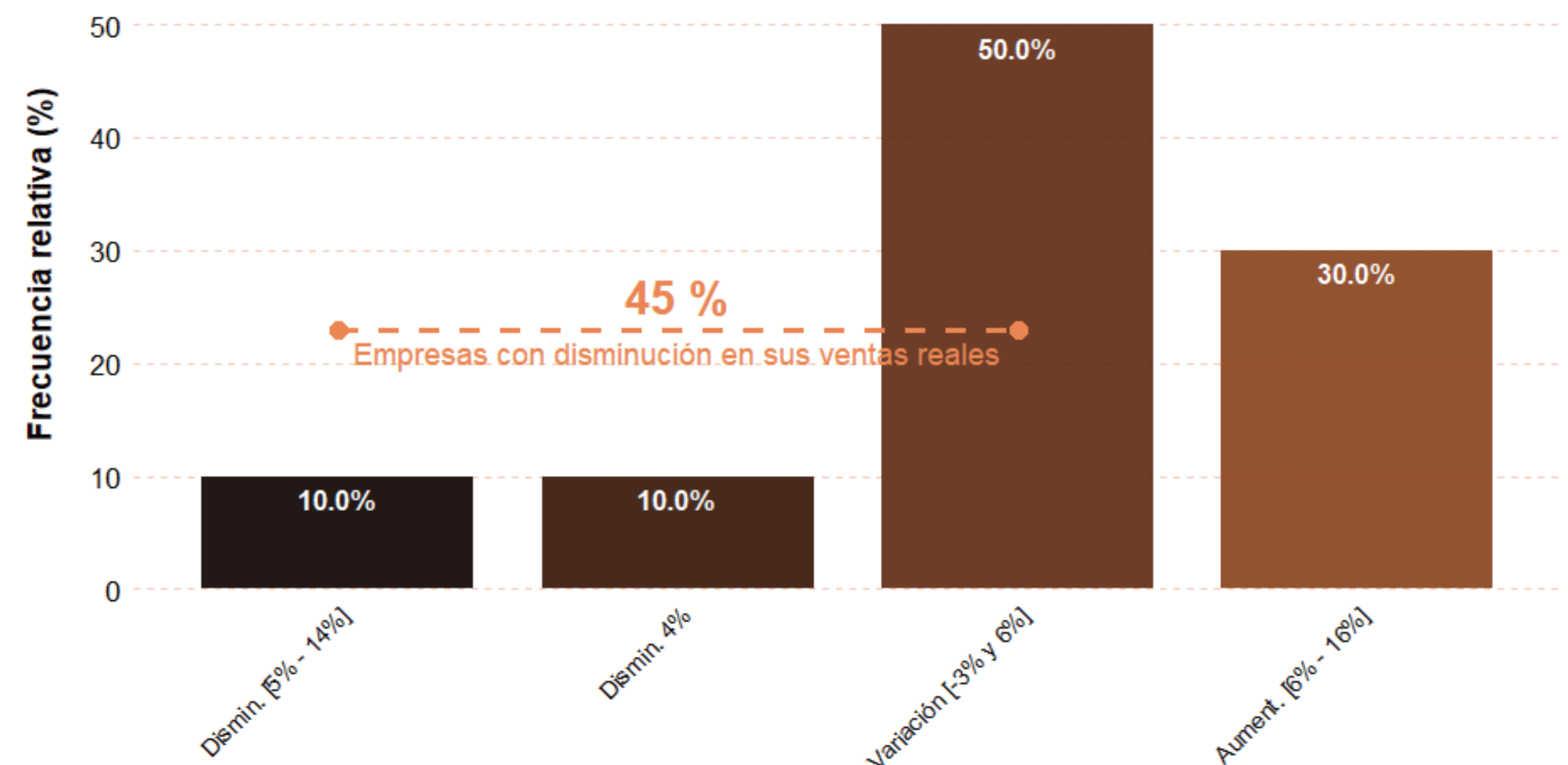
Ventas reales Q3 2024 – Q3 2025

DISTRIBUIDORAS

Las distribuidoras evidenciaron recuperación sostenida durante 2025, reduciendo empresas con caídas de 67% en Q1 a 45% en Q3 (-22 pp), trayectoria opuesta al comercio minorista que colapsó pasó de 52% a 70% en el mismo período. Esta divergencia podría obedecer a ventajas estructurales del modelo mayorista y selección natural donde sobrevivieron operadores más resilientes.

La concentración hacia zona de estabilidad (50% en Q3) y eliminación de caídas severas (de 33% a 10%) señala nuevo equilibrio operativo. Sin embargo, la mejora podría ser parcial ya que depende del comercio minorista que constituye su base de clientes. La situación poco alentadora del comercio de minoristas en Q3 representa una posible amenaza latente con impacto diferido, situación que dependerá en parte de la evolución de este sector en los sucesivos trimestres.

PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del tercer trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



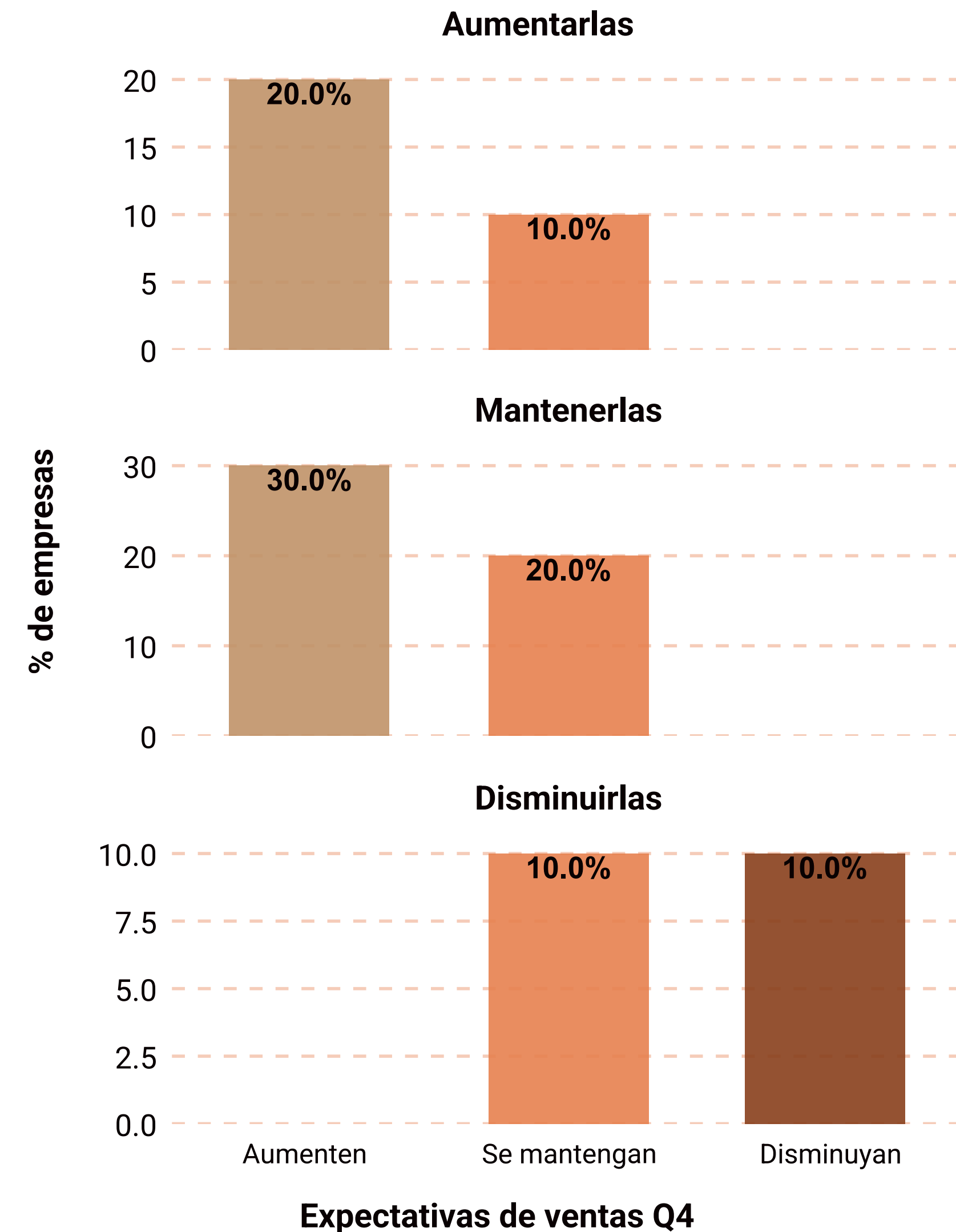
Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

DISTRIBUIDORAS

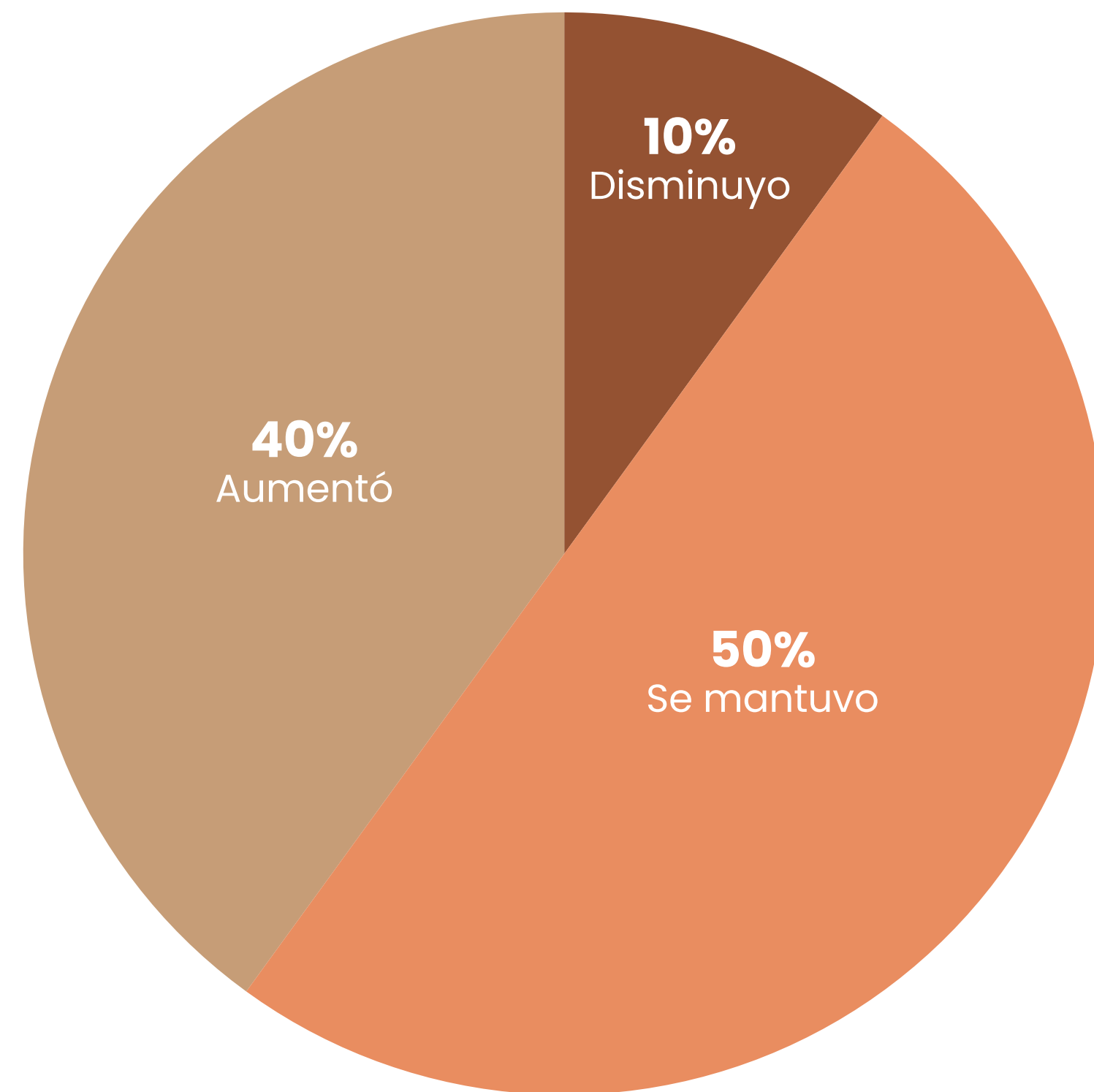
Las distribuidoras expansionistas mantienen planes de inversión pero moderaron expectativas. Ya no todas esperan crecimiento; 1 de cada 3 que invertirá espera solo mantener ventas.

El cambio estructural más relevante fue la aparición de empresas planeando reducir inversión (20% en Q3, inexistente en Q2), indicando que parte del sector ajusta estrategias ante condiciones de demanda persistentemente débiles.

Las distribuidoras que mantendrán o aumentarán inversión (80%) proyectan mayoritariamente estabilidad o crecimiento moderado, expectativas que dependerán críticamente de: (1) efectividad de estacionalidad fin de año para reactivar demanda minorista, (2) capacidad de comercios clientes para mantener operaciones y pedidos regulares, y (3) materialización de recuperación del circulante en economía local que sustente consumo final.



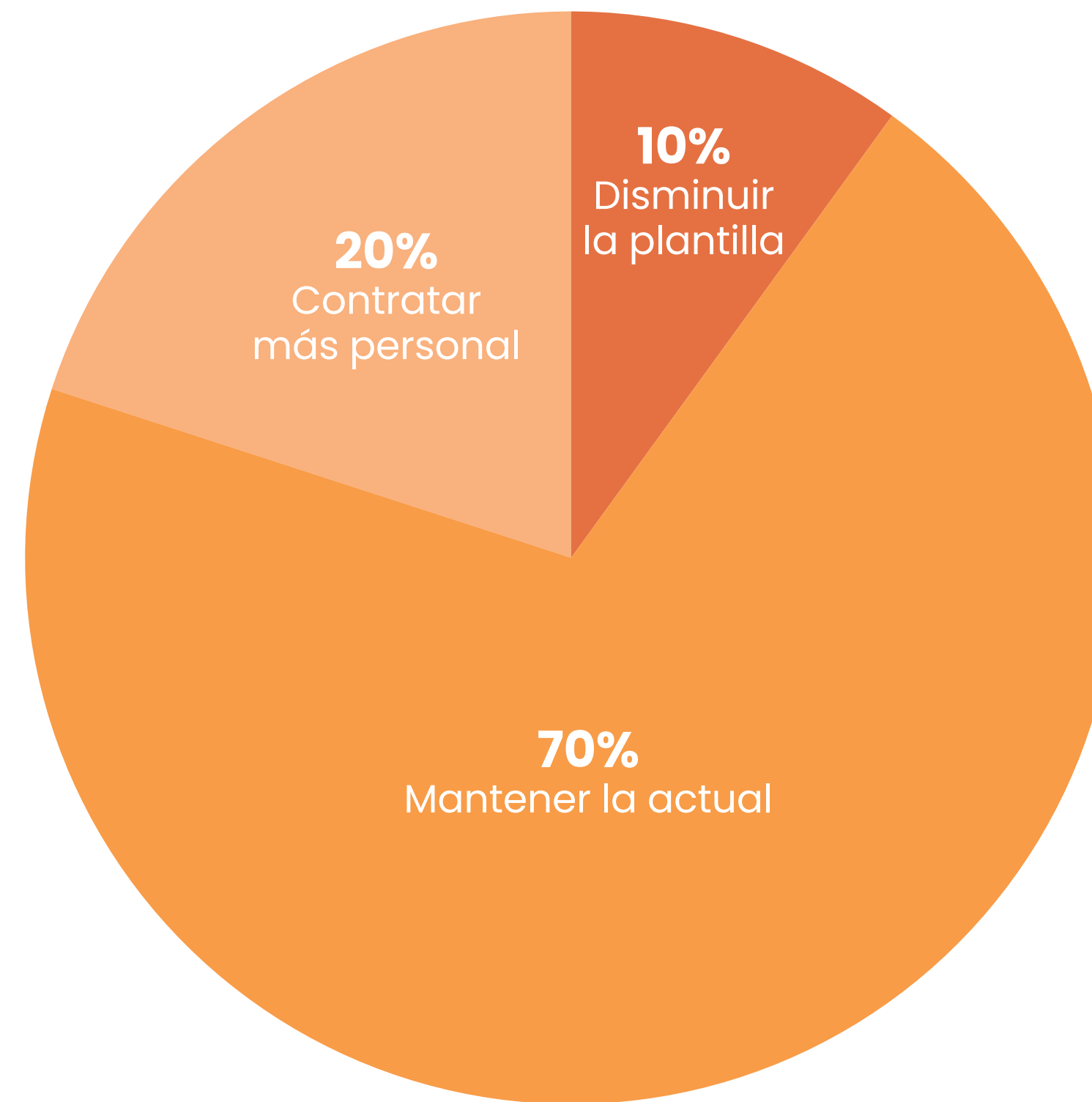
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

¿Cómo ha sido el número de colaboradores en el tercer trimestre respecto a 2024?

