

PRIMER TRIMESTRE 2026

Sondeo de clima empresarial

CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SALTO
DEPARTAMENTO ECONÓMICO

Magister y Economista Pablo Cortondo



Centro Comercial
e Industrial de Salto

120 AÑOS

Sondeo Q1 2026

ÍNDICE

01. **Visión General**

Introducción

02. **Comercio**

GENERALIDADES · ANÁLISIS POR CATEGORÍAS

03. **Servicios**

GENERALIDADES · ANÁLISIS POR CATEGORÍAS

04. **Industria**

GENERALIDADES

05. **Economía**

CONTEXTO MACRO · IAES

06. **Notas metodológicas**

MARCO Y PROCESAMIENTO

VISIÓN GENERAL

El presente informe analiza la evolución del **primer trimestre de 2026 en comparación con igual período de 2025**, integrando resultados agregados de la economía uruguaya, antecedentes del contexto internacional con incidencia directa sobre ella e indicadores de la economía local que, complementados con los datos del sondeo, permiten una lectura integral del arranque del año.

El Centro Comercial e Industrial de Salto agradece a las empresas que, trimestre a trimestre, aportan sus datos al sondeo, fortaleciendo el valor del diagnóstico que producimos para la comunidad empresarial.



SECCIÓN 2.1

COMERCIO

Generalidades

Aspectos globales del sector comercial.

- Impacto de la variabilidad cambiaria con Argentina y Brasil.
- Ventas reales, expectativas, inversión y rentabilidad.
- Costos, trabajo y problemáticas del trimestre.

TITULARES

**COMERCIO
IMPACTO
CAMBIARIO**

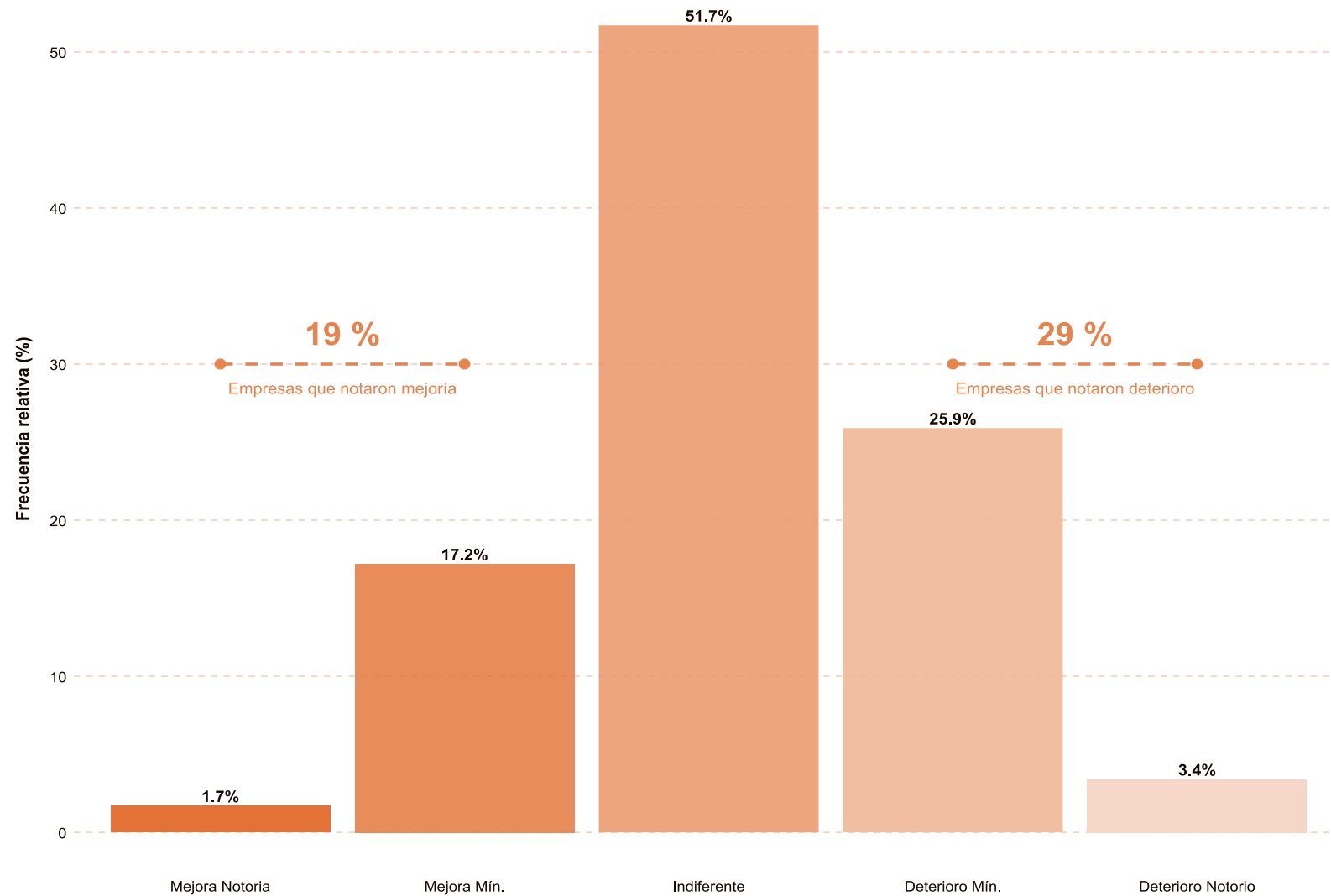
Argentina sigue en retroceso, Brasil mantiene su presión.

- El shock cambiario argentino pierde intensidad, predomina la indiferencia (51,7%).
- 1 de cada 3 empresas percibieron deterioro por Brasil.
- Vestimenta concentra un tercio del deterioro brasilero reportado.

Impacto cambiario con Argentina

% DE EMPRESAS AFECTADAS

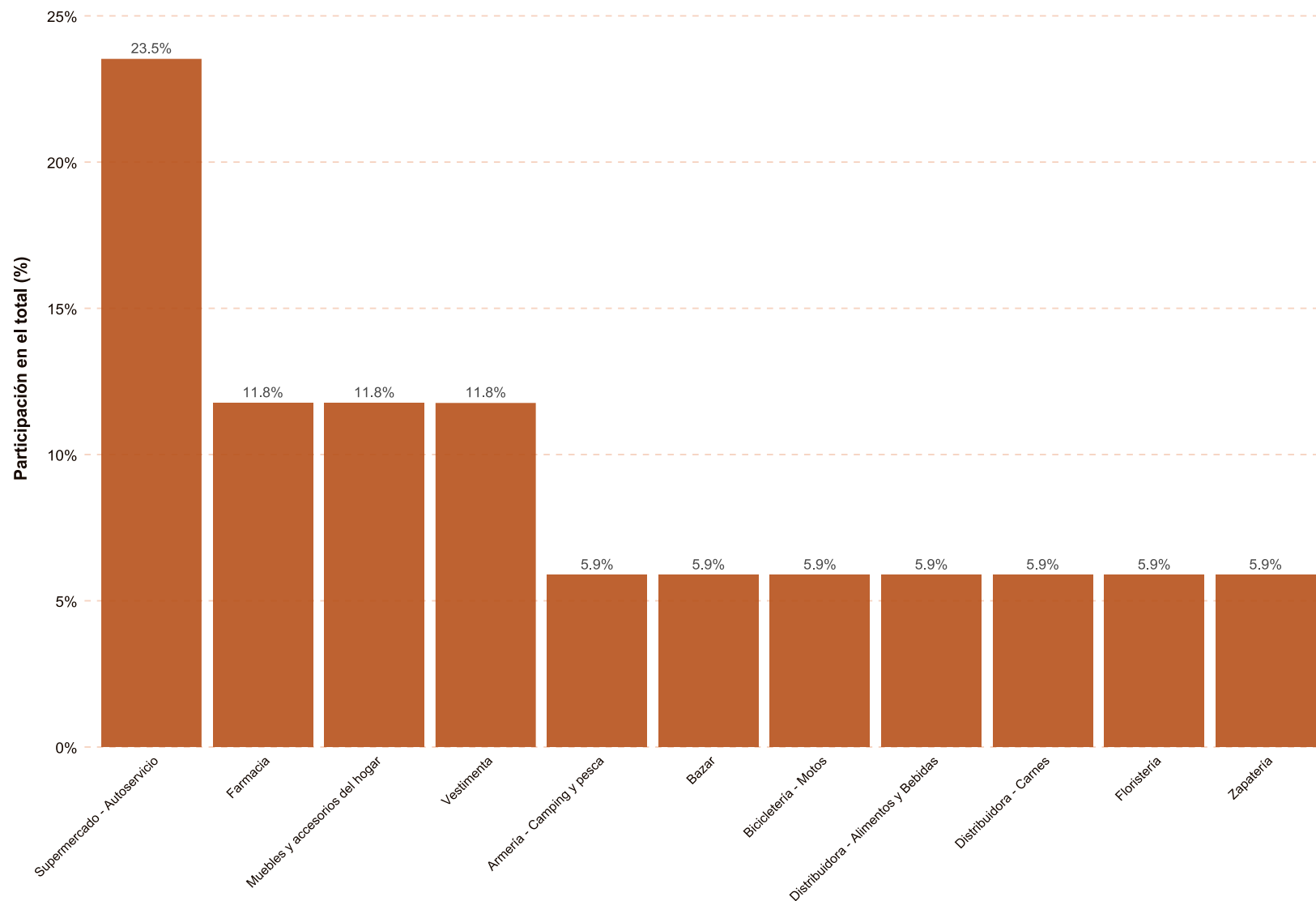
El shock cambiario argentino **pierde intensidad**, aunque persiste una diferencia de 10 puntos porcentuales entre empresas afectadas y favorecidas.



Composición del deterioro por rubro

ARGENTINA · Q1 2026

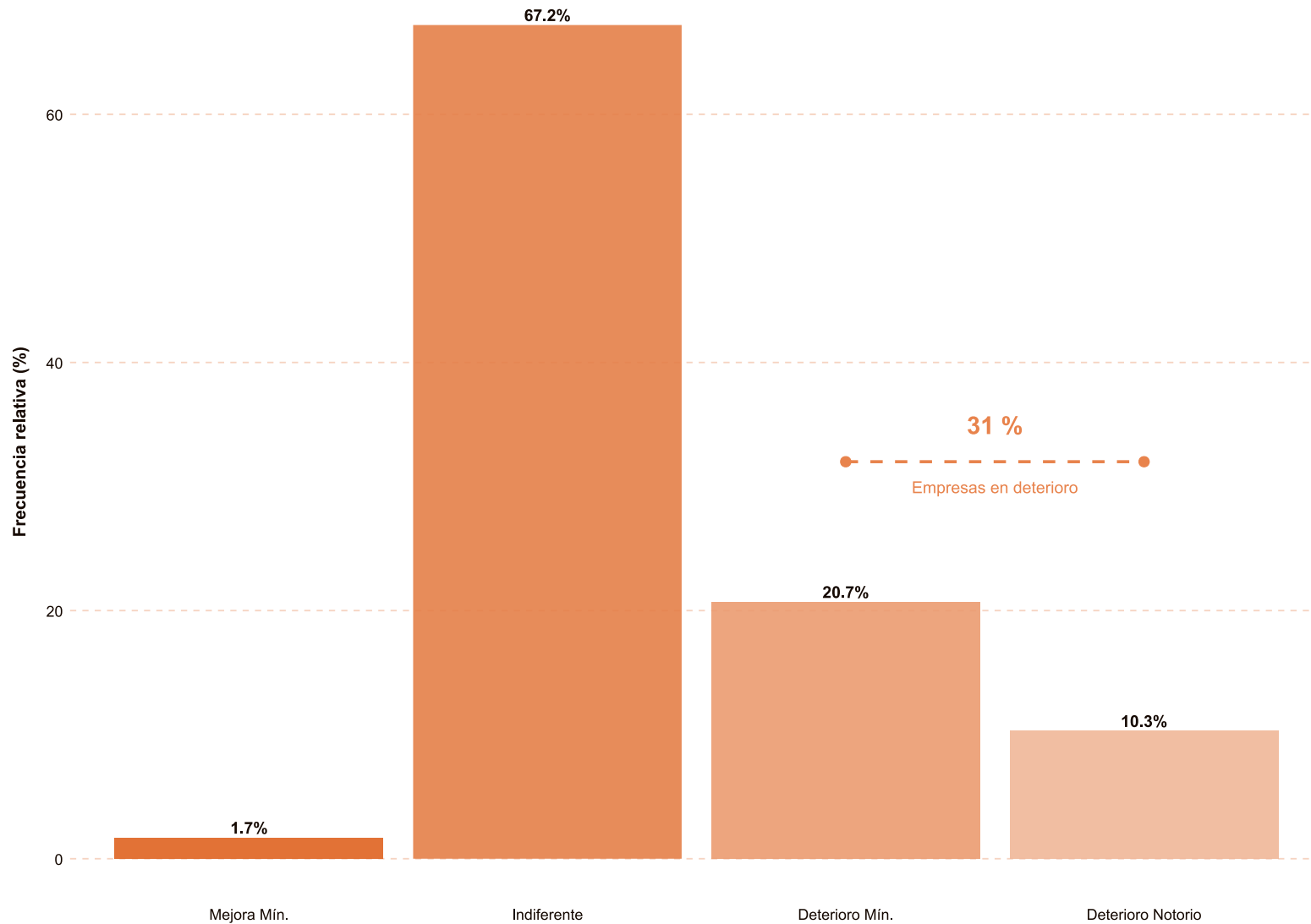
El impacto se concentra en rubros de **consumo masivo cotidiano** y bienes durables, los más expuestos al desvío de consumo hacia el otro lado del río.



Impacto cambiario con Brasil

% DE EMPRESAS AFECTADAS

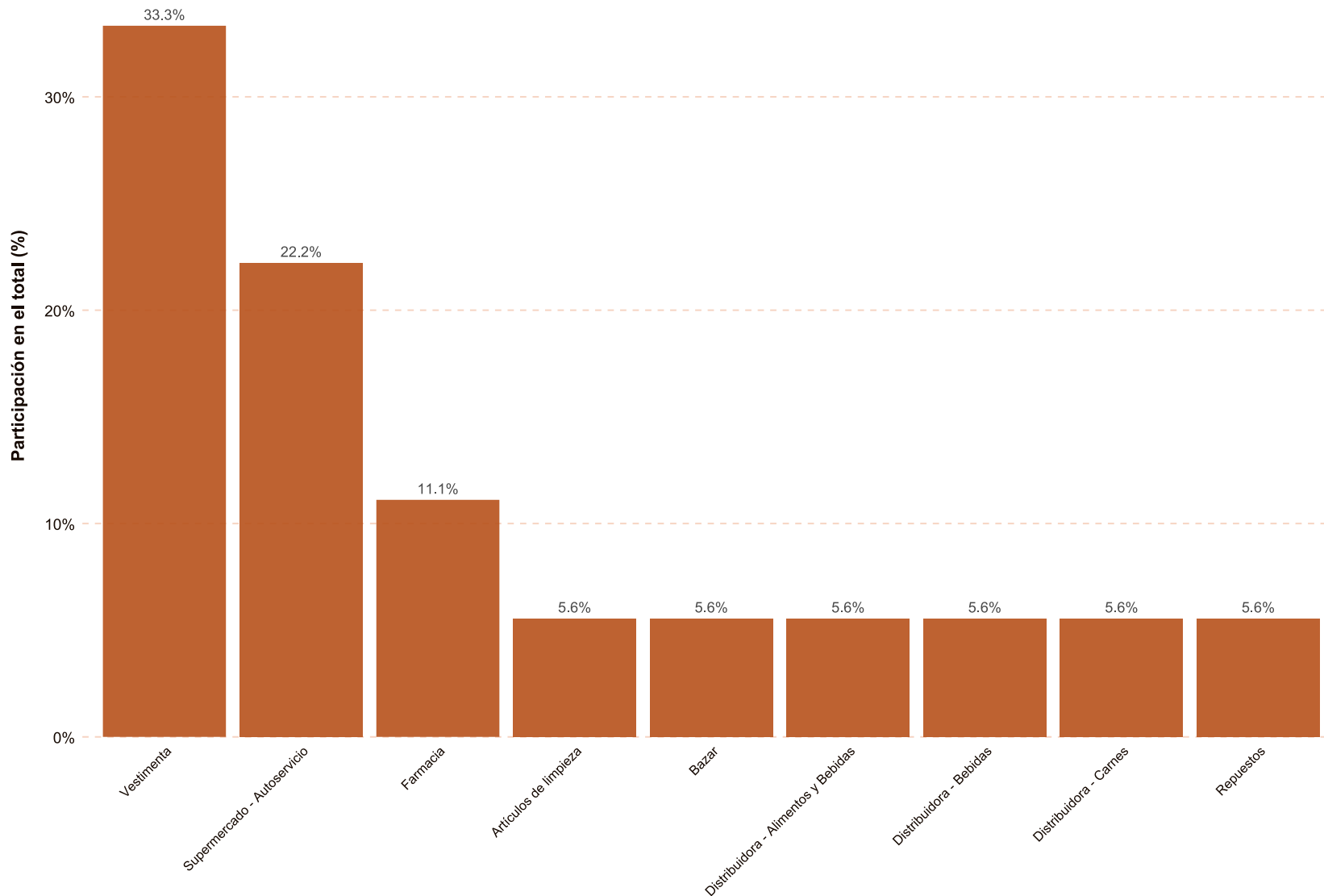
La afectación negativa **también cede** respecto a Q4 2025 (41%).



Composición del deterioro por rubro

BRASIL · Q1 2026

El patrón de afectación brasileña difiere del argentino: aquí **Vestimenta lidera**, reflejando un perfil de consumo transfronterizo distinto.



TITULARES

COMERCIO

VENTAS REALES

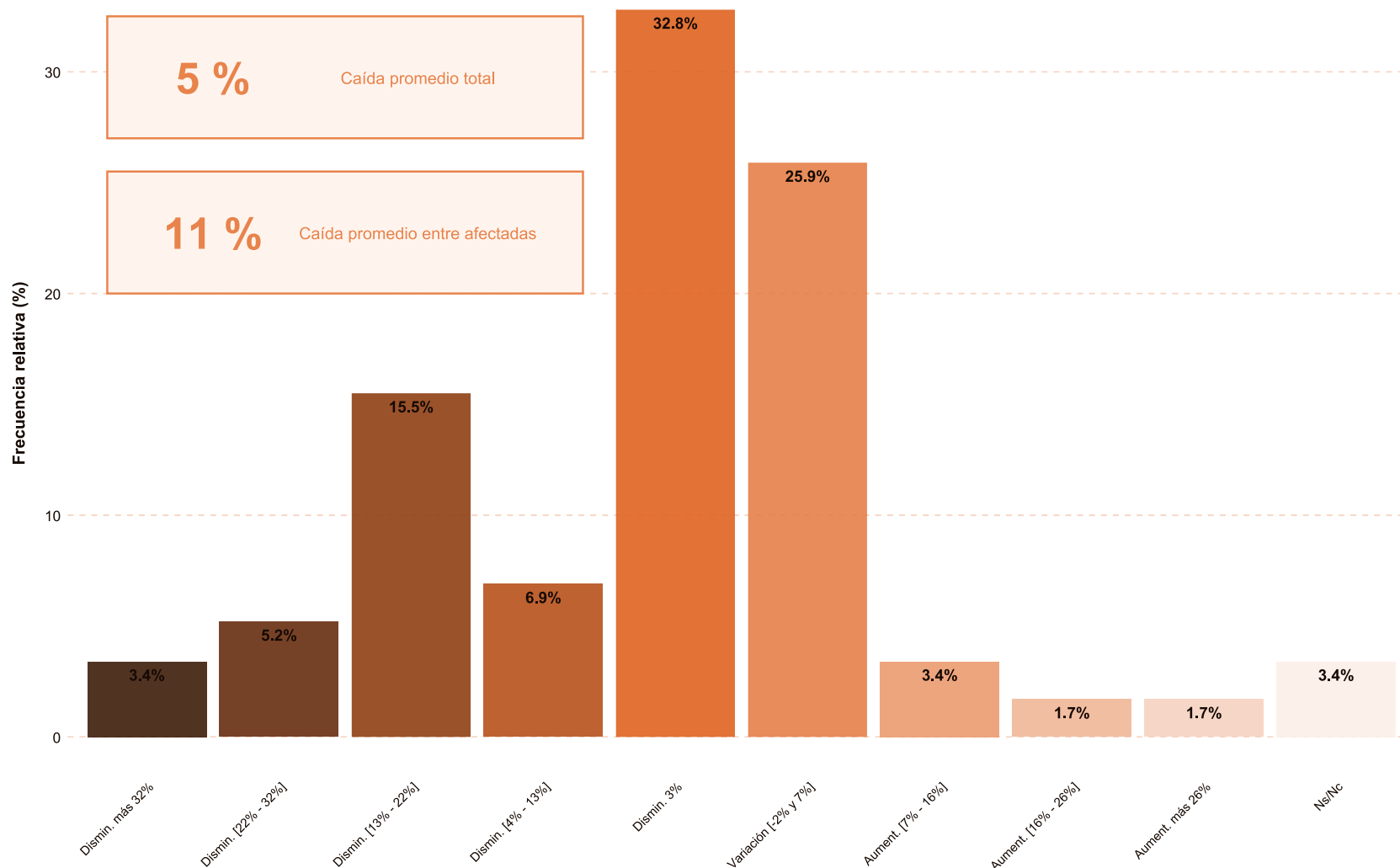
Más de 2 de cada 3 comercios vendieron menos que un año atrás.

- Entre las empresas afectadas, las ventas reales cayeron en promedio 11% interanual.
- Para el sector en su conjunto el **retroceso es de 5% interanual.**

Ventas reales Q1 2025 – Q1 2026

SECTOR COMERCIO

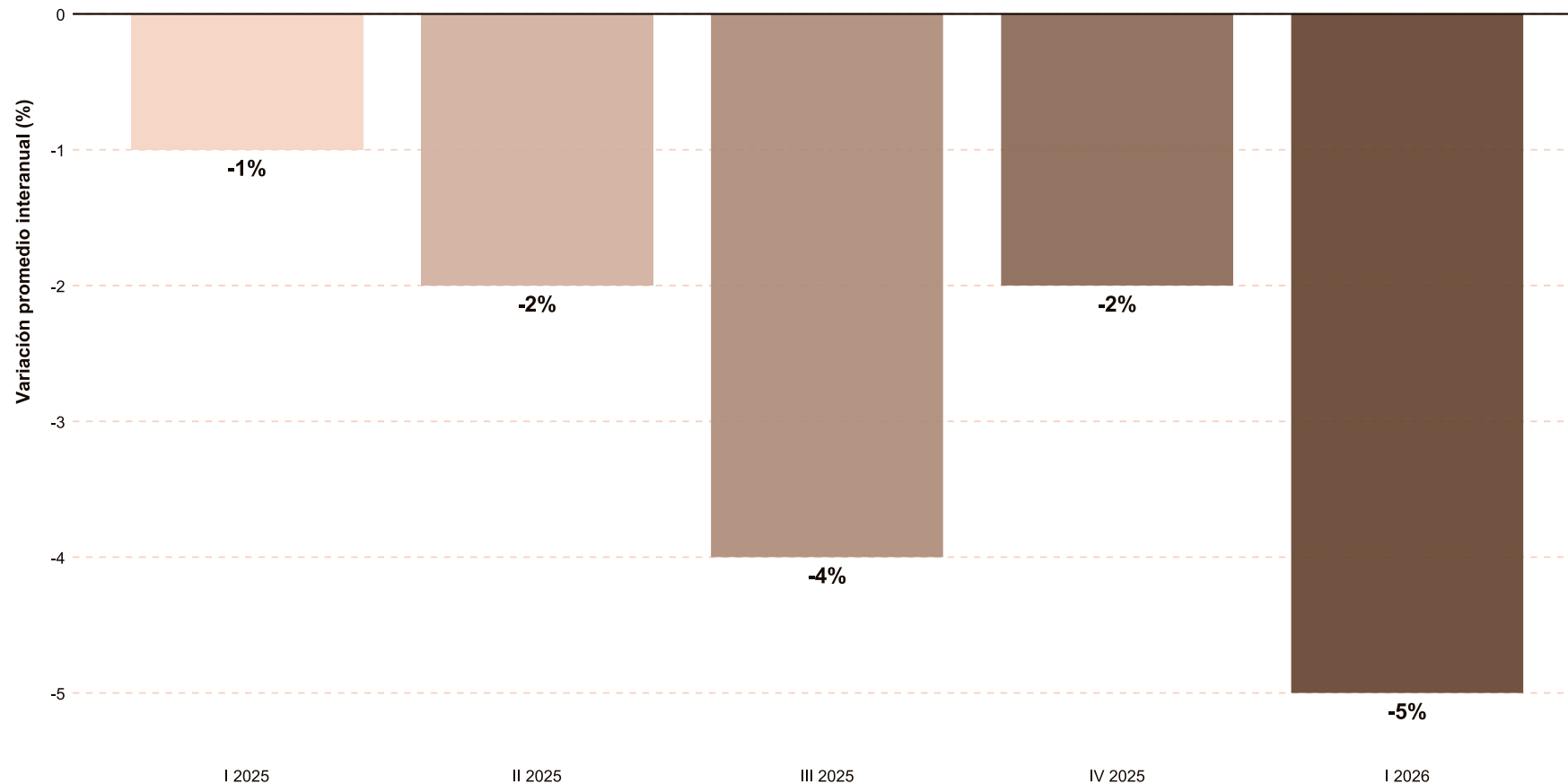
El sector cierra el trimestre con **caída interanual de 5%**; entre las empresas afectadas, el deterioro promedia 11%.



