

SONDEO Q4 2025

CENTRO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE SALTO
DEPARTAMENTO ECONÓMICO

Magister y Economista Pablo Cortondo



**Centro Comercial
e Industrial de Salto**

120 AÑOS

Introducción

El presente documento analiza el comportamiento del tejido empresarial de Salto durante el cuarto trimestre de 2025, así como las perspectivas para el primer trimestre del año en curso.

Cabe señalar que, a partir de las próximas ediciones, se incorporará al sector industrial dentro del universo de empresas relevadas. Este ajuste responde a la adecuación de la clasificación sectorial a los estándares internacionales adoptados tanto por el Banco Central del Uruguay como por el Instituto Nacional de Estadística, lo que permitirá una mayor comparabilidad con las estadísticas oficiales.

Por último, corresponde agradecer especialmente a quienes destinaron parte de su tiempo a participar en este sondeo. Su colaboración es el insumo fundamental que hace posible la elaboración de este informe.



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

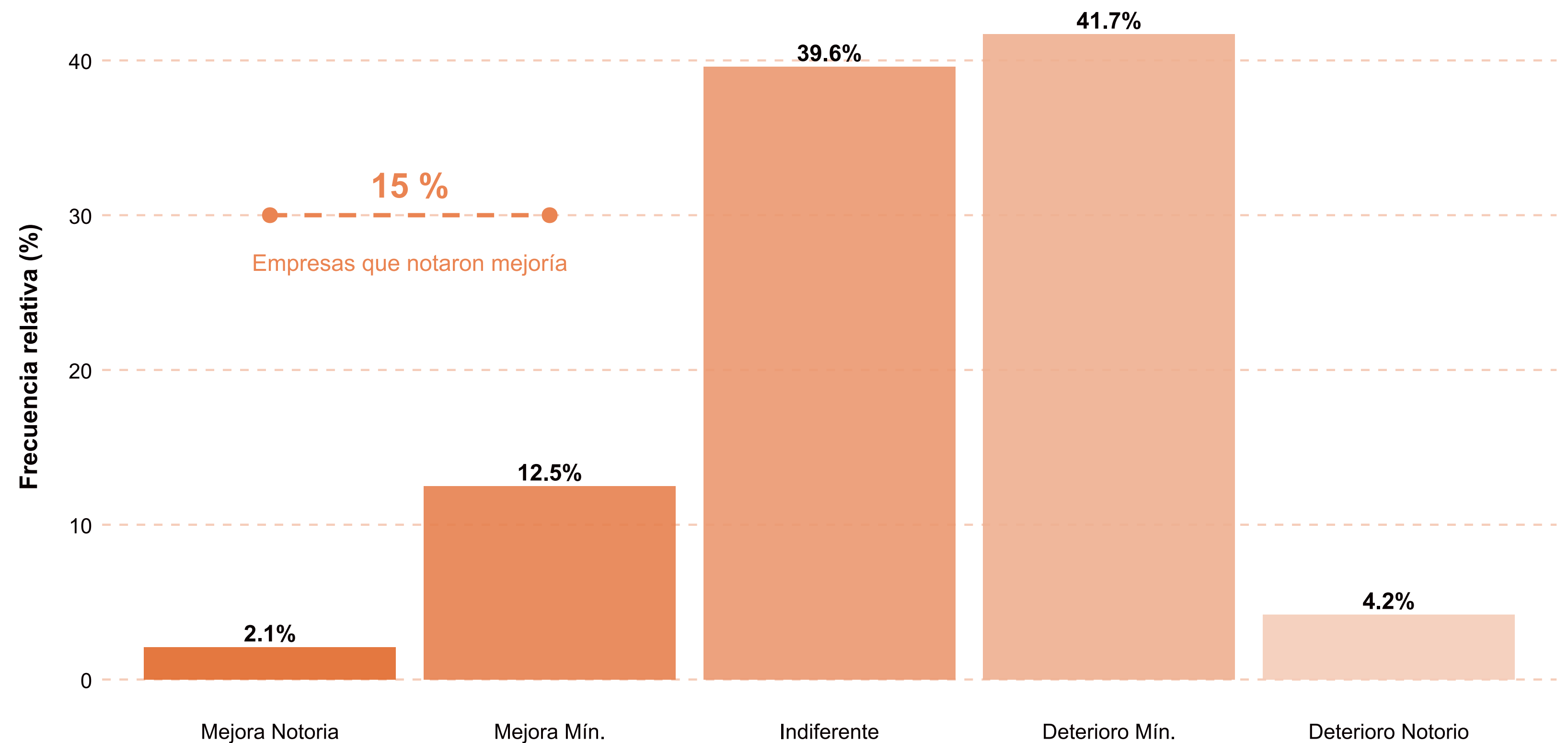
Argentina pierde peso, Brasil gana terreno.

- › Casi la mitad del comercio sigue señalando a Argentina como problema, pero con el tránsito en mínimos, la causa real puede ser doméstica.
- › 4 de cada 10 empresas ya perciben deterioro por Brasil — y ninguna ve mejoría.

Porcentaje de empresas según impacto cambiario con Argentina.

Pese al IPF en mínimos (aprox. 26%), 46% de empresas reporta deterioro contra solo 15% con mejoría. Dato llamativo considerando que el tránsito fronterizo cayó sustancialmente. Puede existir un **sesgo de atribución**: las empresas identifican a Argentina como causa histórica del deterioro y cuando las ventas caen, señalan al "enemigo conocido". Lo que perciben como efecto fronterizo podría ser, en realidad, el **debilitamiento del consumo interno**.

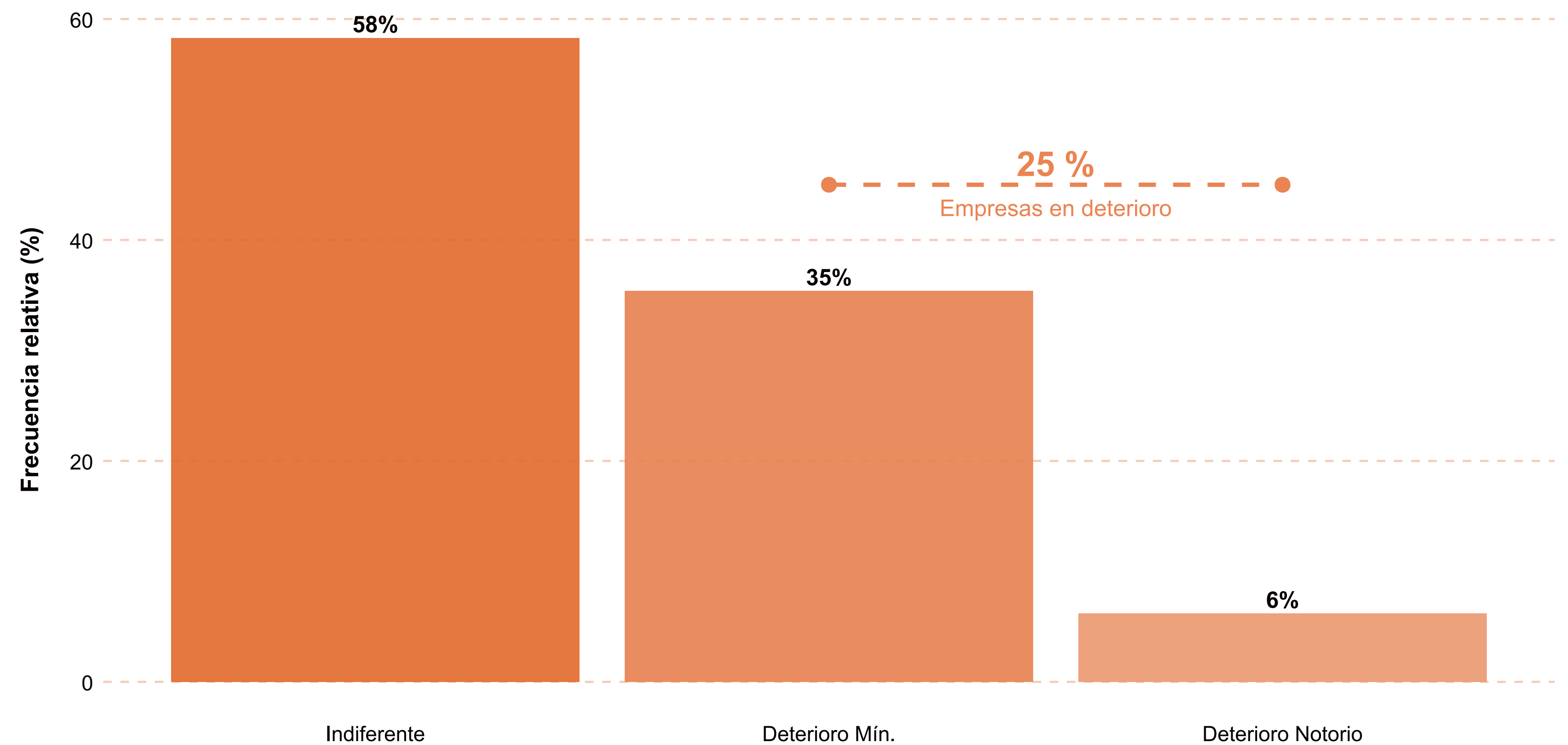
PREGUNTA ¿Ha afectado a su negocio la diferencia cambiaria con Argentina en el tercer trimestre del año?