Expectativas laborales



PREGUNTA

¿Qué espera que suceda con el n° colaboradores en el próx. trim.?

Las distribuidoras evidenciaron dinamismo laboral destacable en Q3, con 40% aumentando plantilla y solo 10% reduciéndola, generando balance positivo de +30 pp. Este desempeño contrasta marcadamente con el comercio general donde la contracción de empleo se duplicó (16.4% redujo personal). La mitad del segmento (50%) mantuvo plantilla estable, configurando estructura donde 90% evitó recortes.

Para Q4, las expectativas laborales moderan significativamente: solo 20% planea contratar (vs 40% que contrató en Q3), mientras 70% mantendrá la plantilla actual.

MOVILIDAD

El grupo se encuentra constituido por empresas vinculadas a rubros como “Repuestos”, “Bicicletería-Motos”, “Automotora”, “Combustibles”, etc. O sea, el conglomerado de empresas que integran la cadena de valor del sector automotriz y de transporte, proporcionando desde vehículos y repuestos hasta combustibles necesarios para la movilidad de personas y mercancías.

Movilidad muestra alivio moderado, pero sin recuperación real.

- › Menos empresas caen, pero el deterioro migra hacia caídas leves.
- › Solo 39% crece; el resto permanece en zonas de vulnerabilidad.

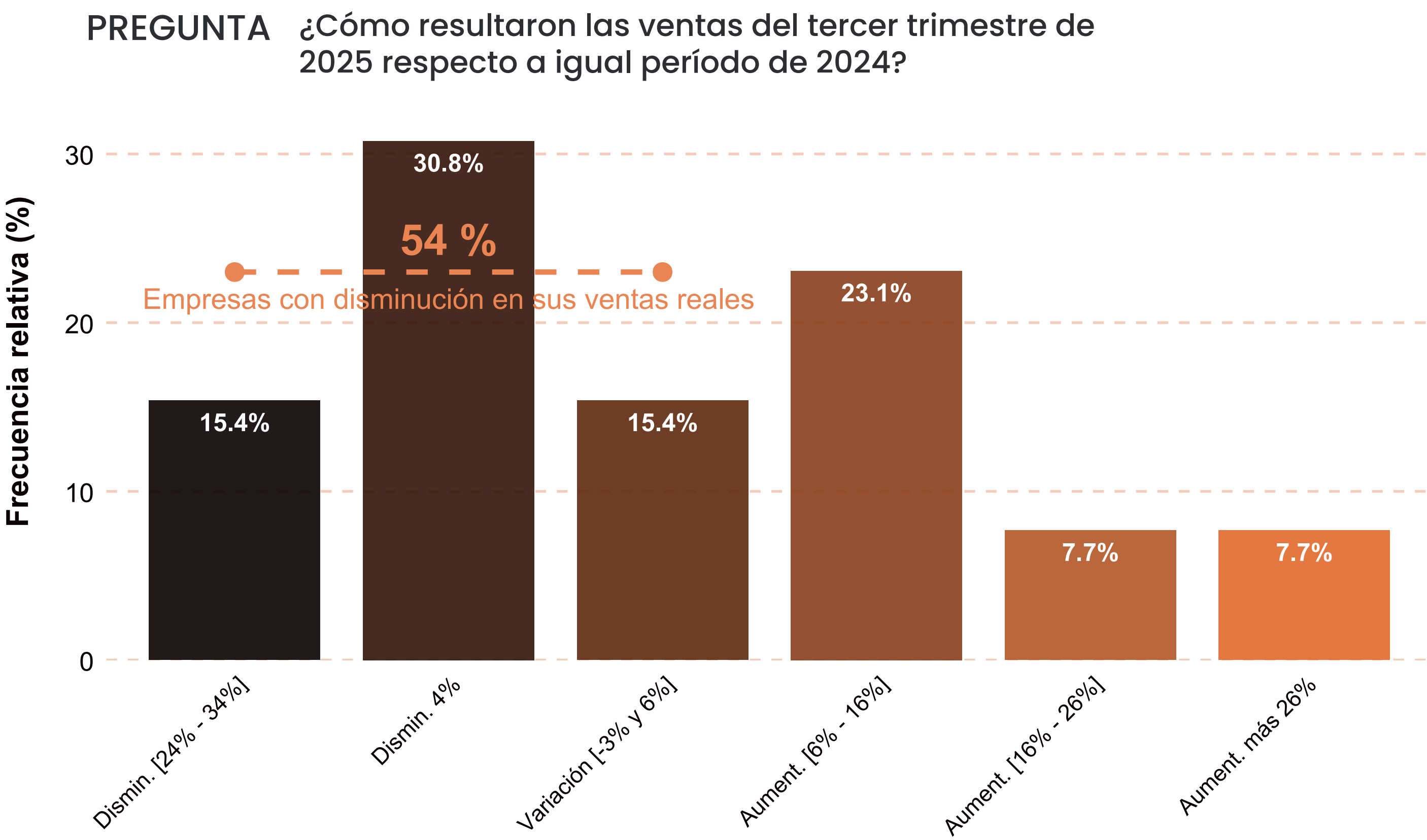
Ventas reales

Q3 2024 – Q3 2025

MOVILIDAD

El sector Movilidad evidenció mejora aparente con reducción de empresas con caídas de 62% a 54% (-8 pp), pero el cambio provino principalmente de migración hacia caídas leves (7,7% a 30,8%) más que hacia una recuperación genuina. Paralelamente, las empresas con crecimiento se contrajeron significativamente de 54% a 39% (-15 pp).

La estructura Q3 concentra 31% en caídas leves y 15% en estabilidad, configurando 46% del sector en zona de fragilidad susceptible a deterioro adicional.

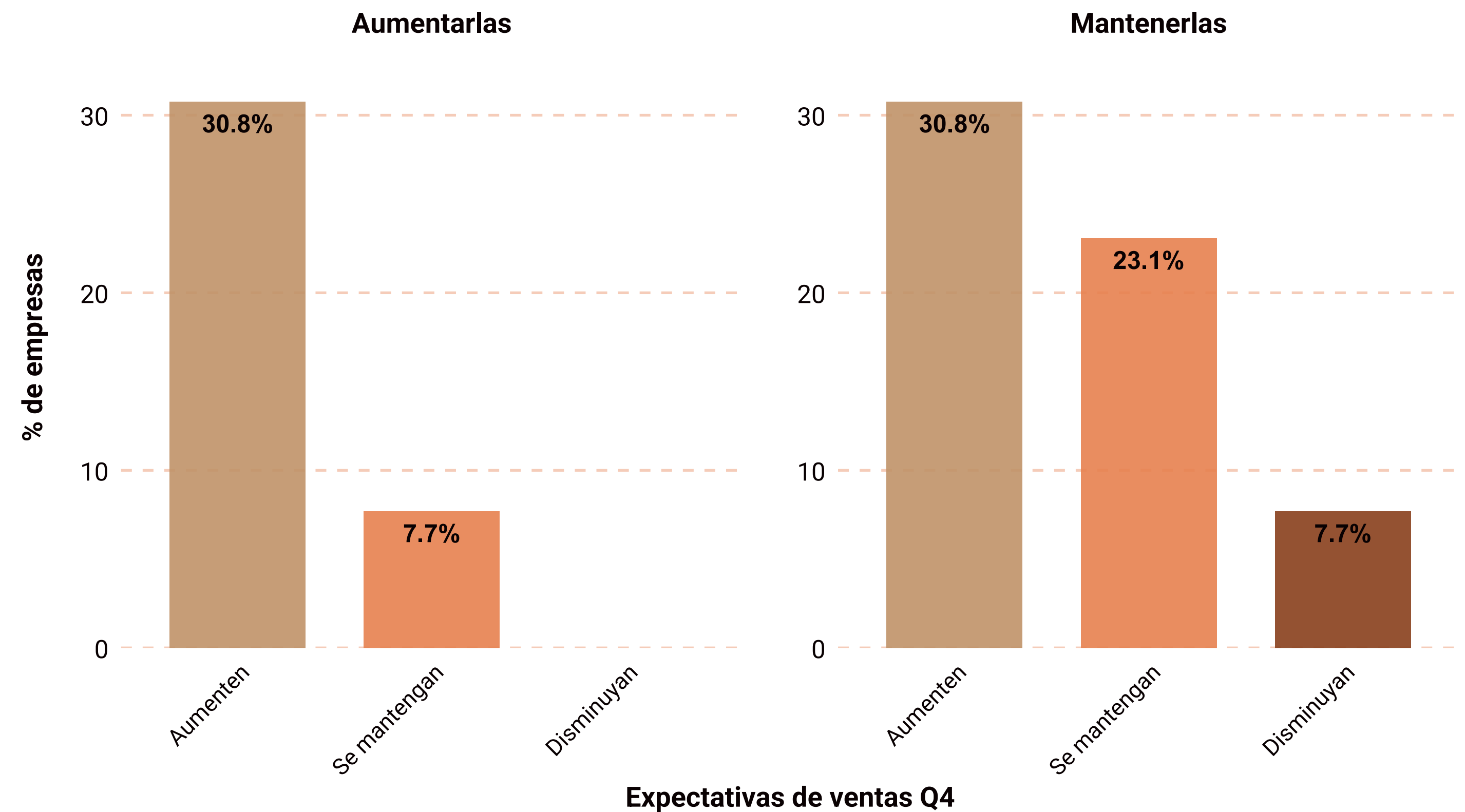


Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

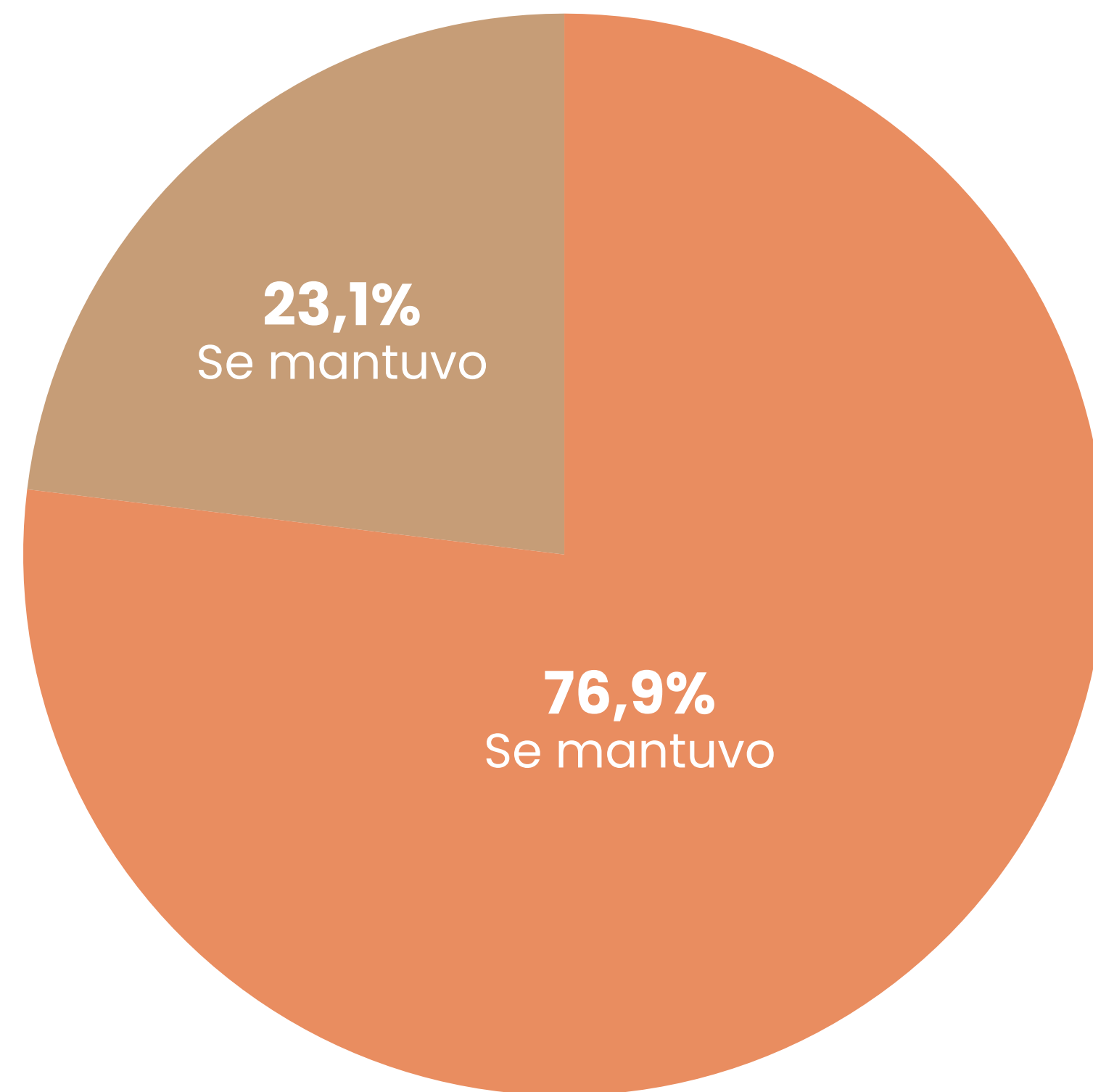
MOVILIDAD

Las expectativas de empresas Movilidad mejoraron moderadamente de Q2 a Q3, con incremento del optimismo entre quienes aumentarán inversión (23,1% a 30,8% esperando crecimiento) y reducción a la mitad del pesimismo entre quienes mantendrán inversión (15,4% a 7,7% esperando caídas).

El 62% del sector espera crecimiento o estabilidad en Q4, proyección que depende críticamente de efectividad estacional fin de año y reversión del “escaso circulante” que afectó las ventas en Q3.