Tendencia de la caída de ventas

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL

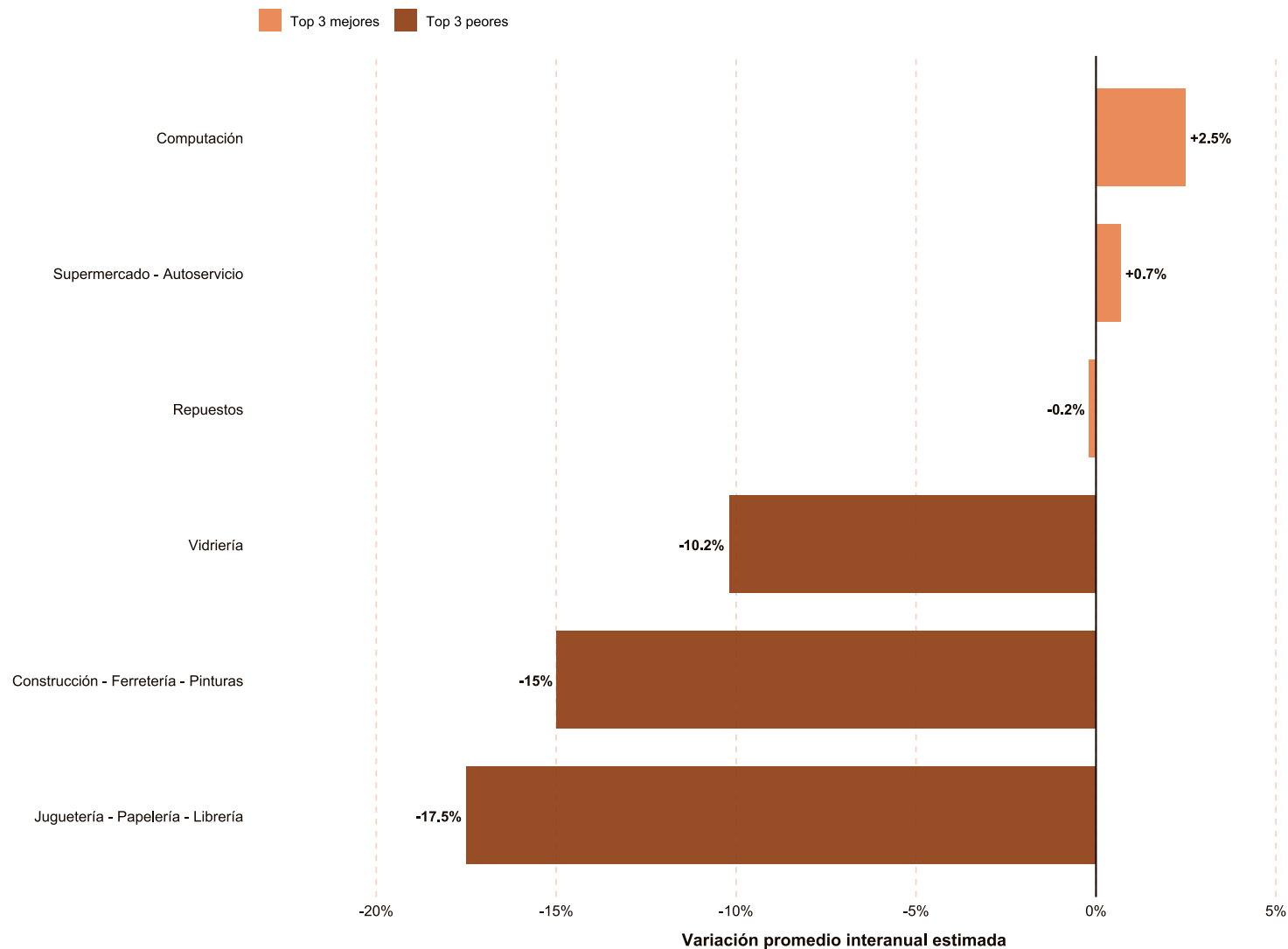
La trayectoria del sector continúa en **terreno negativo**, aunque con señales mixtas en la profundidad de los retrocesos.



Top 3 de ventas reales por rubro

Q1 2025 – Q1 2026

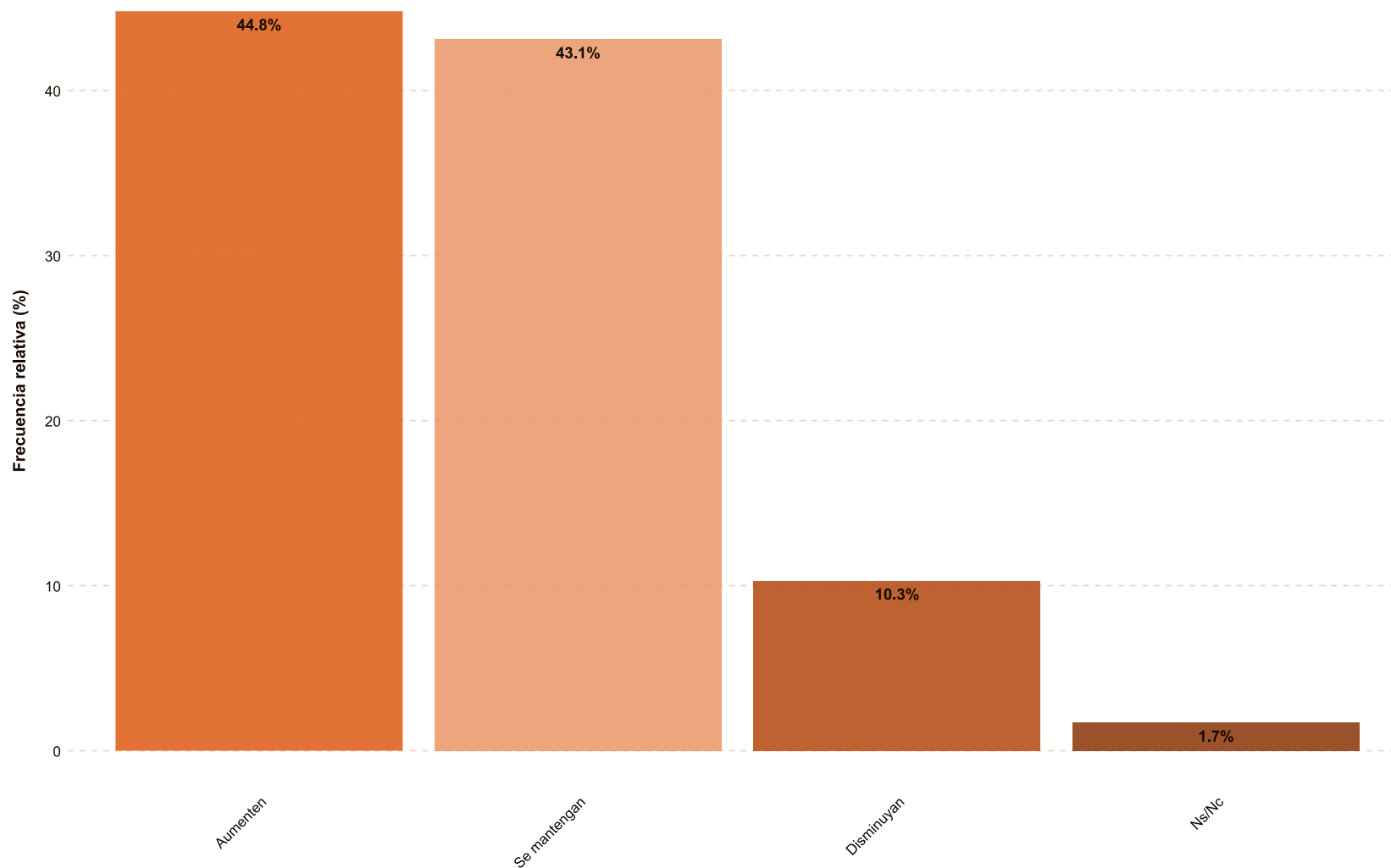
Los rubros con mayor variación interanual marcan dónde se concentra la **presión competitiva** del trimestre.



Expectativas de ventas próximo trim.

SECTOR COMERCIO

Casi **9 de cada 10 comercios** anticipan ventas iguales o mayores en el próximo trimestre.



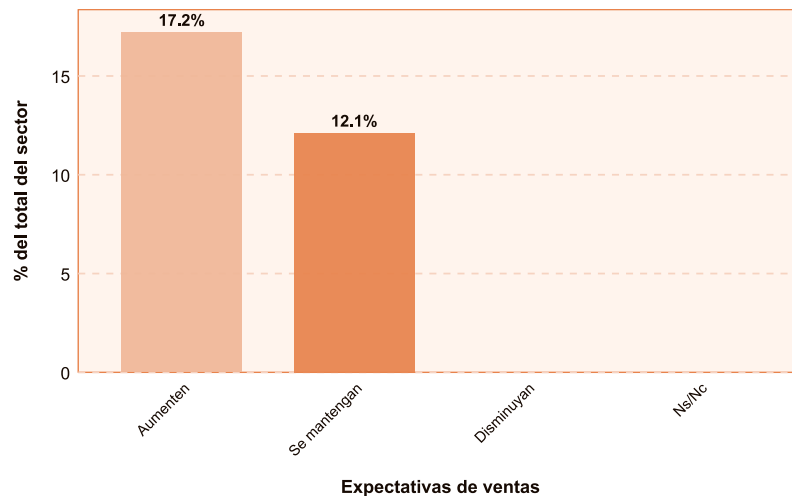
Expectativa de ventas vs inversiones

CRUCE EXPECTATIVAS

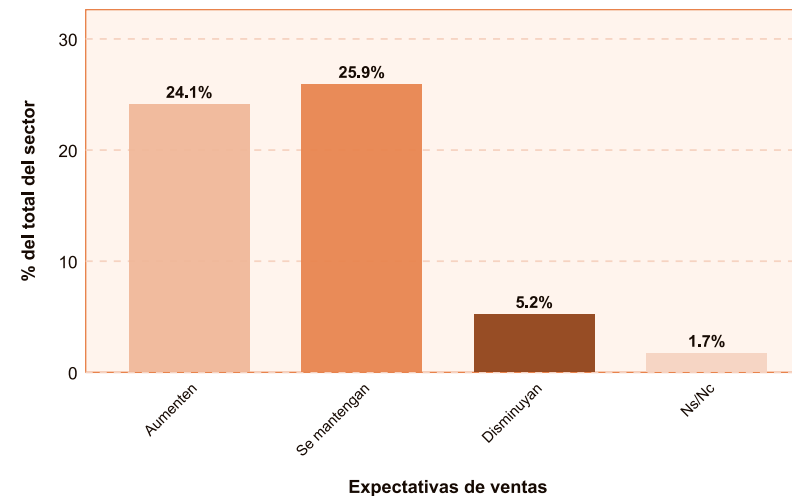
2 de cada 3 comercios

planean mantener inversiones, sin importar cómo proyecten sus ventas.

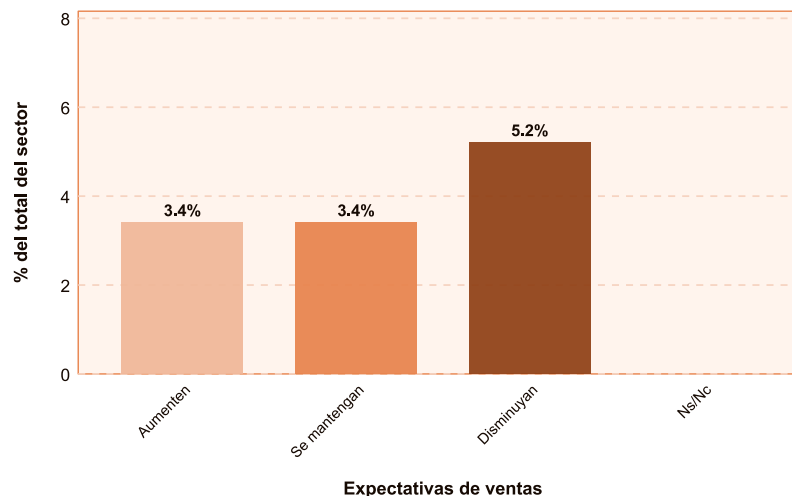
Expect. de inversiones: Aumentarlas



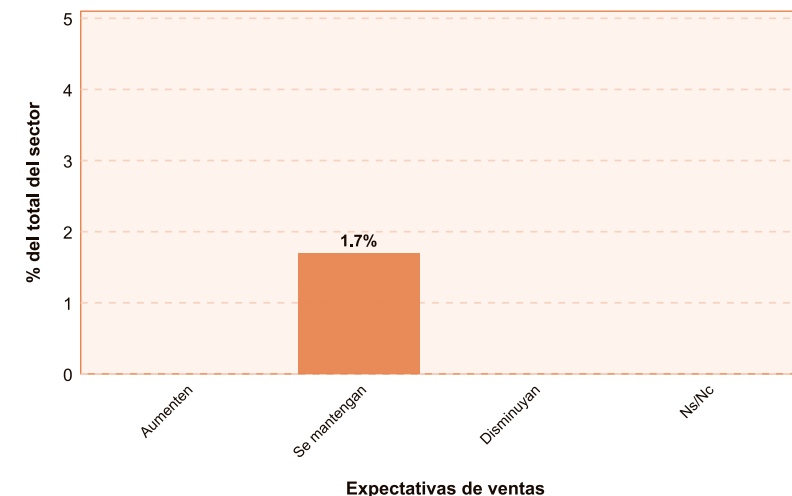
Expect. de inversiones: Mantenerlas



Expect. de inversiones: Disminuir las



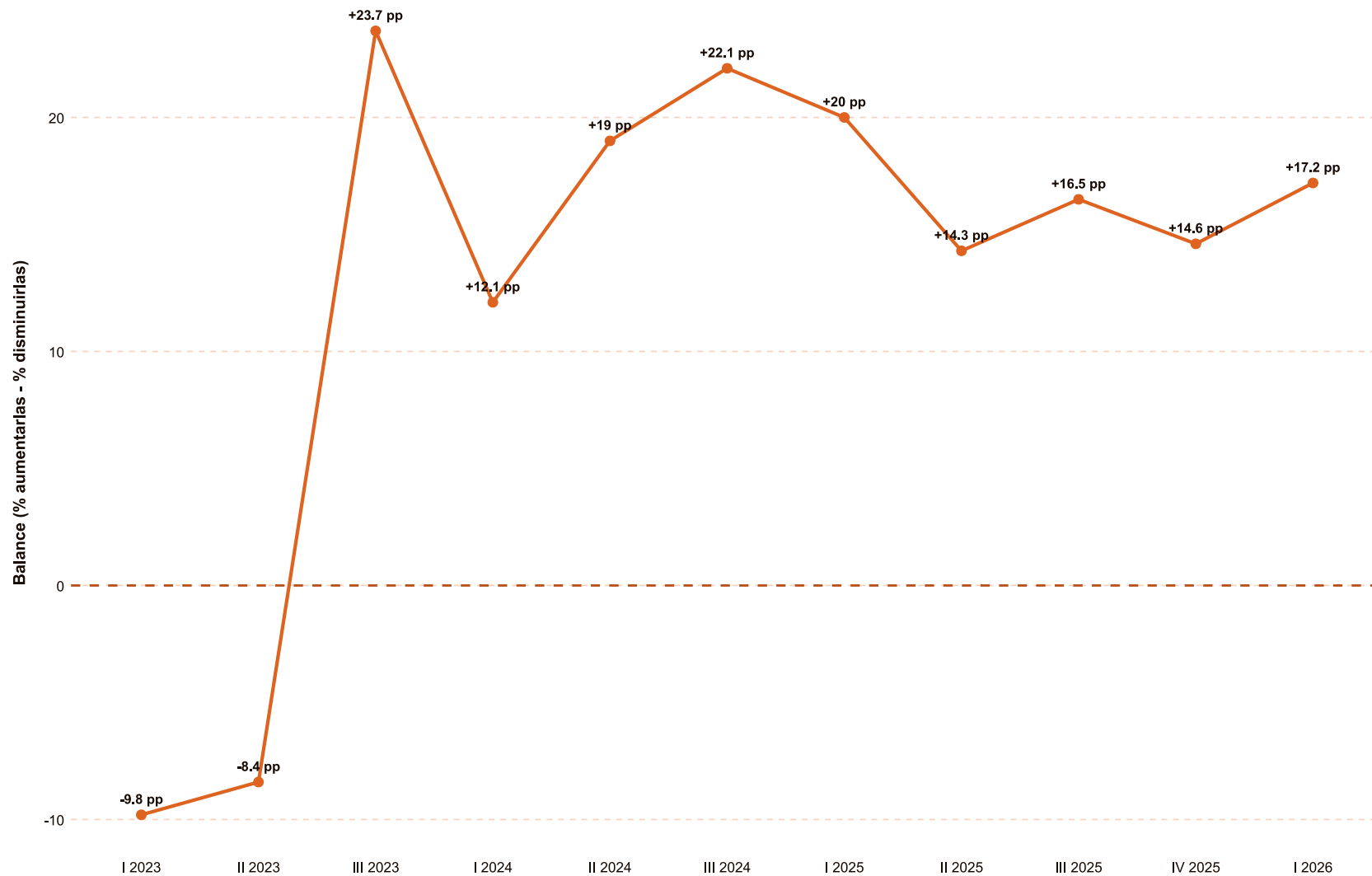
Expect. de inversiones: Ns/Nc



Evolución del balance de inversiones

SERIE TRIMESTRAL

12 trimestres consecutivos en terreno positivo. El comercio invierte aunque venda menos.



TITULARES

COMERCIO
RENTABILIDAD

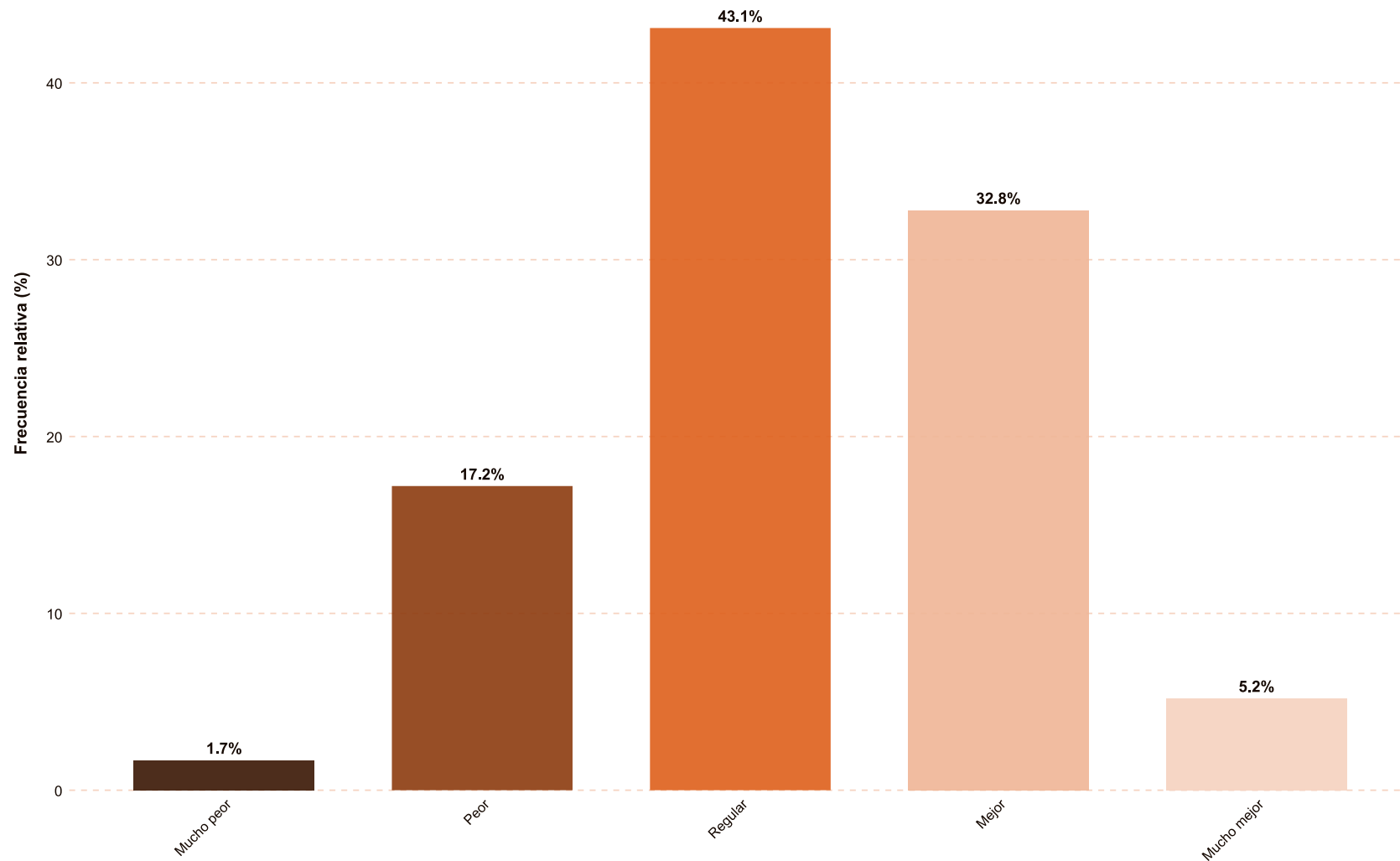
4 de cada 10 comercios proyectan rentabilidad regular, y otro tercio espera mejoras.

- El optimismo de ventas no se traslada por completo a la rentabilidad.
- La presión sobre márgenes modera las expectativas.

Expectativa de rentabilidad próximo trim.

SECTOR COMERCIO

El balance se mantiene **moderadamente positivo**, con la mayoría esperando estabilidad o leve mejora.