Porcentaje de empresas según impacto cambiario con Brasil.

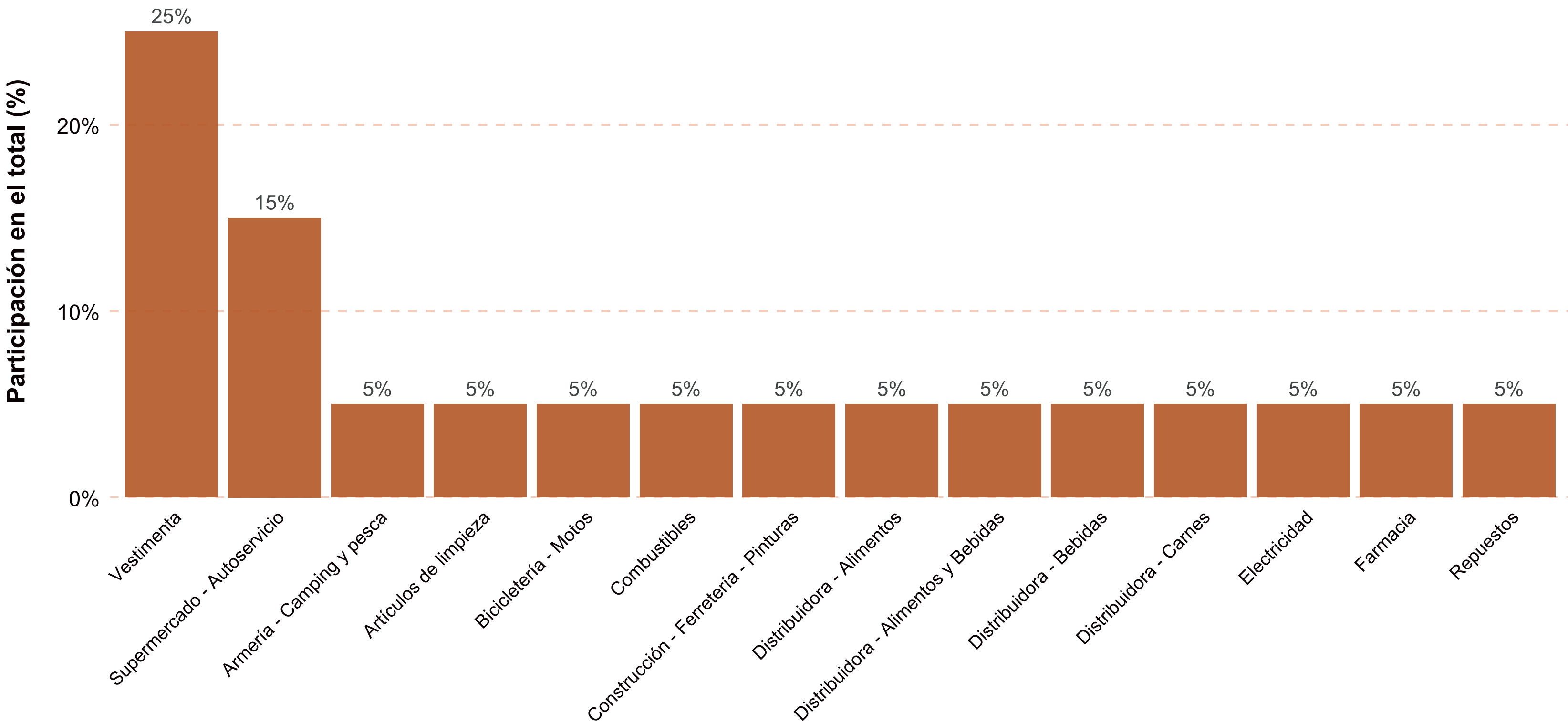
Impacto más silencioso pero creciente. 41% reporta deterioro (35% mínimo + 6% notorio) y ninguna empresa percibe mejoría. La mayoría (58%) lo considera indiferente, pero el **efecto negativo es unidireccional, coherente con la apreciación del real frente al peso uruguayo.**

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



Impacto cambiario

Vestimenta lidera con 25% del deterioro, seguido por supermercados/autoservicios (15%). El resto se dispersa en múltiples rubros (5% cada uno). El patrón indica que **Brasil afecta principalmente bienes de consumo directo** donde la comparación de precios es más visible para el consumidor.