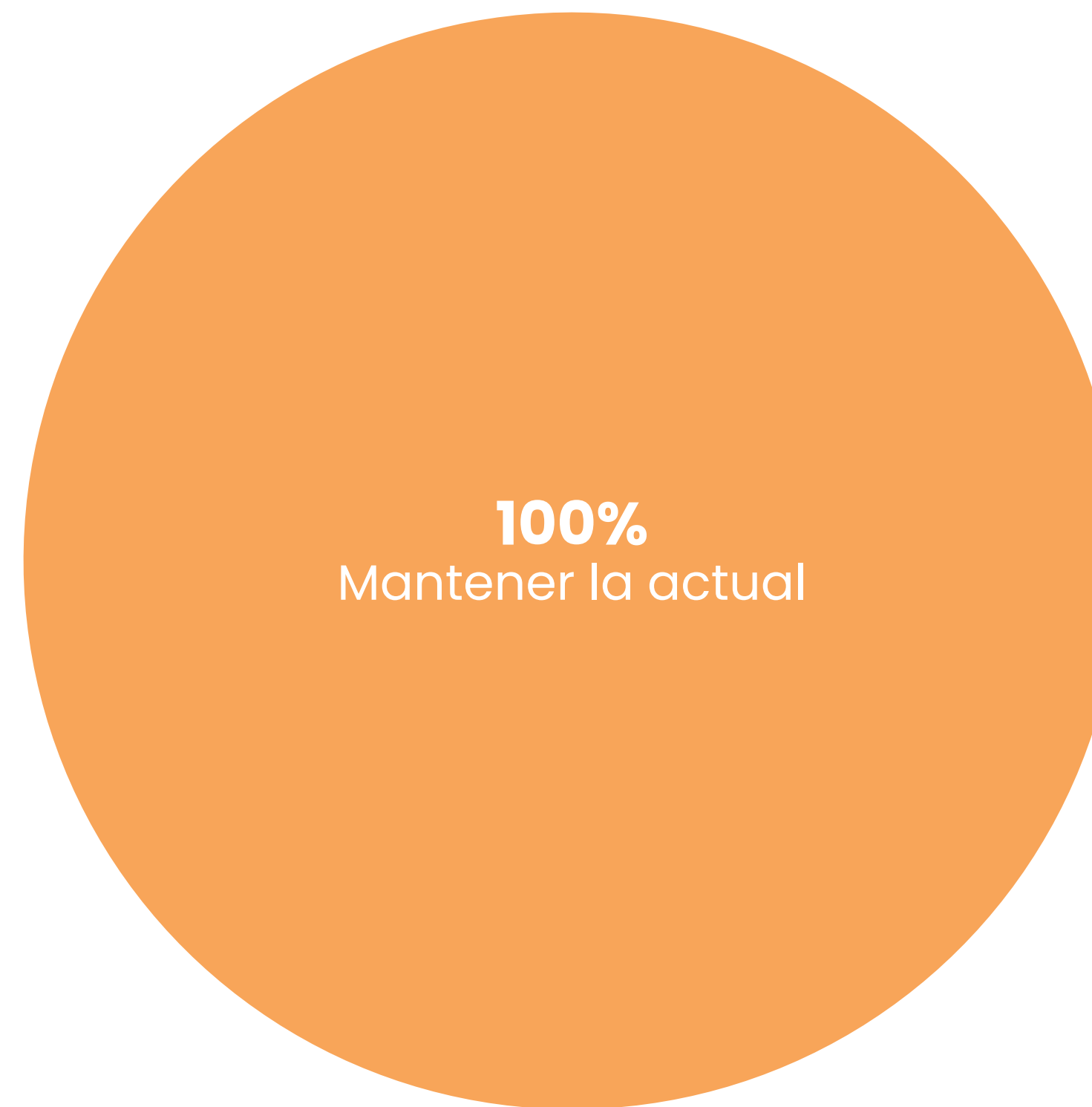
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

¿Cómo ha sido el número de colaboradores en el tercer trimestre respecto a 2024?

Expectativas laborales



PREGUNTA

¿Qué espera que suceda con el n° colaboradores en el próx. trim.?

El sector Movilidad experimentó **desaceleración progresiva** en dinámica laboral: las contrataciones Q3 (23,1%) fueron exactamente las proyectadas en Q2, pero representan contracción significativa respecto a las realizadas en Q2 (38,5%, -15,4 pp). Para Q4, el sector anticipa **congelamiento total** con 100% manteniendo plantilla actual y ninguna empresa planeando contratar, reduciendo balance proyectado a 0,0 pp desde +23,1 pp en Q2.

SECCIÓN 3.1

SERVICIOS

GENERALIDADES

En la presente sección, se considerarán los aspectos globales del sector servicios en materia de ventas reales, sus expectativas, rentabilidad, inversiones, costos y empleo.



SERVICIOS **GENERAL**

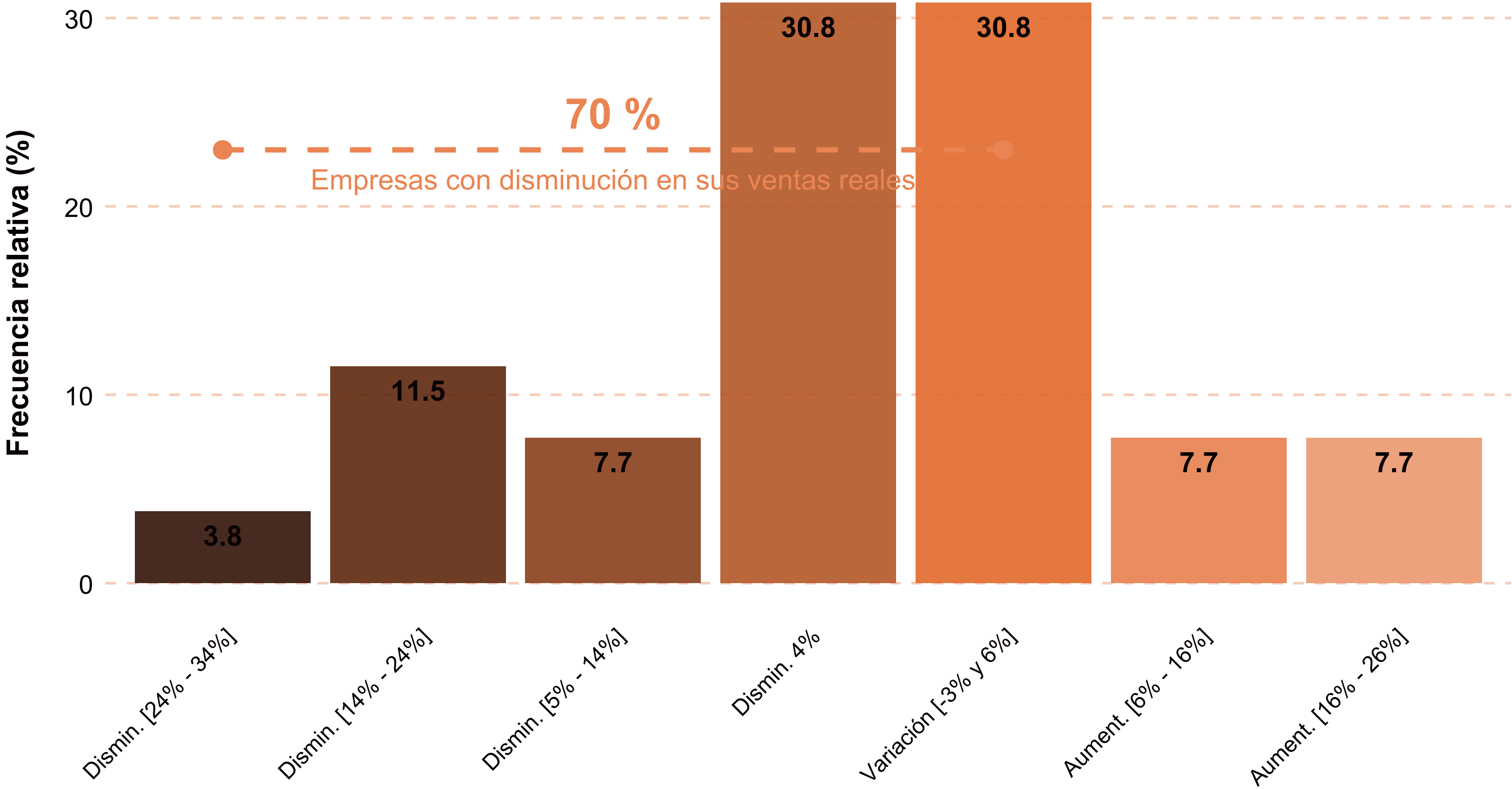
Servicios muestra mayor resiliencia que Comercio en Q3.

- › Más empresas logran estabilidad: 31% vs 14% en Comercio.
- › Menor proporción en caídas severas y expectativas más cautas pero firmes.

Ventas reales
Q3 2024 – Q3 2025

Comparado con Comercio, Servicios evidencia mayor resiliencia en Q3: ambos sectores tienen 70% con caídas, pero Servicios concentra significativamente más empresas en zona de estabilidad (31% vs 14%) y menos en caídas severas superiores a 15%.

PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del tercer trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?

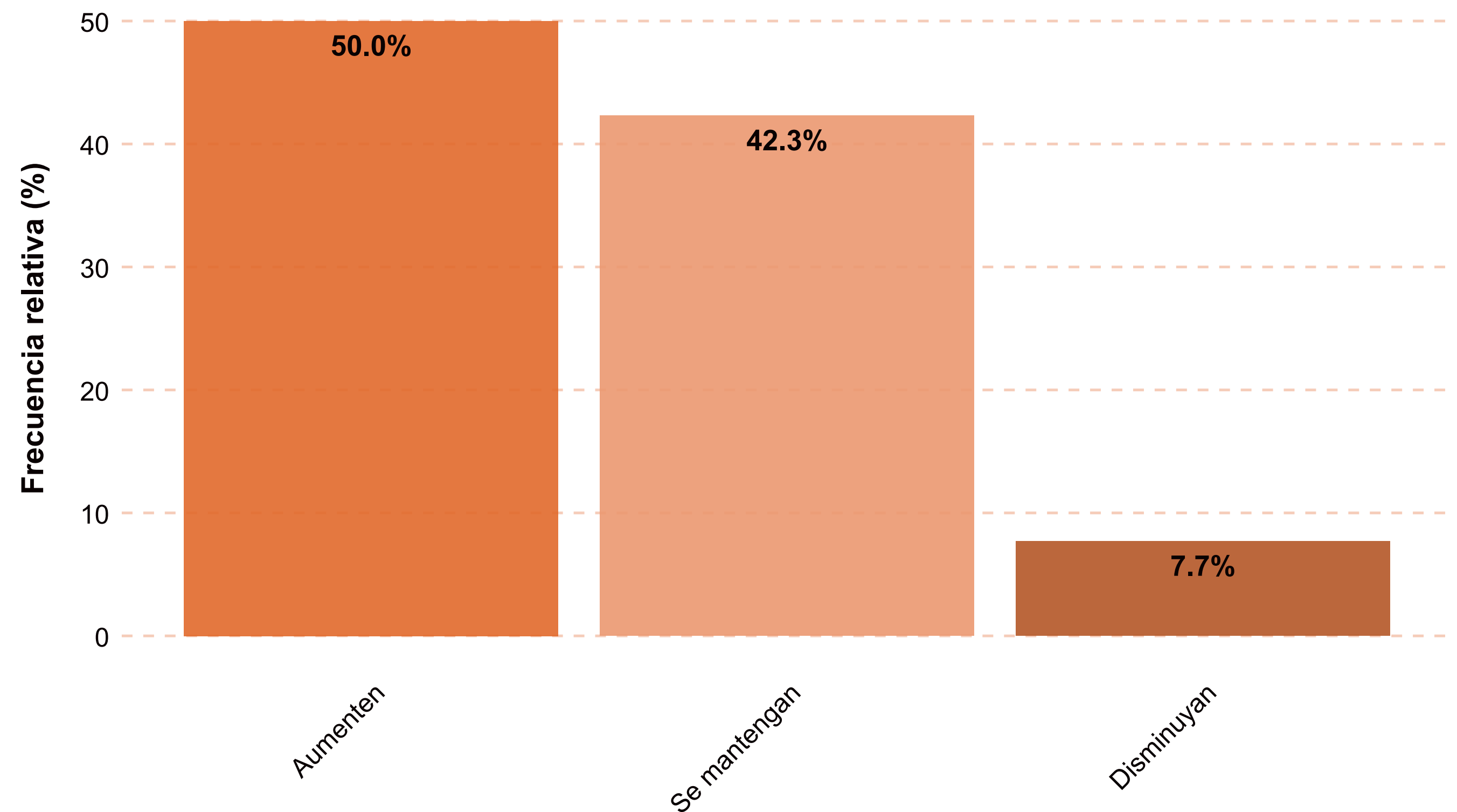


Expectativas de ventas

Las expectativas de ventas del sector comercial evidenciaron erosión progresiva del optimismo durante 2025, con proporción esperando crecimiento reduciéndose de 58,3% (Q1-Q2) a 50,0% (Q3), mientras expectativas de estabilidad aumentaron de 33,3% a 42,3%, señalando migración hacia postura más cautelosa.

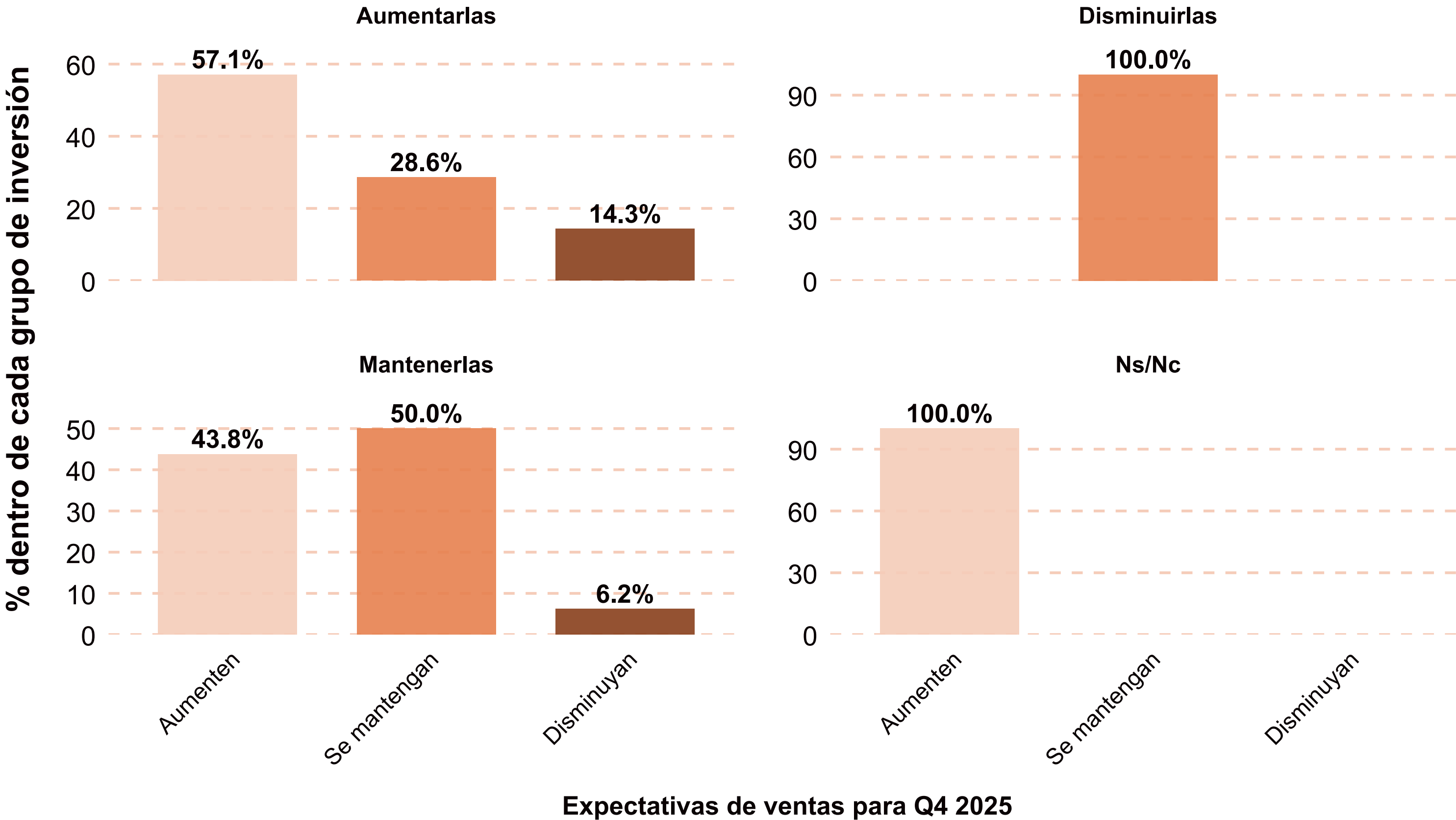
Las expectativas de estabilidad se contrajeron en 10 puntos porcentuales acumulados (+52,7 pp en Q1 a +42.3 pp en Q3), reflejando aprendizaje empresarial tras dos trimestres donde la realidad (70% con caídas en Q3) contradijo sistemáticamente las proyecciones optimistas previas.

PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de ventas para el próximo trimestre?



Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

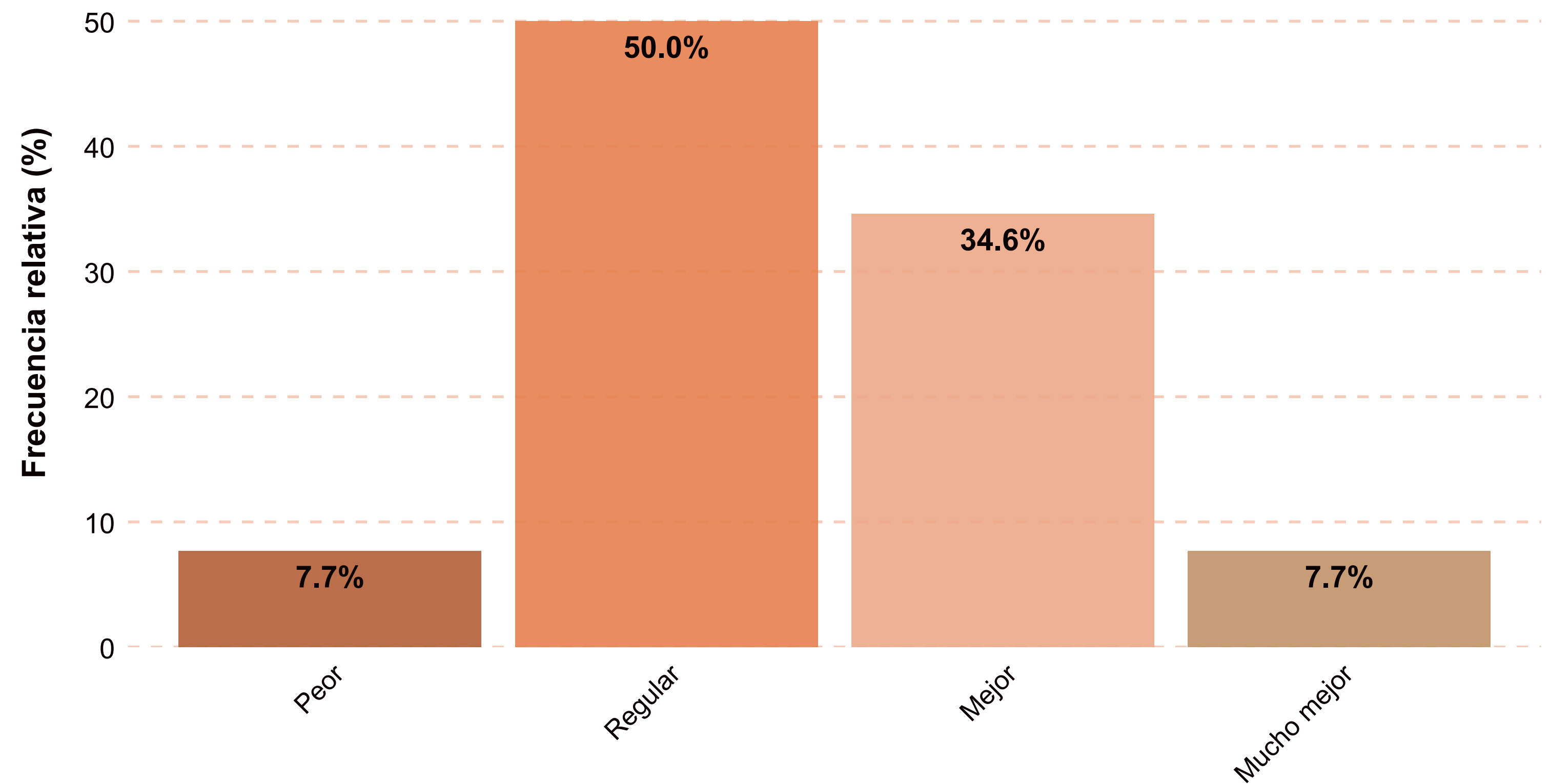
La coherencia entre planes y expectativas es elevada: empresas aumentando inversión proyectan mayoritariamente crecimiento (57%), mientras el grupo mayoritario divide expectativas entre crecimiento (44%) y estabilidad (50%).



Expectativas de rentabilidad próximo trimestre

Las expectativas de rentabilidad evidenciaron una concentración progresiva hacia la zona neutral. El pesimismo se mantuvo consistentemente bajo (7% - 8%) sin aparición de expectativas "Mucho peor" desde Q2, configurando un sector con moderación creciente pero sin deterioro, donde la mitad anticipa estabilidad y 42% espera una mejora marginal para Q4 respecto a 2024.

PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad para el próximo trimestre, respecto a igual período de 2024?

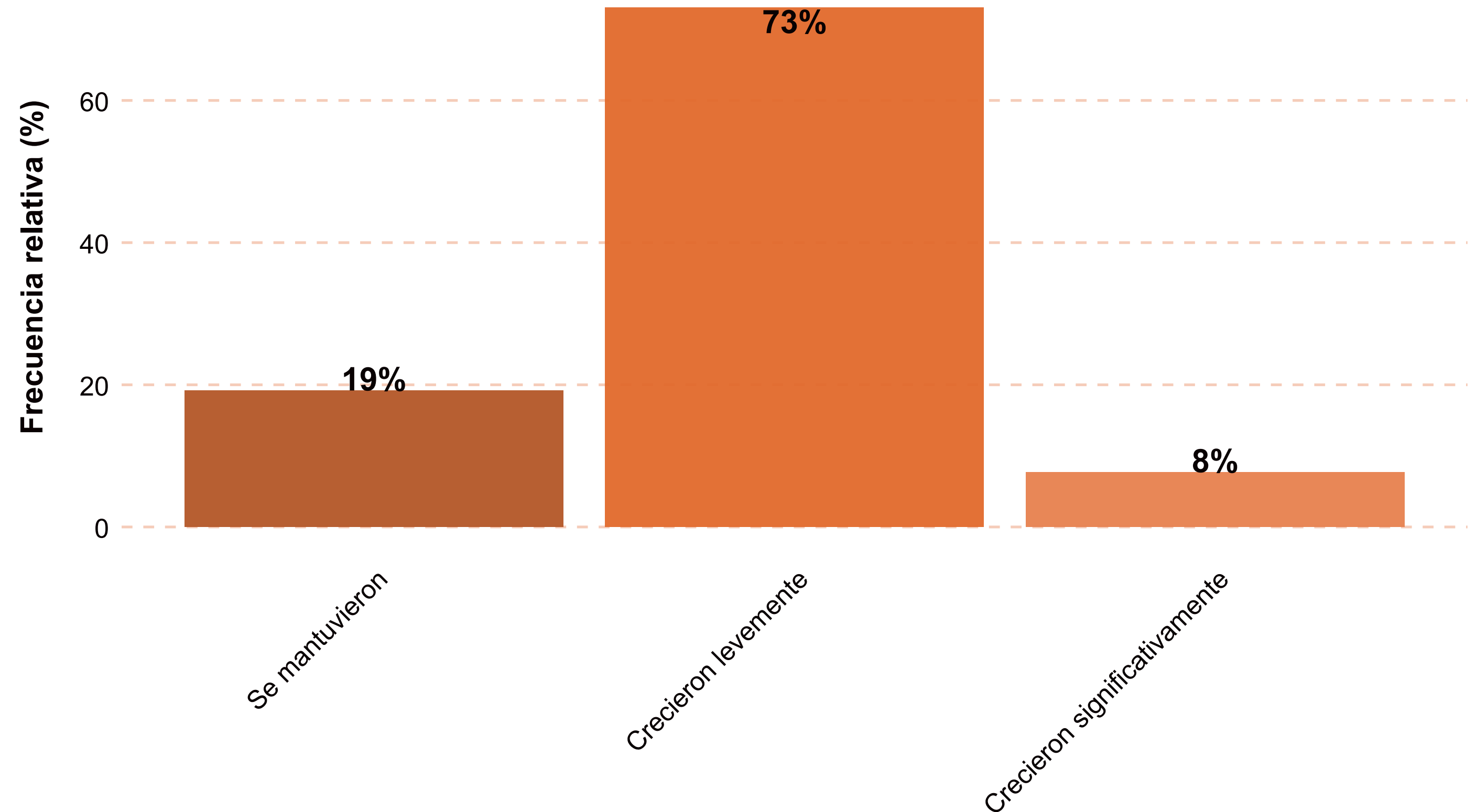


Impacto de los costos en el trimestre

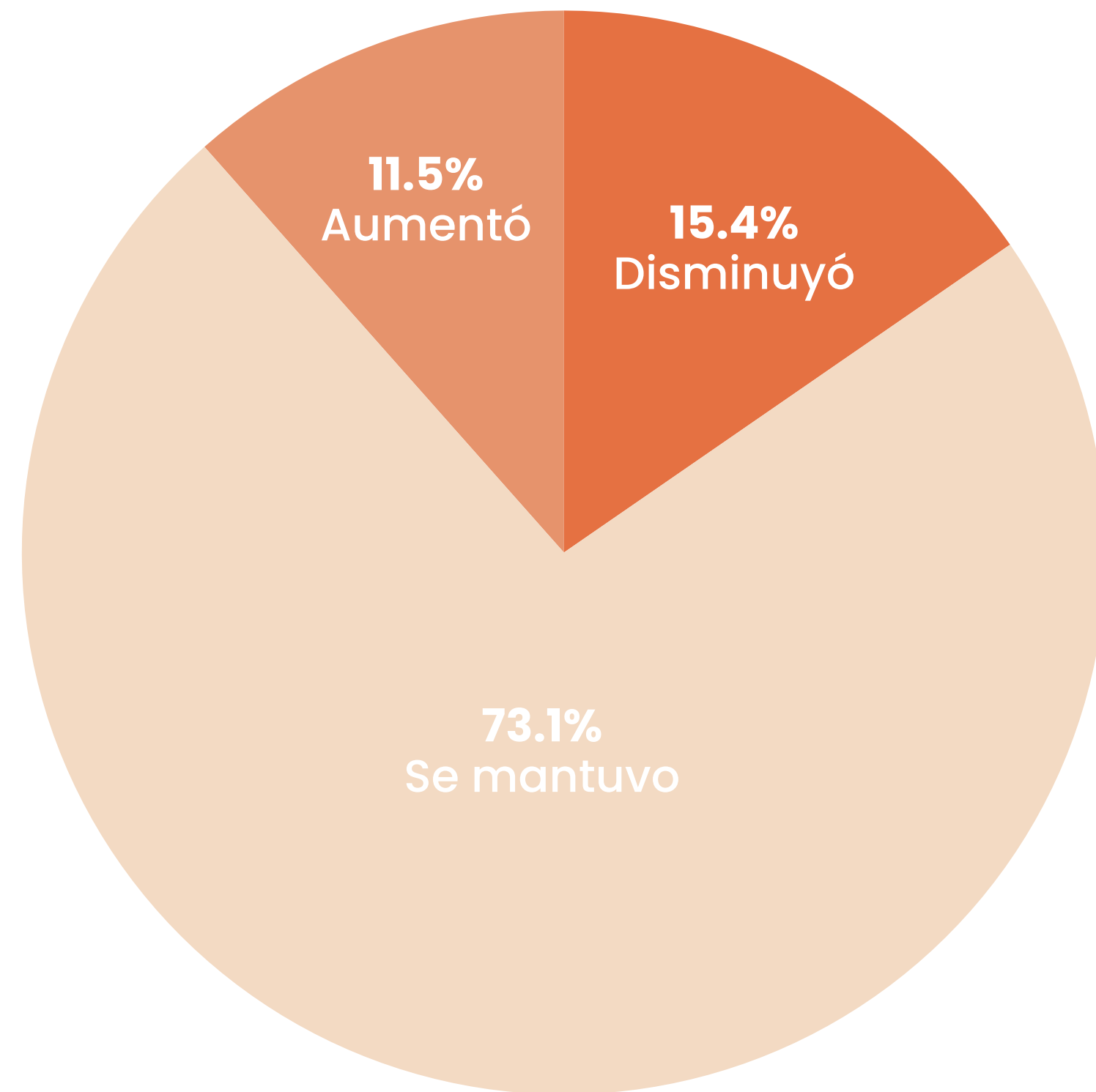
El impacto de costos evidenció concentración progresiva hacia una presión inflacionaria moderada: las empresas que reportaron crecimiento leve aumentaron de menos de la mitad (47%) en Q1 a 2 de cada 3 en Q2 (67%) y 3 de cada 4 en Q3 (73%), mientras crecimientos significativos cayeron de 1 de cada 6 empresas (17%) a apenas 1 de cada 12 (8%).

Lo observado configura un escenario de inflación persistente pero controlada que erosiona márgenes gradualmente sin generar shocks abruptos que obliguen ajustes operativos drásticos.

PREGUNTA ¿Cómo fue el impacto de los costos en el tercer trimestre respecto a 2024?



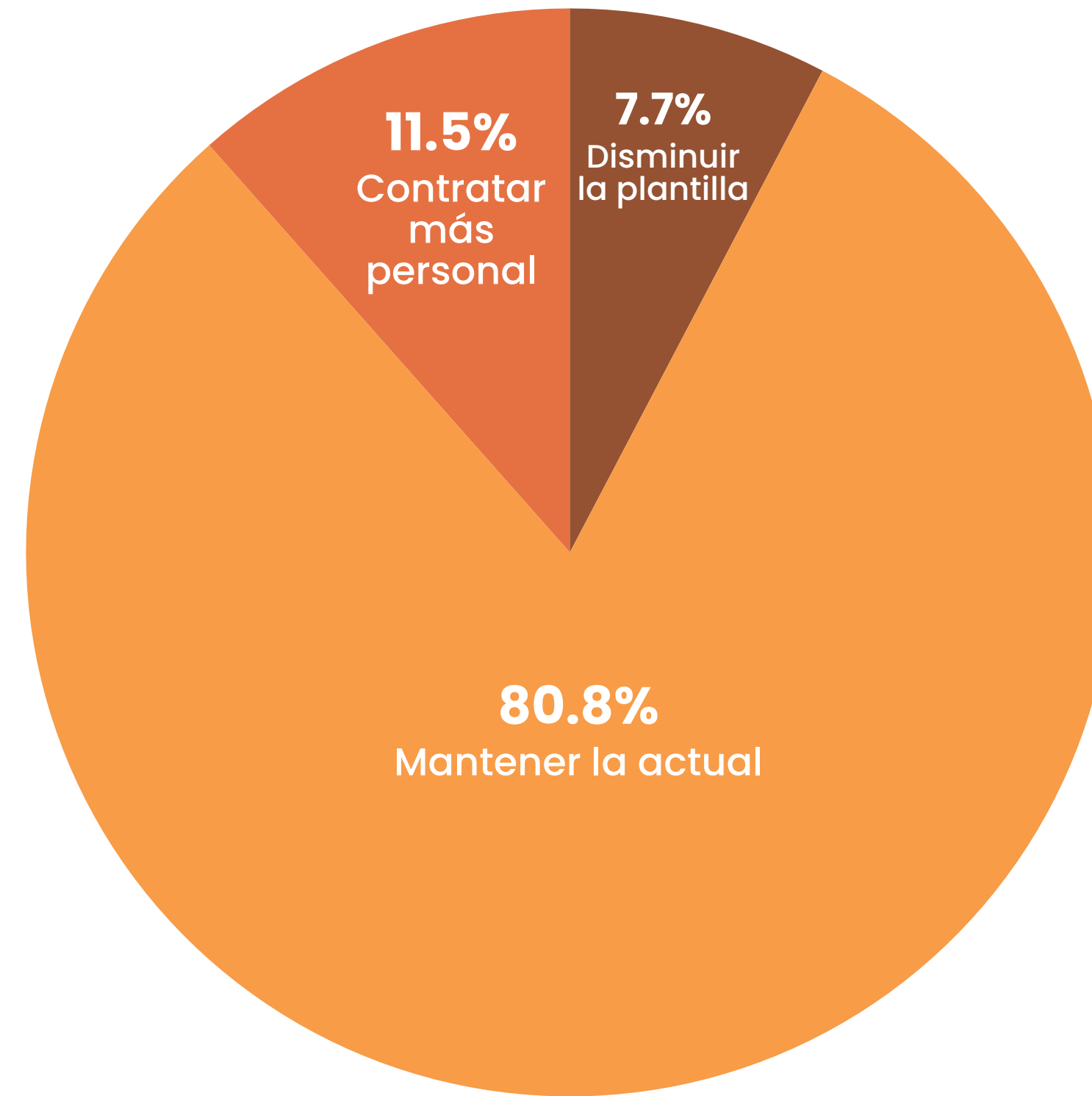
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

¿Cómo ha sido el número de colaboradores en el tercer trimestre respecto a 2024?

Expectativas laborales



PREGUNTA

¿Qué espera que suceda con el n° colaboradores en el próx. trim.?