TITULARES
COMERCIO
COSTOS

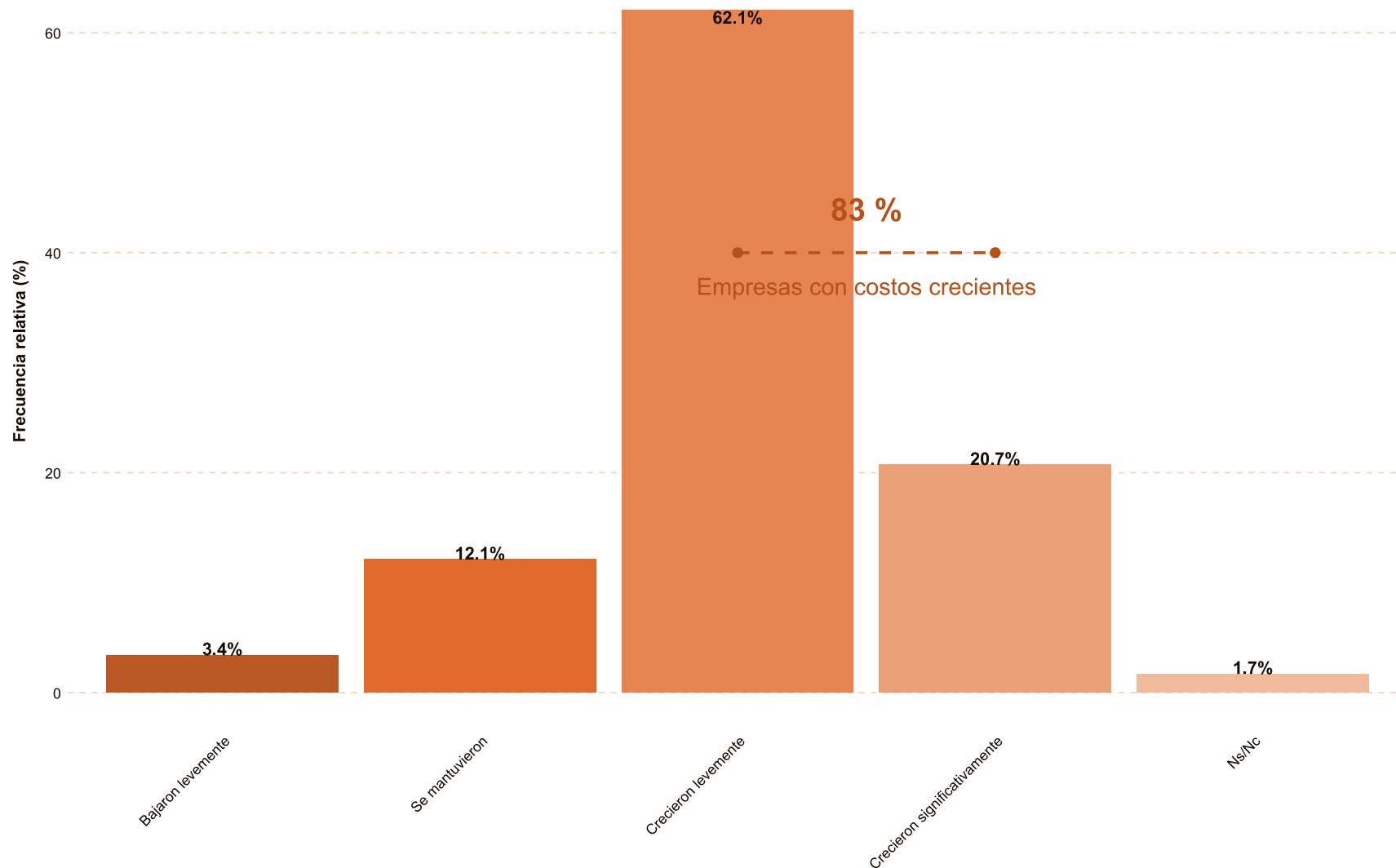
8 de cada 10 comercios cerraron el trimestre con costos más altos que un año atrás.

- 1 de cada 5 reporta aumentos significativos.
- Los márgenes se comprimen desde dos frentes: ventas que caen y costos que no ceden.

Impacto de los costos en el trimestre

SECTOR COMERCIO

8 de cada 10 comercios reportan costos más altos que hace un año, comprimiendo márgenes desde el lado de la oferta.



TITULARES
COMERCIO
TRABAJO

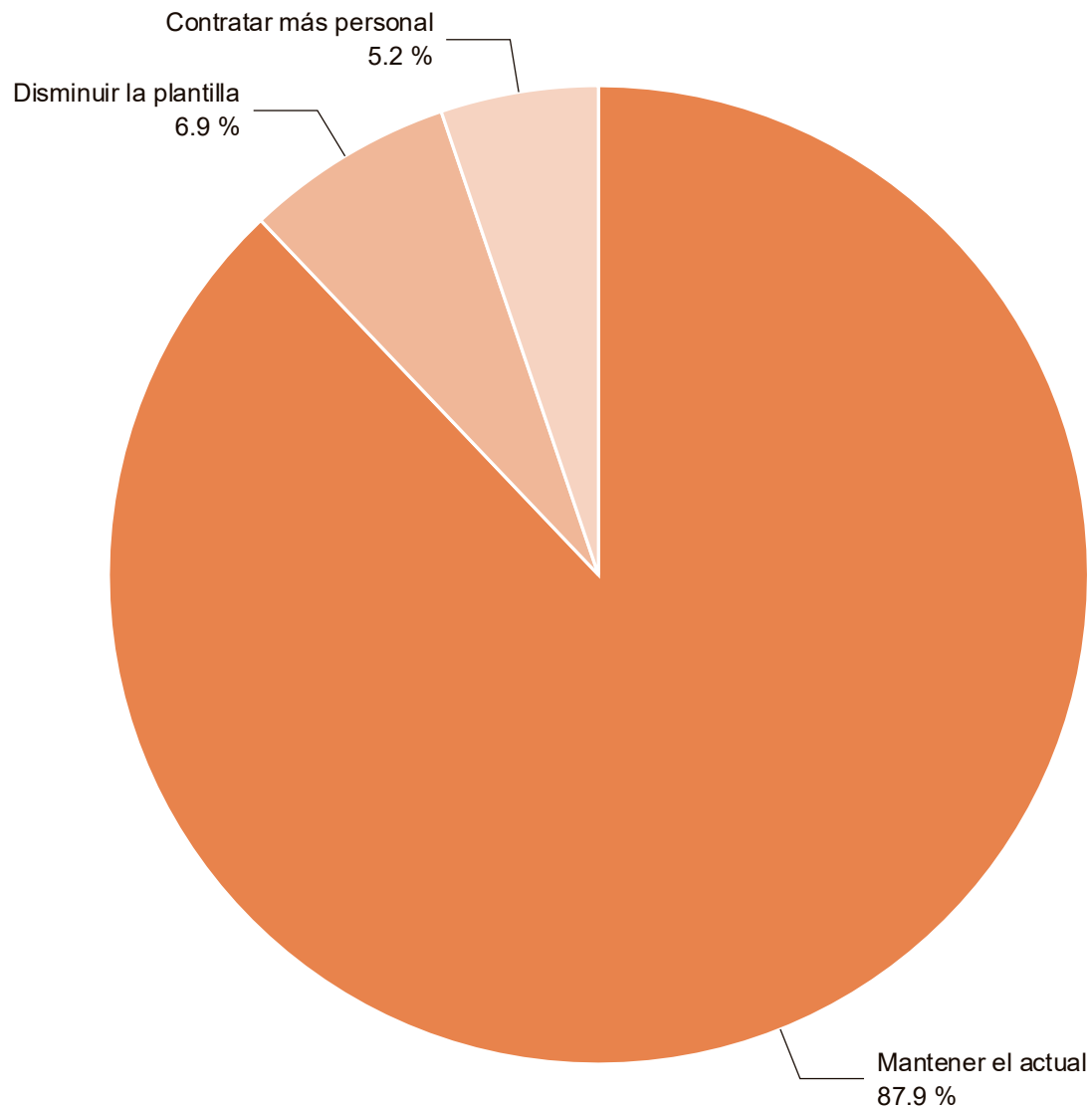
9 de cada 10 comercios planean mantener su plantilla.

- El empleo del sector se sostiene.
- La nómina se congela mientras se espera ver hacia dónde se mueve la demanda.

Expectativas laborales próximo trim.

SECTOR COMERCIO

El empleo se sostiene: la **amplia mayoría** mantiene plantilla, sin movimientos relevantes en altas o bajas.



TITULARES

COMERCIO
PROBLEMÁTICAS
Y DESAFÍOS

Tres preocupaciones marcaron el trimestre del comercio salteño: ventas débiles, costos al alza y clientes sin liquidez.

- Tres preocupaciones dominan el primer trimestre: ventas débiles, costos crecientes y clientes sin efectivo.
- La frontera pierde protagonismo, el problema está adentro.

01

Caída de ventas y demanda débil

PREGUNTA · PRINCIPAL PROBLEMA DEL TRIMESTRE

Es la preocupación más extendida del trimestre. Las respuestas describen un cuadro consistente de demanda contraída, baja circulación de público y cambios en los hábitos de consumo.

| *"Poca gente en Salto"*

| *"El consumo está bajo en el rubro"*

| *"Baja concurrencia de público"*

| *"Baja significativa de las ventas que ha superado el 25% en algunos meses"*

02

**Aumento
de costos****PREGUNTA · PRINCIPAL PROBLEMA DEL TRIMESTRE**

La presión de costos es el segundo eje del trimestre y aparece en múltiples dimensiones: mercadería, fijos, servicios, medios de pago y salariales.

| *"El costo de la mercadería" · "los costos de la materia prima aumentaron bastante"*

| *"Costos fijos de la luz y el agua (OSE y UTE)" · "los costos operativos, subas de combustibles"*

| *"Baja venta y los costos por trabajar con las tarjetas"*

| *"Aumento de costos fijos en general (salarial entre otros)"*

03

Falta de liquidez y dinero en la calle

PREGUNTA · PRINCIPAL PROBLEMA DEL TRIMESTRE

Más de uno de cada cinco comerciantes señala como problema central no la cantidad de público, sino la capacidad de pago de quienes sí concurren. Eje vinculado pero conceptualmente distinto al primero.

| *"Falta de dinero en la calle"*

| *"Falta de liquidez"*

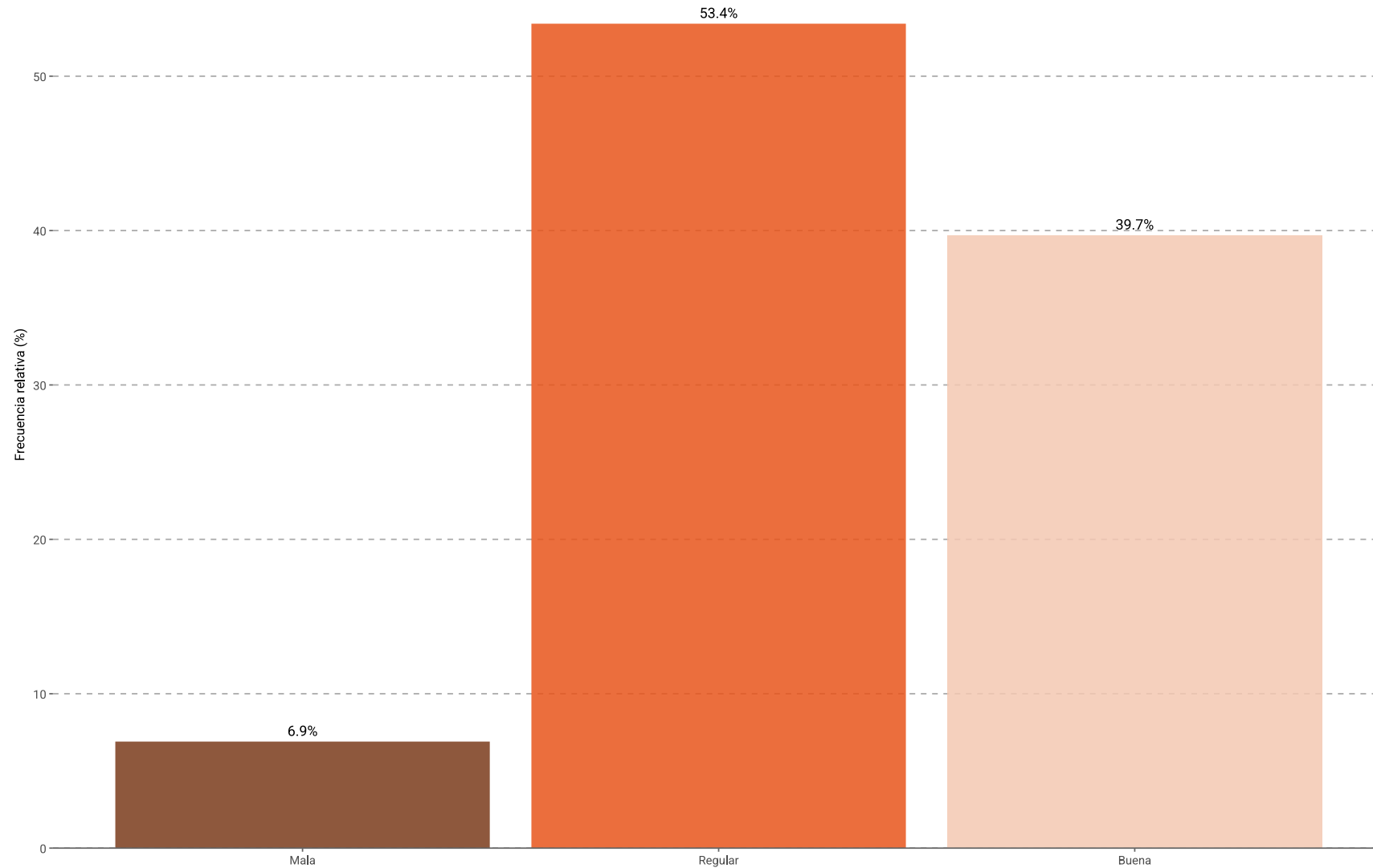
| *"Poca fluidez de efectivo, problemas de pagos de cuotas de los clientes"*

| *"Liquidez de los clientes"*

Evaluación general del negocio

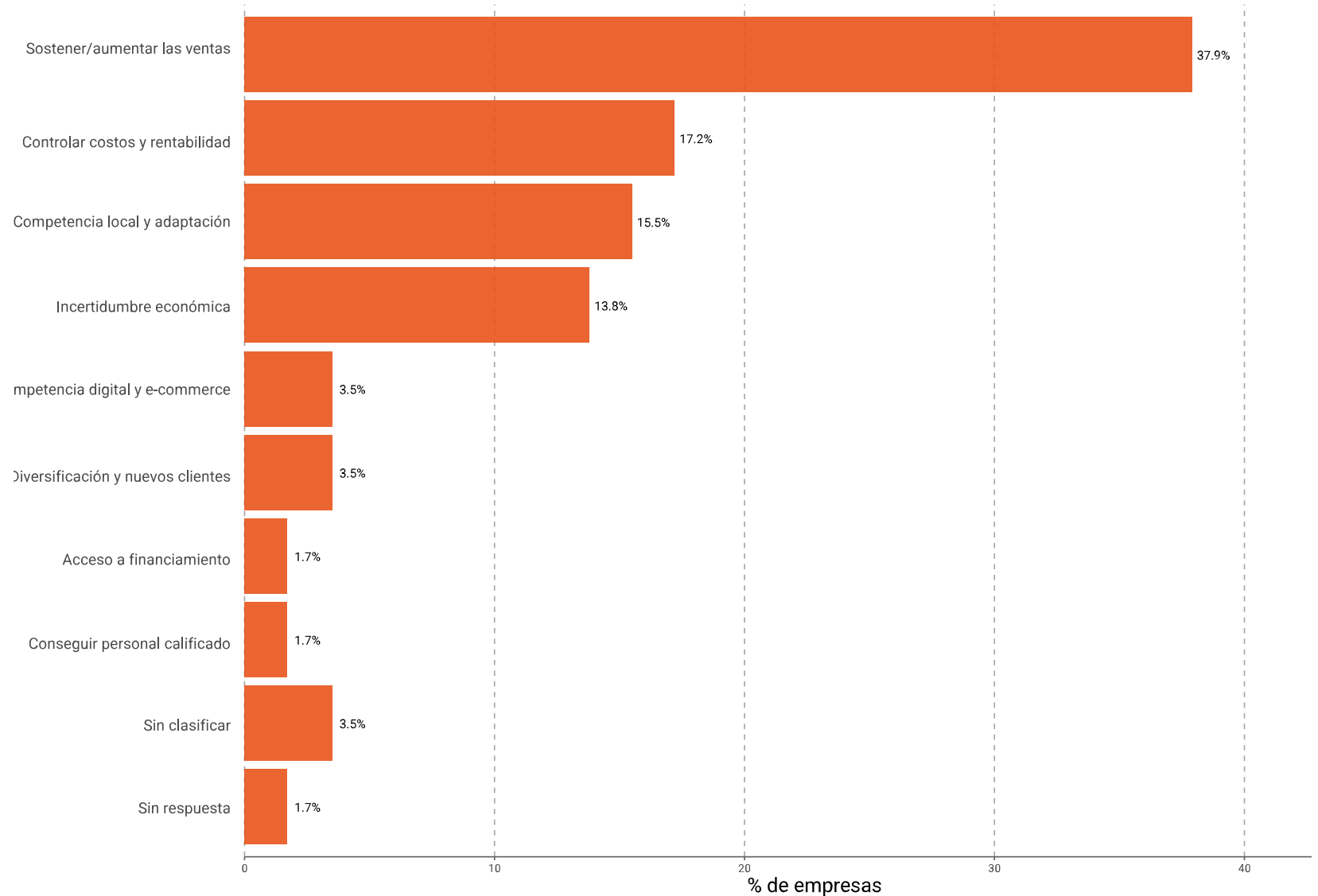
TRIMESTRE ACTUAL

Pregunta abierta: ¿Cómo evalúa la situación general de su negocio en este momento?



Próximos desafíos para el comercio Q2 2026

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



COMERCIO

Análisis por categorías

El foco de la presente sección estará centralizado 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".

TITULARES

**DISTRI-
BUIDORAS**

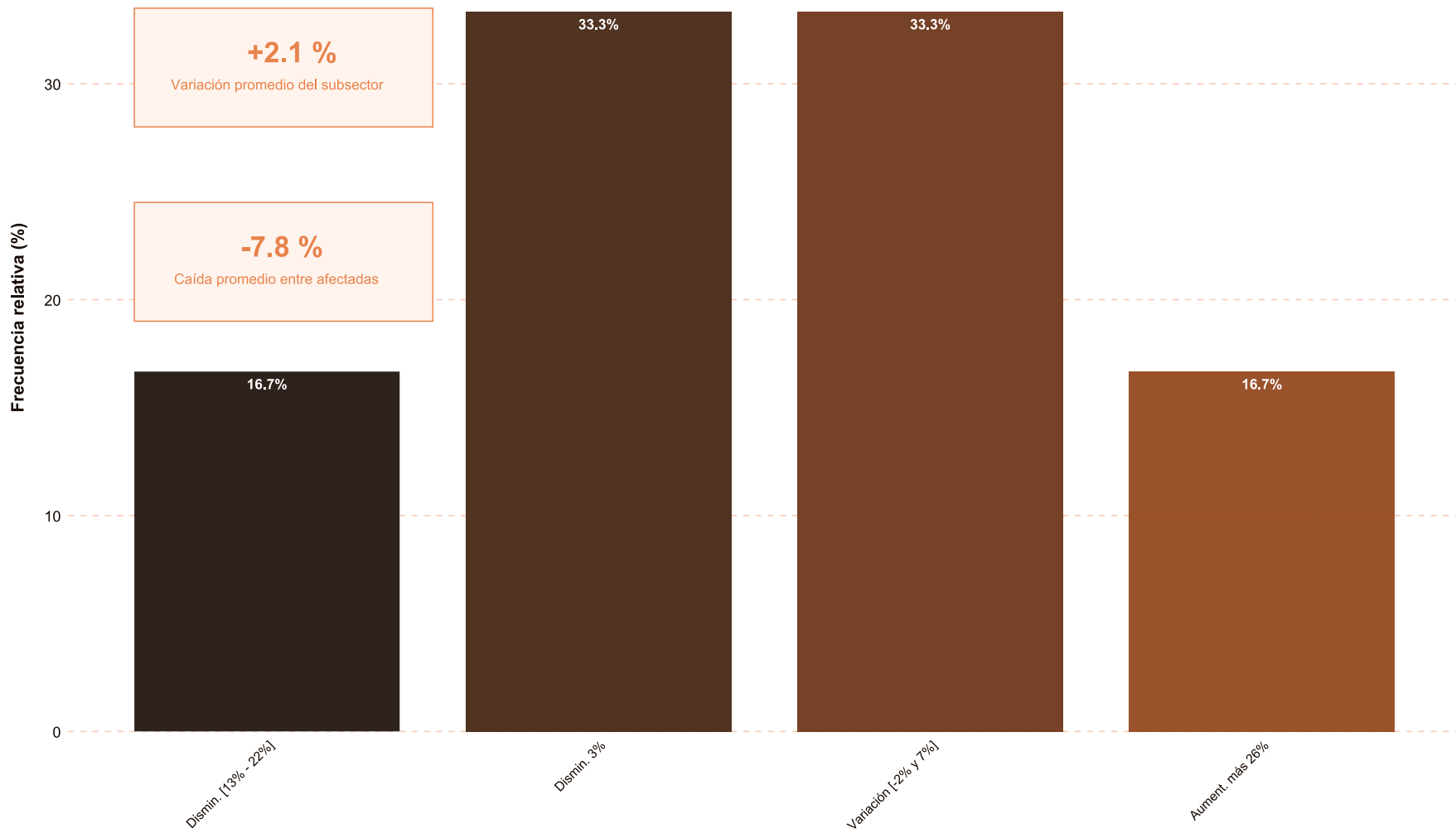
Variación promedio de ventas reales: +2,1% en Q1 2026.

- La mitad de las empresas reportó deterioro, con caída promedio entre afectadas de -7,8%.
- 67% planea mantener sus inversiones, sin posición dominante entre subir o bajar.
- 83% mantiene plantilla; ninguna empresa proyecta contratar.

Ventas reales Q1 2025 – Q1 2026

DISTRIBUIDORAS

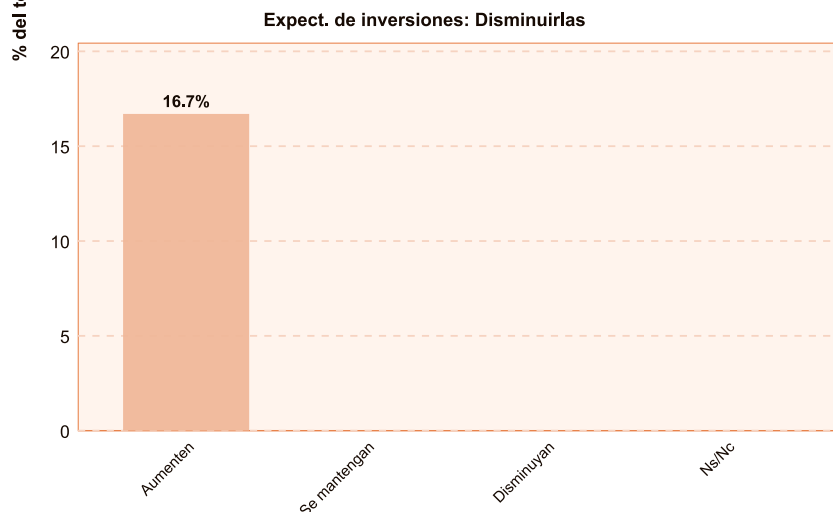
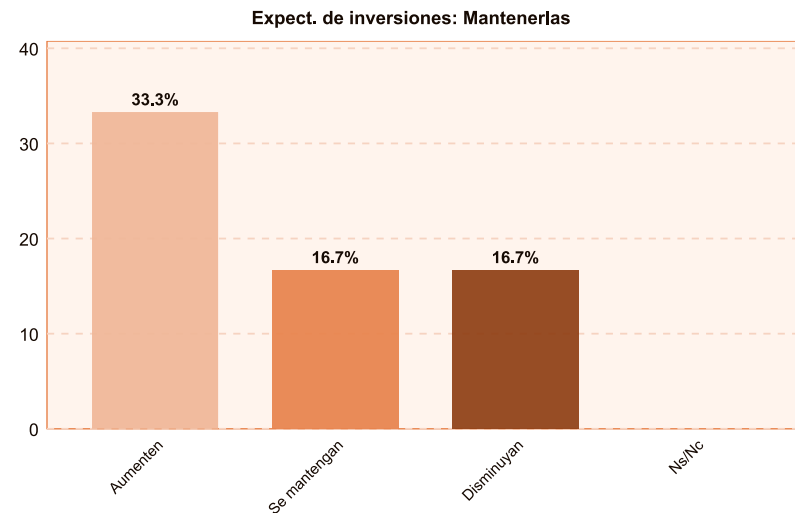
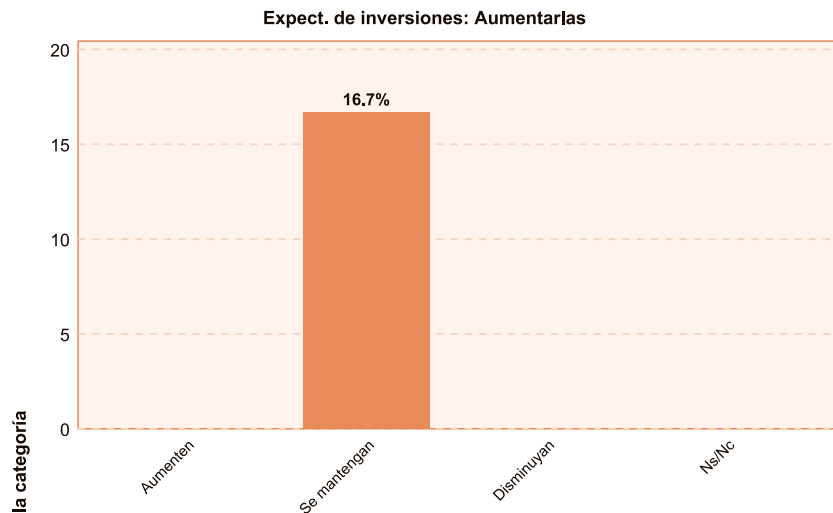
Variación promedio de **+2,1%**; la mitad del subsector reportó deterioro con caída media de **-7,8%**.