COMERCIO VENTAS REALES

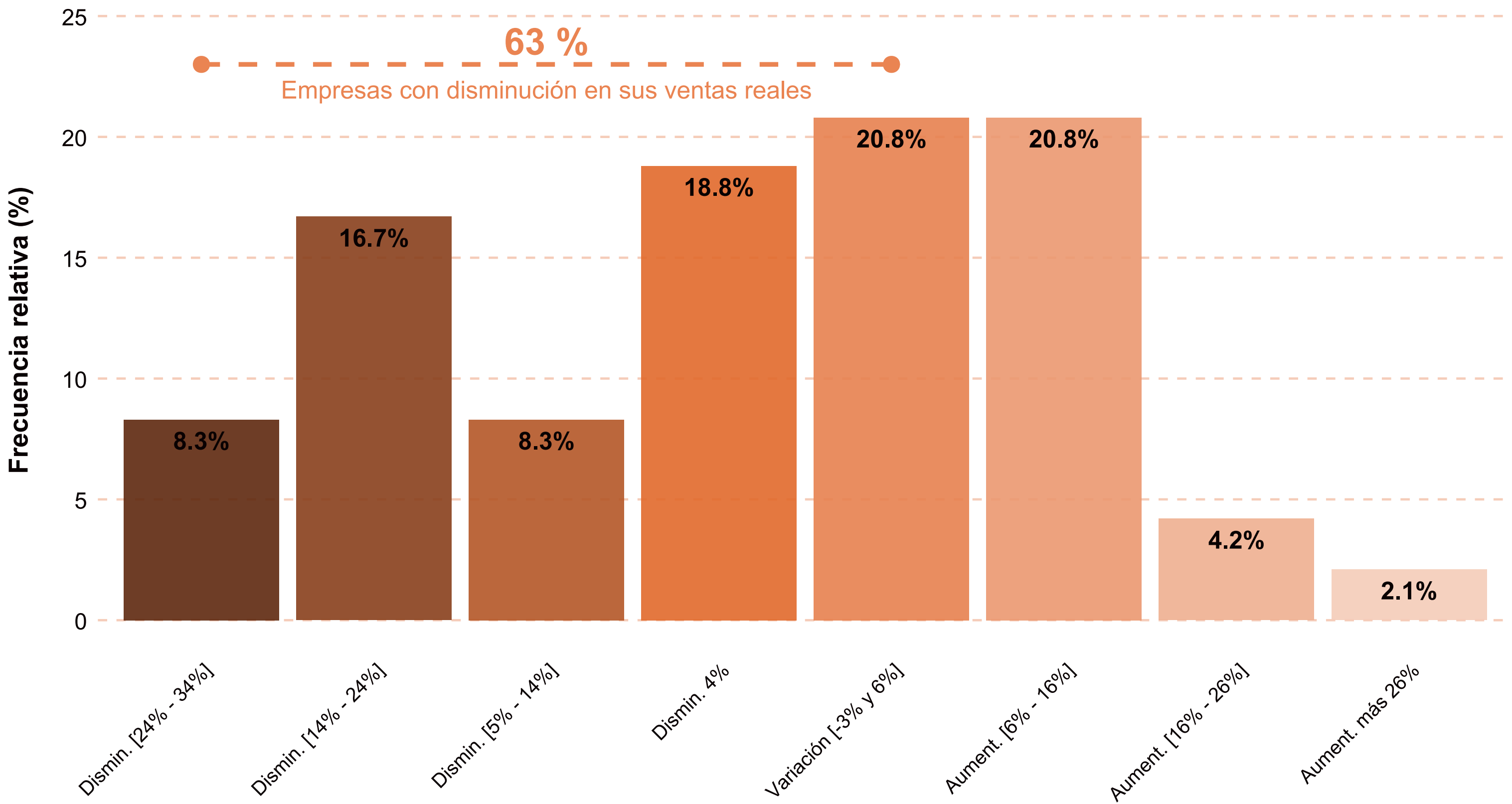
6 de cada 10 comercios venden menos. El problema ya no es Argentina, es doméstico.

- › El consumidor prioriza lo esencial y recorta lo prescindible.
- › Las empresas lo reflejan: menos optimismo, más cautela y una inversión que busca sostener, no crecer.

Ventas reales Q4 2024 – Q4 2025

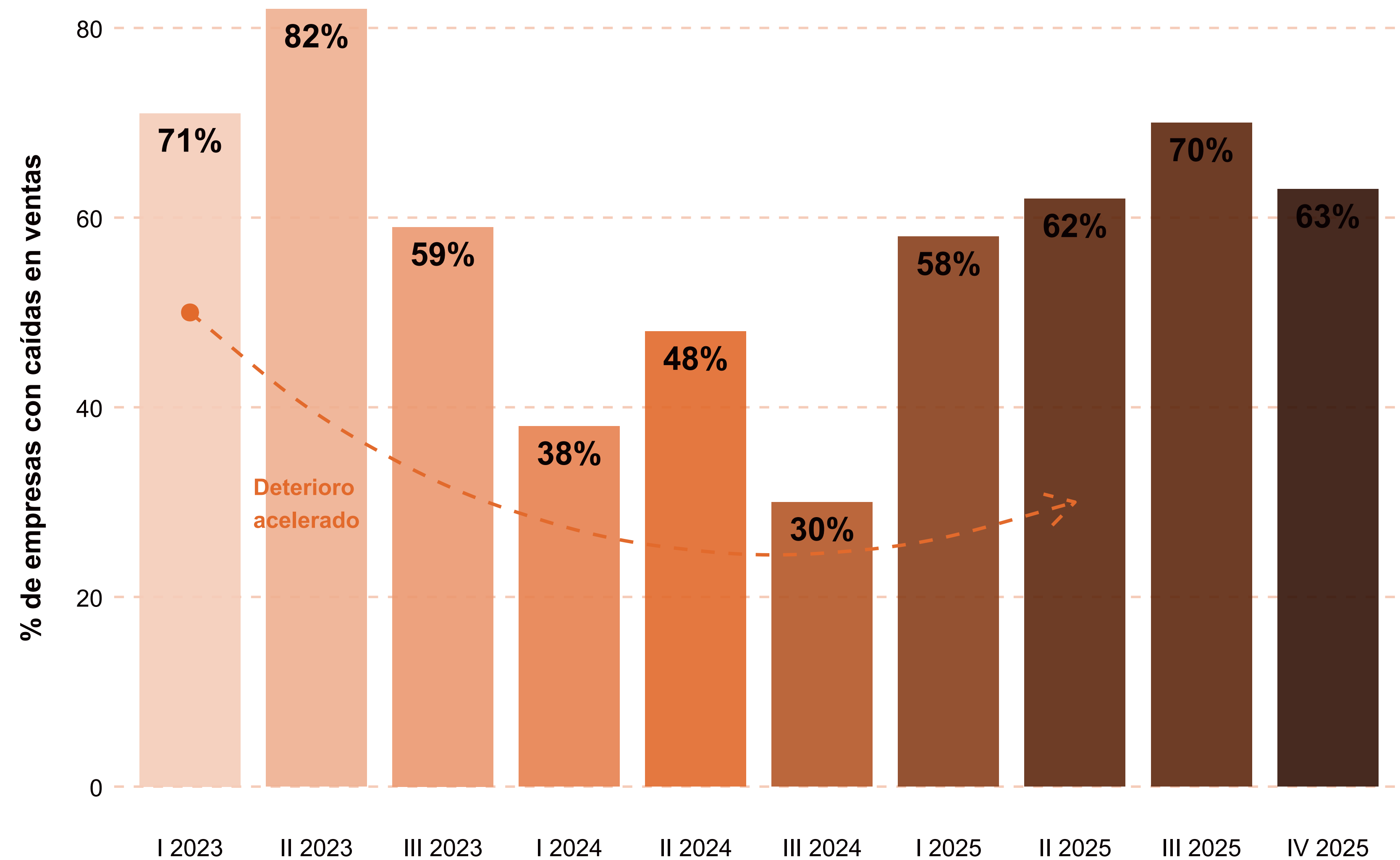
El 63% de los comercios registra caídas en ventas — igual que en 2023, pero por causas opuestas. Entonces el problema era Argentina (IPF al 180%); hoy, con la brecha en mínimos (26%), la explicación es doméstica: crecimiento de apenas 2,1%, salario real que mejora solo 2,26% y un dólar que cayó 11% comprimiendo márgenes.