Q3 revirtió parcialmente el shock experimentado en Q2: las empresas que redujeron cayeron de 25% a 15,4% (-40%), mientras las expectativas para Q4 anticipan un primer balance positivo (+3,8 pp) desde Q1.

SERVICIOS

ANÁLISIS DE CIERTOS RUBROS

Al igual que las secciones anteriores, el foco de la presente sección estará centralizado en rubros que presentan mayor ponderación en la base.



TURISMO

Dentro del grupo turismo, se incluye a aquellas empresas dedicadas a la “Hotelería”, “Bungalows” y similares.

Turismo vuelve a caer tras un Q2 excepcionalmente fuerte.

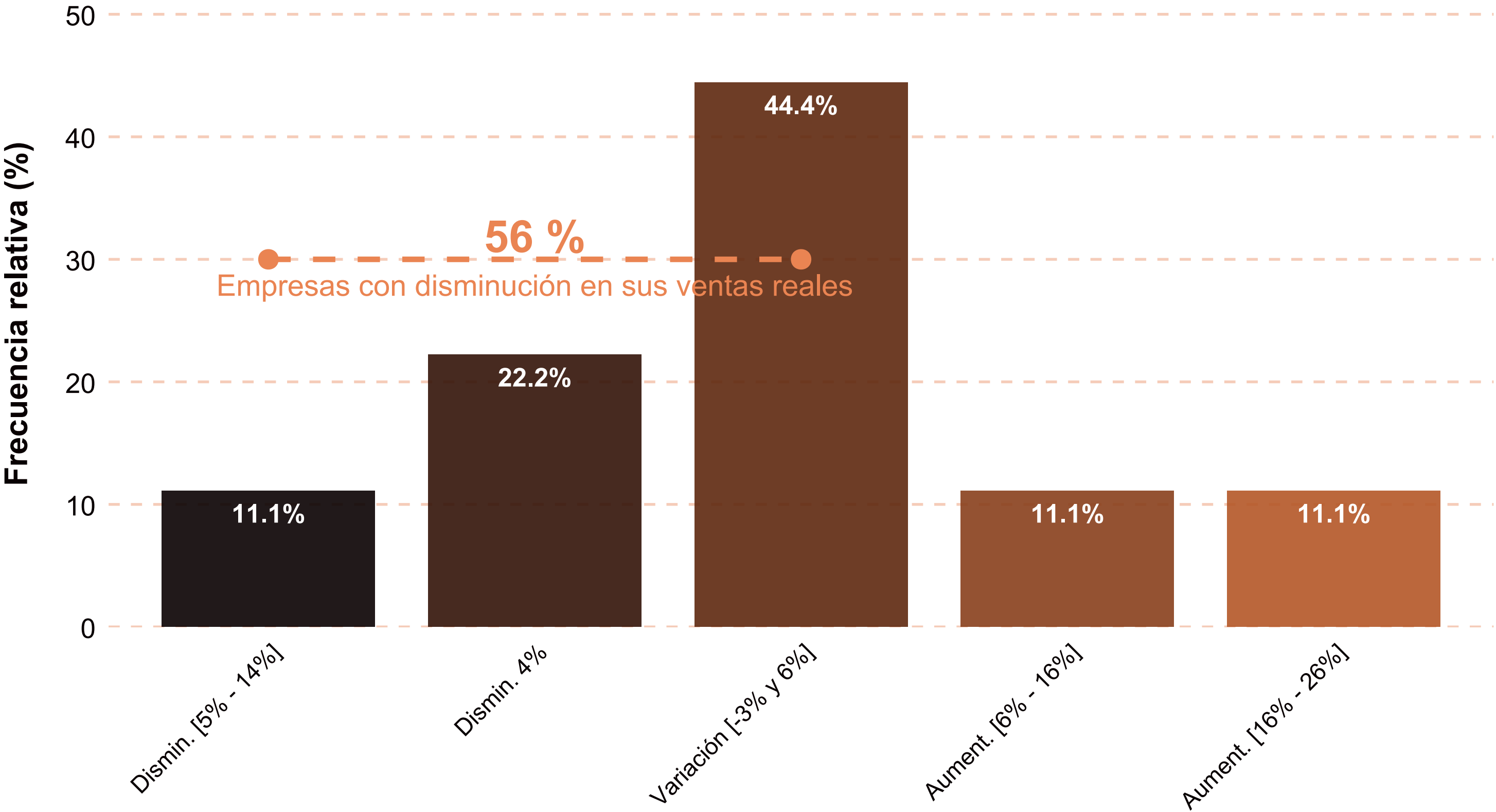
- › Más de la mitad del sector tuvo descensos en Q3 (56%).
- › Solo 1 de cada 5 empresas creció, confirmando fuerte dependencia estacional.

Ventas reales
Q3 2024 – Q3 2025

HOTELERÍA Y BUNGALOWS

El sector Turismo evidenció una alta volatilidad estacional, con una mejora sustantiva en Q2 donde solo 1 de cada 5 empresas tuvo caídas (21%) versus 3 de cada 5 en Q1 (58%), seguida de una reversión abrupta en Q3 donde 56% volvió a caer. El Q2 concentró 3 de cada 4 empresas con crecimientos (71%), incluyendo 43% con aumentos superiores a 15%, señalando la efectividad de temporada alta (Semana Santa, receso invernal), pero en Q3 solo 22% de las empresas registraron crecimiento y 44% apenas manteniéndose estable, reflejando finalización de ciclo turístico y ausencia de demanda sostenida fuera de picos estacionales que expone fragilidad estructural del modelo de negocio hotelero local dependiente críticamente de eventos concentrados temporalmente.

PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del tercer trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



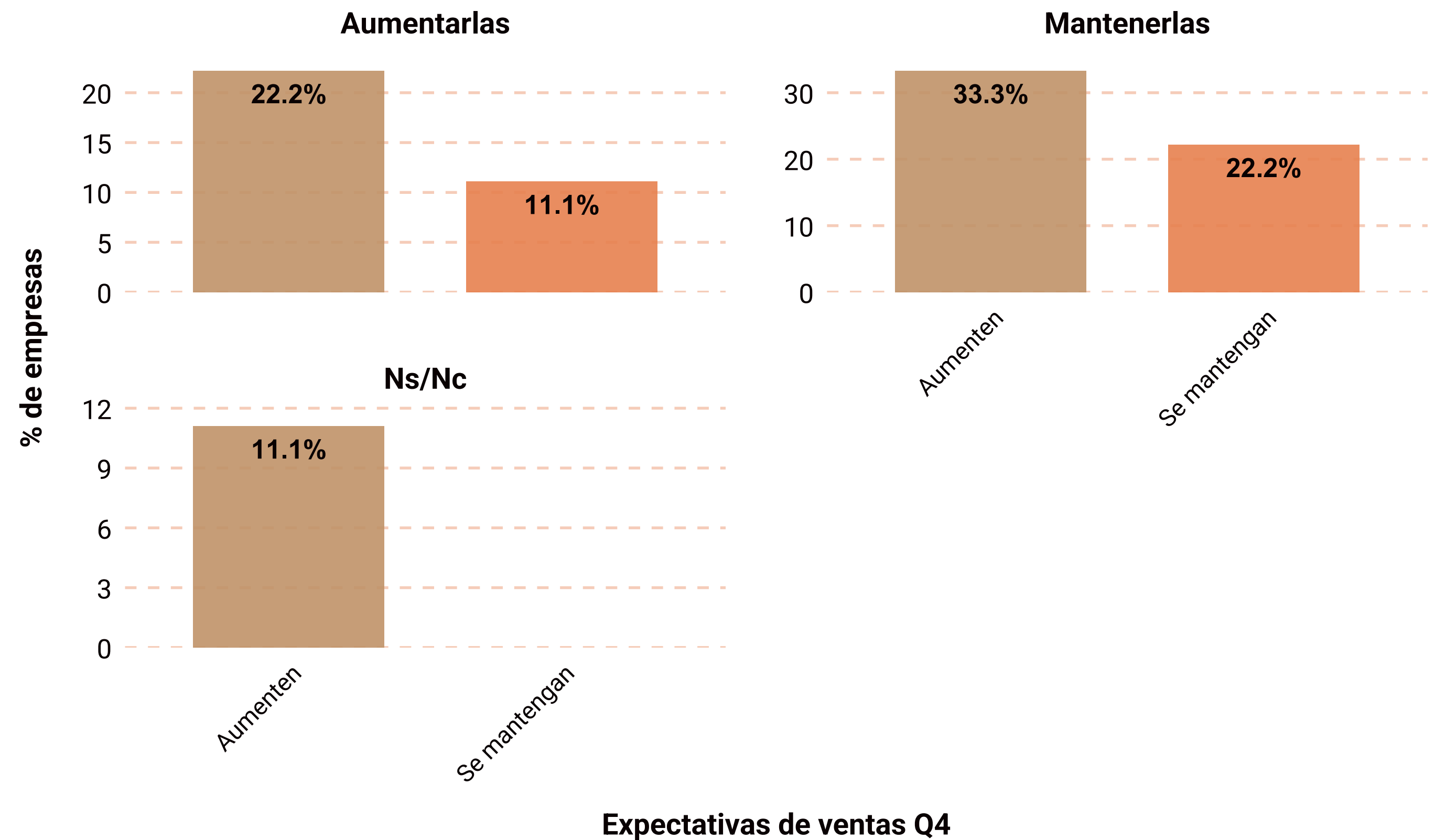
Expectativas de ventas según inversión para el próximo trimestre

HOTELERÍA Y BUNGALOWS

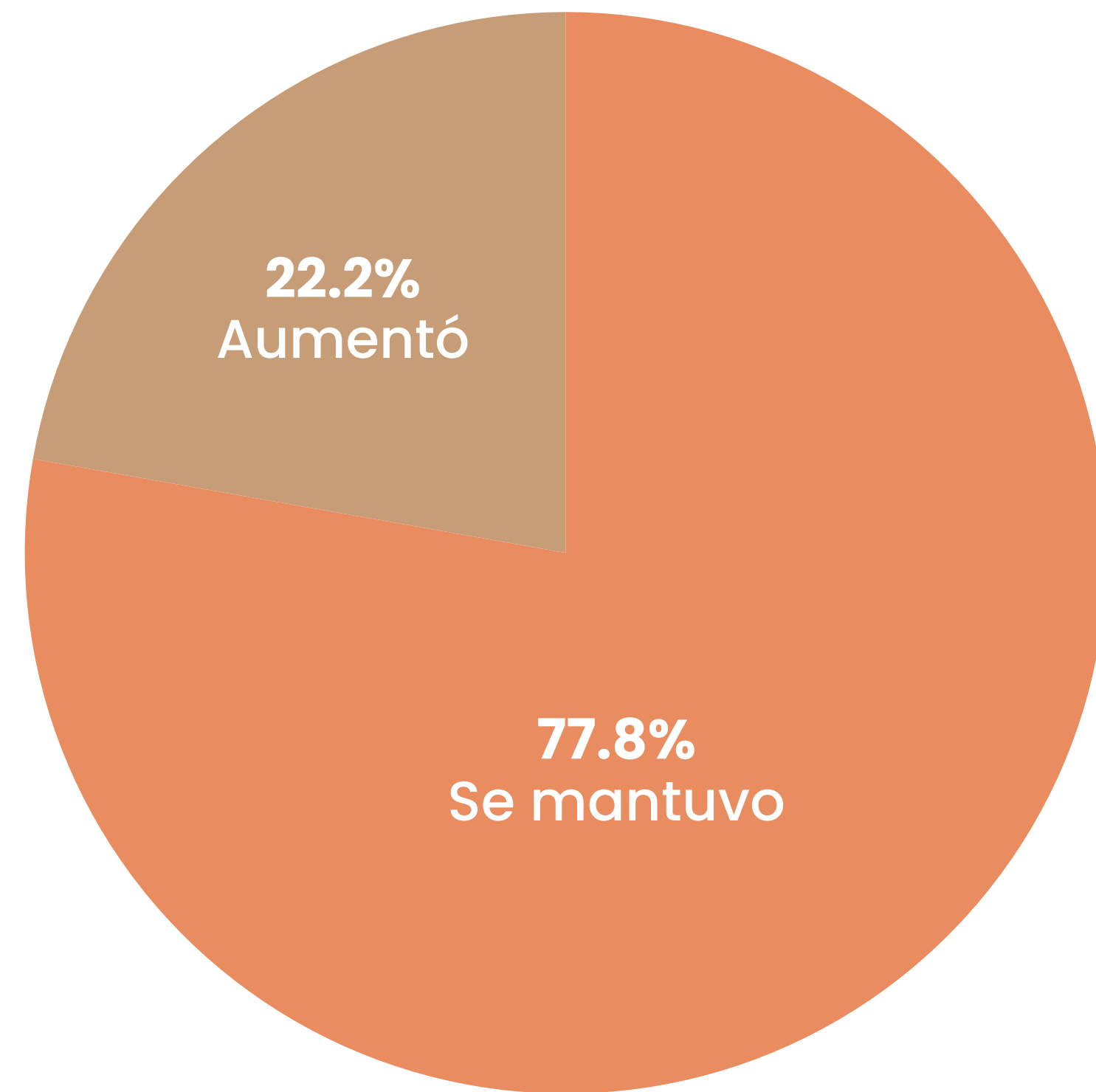
El sector Turismo proyecta un Q4 optimista, 2 de cada 3 empresas esperando crecimiento (66,6%) y ninguna anticipando caídas. Por otro lado, las expectativas sobre la inversión son mayoritariamente conservadoras con 55,5% manteniendo niveles actuales, mientras 1 de cada 3 aumentará la inversión.

La ausencia total de planes de reducción y expectativas negativas señala confianza absoluta en recuperación estacional verano-carnaval.

PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de ventas para el próximo trimestre?



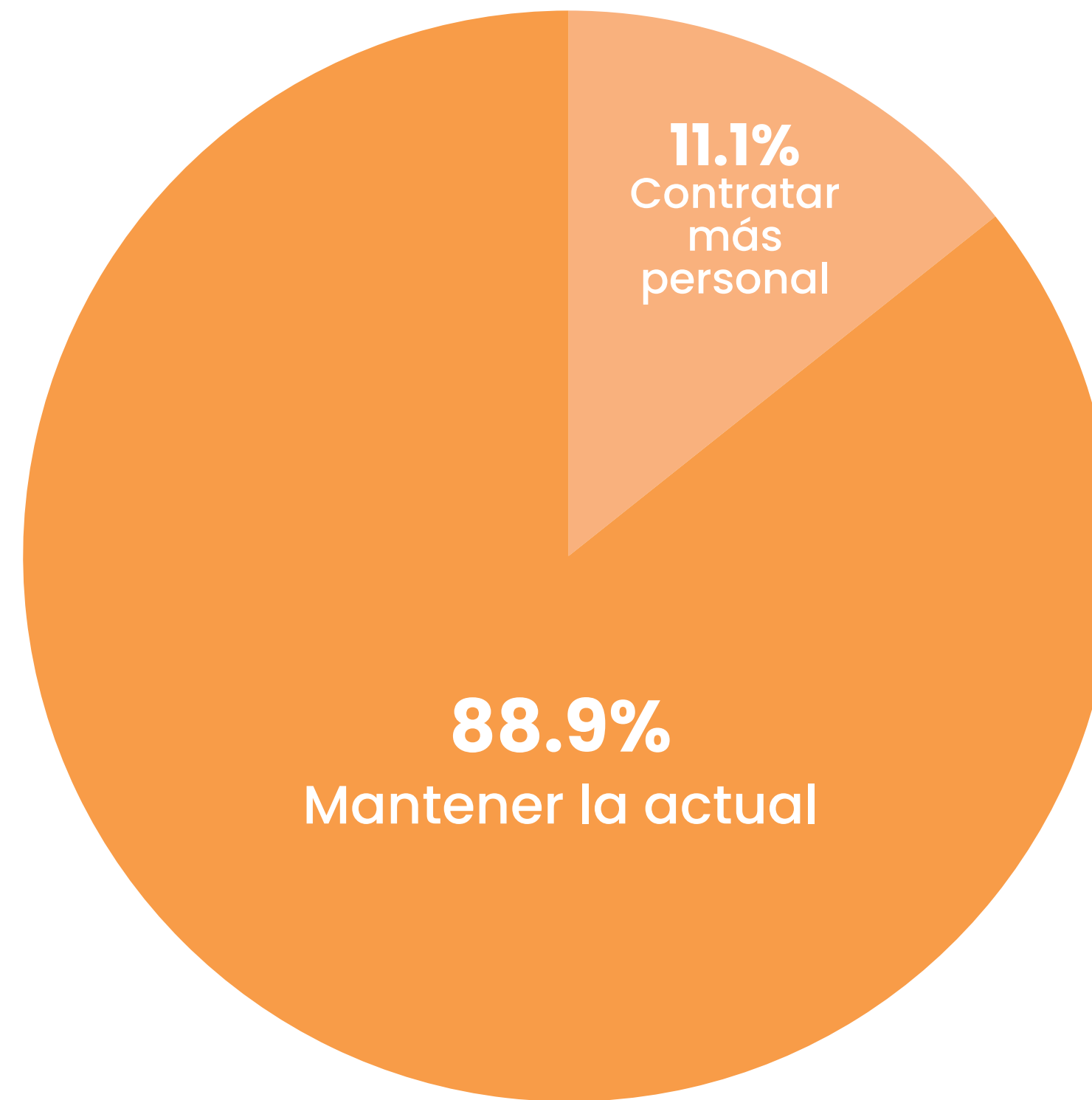
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

¿Cómo ha sido el número de colaboradores en el tercer trimestre respecto a 2024?