Expectativa ventas vs inversiones

DISTRIBUIDORAS

El **67%** mantendrá inversiones, sin una posición dominante entre quienes proyectan aumentarlas y quienes proyectan reducir las.

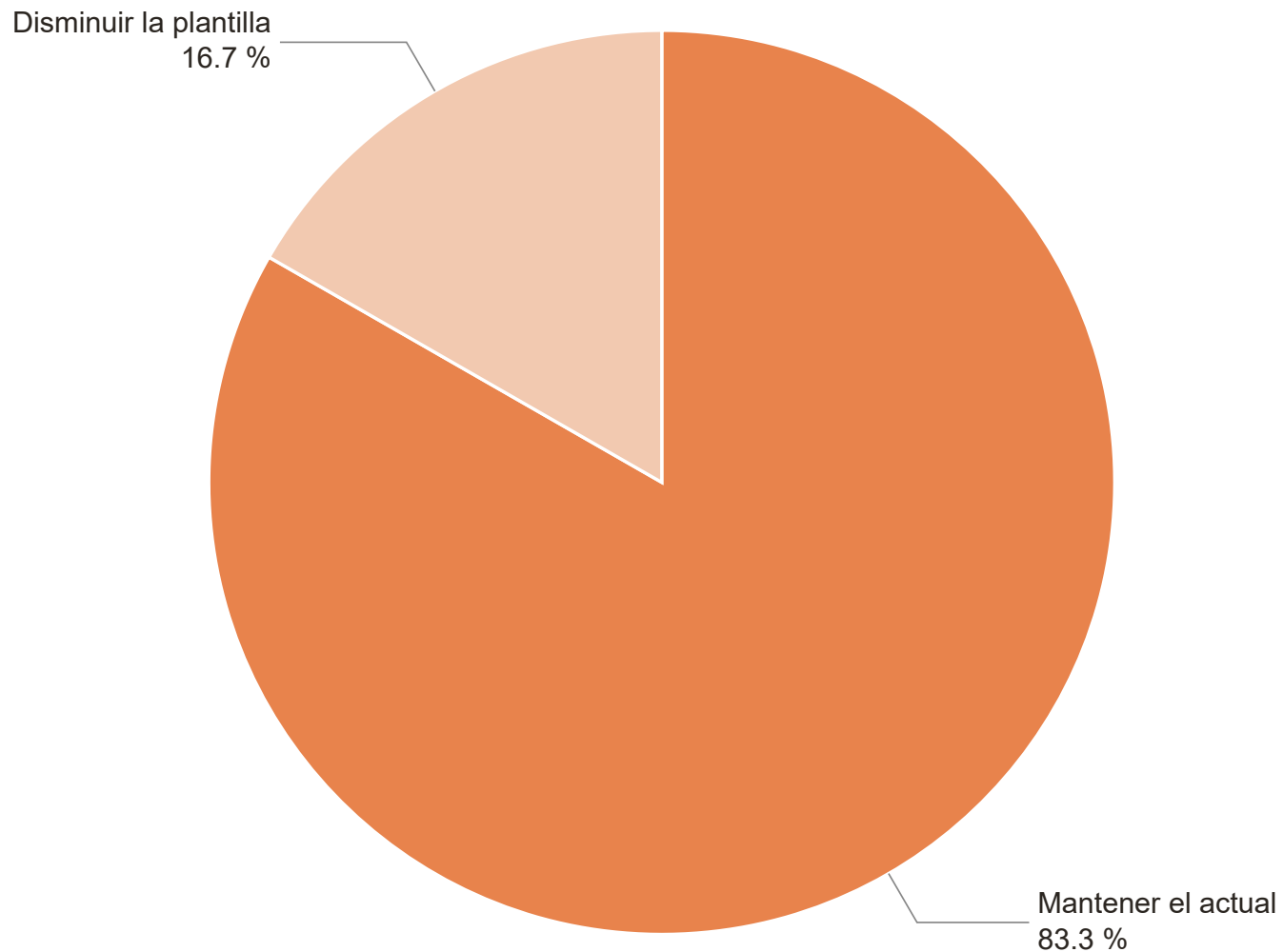


Expectativas de ventas

Expectativas laborales próximo trim.

DISTRIBUIDORAS

83% mantiene plantilla; ninguna empresa proyecta contratar en el próximo trimestre.



Movilidad

El grupo se encuentra constituido por empresas vinculadas a rubros como "Repuestos", "Bicicletería-Motos", "Automotora", "Combustibles", etc. — el conglomerado de empresas que integran la cadena de valor del sector automotriz y de transporte.

TITULARES

MOVILIDAD

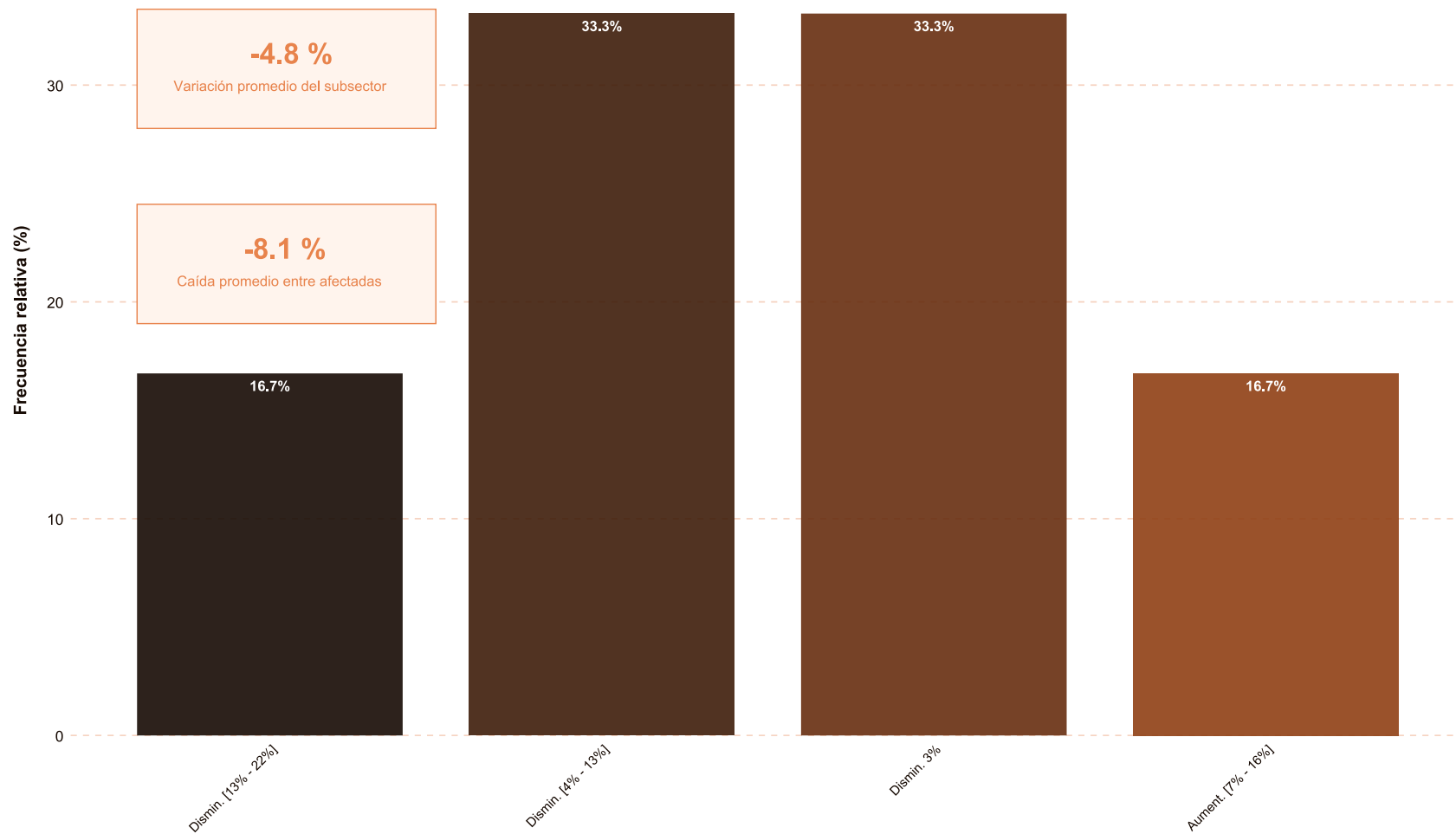
Caída en el trimestre, expansión en los planes de inversión.

- Muy cerca del promedio del sector Comercio (-4,7% vs -5,2%).
- Casi la mitad (45,5%) planea aumentar inversiones.
- 91% mantendrá plantilla. Ninguna empresa prevé reducir personal.

Ventas reales Q1 2025 – Q1 2026

MOVILIDAD

El subsector **cae -4,7%**, en línea con el promedio del sector Comercio total (-5,2%).

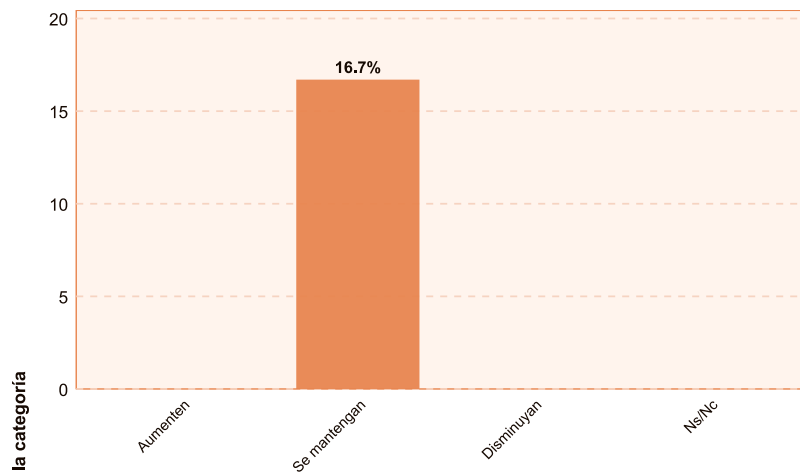


Expectativa ventas vs inversiones

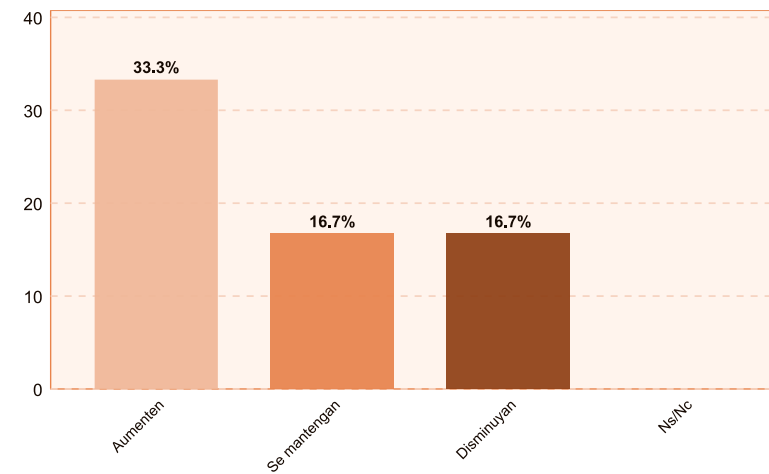
MOVILIDAD

Casi **la mitad (45,5%)** planea aumentar inversiones — postura claramente expansiva pese a la caída del trimestre.

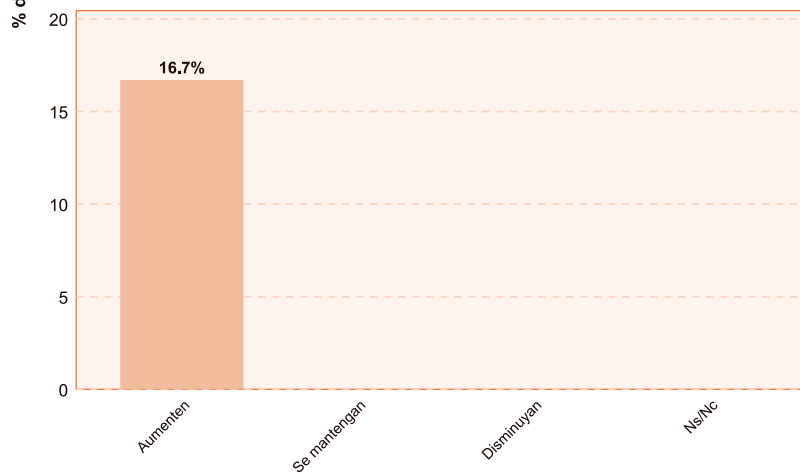
Expect. de inversiones: Aumentarlas



Expect. de inversiones: Mantenerlas



Expect. de inversiones: Disminuirlas



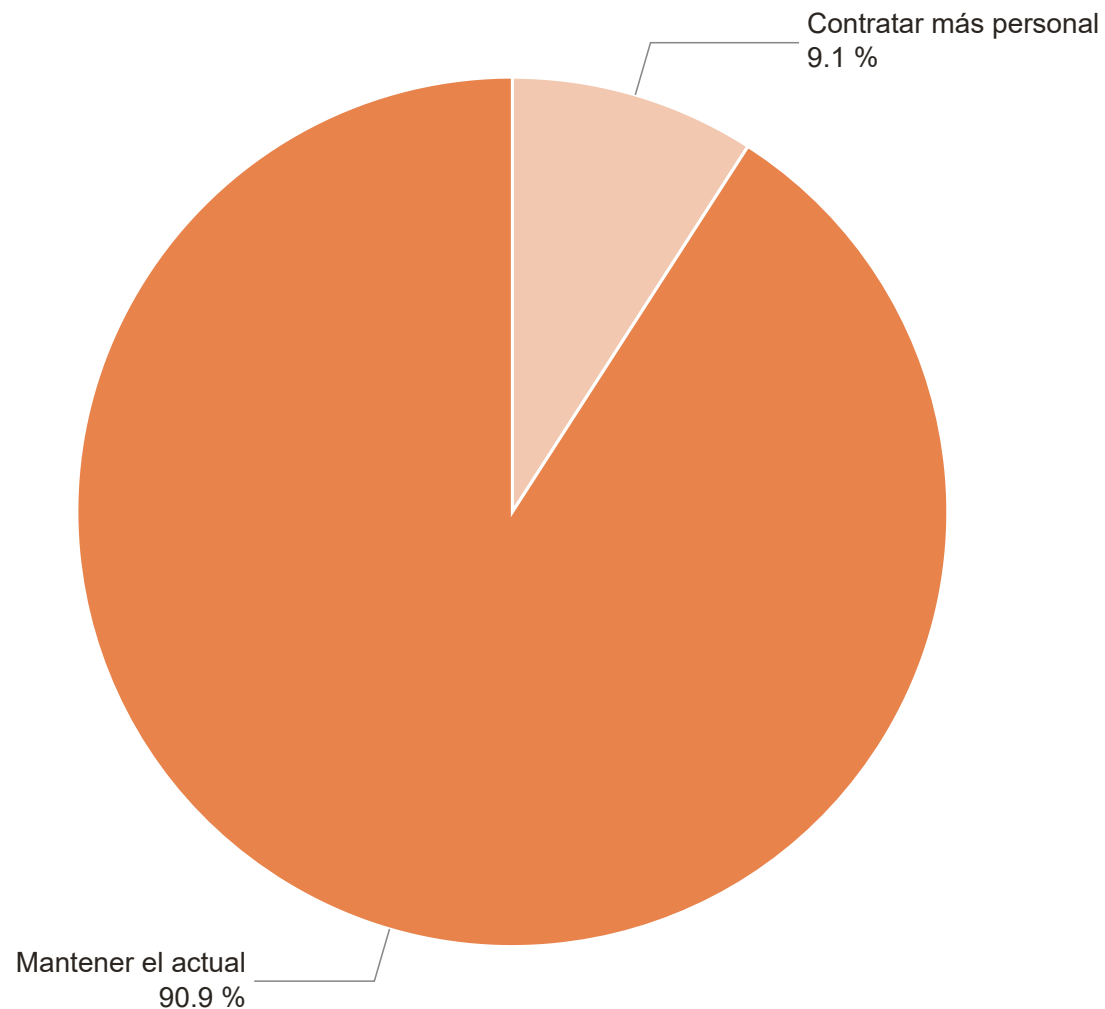
Expectativas de ventas

Expectativas laborales próximo trim.

MOVILIDAD

91% mantendrá plantilla.

Ninguna empresa prevé reducir personal.



SECCIÓN 3.1

SERVICIOS

Generalidades

Aspectos globales del sector servicios.

- Ventas reales y sus expectativas.
- Rentabilidad, inversiones y costos.
- Empleo y dinámica de plantilla.

TITULARES

SERVICIOS

GENERALIDADES

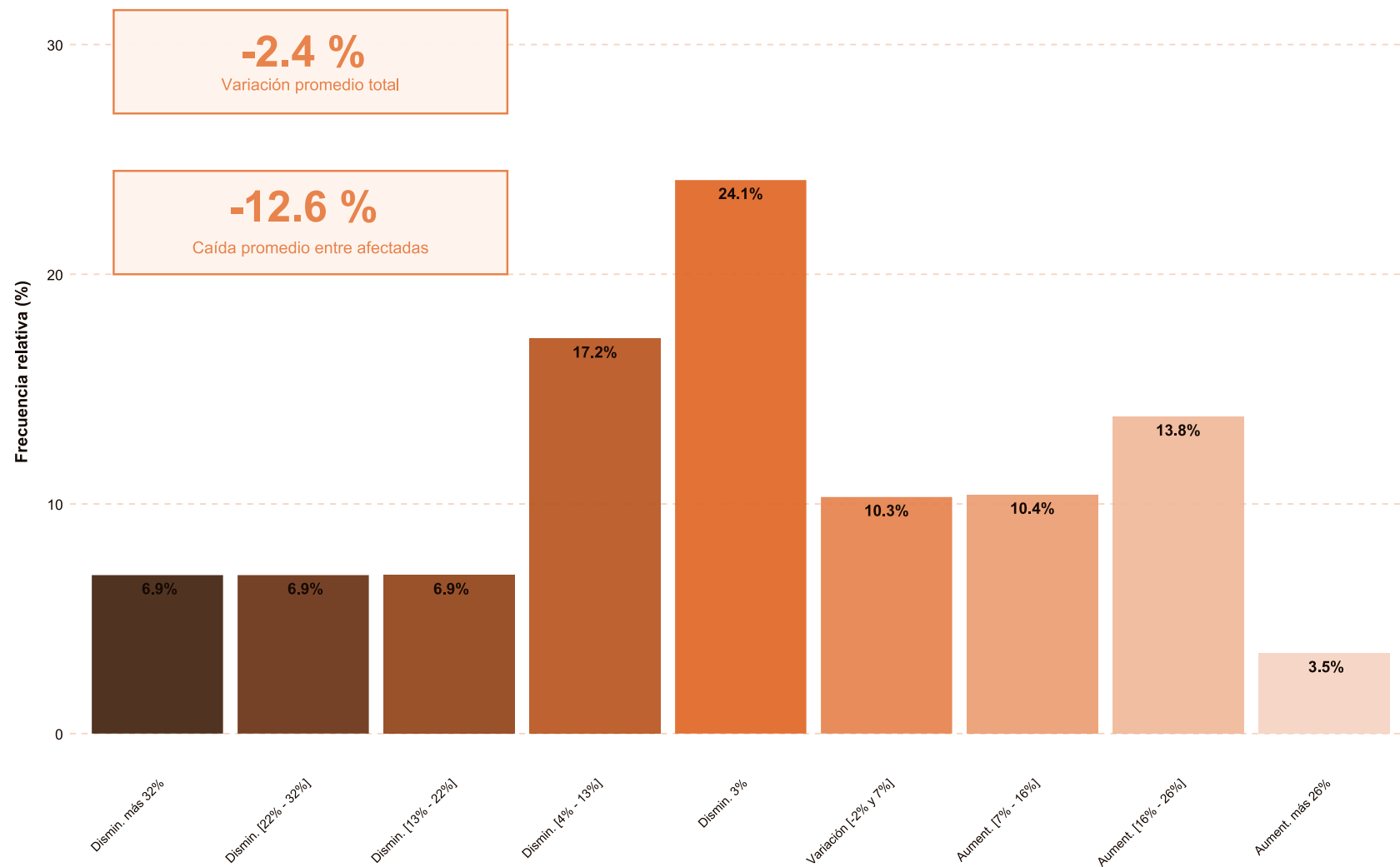
Caída moderada con expectativas en alza.

- La gastronomía y el turismo cargan el peso negativo del trimestre.
- Más de la mitad espera crecer; solo 3,5% prevé caídas.

Ventas reales Q1 2025 – Q1 2026

SECTOR SERVICIOS

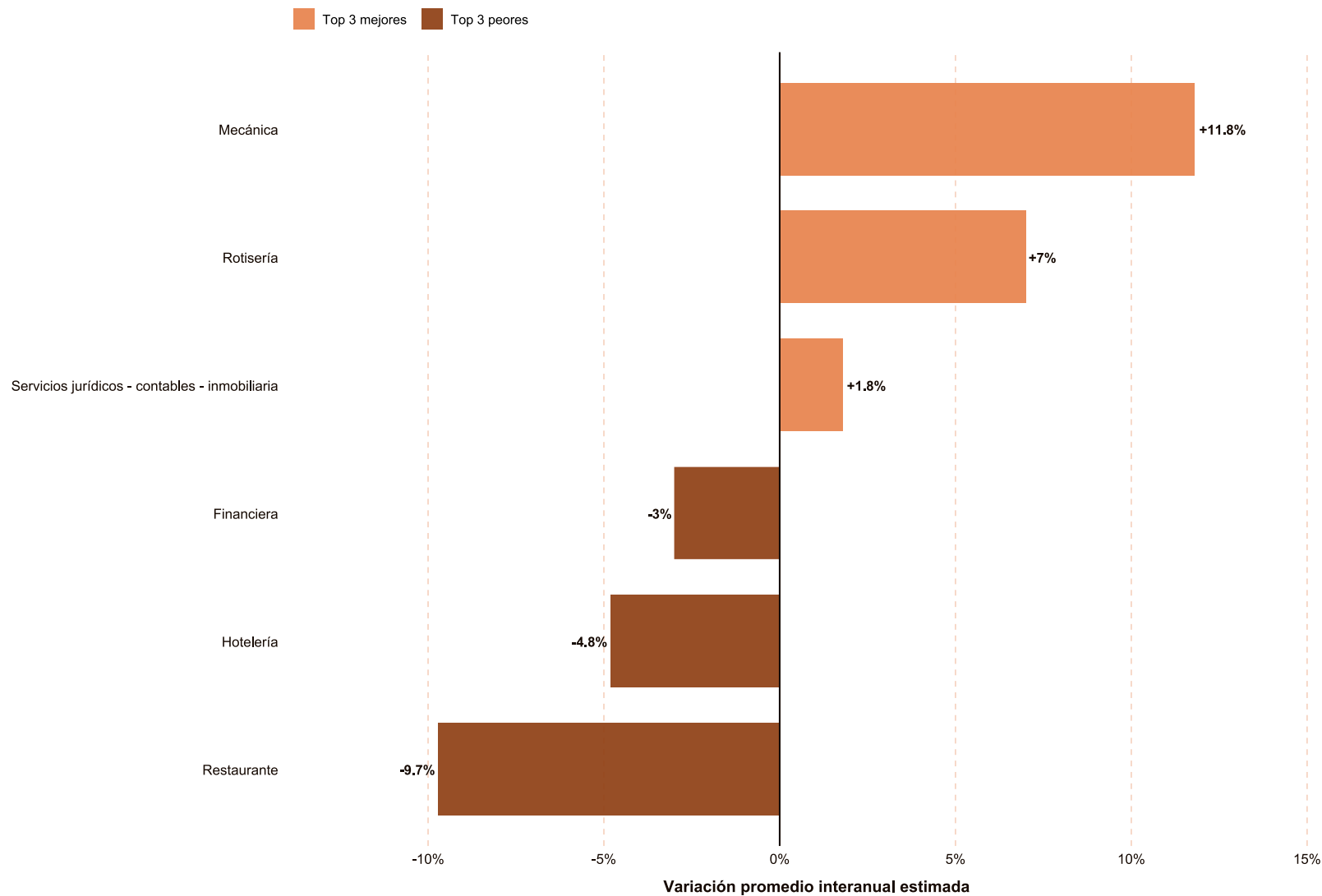
El sector cierra el trimestre con **caída moderada** (-2,4%), traccionada principalmente por gastronomía y turismo.