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



Tendencia de la reducción de ventas reales

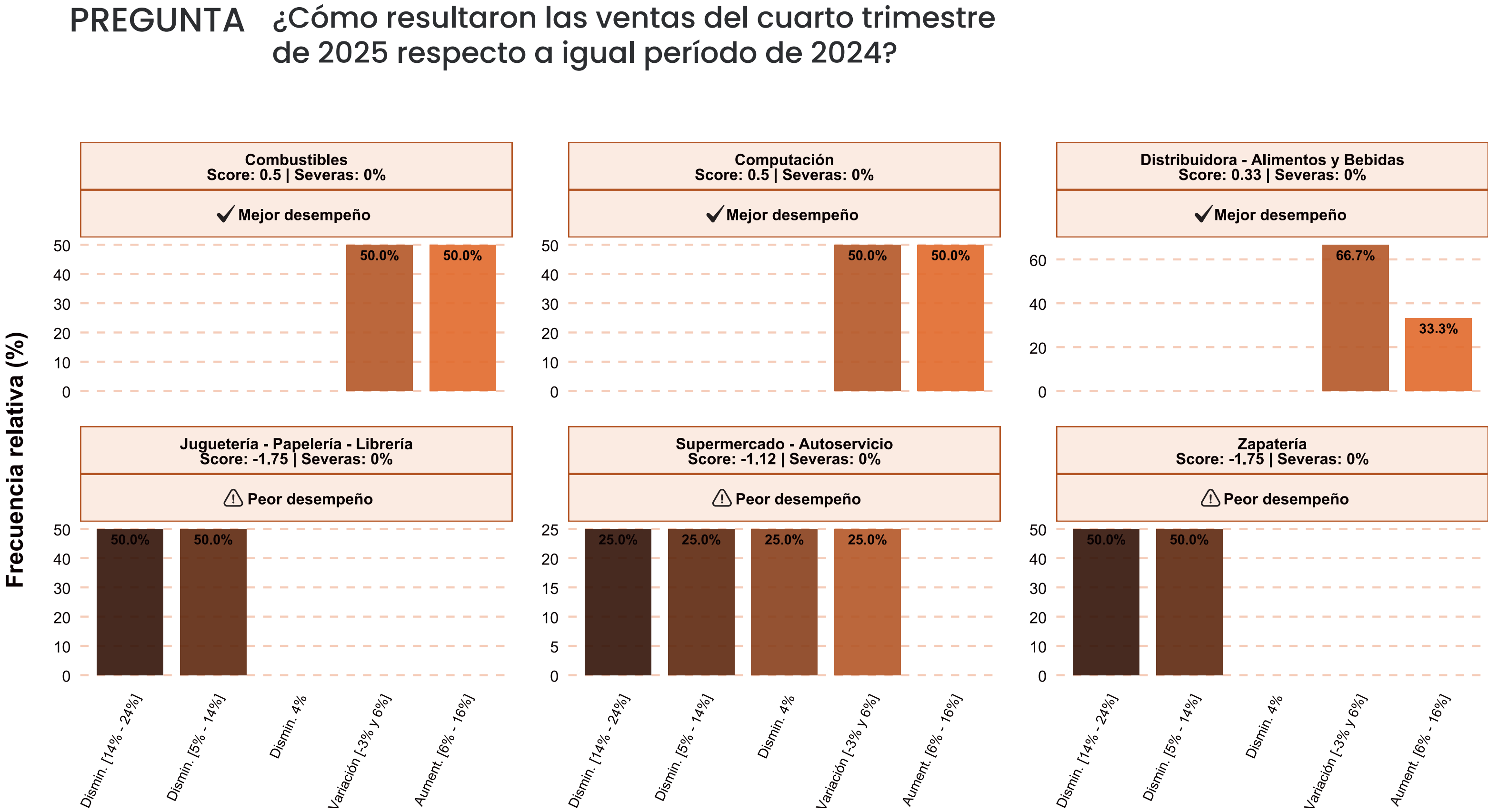
% de empresas con caídas interanuales.
Resultado por sondeo.



Top 3 de Ventas reales
por rubro Q4 2024 – Q4 2025

SEGÚN RANGO DE VENTAS Y RUBRO

Los rubros con mejor desempeño son **esenciales o inelásticos***: combustibles (0,5), computación (0,5) y distribuidora de alimentos (0,33). Los peores son bienes postergables: juguetería-papelería-librería (-1,75), zapatería (-1,75) y supermercados (-1,12), todos con 100% de empresas en caída.

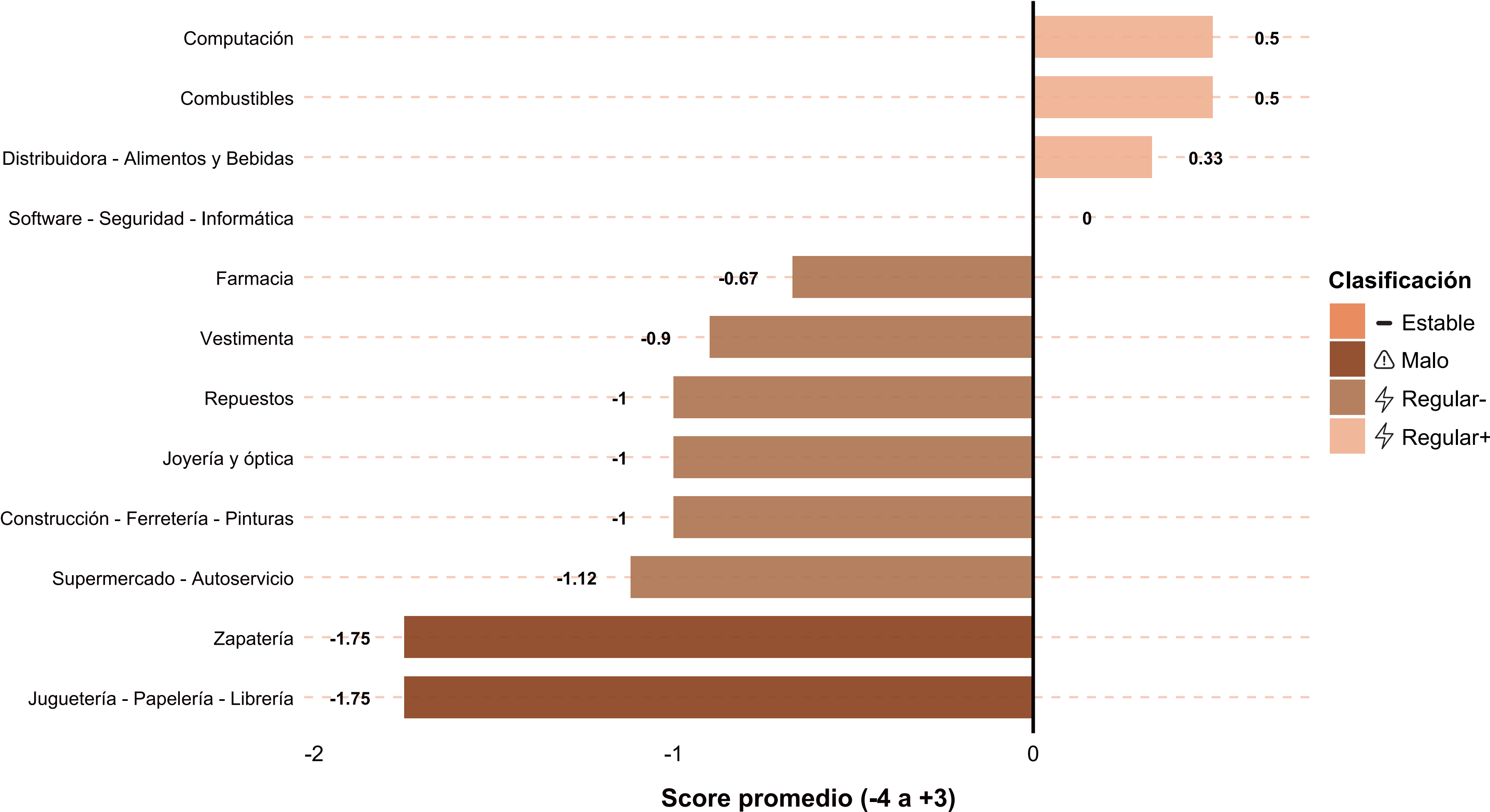


Nota: Score promedio (rango -4 a +3) | Severas: % con caídas >25% | Solo rubros con 2+ empresas

Nota: Rubros esenciales o inelásticos son aquellos que el consumidor no deja de comprar aunque su ingreso disminuya (combustible, alimentos básicos). Los rubros postergables son los primeros en recortarse cuando el presupuesto se ajusta (vestimenta, calzado, decoración). En el caso de supermercados, el consumo no desaparece pero se desplaza: marcas más baratas, menores cantidades o canales alternativos.