Expectativas laborales



PREGUNTA

¿Qué espera que suceda con el n° colaboradores en el próx. trim.?

El sector Turismo transitó de un **Q1** donde **1 de cada 4 empresas** redujo plantilla (25%) hacia expansión sostenida en **Q2-Q3** con balance positivo creciente (+14,3 pp y +22,2 pp respectivamente), mientras **3 de cada 4 empresas** mantuvieron estabilidad laboral consistente independientemente de volatilidad comercial. Para **Q4** proyectan moderación con **solo 1 de cada 9 empresas** planeando contratar (11,1%) pero **ninguna reduciendo**, configurando balance positivo +11,1 pp.

GASTRONOMÍA

Cabe comentar que, dentro del grupo turismo, se incluye a aquellas dedicadas exclusivamente a la “Restaurantes”, “Rotiserías”, “Heladerías”, y “Cafeterías”

Crisis persistente en Gastronomía, con nuevo deterioro en Q3.

- › Casi 9 de cada 10 empresas registran caídas en ventas (88%).
- › Solo 1 de cada 8 logró crecer, mostrando recuperación insuficiente.

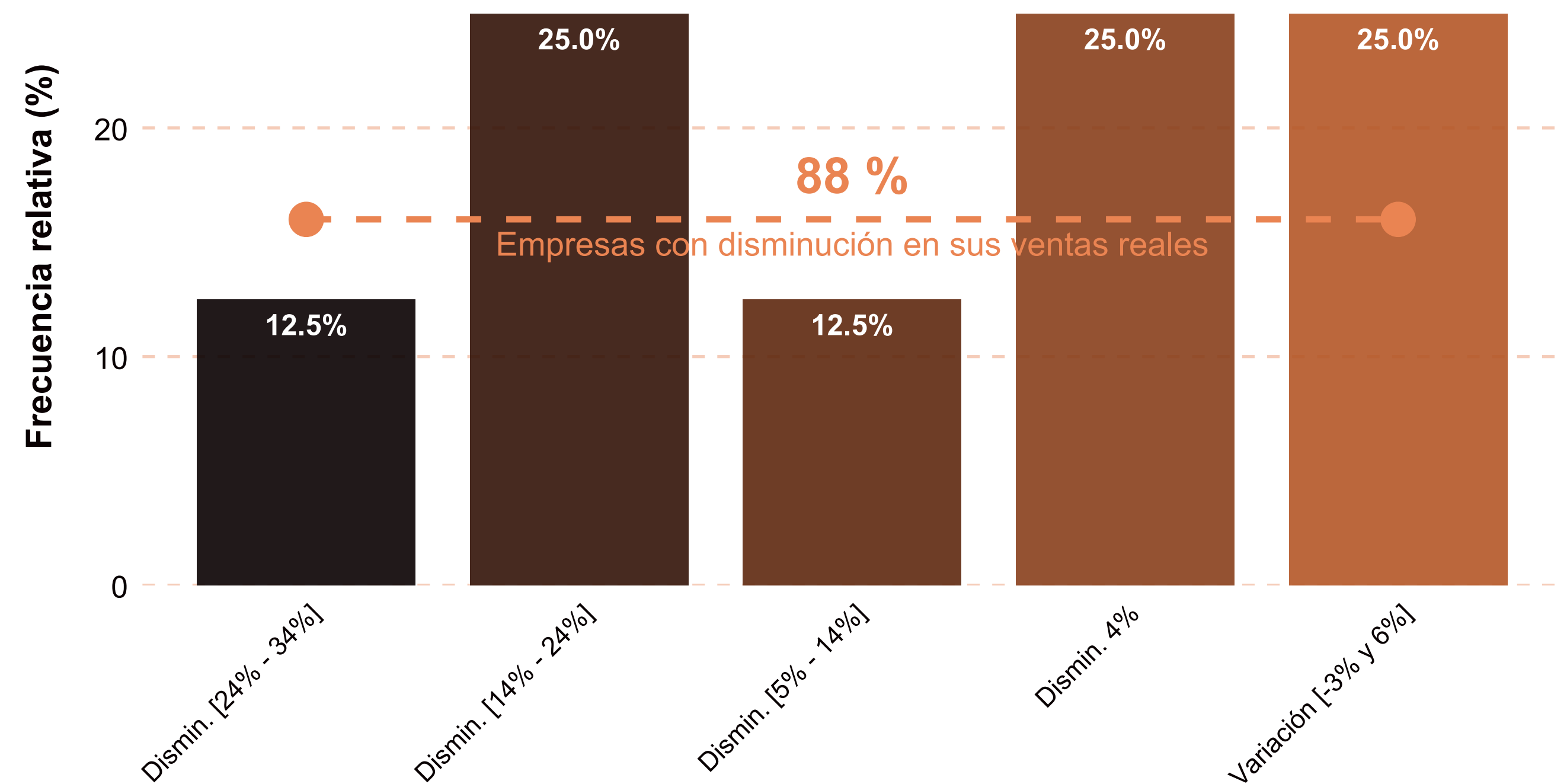
Ventas reales Q3 2024 – Q3 2025

GASTRONOMÍA

El sector Gastronomía experimentó **crisis estructural persistente** con mejora insuficiente en Q2. El deterioro inicial (91% con caídas en Q1) aminoró parcialmente en Q2 a **3 de cada 4 empresas** cayendo (75%), pero Q3 empeoró nuevamente a **casi 9 de cada 10** (88%), señalando que la recuperación estacional del invierno turístico fue **incapaz de sostener mejora**.

En el tercer trimestre solo **1 de cada 8 empresas** logró crecimiento (12,5%), evidenciando que el rubro gastronomía enfrenta desafíos persistentes relacionados con cambios en patrones de consumo (menos salidas, competencia informal intensificada), presiones de costos específicos (insumos, salarios) y la observación por parte de los empresarios de la “disminución significativa del circulante” (menor demanda) que obliga familias a priorizar otros rubros.

PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del tercer trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?

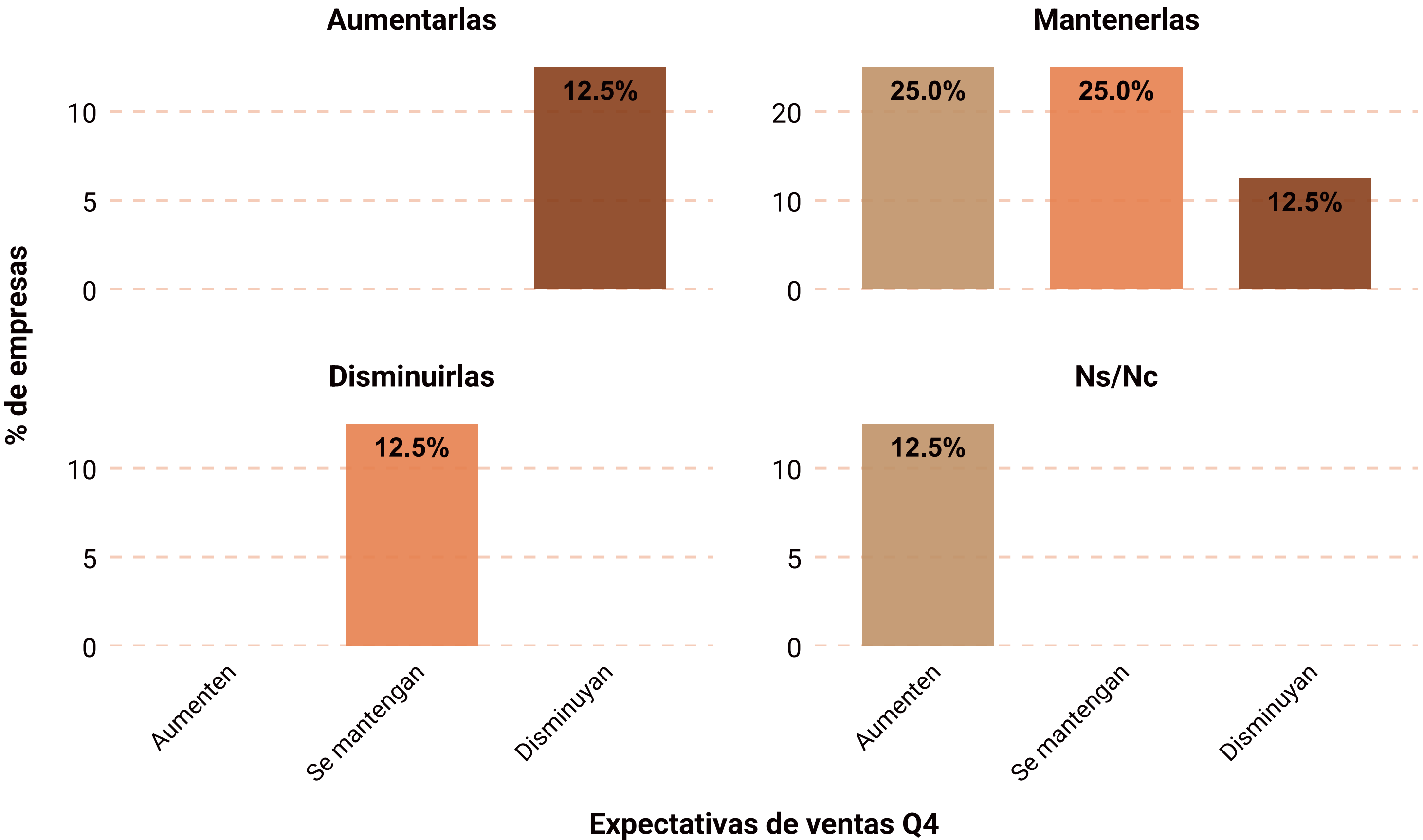


Expectativas de ventas el próximo trimestre.

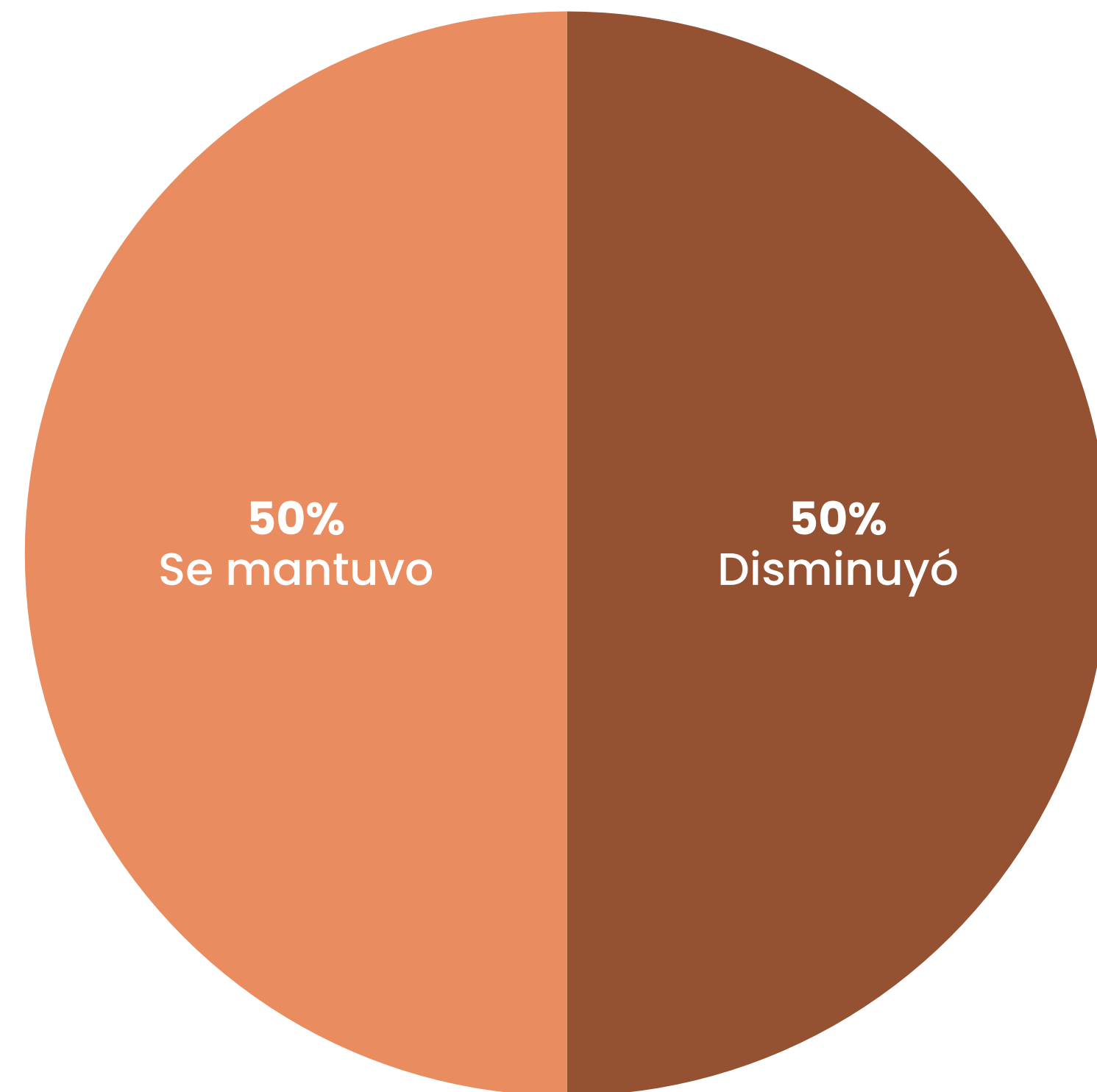
GASTRONOMÍA

El sector Gastronomía proyecta optimismo para Q4. La estructura de inversión es predominantemente conservadora con mitad del sector manteniendo niveles actuales.

PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de ventas para el próximo trimestre?