Top 3 de ventas reales por rubro

SERVICIOS · Q1 2025 – Q1 2026

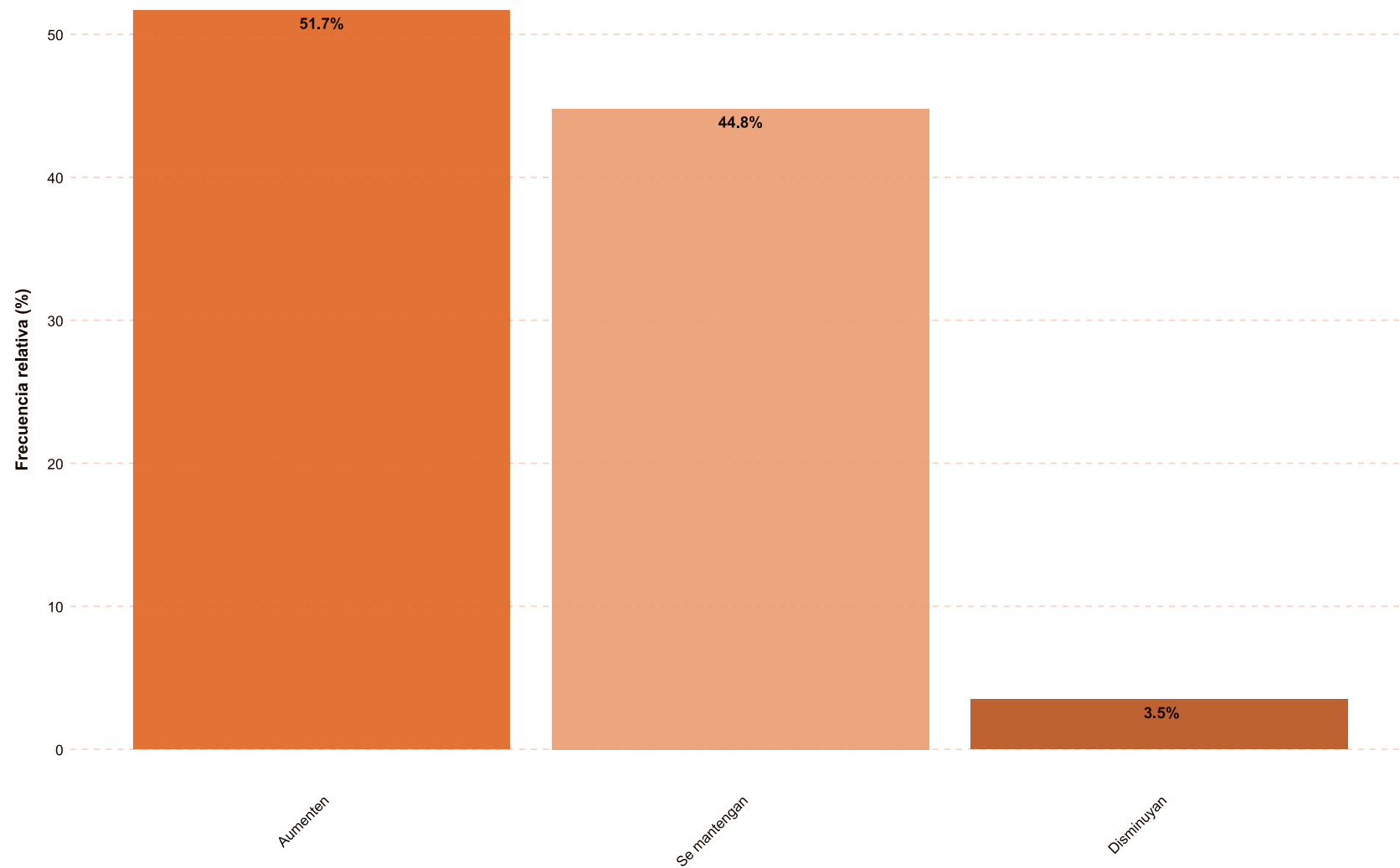
Los rubros con mayor variación interanual concentran **la dinámica** que arrastra al promedio del sector.



Expectativas de ventas próximo trim.

SECTOR SERVICIOS

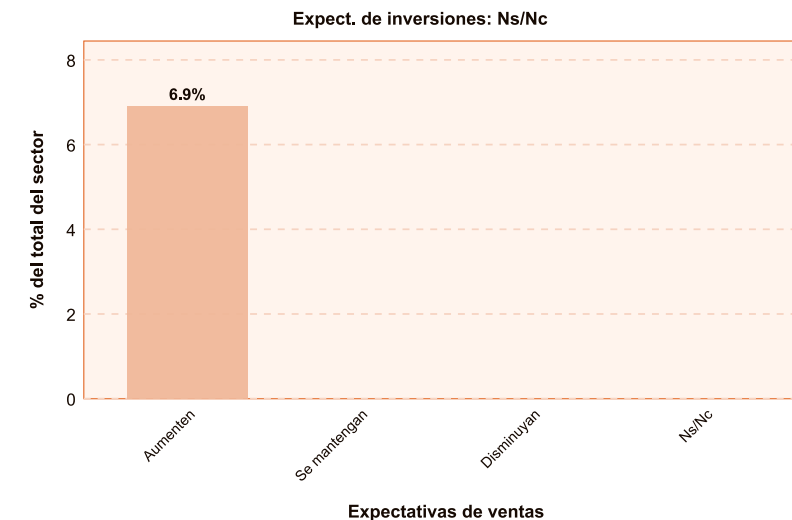
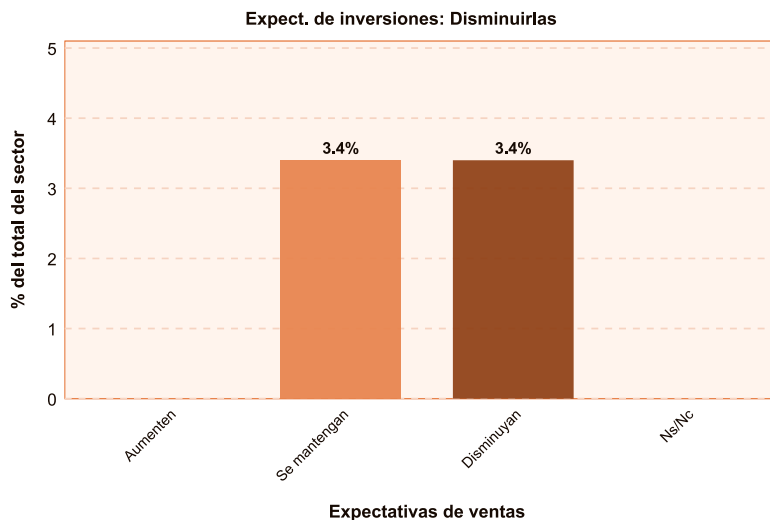
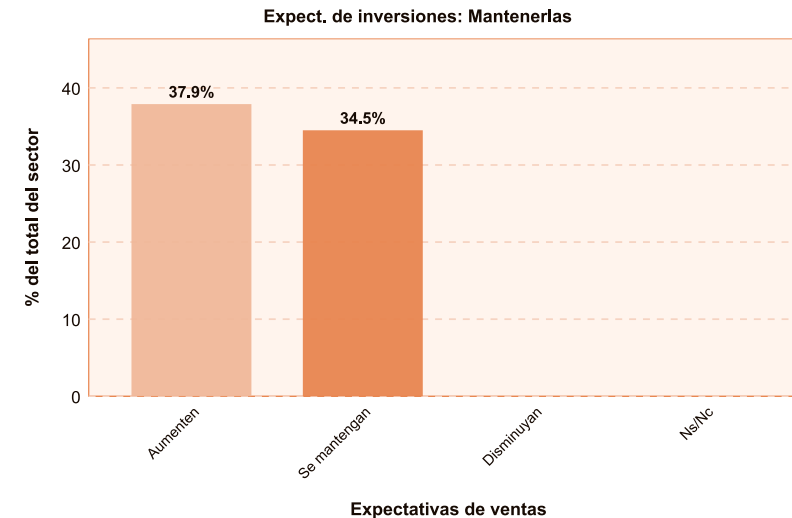
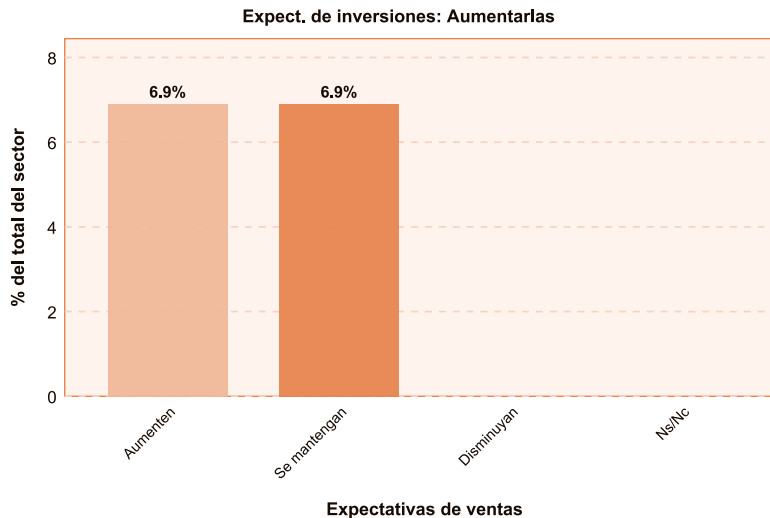
Más de la mitad **espera crecer**; solo 3,5% prevé caídas para el próximo trimestre.



Expectativa ventas vs inversiones

SECTOR SERVICIOS

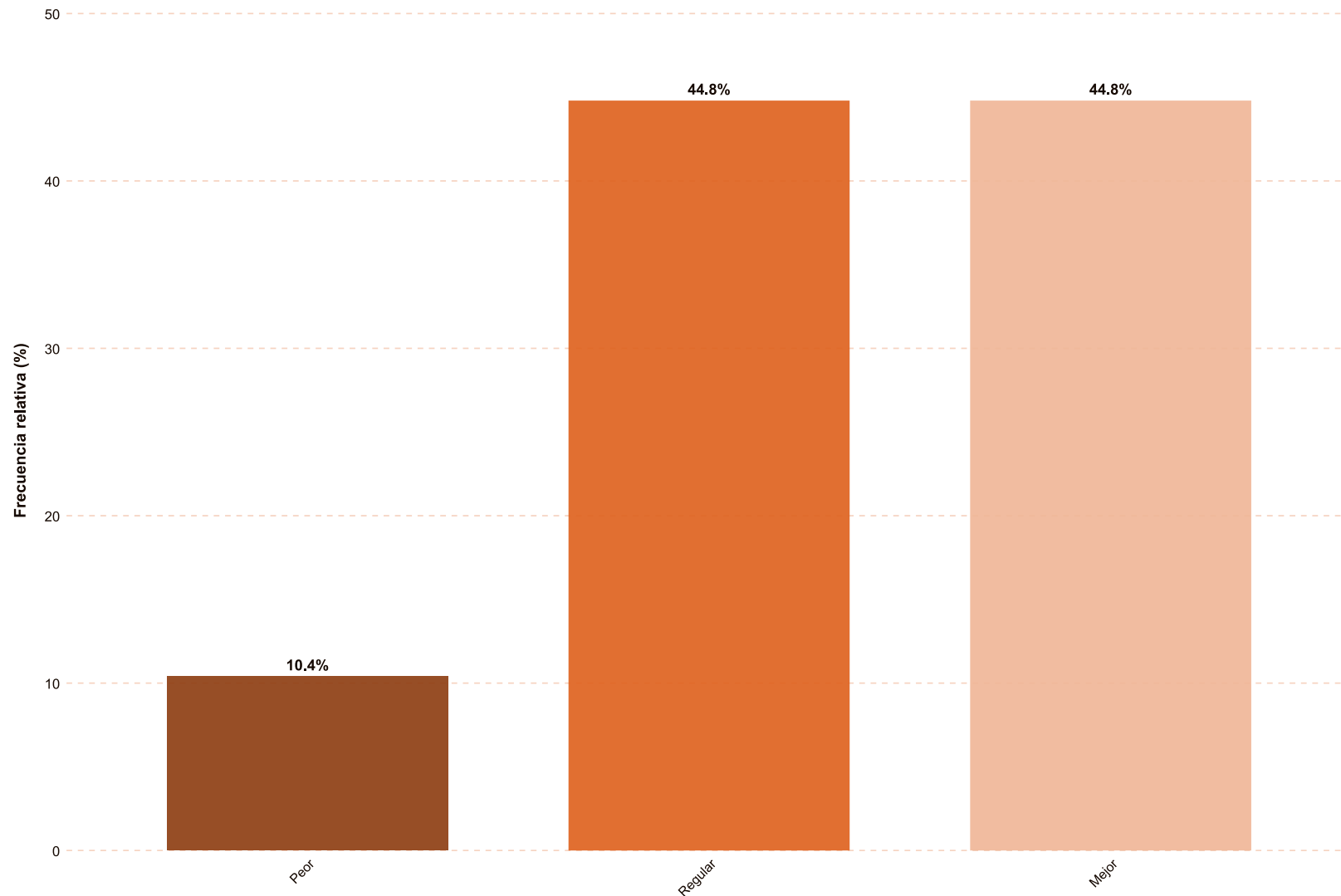
Cruce de **expectativas**: la mayor parte del sector mantiene su plan de inversiones independientemente del rumbo proyectado en ventas.



Expectativas de rentabilidad próximo trim.

SECTOR SERVICIOS

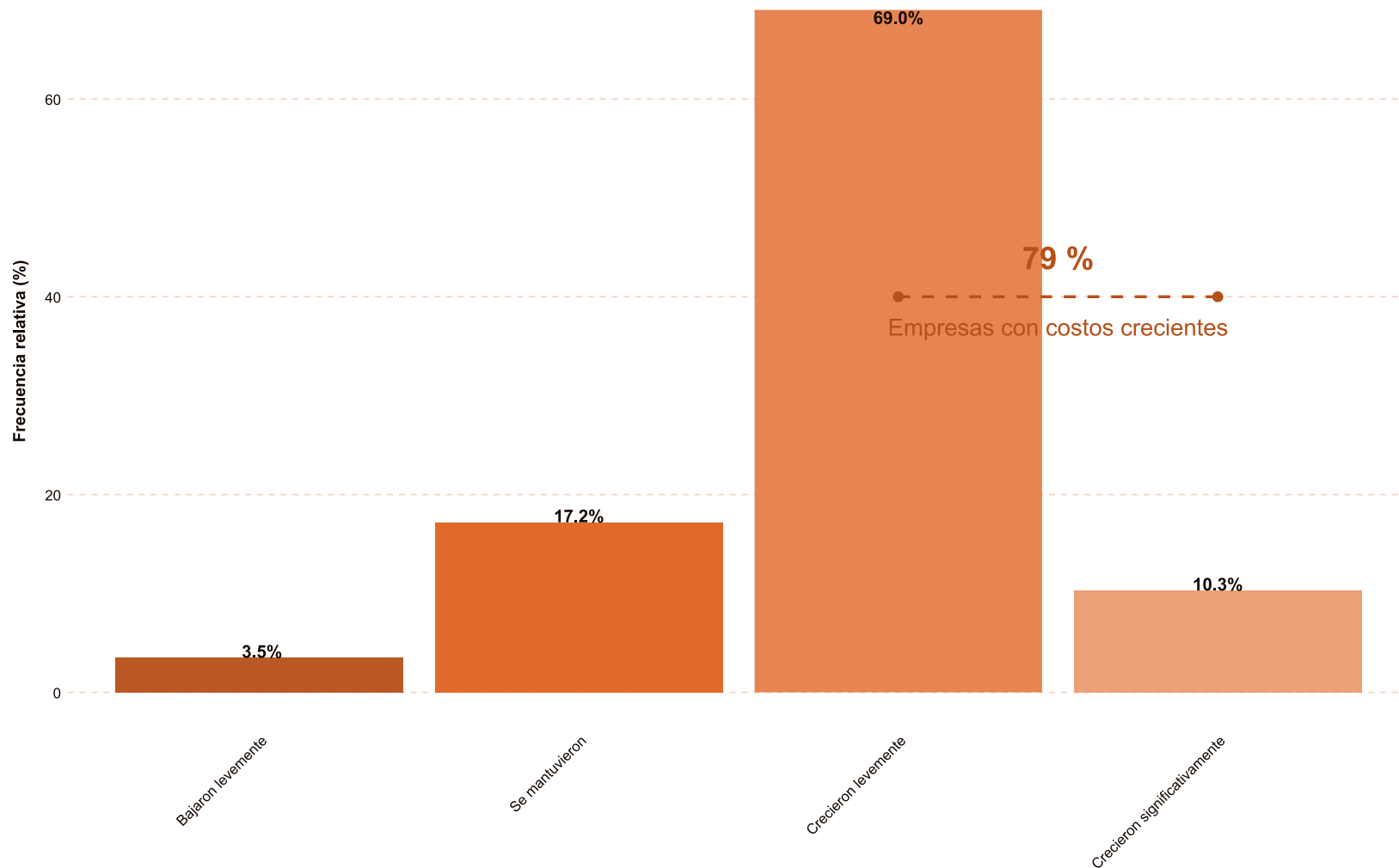
El balance de rentabilidad **sigue al de ventas**, con la mayoría esperando estabilidad o leve mejora.



Impacto de los costos en el trimestre

SECTOR SERVICIOS

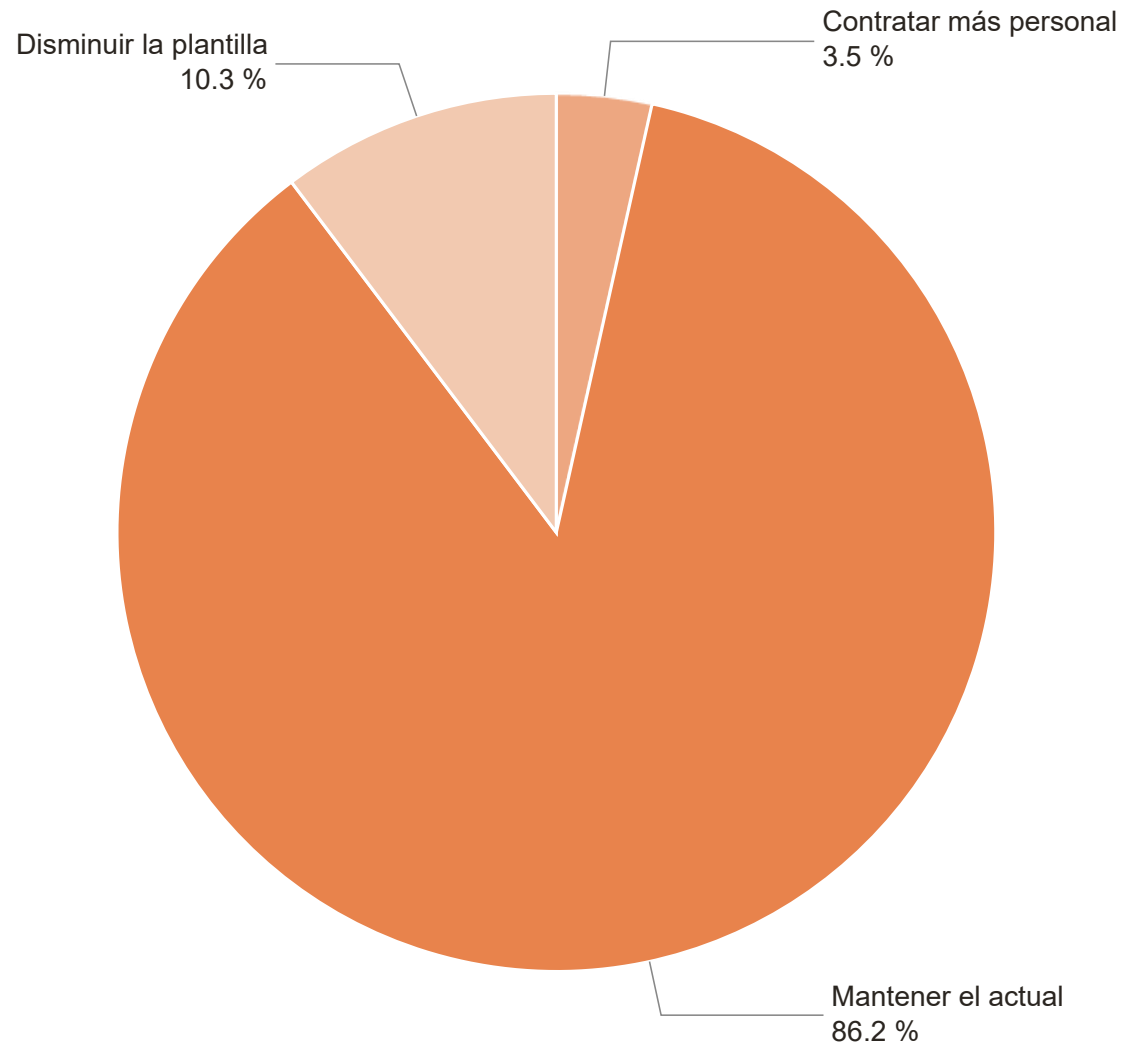
La **presión de costos** también atraviesa al sector servicios, comprimiendo márgenes desde el lado de la oferta.



Expectativas laborales próximo trim.

SECTOR SERVICIOS

El empleo del sector se sostiene: **predomina la estabilidad** en plantilla.



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 "Hotelería", "Bungalows" y similares.