Ranking por rubros

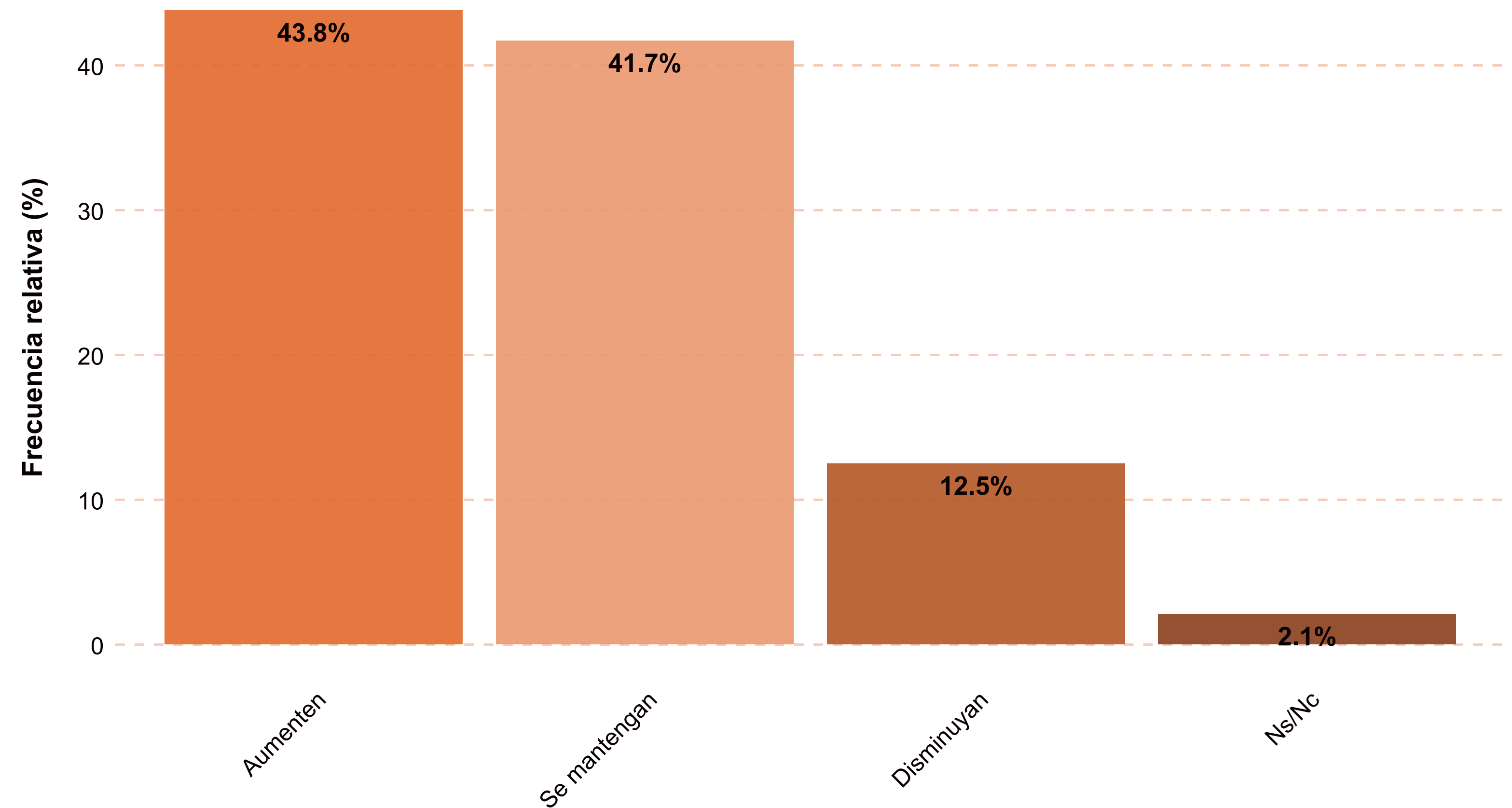
El consumidor salteño prioriza lo esencial y recorta lo prescindible: ajuste de presupuesto doméstico, muy baja competencia fronteriza.



Expectativas de ventas

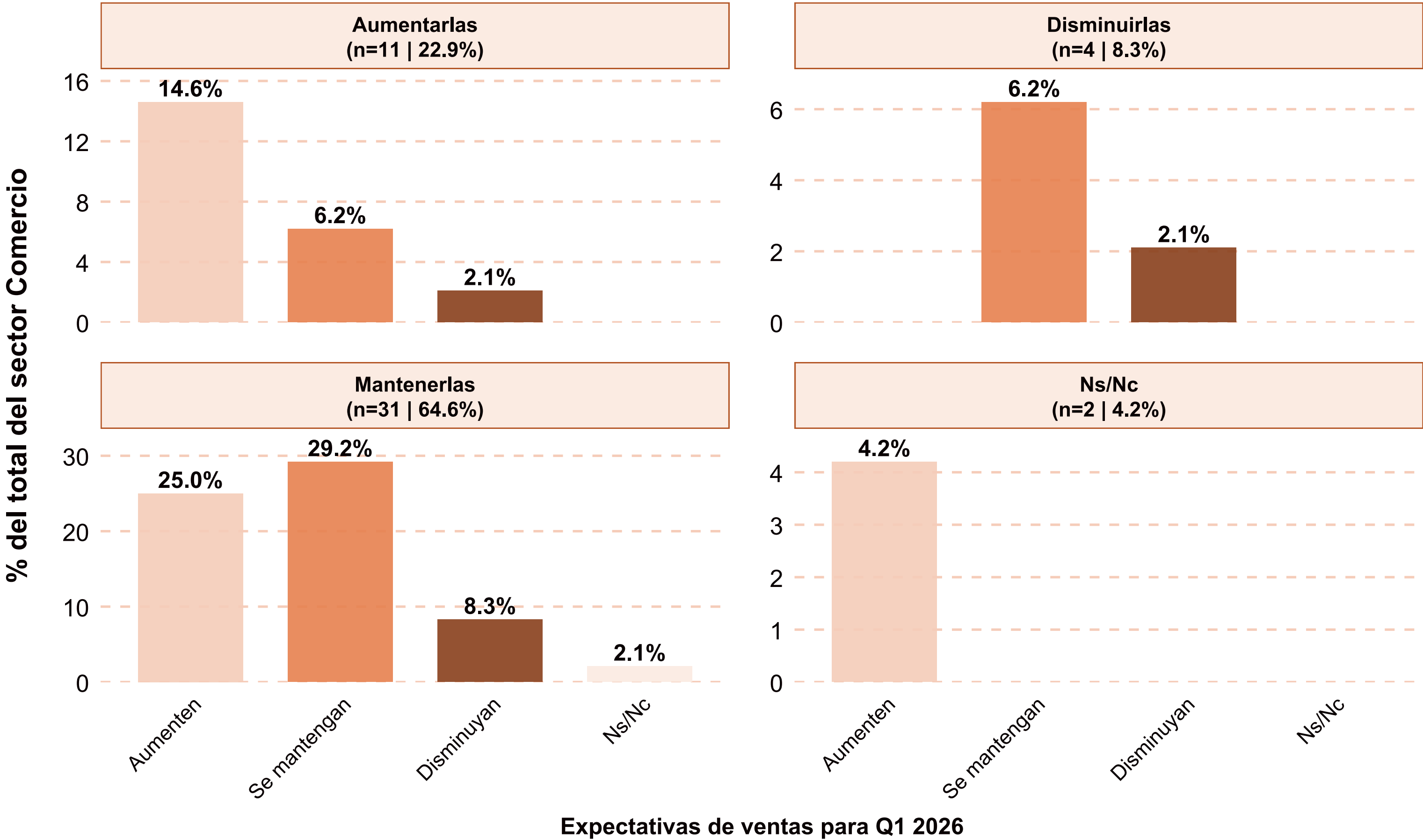
Optimismo en retroceso. Entre Q3 y Q4 2025, empresas que esperan aumentos bajaron de 48% a 43,8%; las que esperan estabilidad subieron de 36% a 41,7%. Menos optimismo, más cautela. Coherente con el deterioro del consumo

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



Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

La mayoría (64,6%) mantendrá inversiones para el próximo trimestre, con expectativas divididas entre aumento (25%) y estabilidad (29,2%) de ventas. Solo 22,9% aumentará inversiones. Entre quienes reducirán inversiones (8,3%): 6,2% espera que las ventas se mantengan y 2,1% que disminuyan. Recortan inversión sin expectativas de mejora.