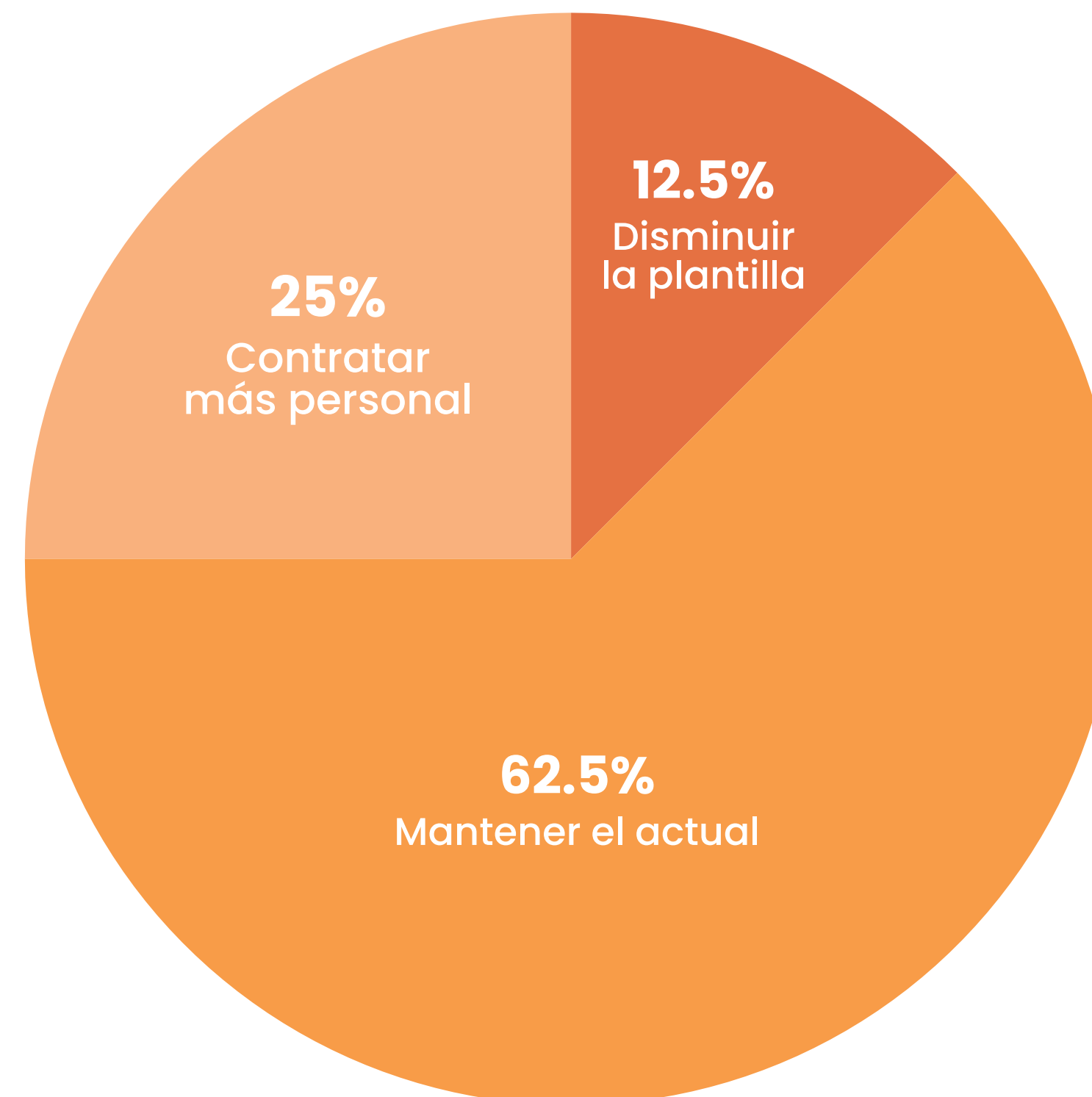
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

¿Cómo ha sido el número de colaboradores en el tercer trimestre respecto a 2024?

Expectativas laborales



PREGUNTA

¿Qué espera que suceda con el n° colaboradores en el próx. trim.?

El sector Gastronomía experimentó un deterioro laboral progresivo, reduciendo personal, escalando de 18% (Q1) a 2 de cada 5 en Q2 (40%) y finalmente mitad del sector en Q3 (50%), configurando balance acumulado de -50 pp, el más negativo entre todos los segmentos analizados.

Para Q4 las empresas proyectan reversión de la situación con **1 de cada 4 empresas planeando contratar** (25%), solo 12,5% reduciendo y balance positivo +12.5 pp.

ECONOMÍA

GENERALIDADES

En la presente sección, se desarrollarán aspectos generales de la economía para el sector comercial de Salto. En esta oportunidad, se hará uso de las cifras proporcionadas por INE respecto a demografía de empresas.



DEMOGRAFÍA DE EMPRESAS

Tasa de crecimiento neto de empresas (TCNE)

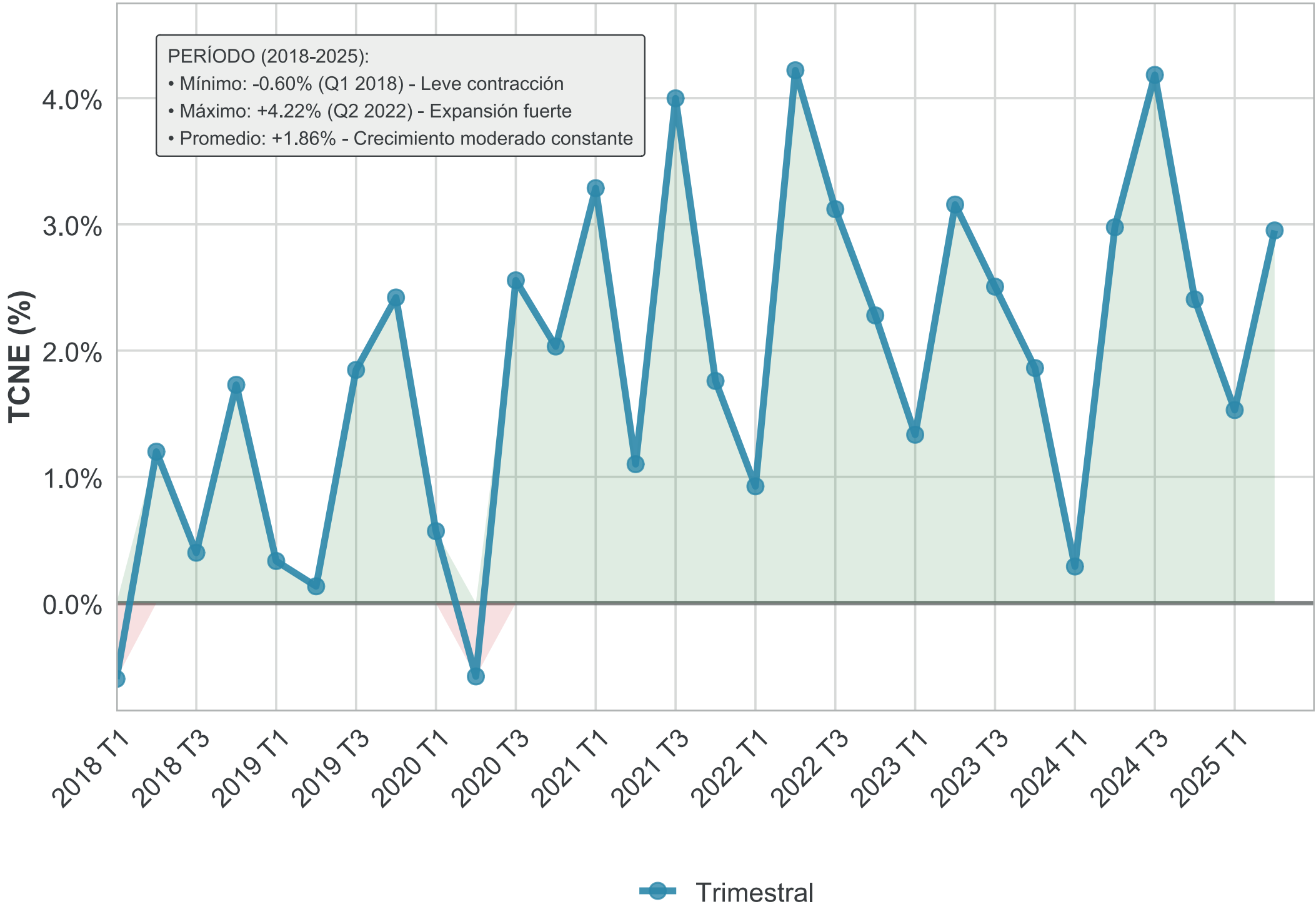
La TCNE TRIMESTRAL equivale a cuántas empresas más nacieron que murieron, expresado como porcentaje del total de empresas activas. Así por ejemplo, un valor de TCNE de 1,86 en promedio para el período 2018 – 2025, equivale a decir que en promedio por cada 100 empresas que había entre 2018 y 05 se sumaron casi 2 por trimestre.

La TCNE INTERANUAL: Cuánto cambió la velocidad de crecimiento empresarial respecto al mismo trimestre del año anterior. NO mide empresas, mide el cambio en la tasa.

El sector comercio muestra una expansión sostenida con un **balance neto promedio de +2,0% trimestral** histórico (2018-2025), acelerándose a +2,82% en los últimos cuatro trimestres. La tasa de crecimiento neto de empresas (TCNE) reciente de 2,95% (Q2 2025) supera en 58% el promedio histórico (1,86%), indicando un fortalecimiento estructural del tejido empresarial comercial.

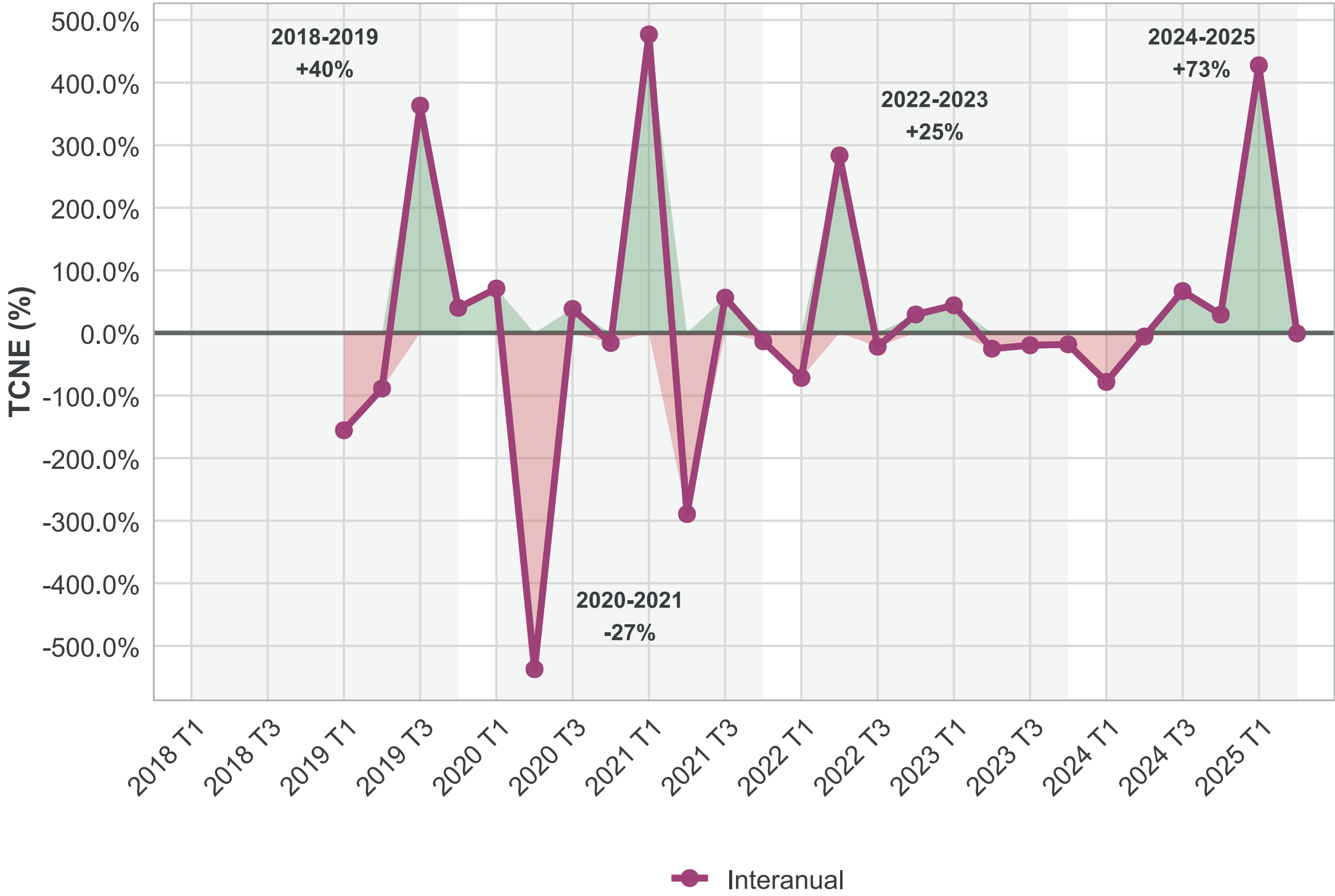
Tasa de crecimiento neto de empresas (TCNE)

Salto, Uruguay • Q1 2018 - Q2 2025 | Trimestral



Fuente: INE - Demografía de Empresas | $TCNE = [(Nacimientos - Muertes) / Stock\ empresas\ activas] * 100$

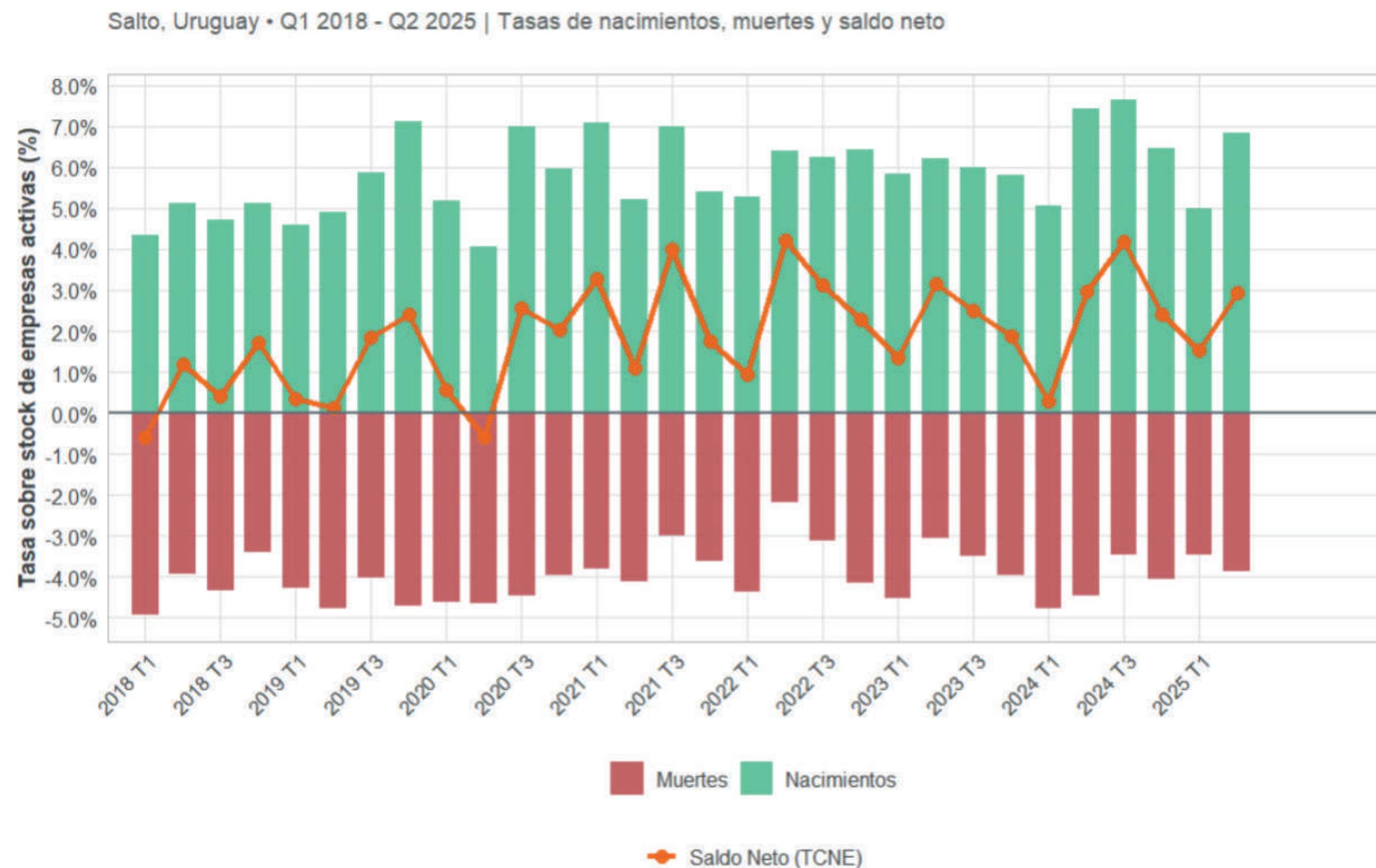
Salto, Uruguay • Q1 2018 - Q2 2025 | Interanual



Fuente: INE - Demografía de Empresas | $TCNE = [(Nacimientos - Muertes) / Stock\ empresas\ activas] * 100$

Descomposición del crecimiento empresarial

El sector comercial mantiene una dinámica de expansión aunque en **desaceleración moderada** respecto al pico de 2024. Los nacimientos actuales (145 empresas, promedio últimos 4 trimestres) están 36% por encima del promedio histórico (107 empresas por trimestre) pero por debajo del máximo de 170 alcanzado en 2024 (Q3). La mortalidad se estabilizó en 3,71% (promedio últimos 4 trimestres), ligeramente superior al promedio histórico de 3,98%. El balance neto promedio para todo el período (2018-2025) es de +36 empresas por trimestre.