TITULARES

TURISMO

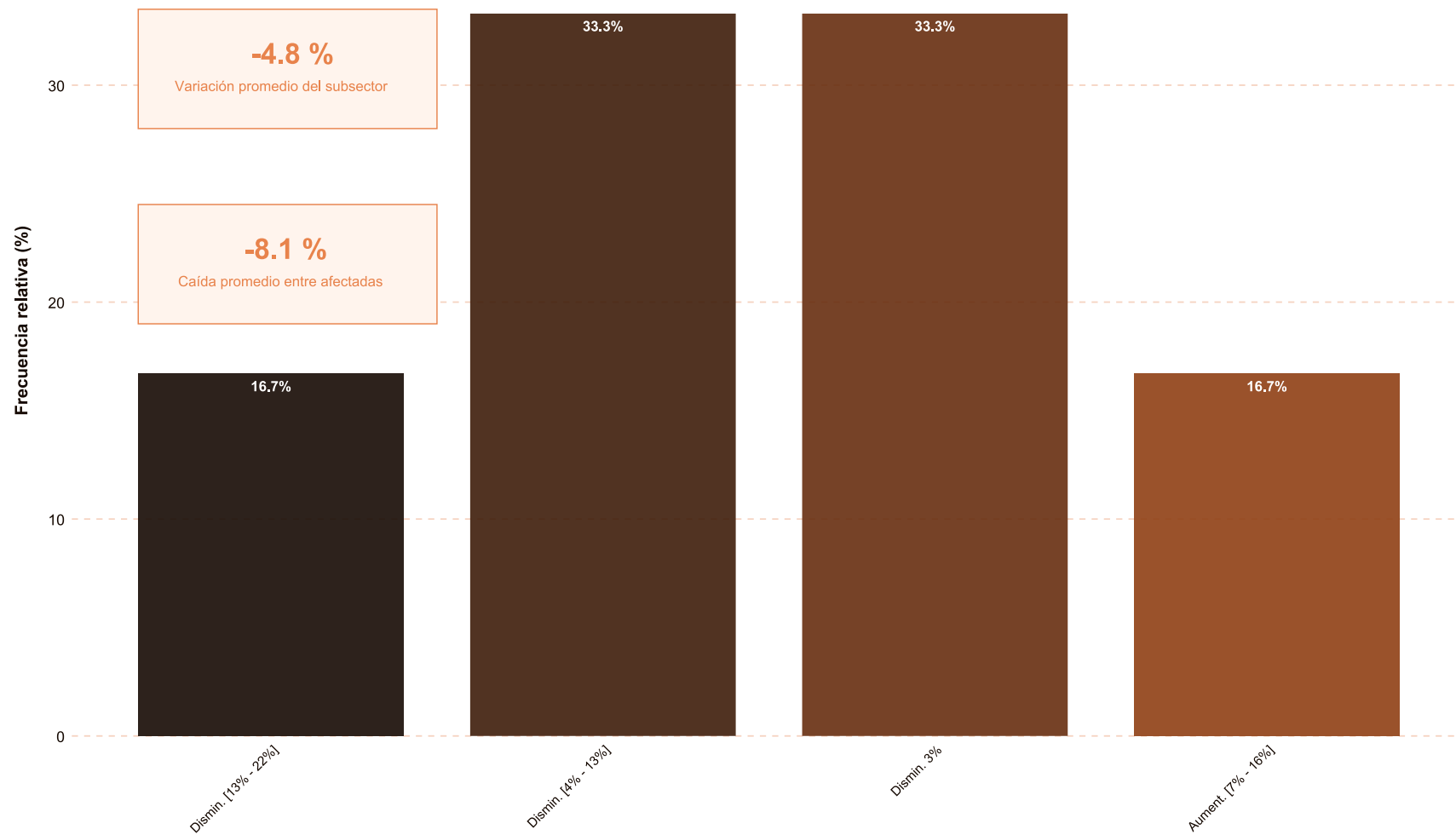
Las ventas reales caen el doble que el promedio de servicios, pero invierte hacia adelante.

- Caída promedio del -8,1% entre afectadas; la mitad del subsector perdió en términos reales.
- Q2 expansivo: ninguna empresa proyecta caídas y la mitad planea aumentar inversiones.
- Dimensión laboral con balance negativo (-16,7 p.p.), seguramente por temas estacionales.

Ventas reales Q1 2025 vs Q1 2026

HOTELERÍA Y BUNGALOWS

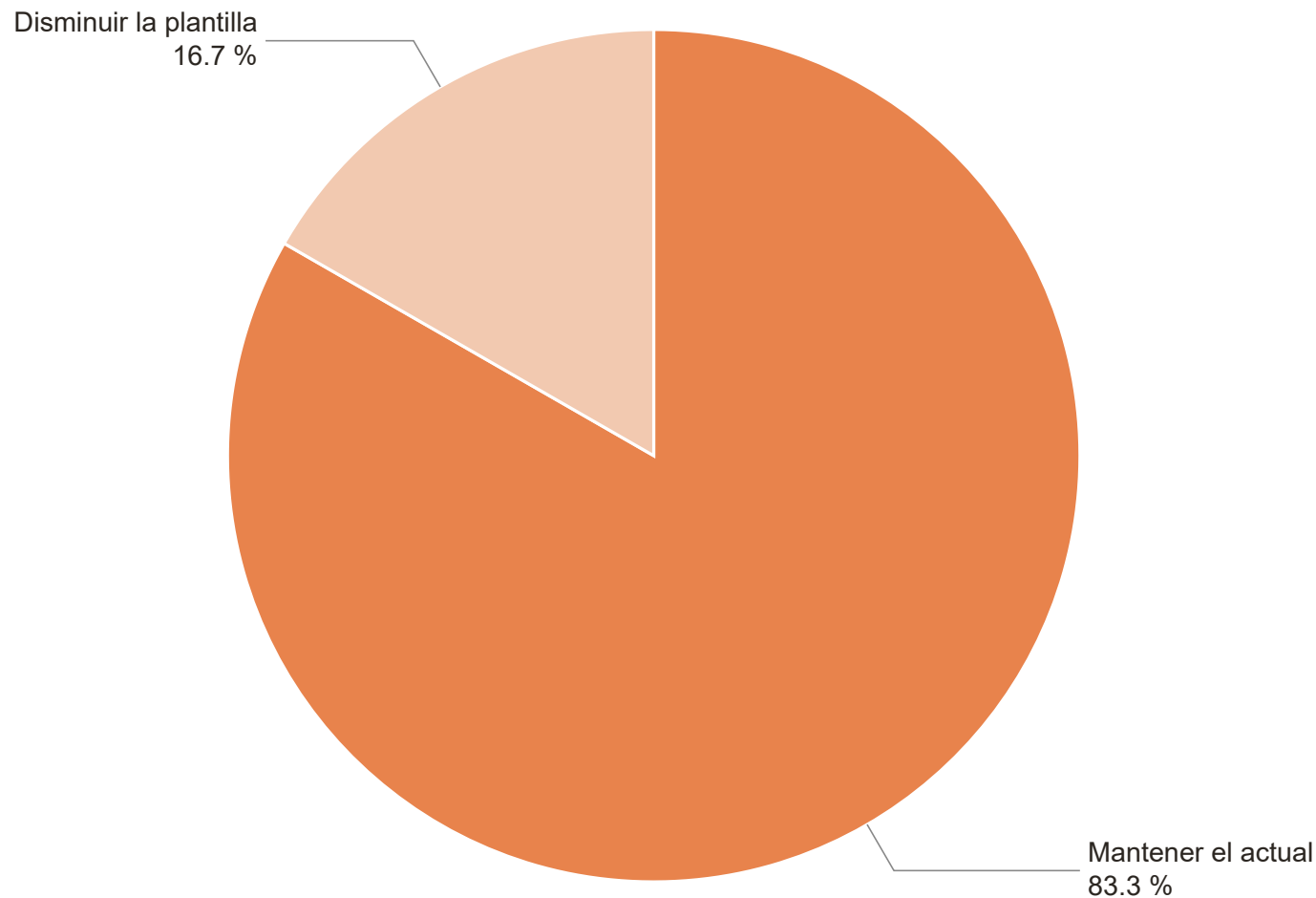
Caída promedio del **-8,1%** entre las empresas afectadas; la mitad del subsector perdió en términos reales.



Expectativas laborales próximo trim.

HOTELERÍA Y BUNGALOWS

Balance laboral negativo (-16,7 p.p.), seguramente vinculado a la estacionalidad del subsector.



Gastronomía

Dentro de este grupo se incluye a aquellas dedicadas exclusivamente a "Restaurantes", "Rotiserías", "Heladerías", y "Cafeterías".

TITULARES

GASTRONOMÍA

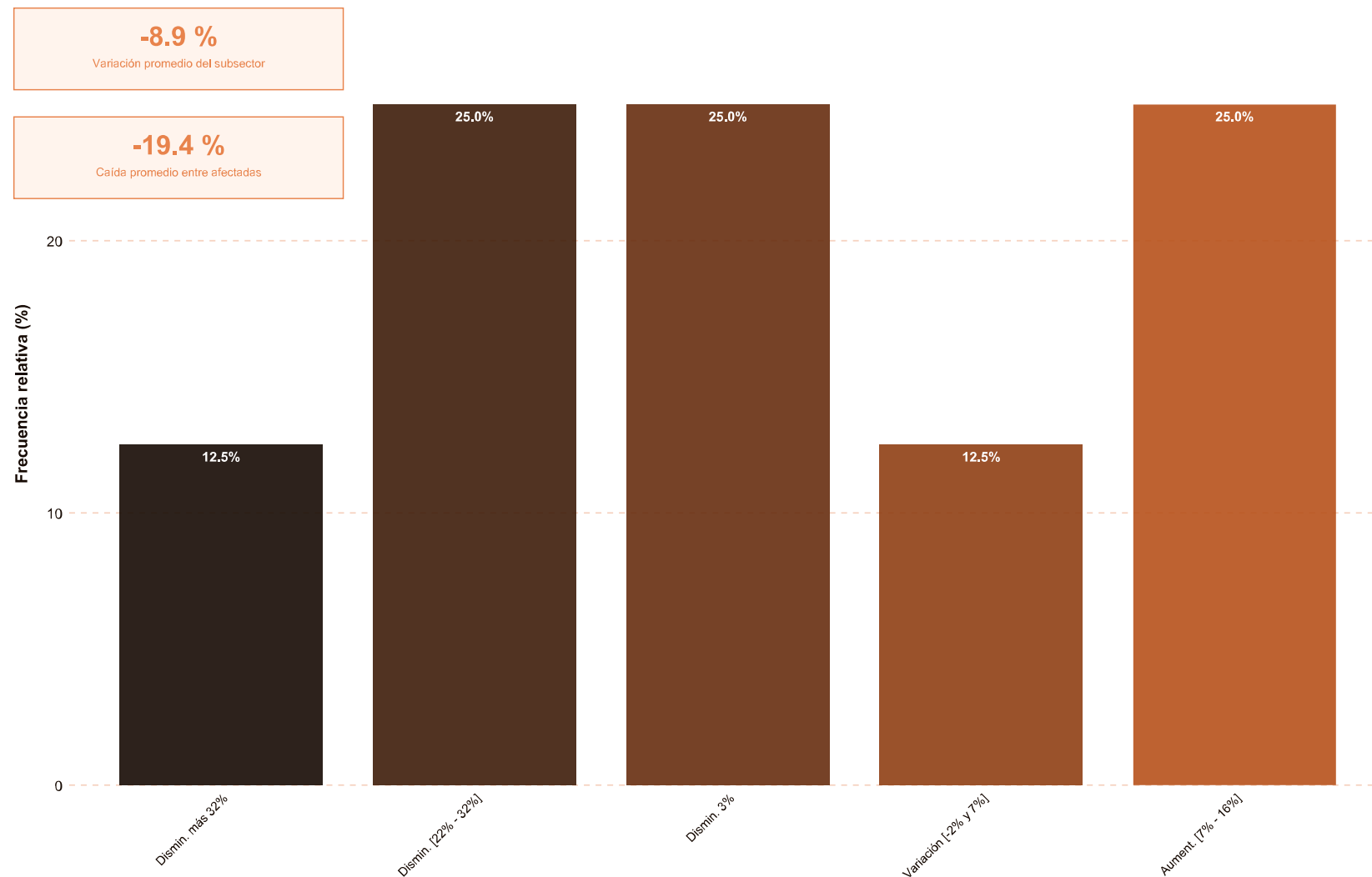
El subsector más golpeado, pero con plan de recuperación mayoritario.

- Las ventas reales cayeron -8,9% interanual, casi 4 veces el promedio del sector Servicio (-2,4%).
- 1 de cada 8 empresas perdió más del 32% real.
- Pese al deterioro, 75% mantendrá inversiones. La mayoría espera recuperar ventas en Q2.

Ventas reales Q1 2025 vs Q1 2026

GASTRONOMÍA

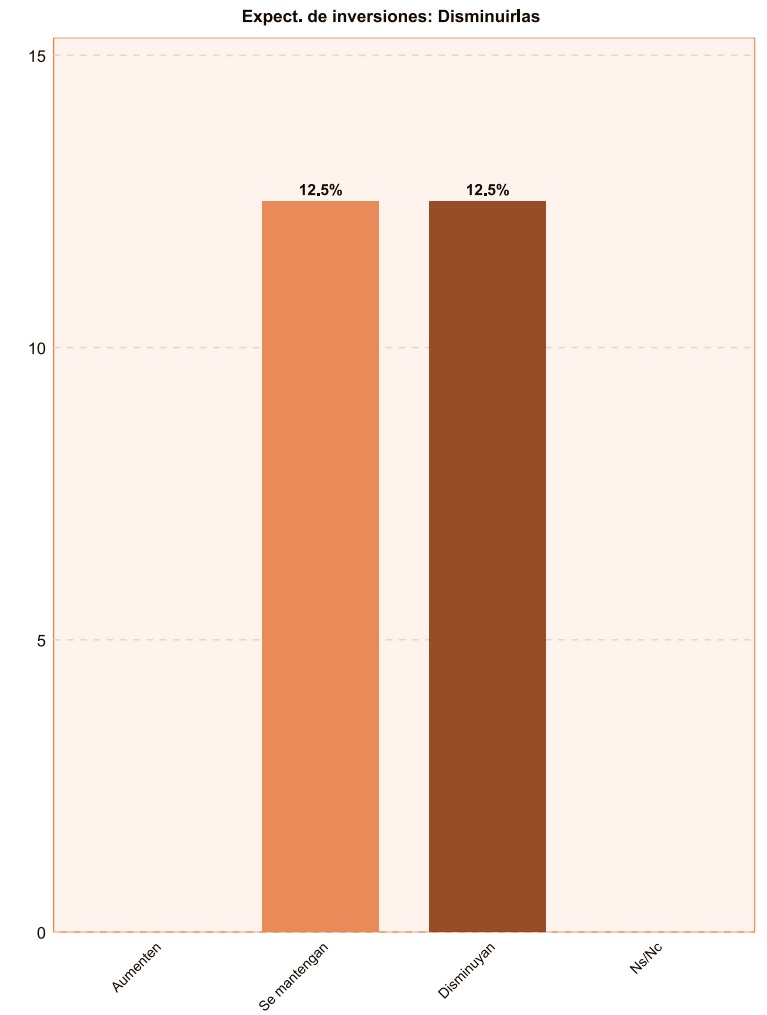
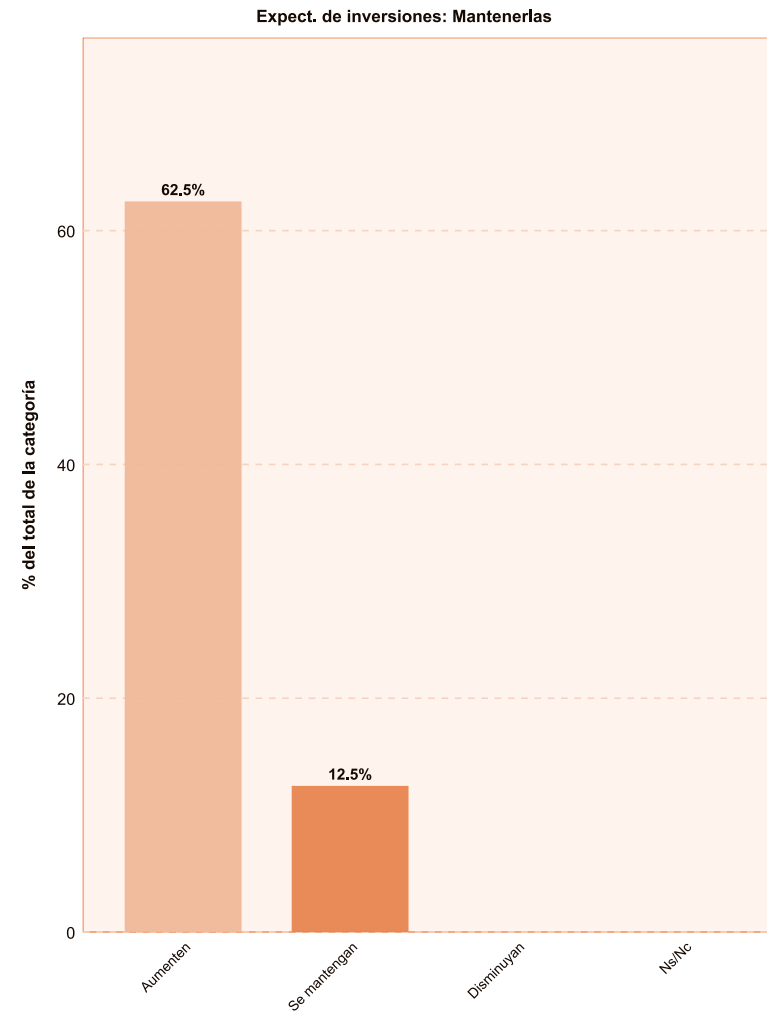
Caída de **-8,9% interanual**, casi cuatro veces el promedio del sector Servicio.



Expectativa ventas vs inversiones

GASTRONOMÍA

Pese al deterioro, **75%** de las empresas mantendrá inversiones. La mayoría espera recuperar ventas en Q2.

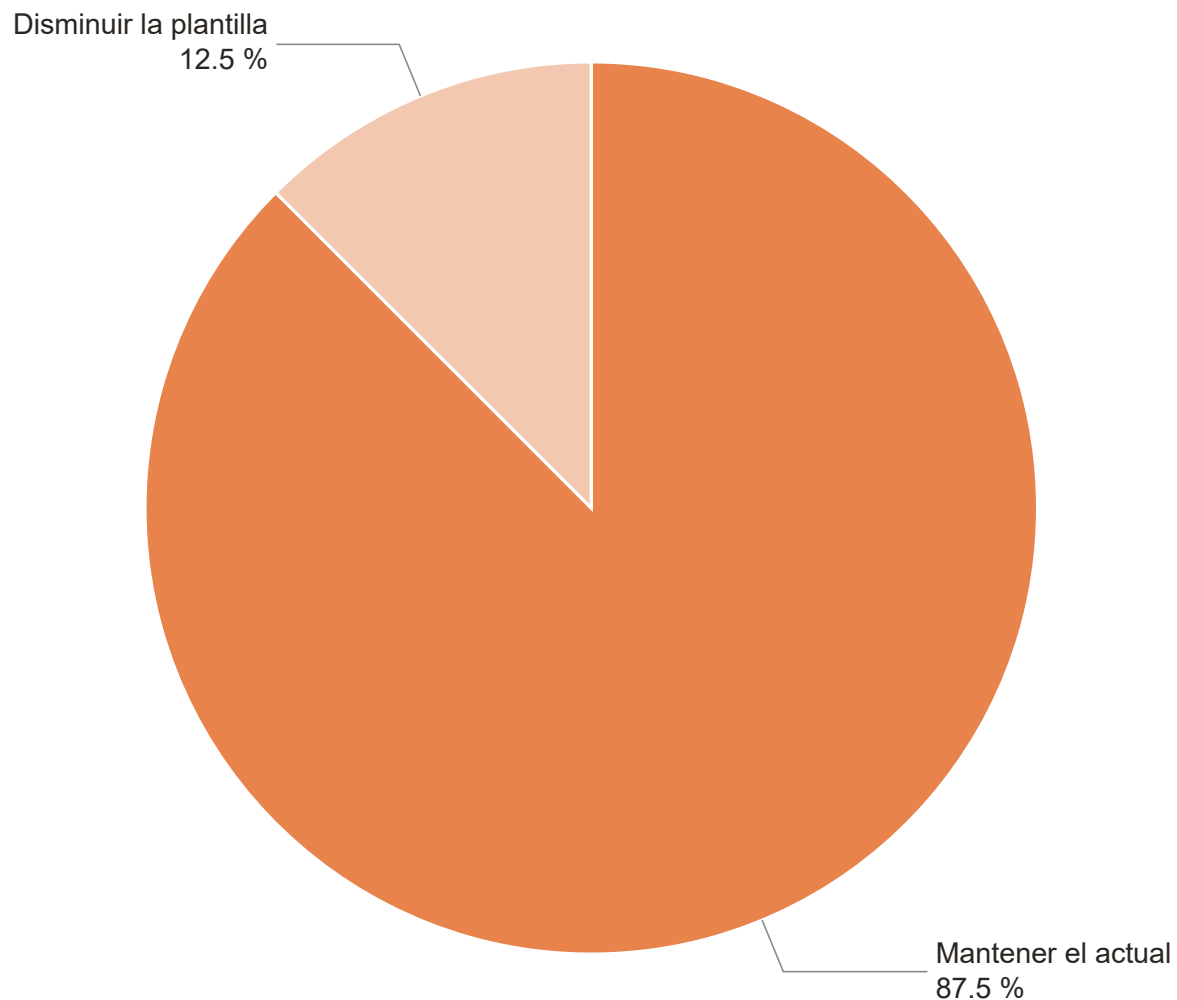


Expectativas de ventas

Expectativas laborales próximo trim.

GASTRONOMÍA

El subsector ajusta su **plantilla con cautela**, en línea con la incertidumbre que dejó el trimestre.



INDUSTRIA

Generalidades

En la presente sección, se considerarán los aspectos globales del sector industrial en materia de ventas reales y sus expectativas. Dado que aún se encuentra en fase de ampliación de la base, se presenta menor volumen de datos, hasta fortalecer lo aquí informado.



TITULARES

INDUSTRIA

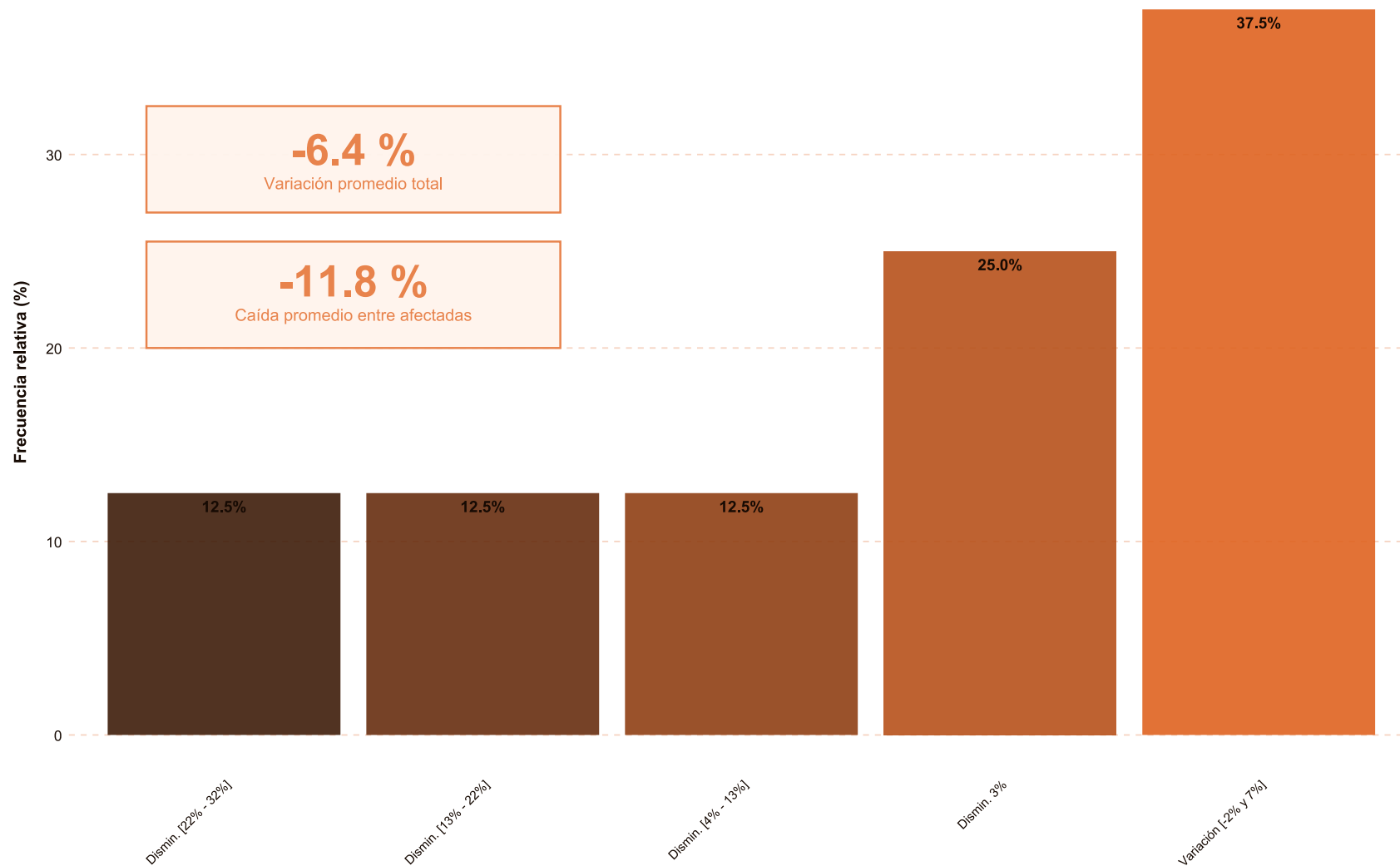
Caída concentrada en un núcleo de empresas y expectativas planas para Q2.