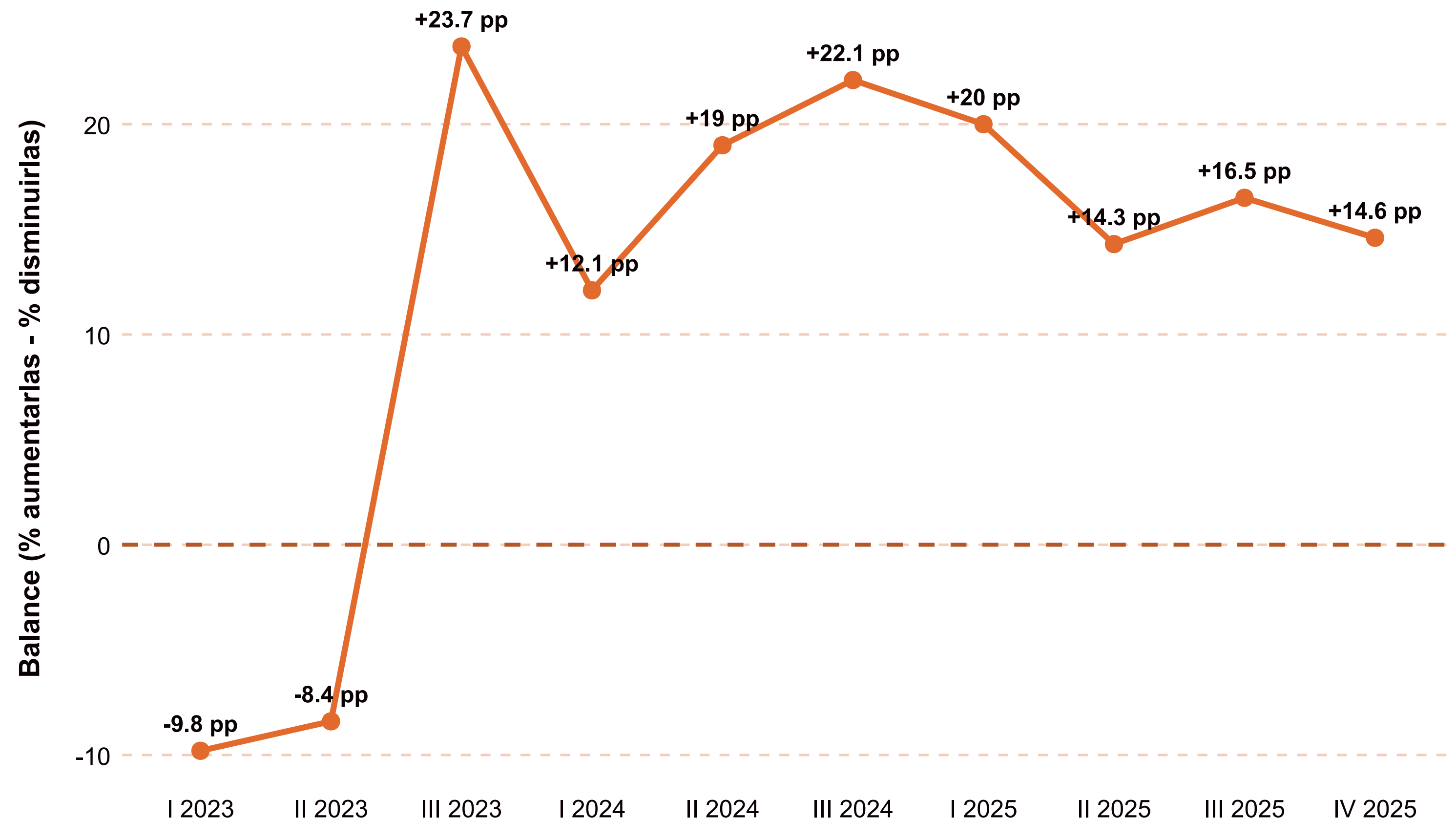


Nota: Porcentajes calculados sobre el total del sector Comercio (n=48)

Evolución del balance de las inversiones.

Tendencia expansiva pero en desaceleración. Tras el piso de 2023 (territorio negativo con -9,8 pp y -8,4 pp), el balance se recuperó y se mantuvo positivo desde III 2023. Sin embargo, 2025 muestra moderación: los valores oscilan entre +14 y +16 pp, lejos de los picos de +23,7 pp (III 2023) y +22,1 pp (III 2024). Optimismo cauteloso, coherente con el contexto de consumo debilitado.

Diferencia entre planes expansivos y contractivos (puntos porcentuales)



Valores positivos = predominio expansivo | Valores negativos = predominio contractivo