Fuente: INE - Demografía de Empresas | Tasa Nacimientos = (Nacimientos / Empresas Activas) * 100

Tasa de crecimiento neto del empleo (TCNEMP)

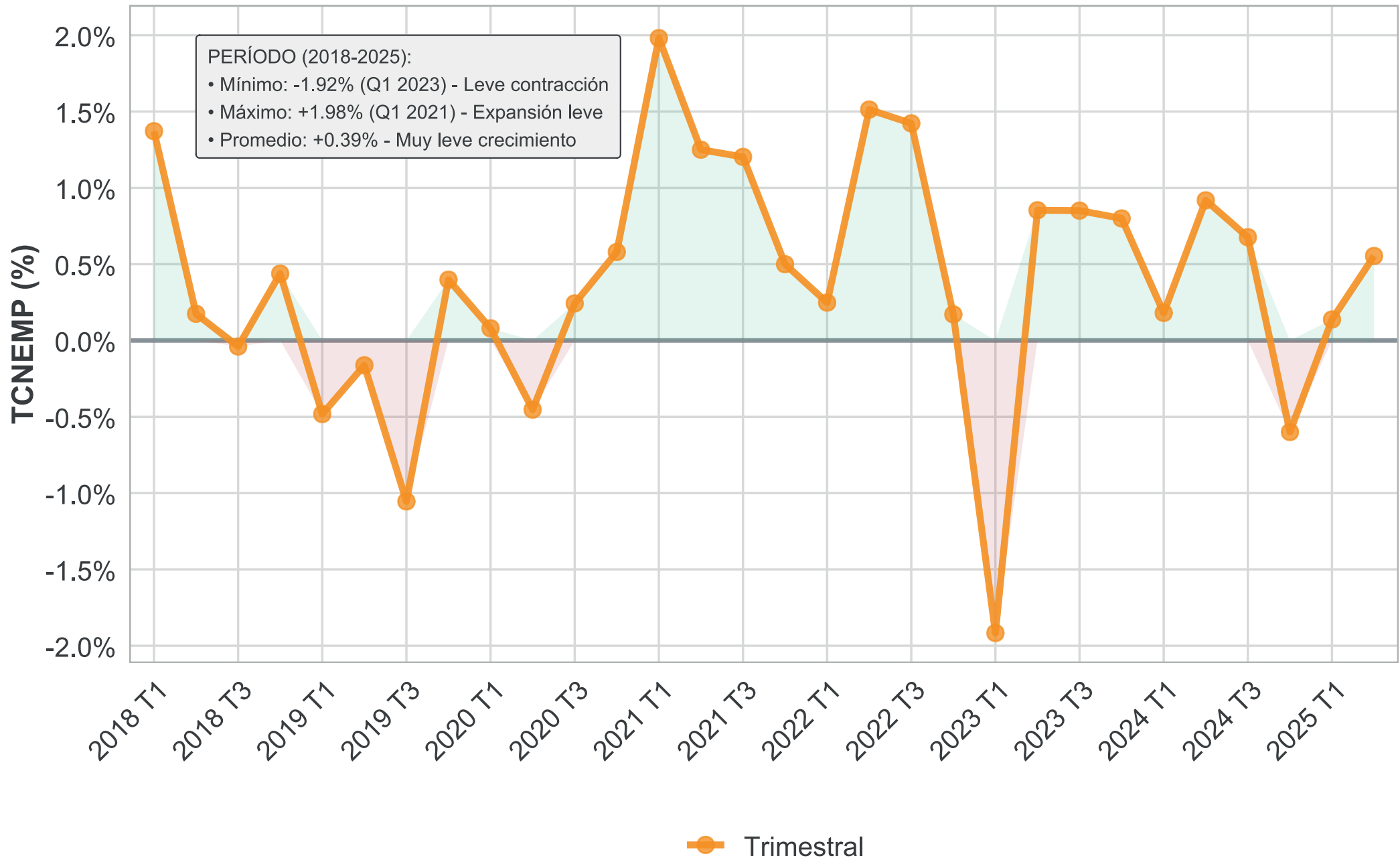
Mide cuánto empleo generan las empresas nuevas menos el que se pierde por empresas que cierran, como porcentaje del empleo total del sector.

El TCNEMP revela que el crecimiento empresarial de Salto (+51% empresas activas desde 2018) **no genera empleo proporcional**. Con un promedio +0,39% trimestral, **por cada 1.000 empleos existentes, las empresas nuevas agregan solo 4 empleos netos**. Según los datos, **90% de comercios nuevos son unipersonales sin capacidad de contratación**. El empleo del sector depende de que las empresas existentes (no de las nuevas) expandan sus plantillas.

De la misma manera, podríamos decir que, de **cada 10 comercios nuevos que se abren en Salto, 9 son negocios donde el dueño trabaja solo**, sin empleados. **Solo 1 de cada 10 contrata personal adicional**. Por eso, aunque el número de comercios creció 51% desde 2018, el empleo avanza apenas a razón de 2 empleos netos por semana en todo el sector comercial.

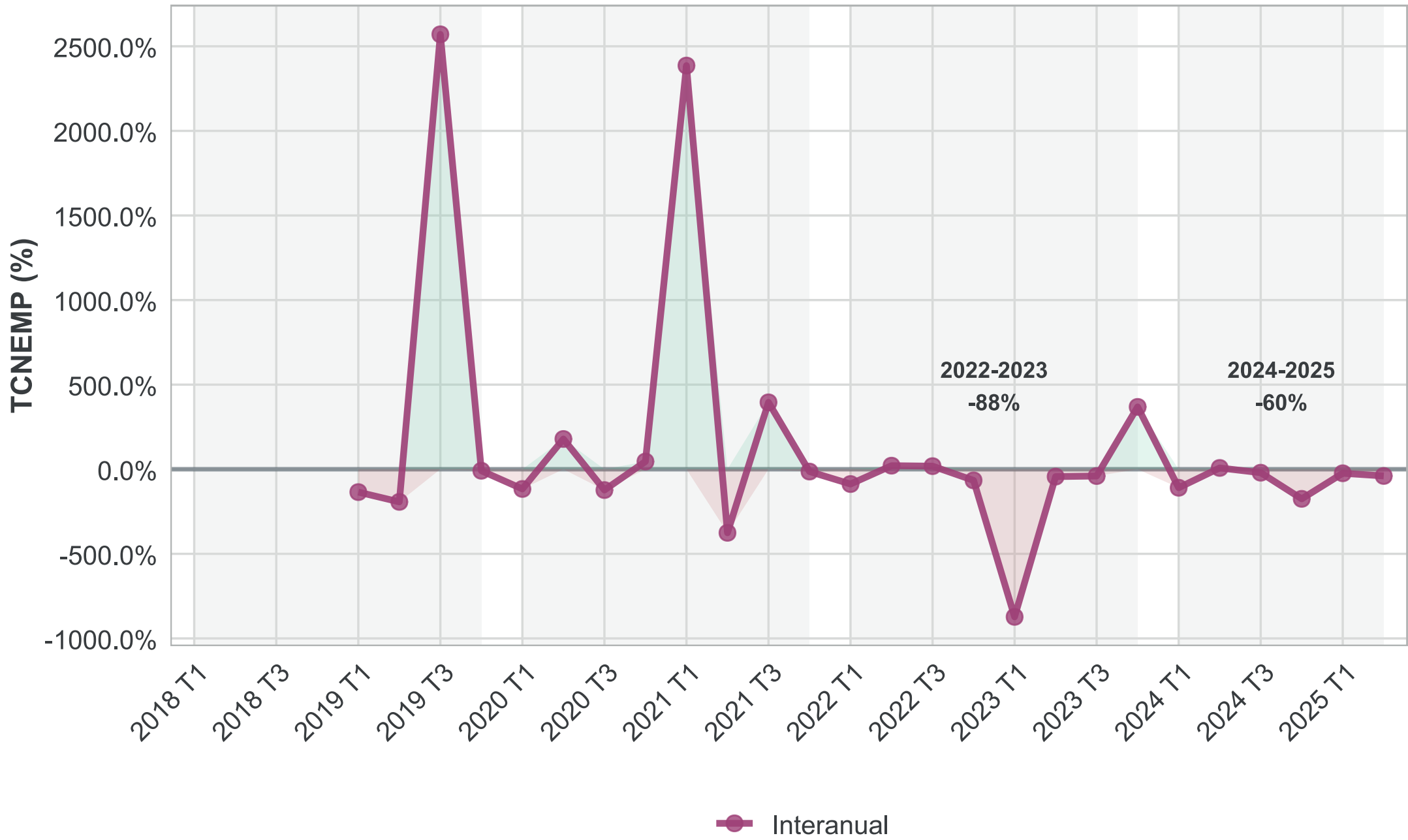
Tasa de crecimiento neto del empleo (TCNEMP)

Salto, Uruguay • Q1 2018 - Q2 2025 | Dinámica trimestral del empleo en empresas comerciales



Fuente: INE - Demografía de Empresas | $TCNEMP = [(PO \text{ Nacimientos} - PO \text{ Muertes}) / PO \text{ Empresas Activas}] * 100$

Salto, Uruguay • Q1 2018 - Q2 2025 | Dinámica interanual del empleo en empresas comerciales



Fuente: INE - Demografía de Empresas | $TCNEMP = [(PO \text{ Nacimientos} - PO \text{ Muertes}) / PO \text{ Empresas Activas}] * 100$

TASAS DE SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL DEL SECTOR COMERCIAL

Horizonte de supervivencia: 1 trimestre, 1 año y 2 años

La supervivencia empresarial en Salto muestra una fase de **mayor mortalidad entre los 3 meses y el año**, donde se pierde el 28% de las empresas que sobrevivieron el primer trimestre. **A los 2 años, solo el 48,6% de las empresas sobrevive.** La situación actual (Q2 2025) muestra deterioro: la supervivencia a 1 año cayó a 58,8% vs. 65,5% promedio histórico. Las políticas de apoyo deben concentrarse en el período 3-12 meses, no solo en el lanzamiento.

En otros términos, se puede expresar que de cada 10 comercios nuevos en Salto, 9 siguen abiertos a los 3 meses. Pero solo 6 o 7 llegan al año, y apenas 5 llegan a cumplir 2 años. El momento más peligroso es el período entre los 3 meses y el año, donde 1 de cada 3 empresas que sobrevivió el trimestre termina cerrando.

**La tasa de supervivencia apenas supera el 50%.
De cada 100 empresas que nacen:**

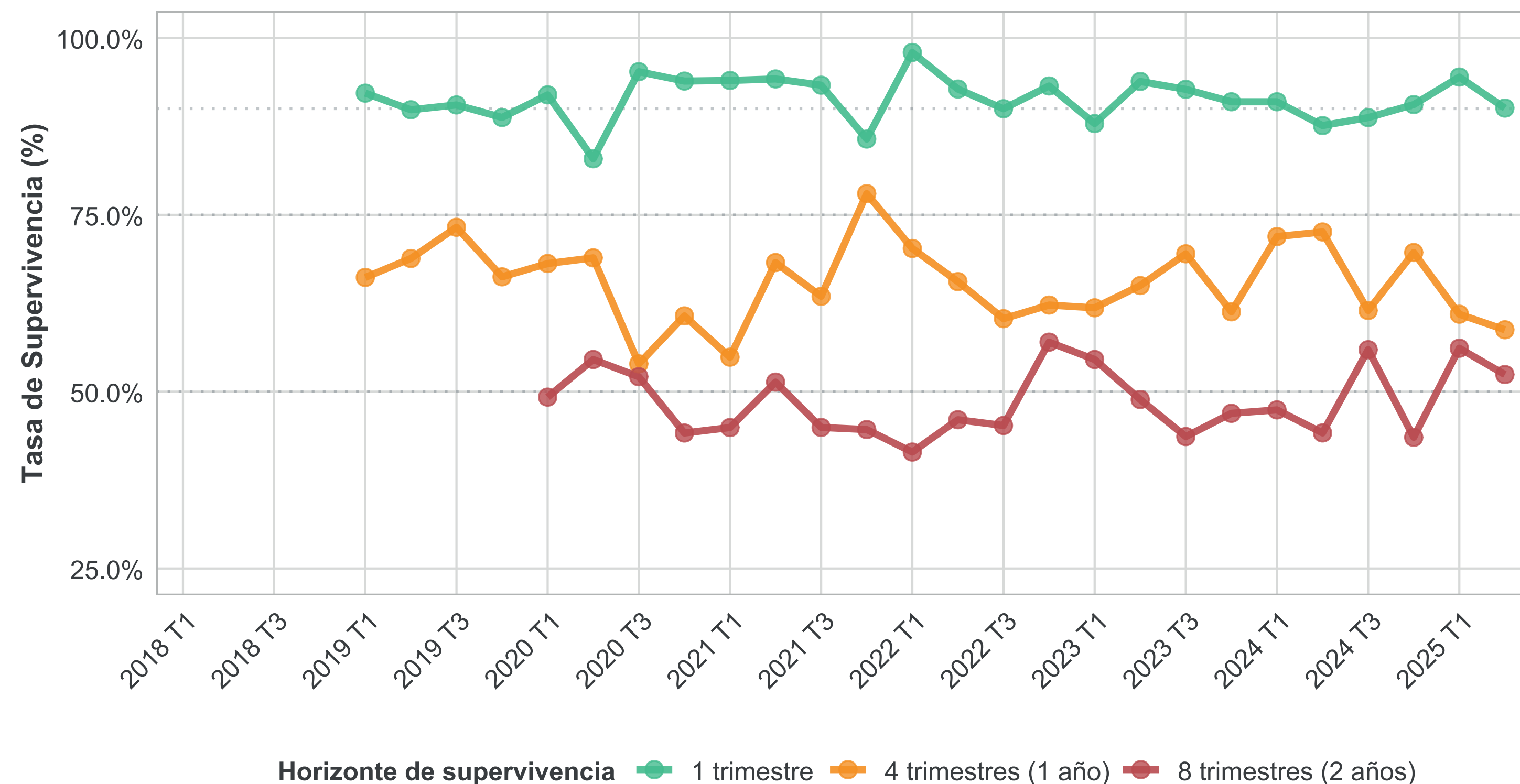
- 91 llegan a los 3 meses
- 65 llegan al año
- solo 49 llegan a 2 años

Estas cifras explican por qué:

- La tasa de crecimiento neto del empleo (TCNEMP) resulta baja (+0,39% trimestral, por cada 1.000 empleos existentes, las empresas nuevas agregan solo 4 empleos netos).
- Aunque nacen muchas empresas (155 en Q2 2025), numerosas desaparecen rápidamente.
- El stock neto de empresas crece lento (+2% trimestral).

Tasas de supervivencia empresarial del sector comercial

Salto, Uruguay • Q1 2018 - Q2 2025 | Supervivencia de cohortes de empresas nacidas



Conclusión general

El sector comercial de Salto cerró el primer semestre de 2025 con fortaleza cuantitativa pero debilidad cualitativa. El crecimiento en número de empresas es robusto y sostenido, alcanzando máximos históricos. Sin embargo, la baja generación de empleo por empresa nueva plantea interrogantes sobre la sostenibilidad y el impacto económico real de este crecimiento. El sector avanza hacia una estructura cada vez más atomizada, dominada por microempresas, lo que puede generar fragilidad ante shocks económicos.

Para Q4 2025, según las cifras históricas, se espera un **desempeño modesto**.

¡GRACIAS!



**Centro Comercial
e Industrial de Salto**

120 AÑOS

Magister y Economista Pablo Cortondo