- El sector cerró Q1 2026 con una variación promedio de -6,4%, peor que el comercio (-5,2%) y casi tres veces la caída del sector Servicio (-2,4%).
- Las expectativas para Q2 son llamativamente planas: 87,5% espera ventas estables y solo 12,5% prevé aumentos.

Ventas reales Q1 2025 vs Q1 2026

INDUSTRIA

Variación promedio de **-6,4%**; entre las afectadas, la caída media fue de **-11,8%**.



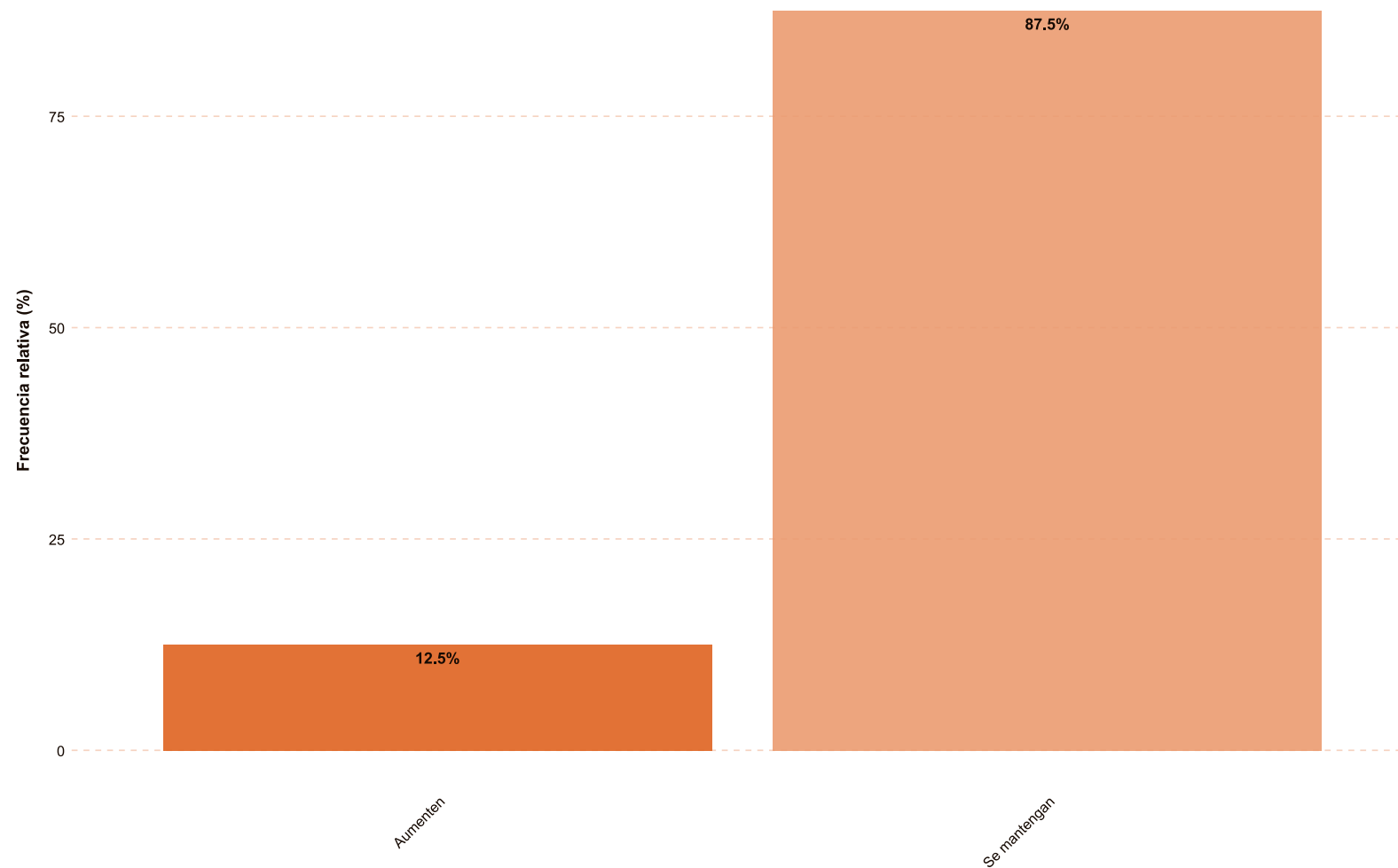
Expectativas de ventas próximo trim.

INDUSTRIA

Expectativas

llamativamente planas:

87,5% espera estabilidad,
solo 12,5% aumento.



ECONOMÍA

Contexto macro

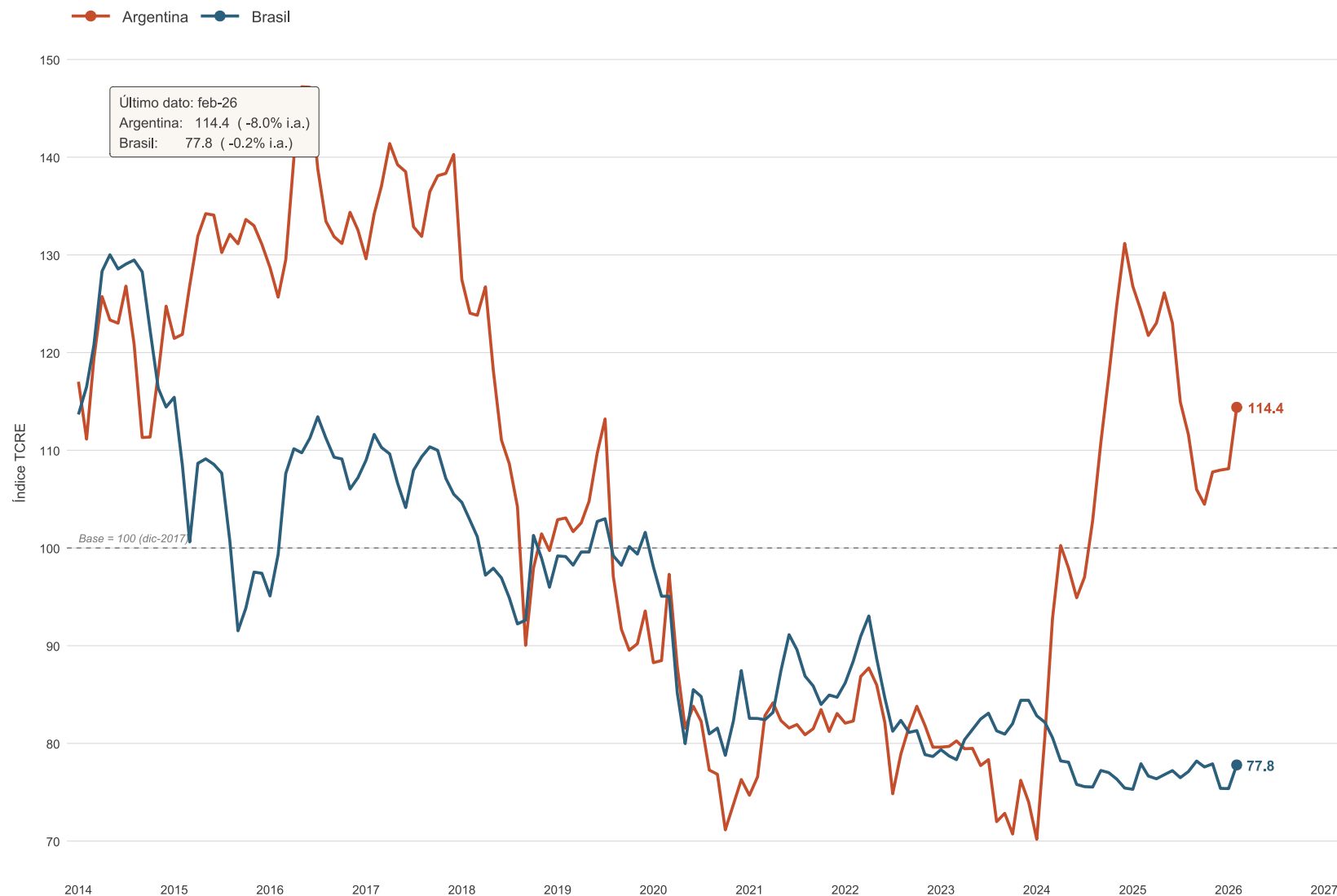
En la presente sección se desarrollan aspectos generales de la economía uruguaya, así como datos que permiten describir el panorama general del sector comercial de Salto.



Tipo de Cambio Real Efectivo AR / BR

DINÁMICA RECIENTE

Con Argentina, el TCRE cae **-8,0%** interanual; la brecha Salto–Concordia bajó de 40,2% a 15,1%, su nivel más bajo desde 2016-17, según el IPF.

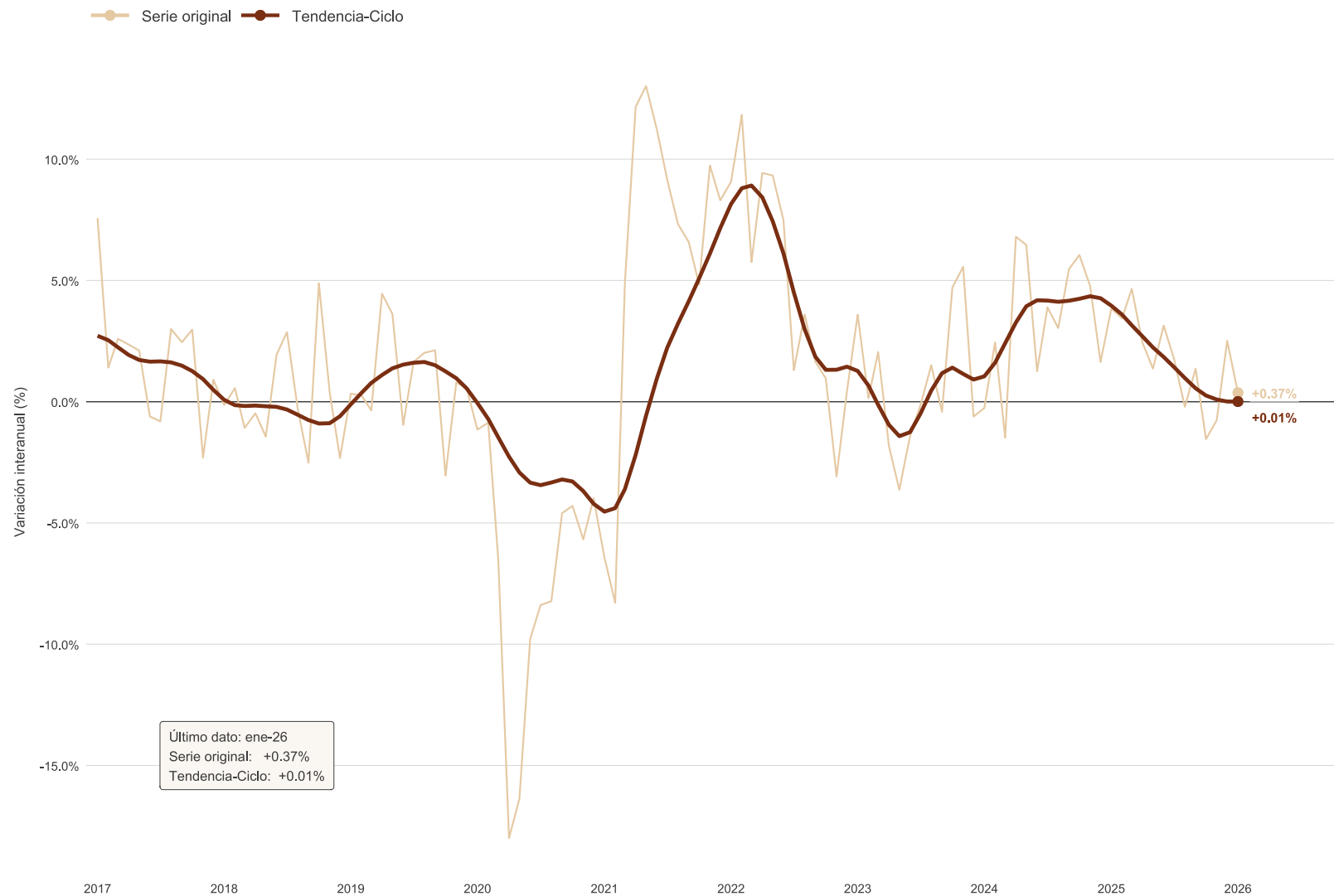


Fuente: elaboración propia con datos del Banco Central del Uruguay (BCU).

IMAE Termómetro mensual

TENDENCIA-CICLO

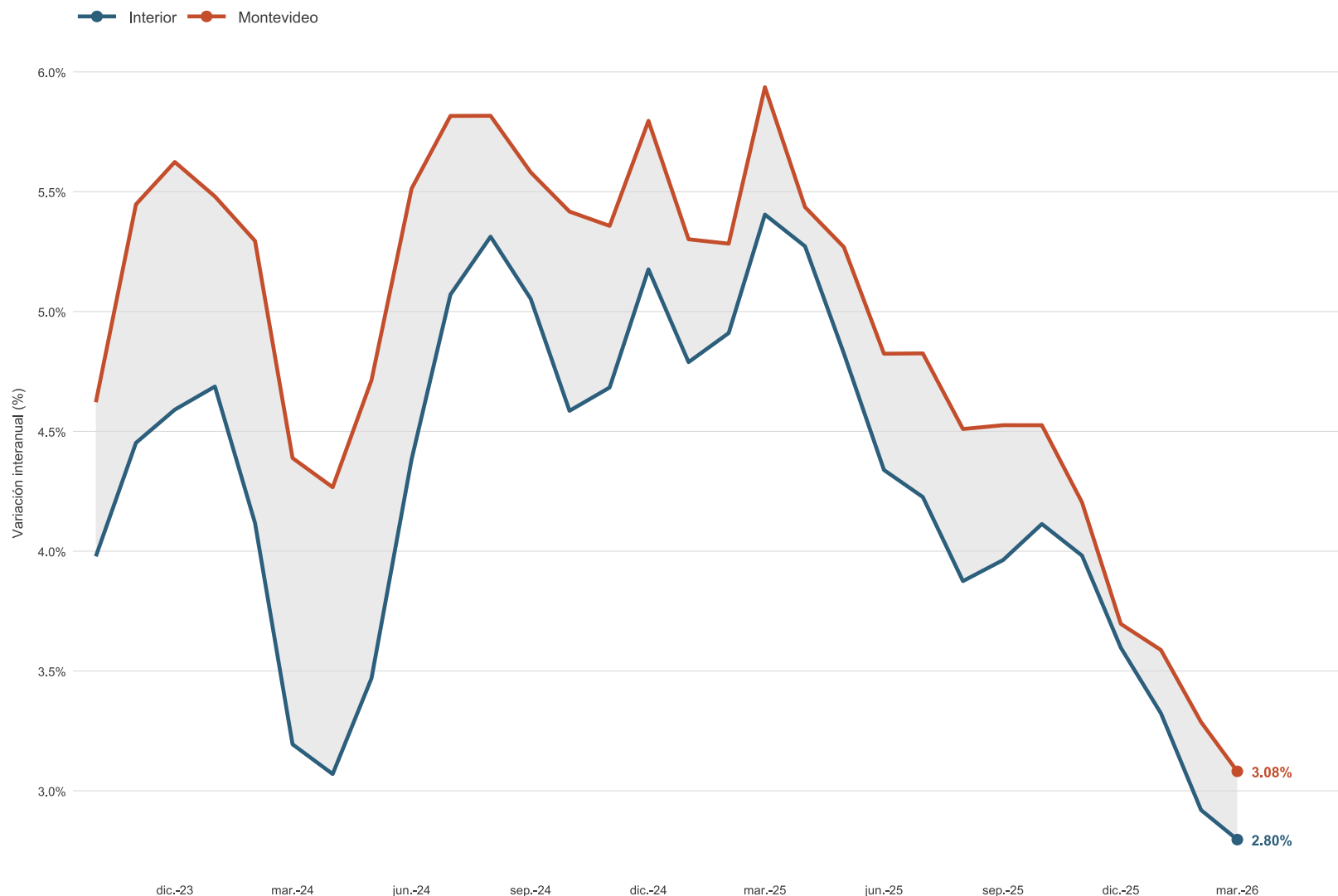
La tendencia se aplana en ene-2026 (+0,37% i.a.) tras el crecimiento sostenido de 2024. Conviene moderar stocks, contratación e inversión.



Inflación interanual MVD vs Interior

IPC GENERAL REGIONAL

La brecha entre Montevideo y el Interior se mantiene; al cierre de mar-26 ambas convergen cerca del **3%**.

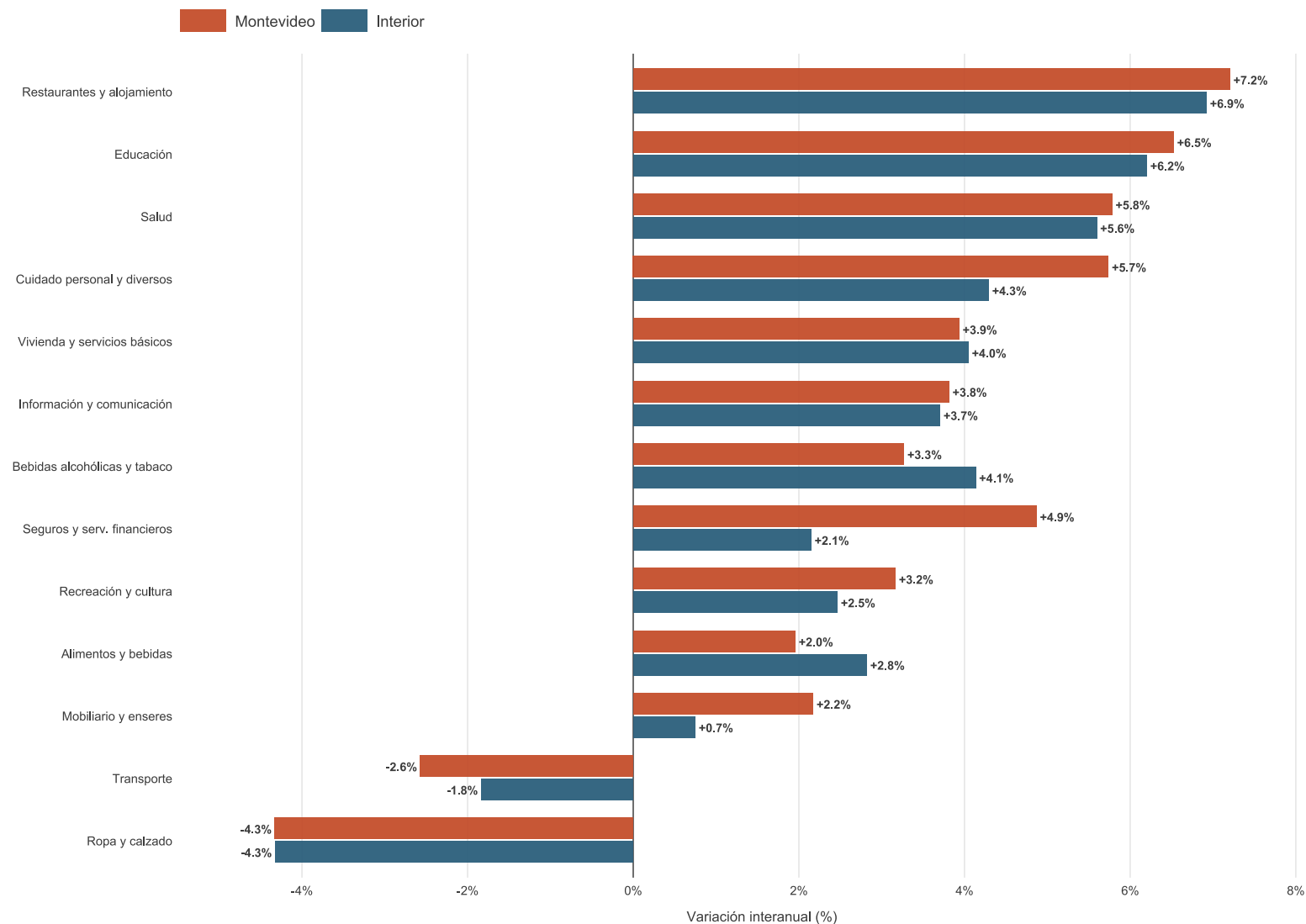


Fuente: elaboración propia con datos del INE. IPC regional reconstruido agregando las 13 categorías de gasto del IPC con sus ponderaciones oficiales.

Inflación por categoría de gasto

VARIACIÓN ÚLTIMOS 12M

Restaurantes, alojamiento y educación lideran. **Ropa y transporte** caen. La diferencia regional varía por canasta.

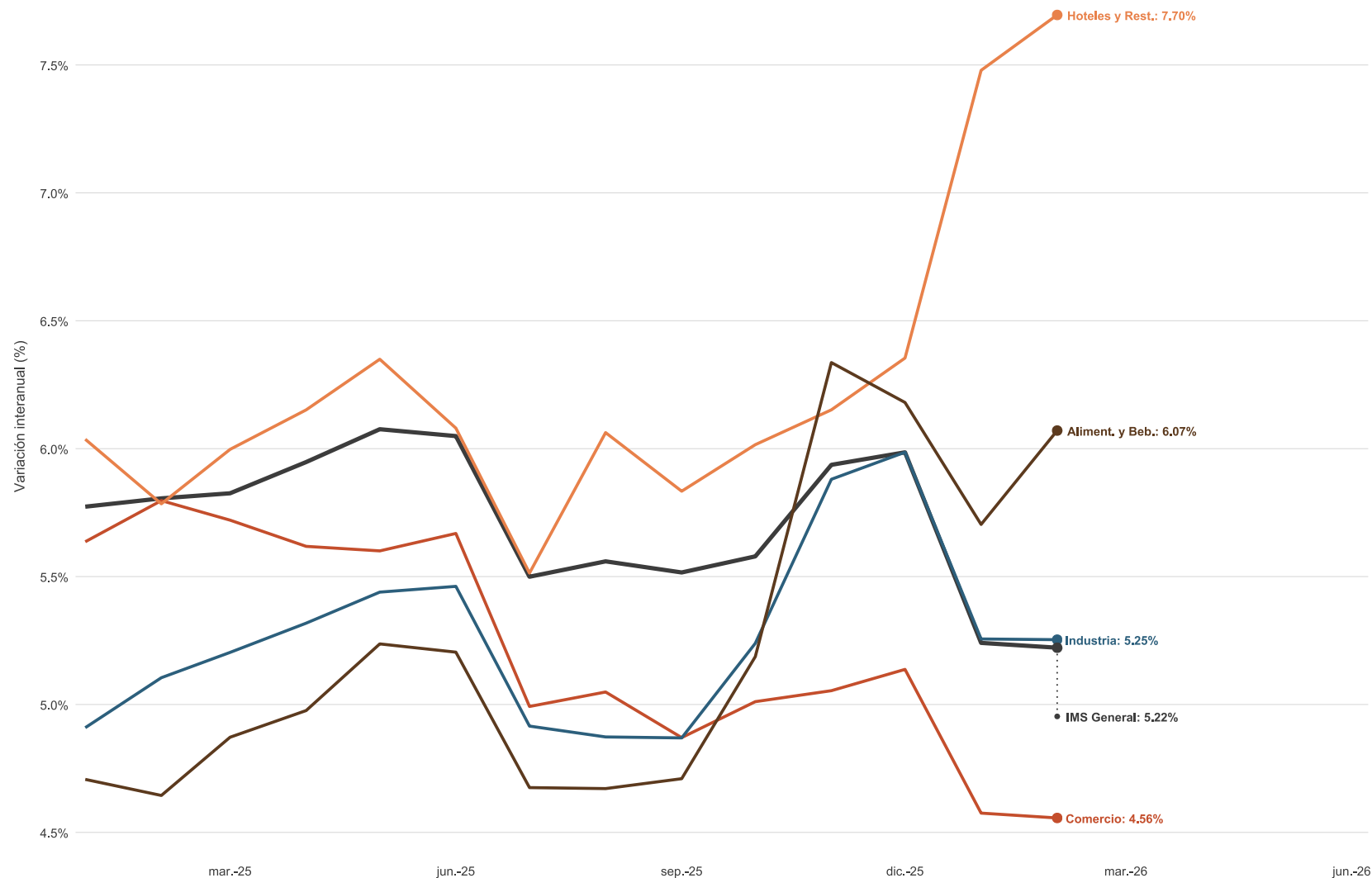


Fuente: elaboración propia con datos del INE. Las 13 categorías corresponden a las Divisiones de la nueva canasta del IPC base oct-2022.