COMERCIO **RENTABILIDAD**

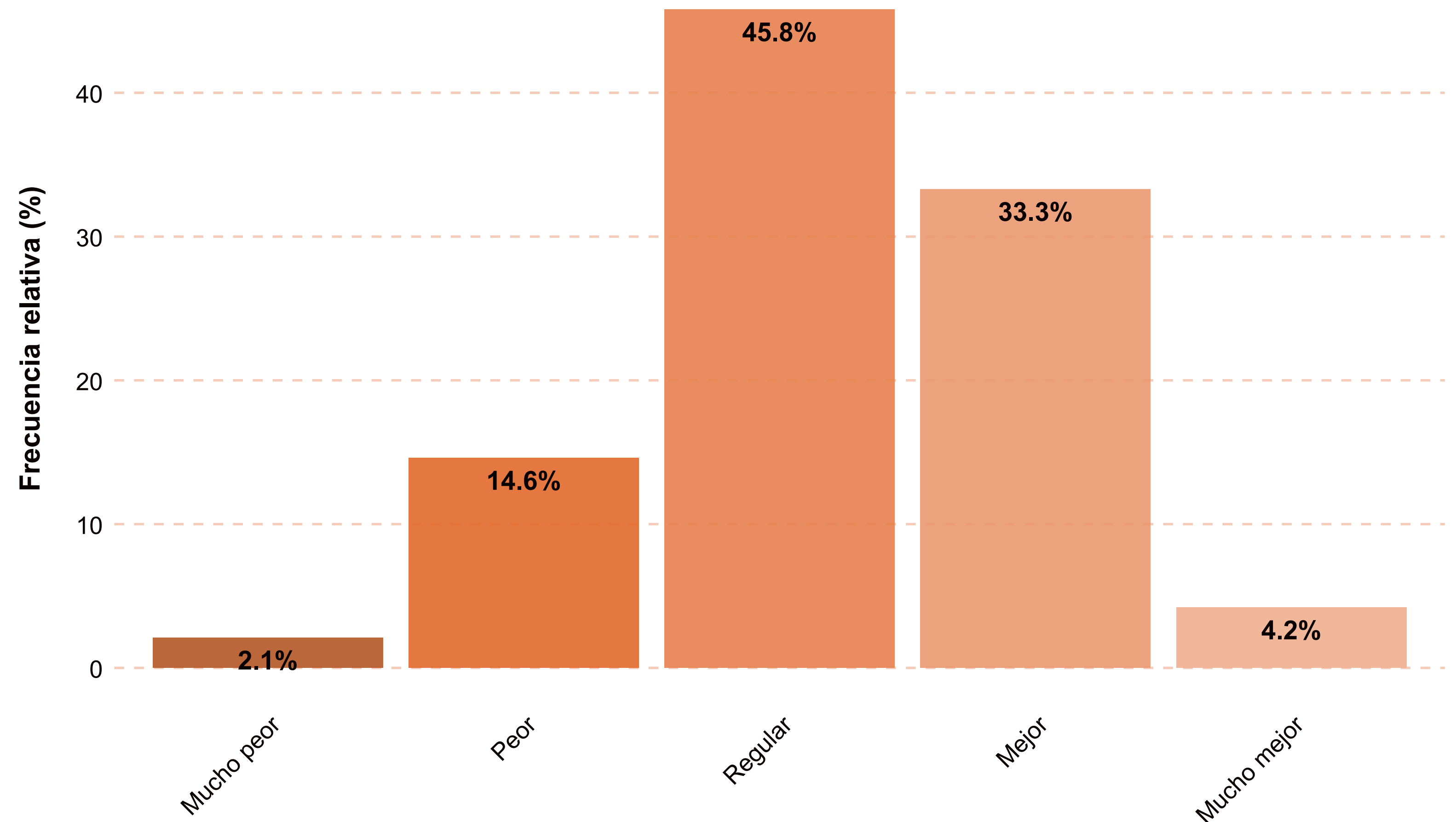
Expectativas estables, sin grandes cambios.

- › Casi la mitad proyecta estabilidad y quienes anticipan mejoras duplican a los pesimistas.
- › El sector sostiene una posición moderadamente optimista, priorizando la consolidación sobre la expansión.

Expectativa de rentabilidad próximo cuatrimestre

moderado optimismo. 37,5% espera mejorar (33,3% mejor + 4,2% mucho mejor) contra 16,7% que anticipa deterioro. La mayoría (45,8%) proyecta estabilidad. Coherente con el panorama general: empresas que mantienen inversiones, sin apostar fuerte pero sin retroceder. Aguardan recuperación sin arriesgar. Panorama muy similar al trimestre anterior.

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



COMERCIO **COSTOS**

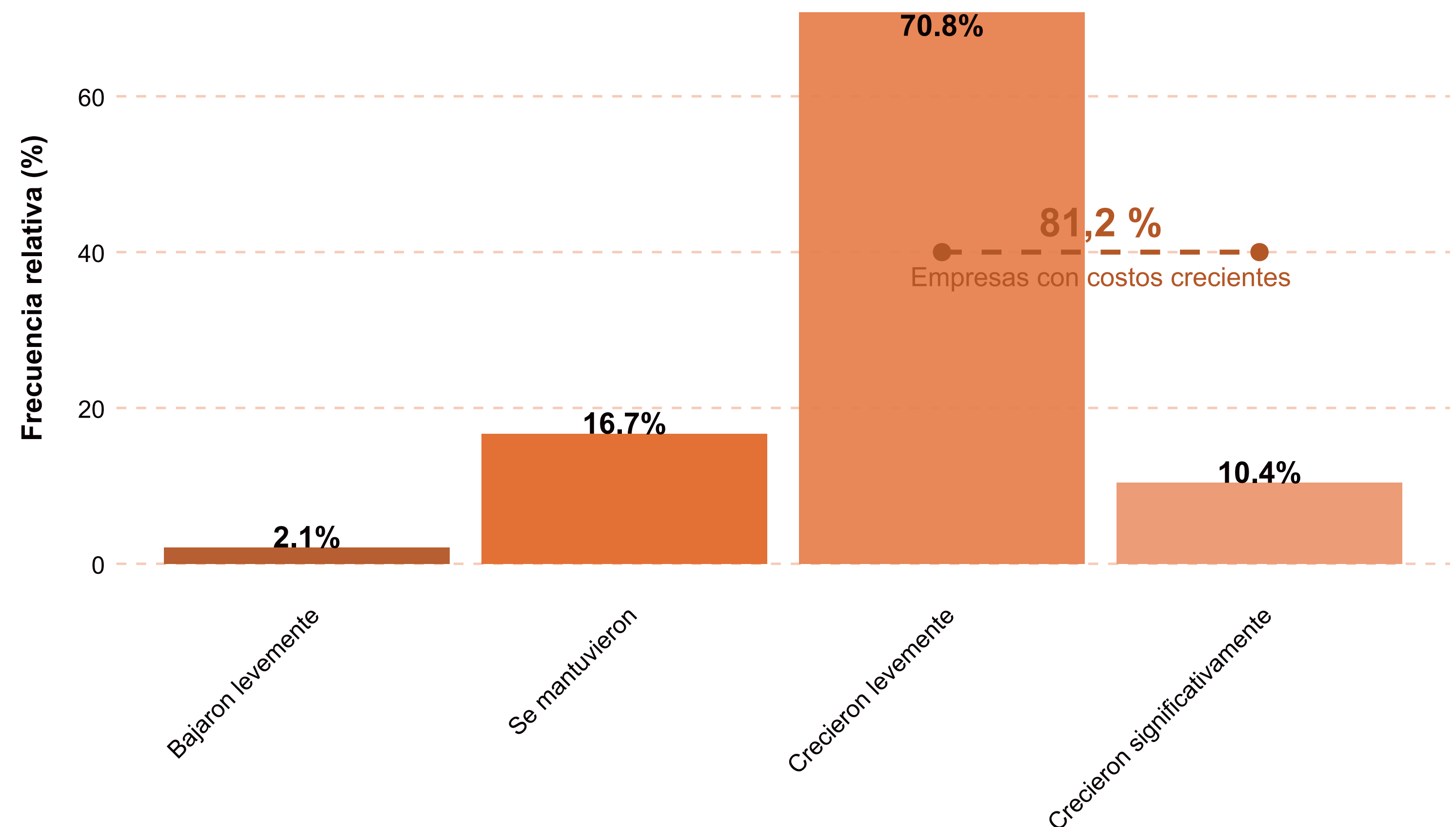
Costos en ascenso, márgenes bajo presión.

- › 8 de cada 10 empresas enfrentan costos crecientes.
- › La tendencia se agrava respecto al trimestre anterior.
- › Con ventas en caída y costos en alza, la ecuación de rentabilidad se estrecha.

Impacto de los costos en el trimestre

Presión en aumento. Entre Q3 y Q4 2025, las empresas con costos crecientes pasaron de 74,7% a 81,2%. Los que mantuvieron estabilidad bajaron de 23,9% a 16,7%. El crecimiento significativo subió de 9% a 10,4%. Consistente con el análisis previo: costos fijos en pesos que suben mientras el dólar cae, comprimiendo márgenes en un contexto de ventas deterioradas.