Salarios nominales por sector

VARIACIÓN INTERANUAL

Hoteles y Restaurantes lidera con +7,7% i.a.; **Comercio** queda rezagado en 4,56%, debajo del IMS general.

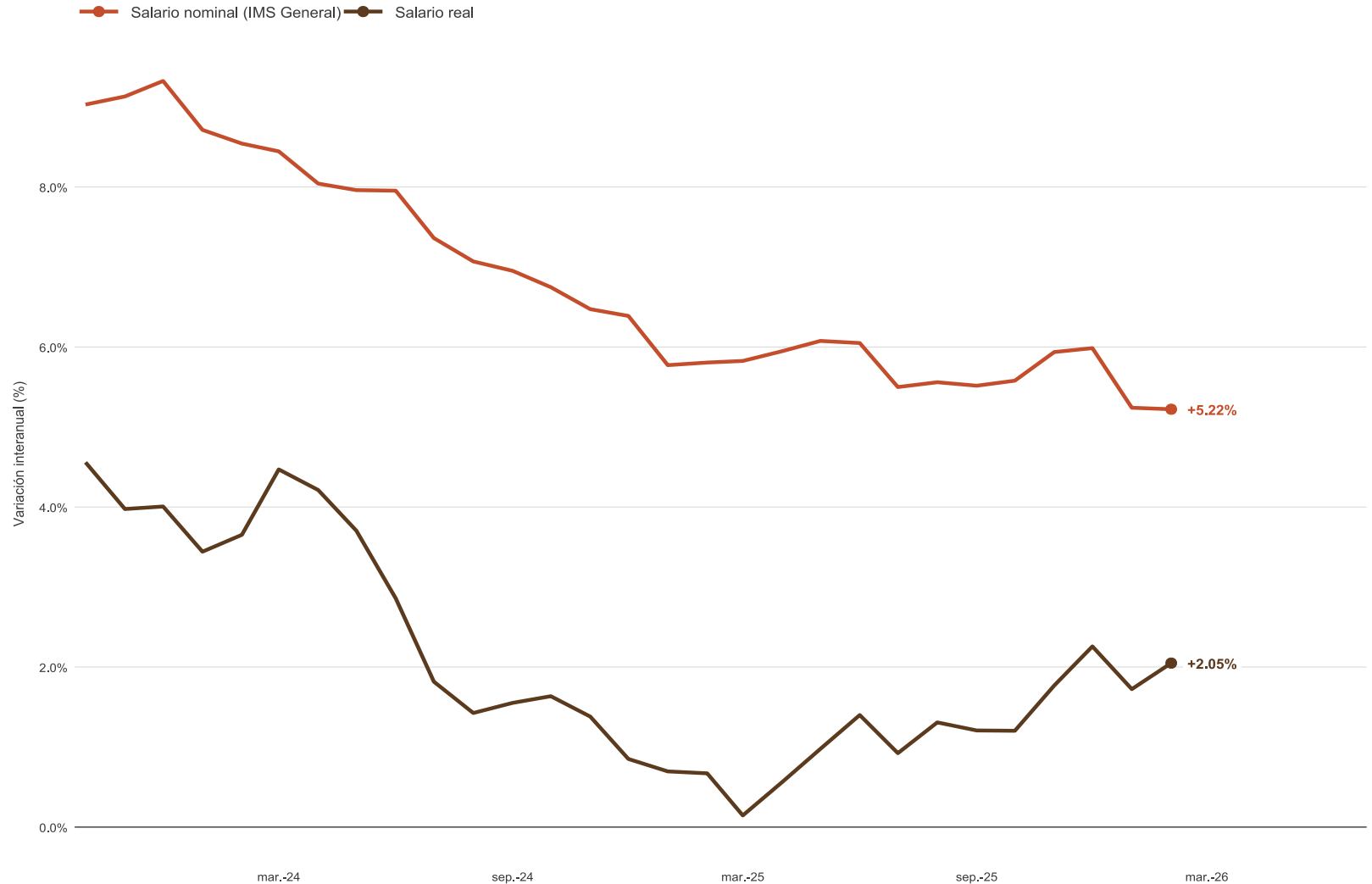


Fuente: elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Salario nominal vs salario real

VARIACIÓN INTERANUAL

El salario nominal se desacelera de forma sostenida desde 2024 (de 9% a 5,2%), pero el salario real recuperó terreno en los últimos meses al ubicarse en +2,05%. La inflación a la baja explica que, pese al menor crecimiento nominal, el poder adquisitivo siga ganando.

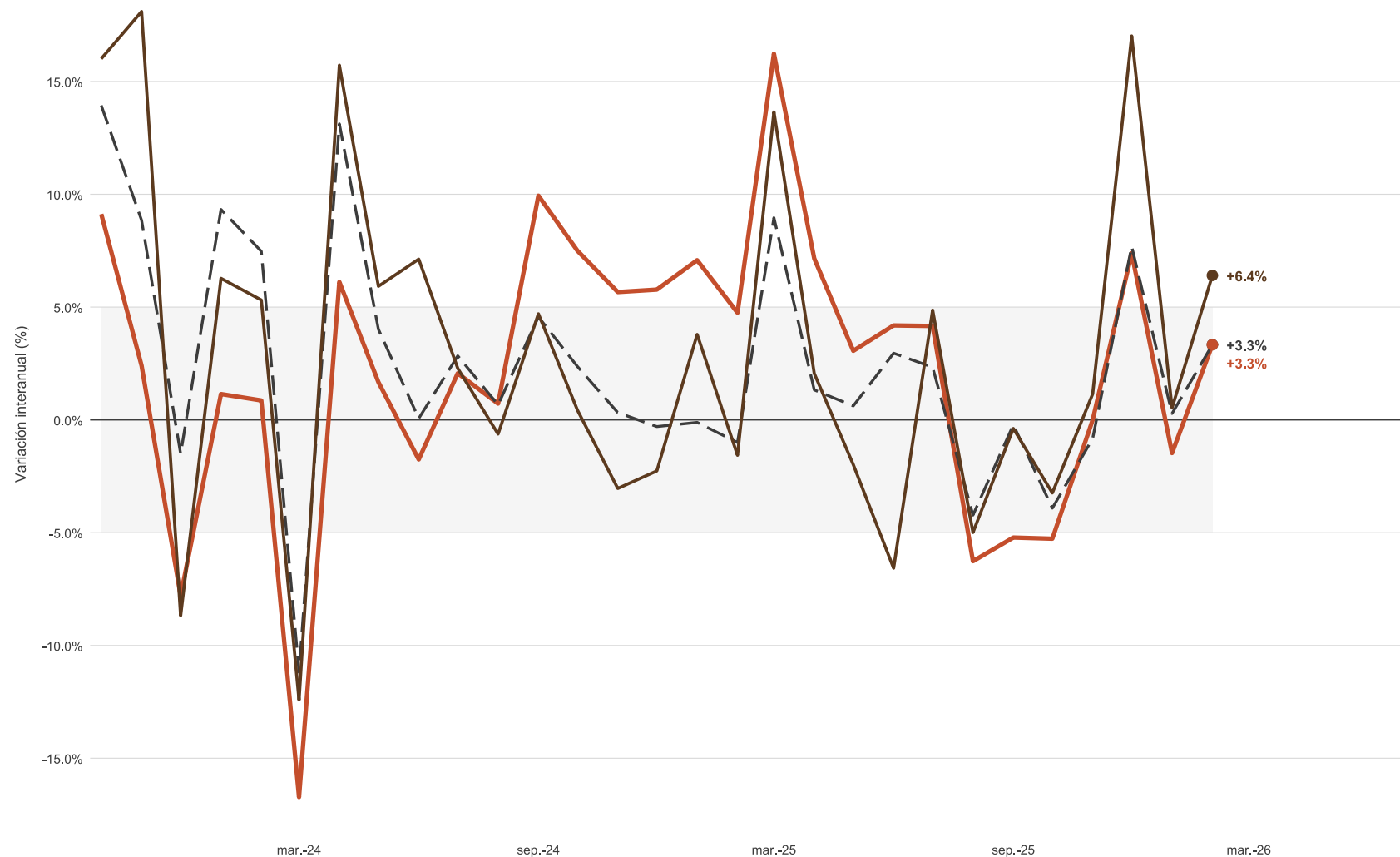


Fuente: elaboración propia con datos del INE.

Industria manufacturera

VARIACIÓN INTERANUAL DEL IVF

La serie sin refinería revela una dinámica más estable en torno al 0%, mientras que Alimentos -subsector relevante para el comercio salteño- cerró febrero en +6,4%, confirmando un repunte tras varios meses de caídas.

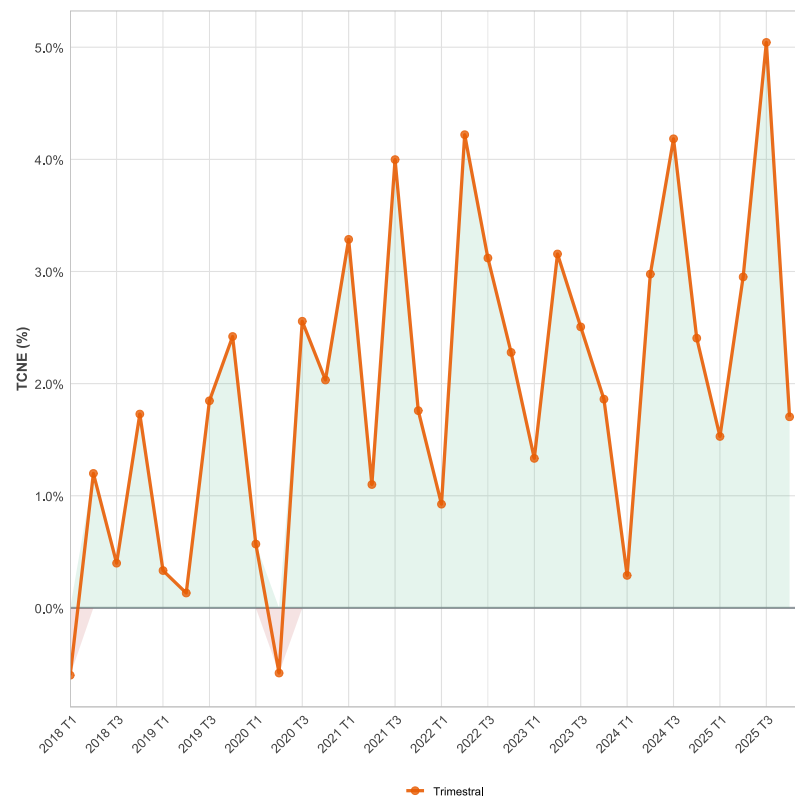


Fuente: elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

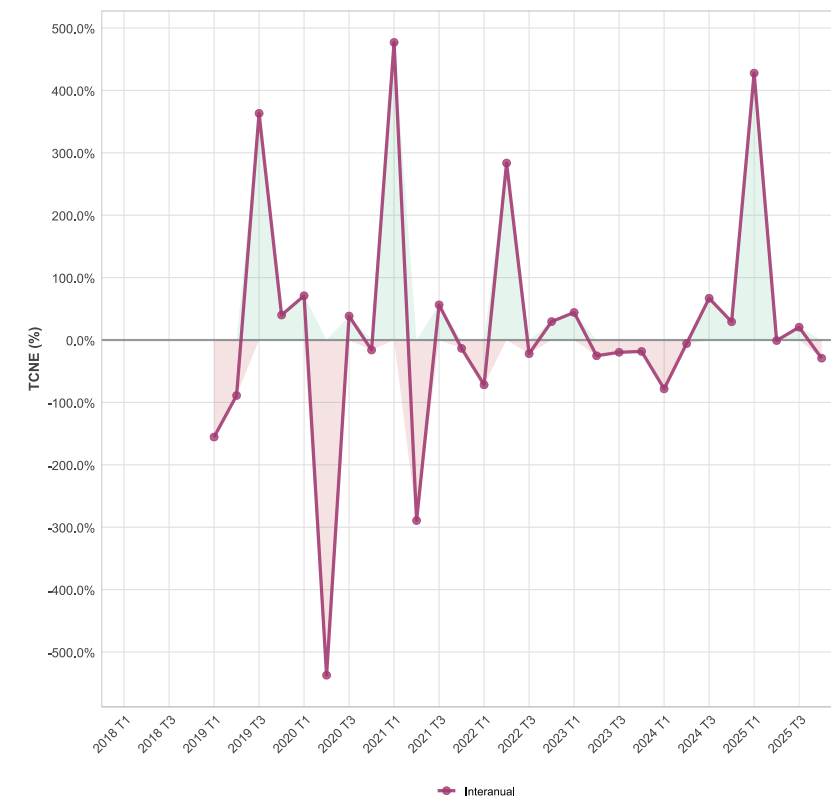
Tasa de Crecimiento Neto de Empresas

TASA NETA (TCNE)

Tras el pico histórico de T3 2025 (+5,04%), la TCNE corrigió a +1,70% en T4 -variación interanual de -29% respecto al mismo trimestre de 2024, marcando el fin del impulso ascendente que mostró el sector durante todo el año. La creación neta sigue siendo positiva pero el stock de empresas activas se estancó (2.340 a 2.347, apenas 7 unidades más).



Fuente: INE - Demografía de Empresas | TCNE = $\frac{[(\text{Nacimientos} - \text{Muertes}) / \text{Stock empresas activas}] \cdot 100}{}$

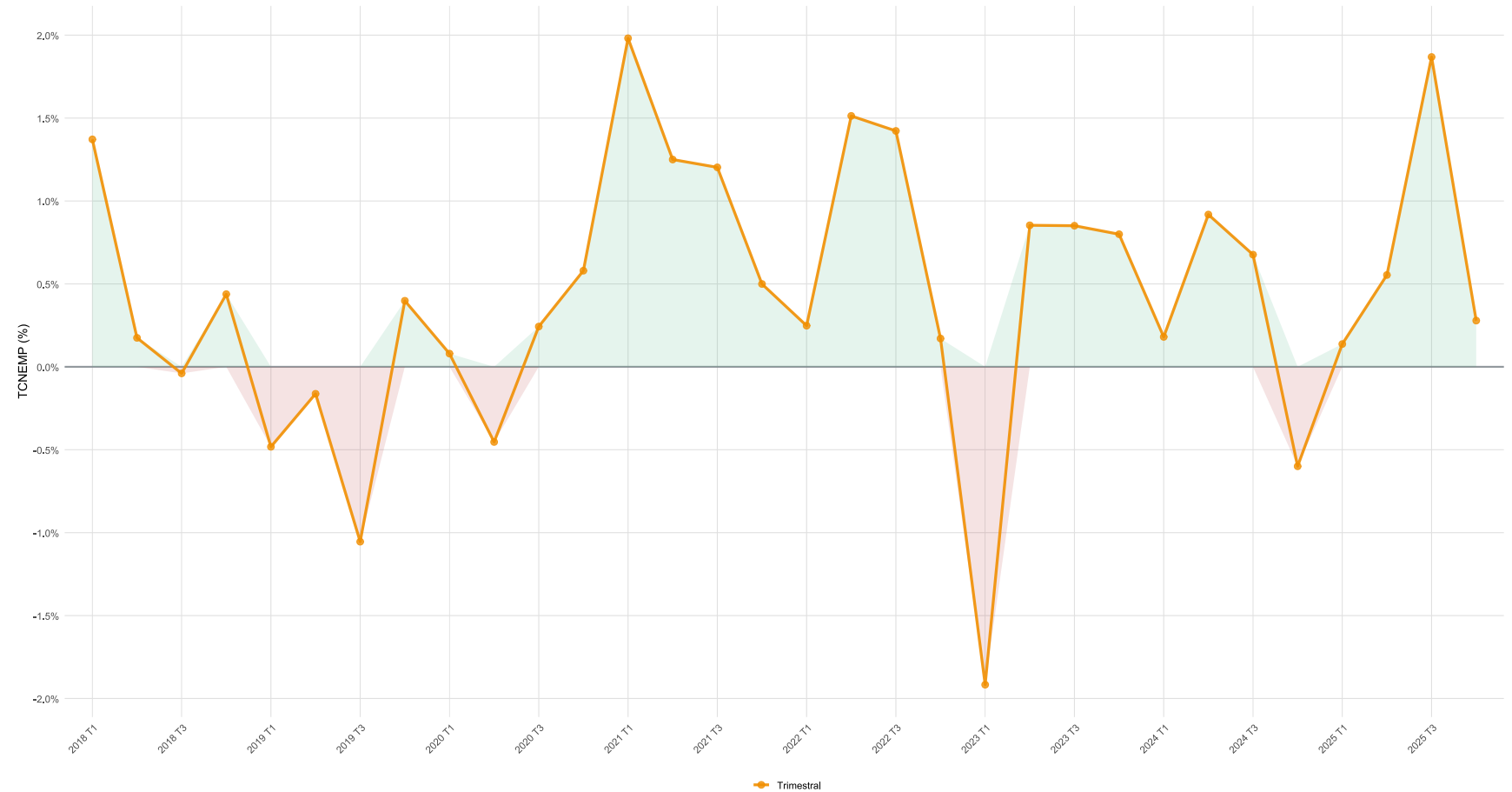


Fuente: INE - Demografía de Empresas

Crecimiento neto del empleo Comercio Salto

TASA NETA (TCNEMP)

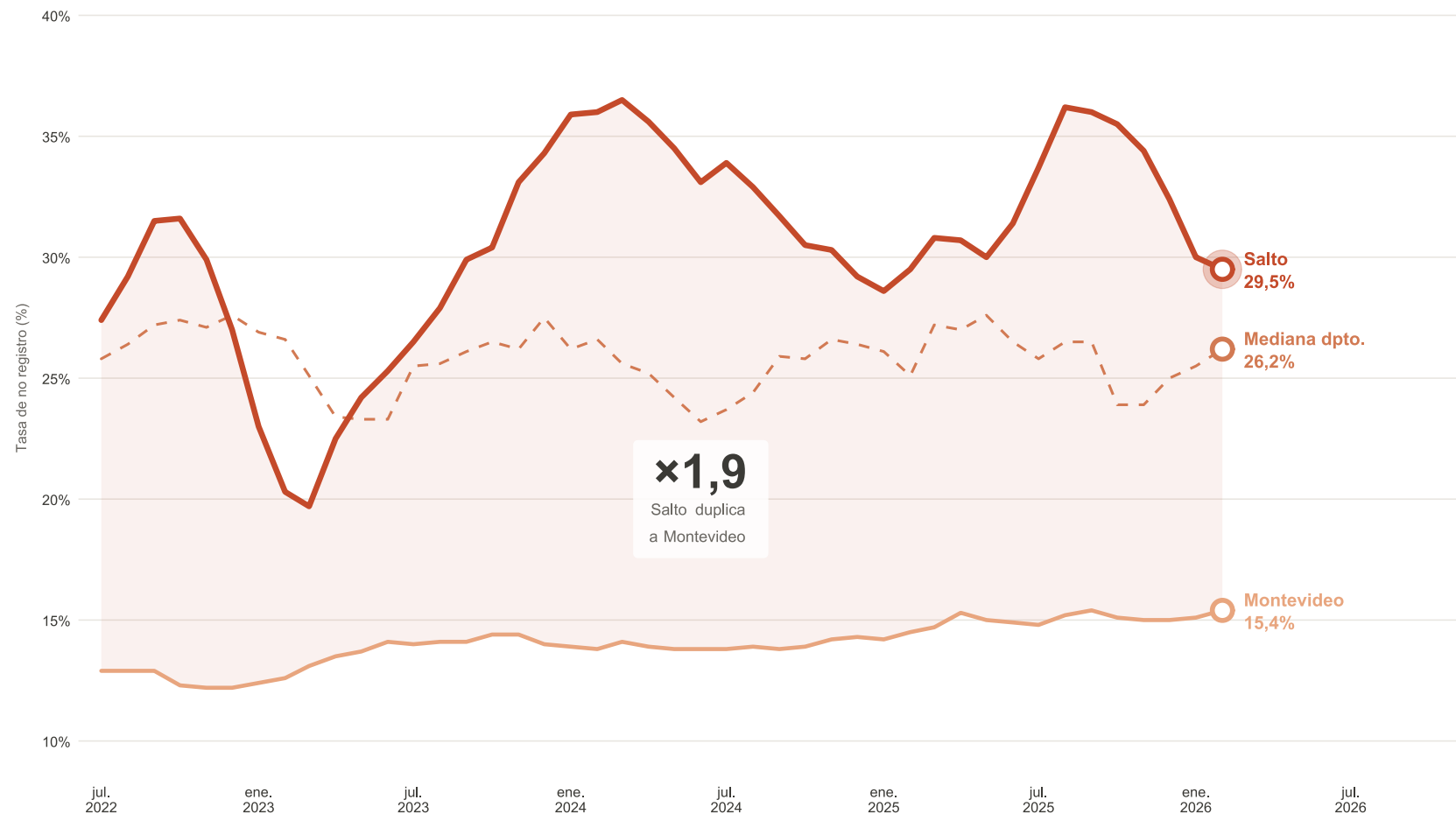
Tras el pico de T3 2025 (+1,87%, tercer máximo de la serie), la tasa de crecimiento neto del empleo corrigió a +0,28% en T4, prácticamente neutralizando la generación neta.



Informalidad laboral Salto vs MVD

TASA DE NO REGISTRO

En Salto, **1 de cada 3 trabajadores** no aporta a la seguridad social: prácticamente el doble que en Montevideo (29,5% vs 15,4%).



Fuente: INE — Encuesta Continua de Hogares | Promedios móviles trimestrales
Nota: No registro = ocupados no aportantes a la seguridad social / total de ocupados

INDICADOR PROPIO CCIS

Índice de Actividad Empresarial de Salto

Indicador trimestral · Base Q1 2025 = 100

-4,12% i.a. real

IAES Q1 2026 = 95,88

La actividad empresarial real de Salto cayó 4,12% respecto al mismo trimestre de 2025.

POR SECTOR

Comercio	-1,97%
Servicios	-4,85%
Industria	+1,75%

Conclusión general

Salto cierra el primer trimestre de 2026 con un retroceso real del 4,12% en su actividad empresarial (IAES), pero el sector invierte, sostiene su empleo y proyecta recuperación.

El frente externo -la tensión cambiaria con Argentina y Brasil- pierde peso y deja de explicar el cuadro: el problema hoy es doméstico. Ventas débiles, costos crecientes y falta de liquidez en los clientes son las preocupaciones dominantes del comercio salteño, con márgenes comprimidos desde dos frentes simultáneos: cinco trimestres consecutivos de retroceso real en ventas y costos al alza en 8 de cada 10 empresas.

Pese al cuadro, las señales de confianza son claras y consistentes. El comercio acumula doce trimestres en terreno positivo en sus planes de inversión, las plantillas se mantienen en 9 de cada 10 empresas, y casi 9 de cada 10 comercios anticipan ventas iguales o mayores en el próximo trimestre. El contexto macroeconómico acompaña esa lectura: la inflación converge hacia el 3% en ambas regiones del país, el salario real recupera terreno (+2,05% interanual) y la elaboración de alimentos repunta (+6,4%), con incidencia directa sobre la base de clientes del comercio local.

Salto entró a 2026 en contracción, con el frente externo desactivado y la economía local como nuevo eje del diagnóstico. Pero el sector empresarial responde con inversión sostenida, empleo estable y expectativas positivas. El desafío inmediato es traducir esa confianza en demanda efectiva.

Notas metodológicas

Período de referencia	Primer trimestre 2026
Ventana de recolección	06-04-26 a 21-04-26
Universo de inferencia	Empresas formales de comercio, industria y servicios del departamento de Salto
Marco de referencia	INE — Marco Mpymes
Clasificación sectorial	CIIU Rev. 4
Clasificación de tamaño	Decreto 504/007
Procesamiento	Calibración por tamaño de empresa a la estructura del Marco Mpymes del INE
Nivel de confianza	95 %

Los resultados se presentan como una fotografía del clima empresarial del trimestre. Diferencias pequeñas entre períodos o sectores deben leerse como parte del margen natural de variación de todo relevamiento basado en muestra.

¡GRACIAS!



Centro Comercial
e Industrial de Salto

120 AÑOS

Magister y Economista Pablo Cortondo