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

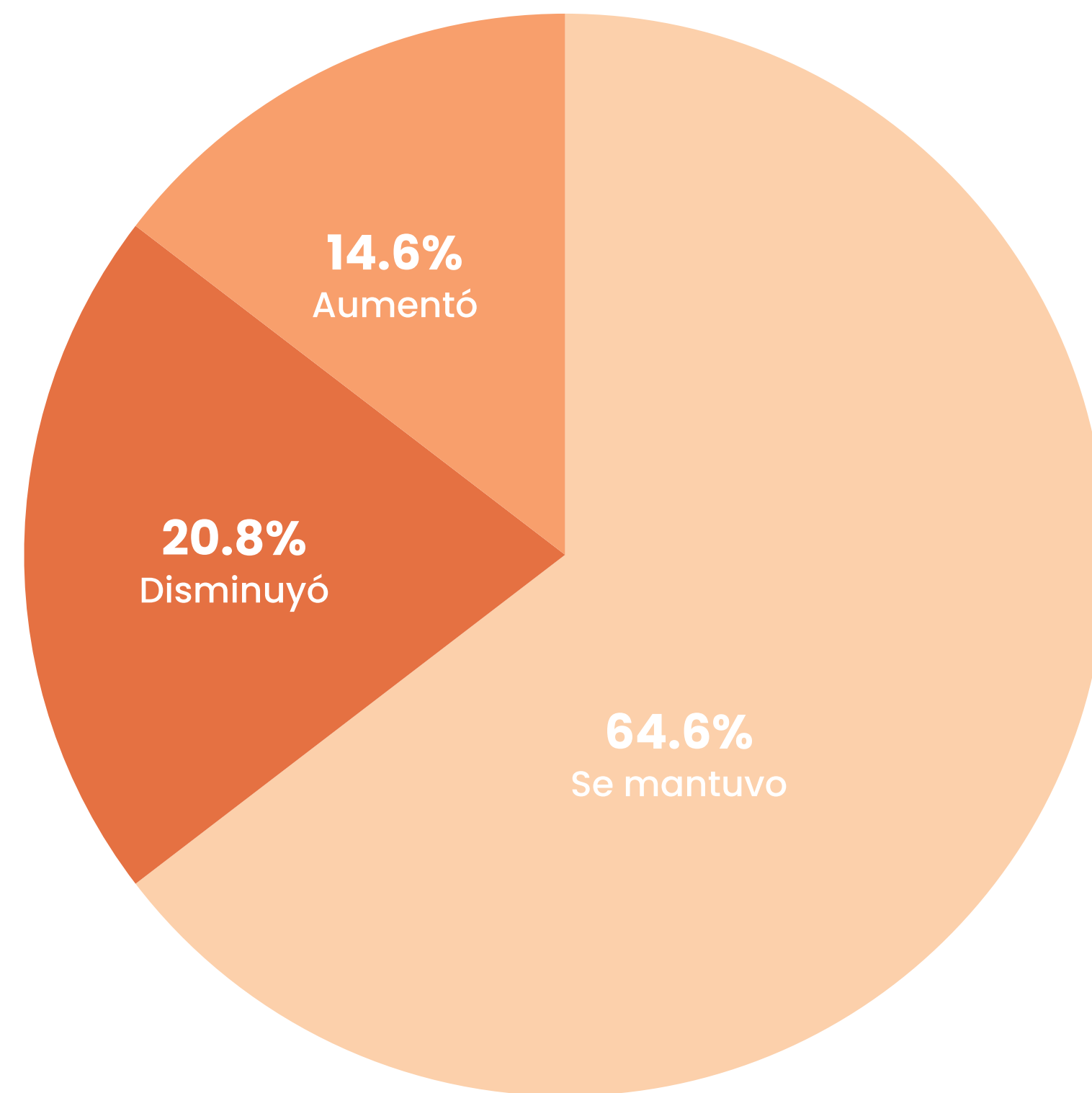


COMERCIO TRABAJO

Situación laboral del trimestre

- › El balance de empleo sigue siendo negativo en Q4 2025.
- › Para Q1 2026 predomina la decisión de mantener la plantilla.
- › No hay señales de crecimiento, en línea con la caída de ventas reales.

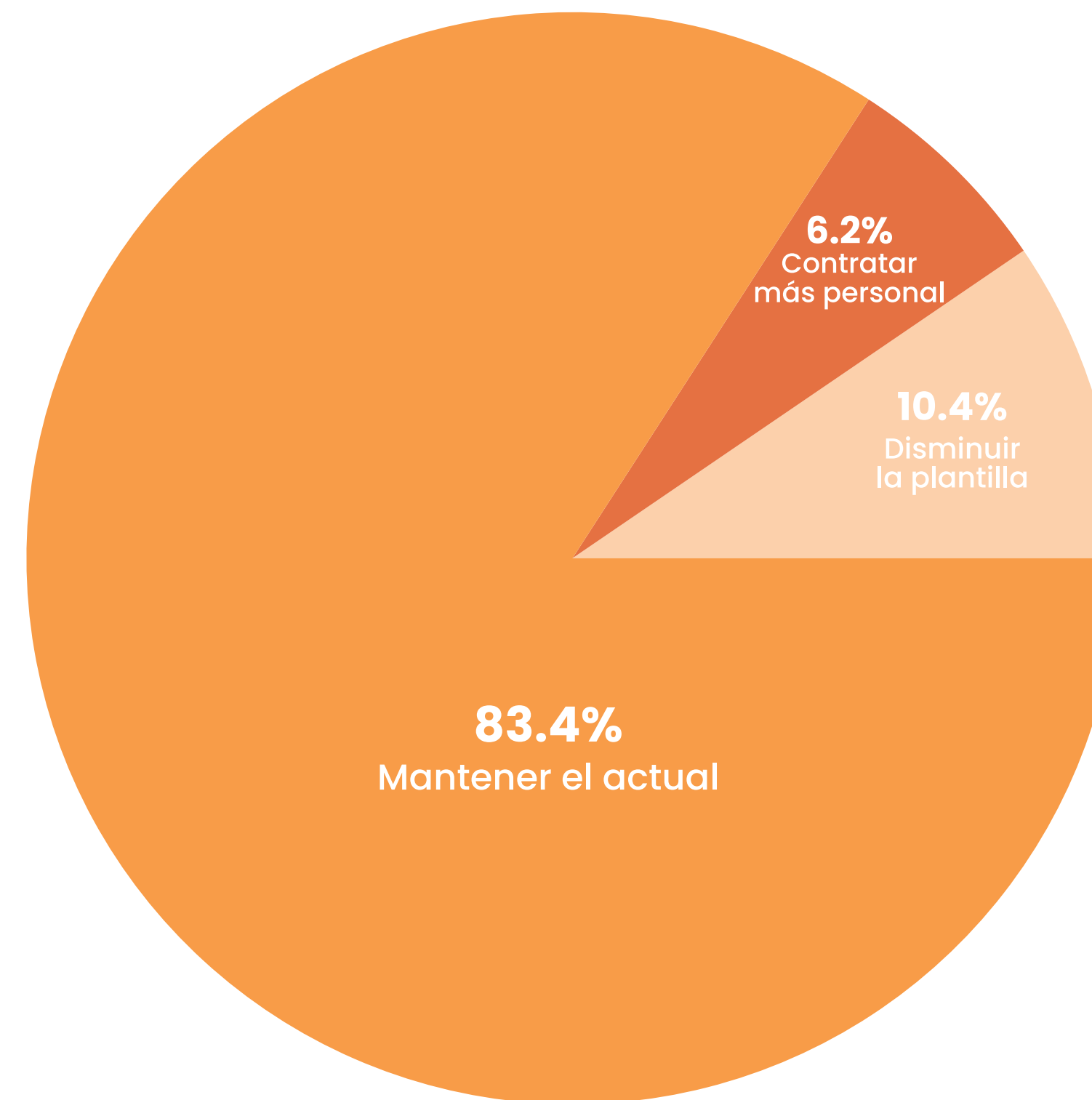
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

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

Expectativas laborales

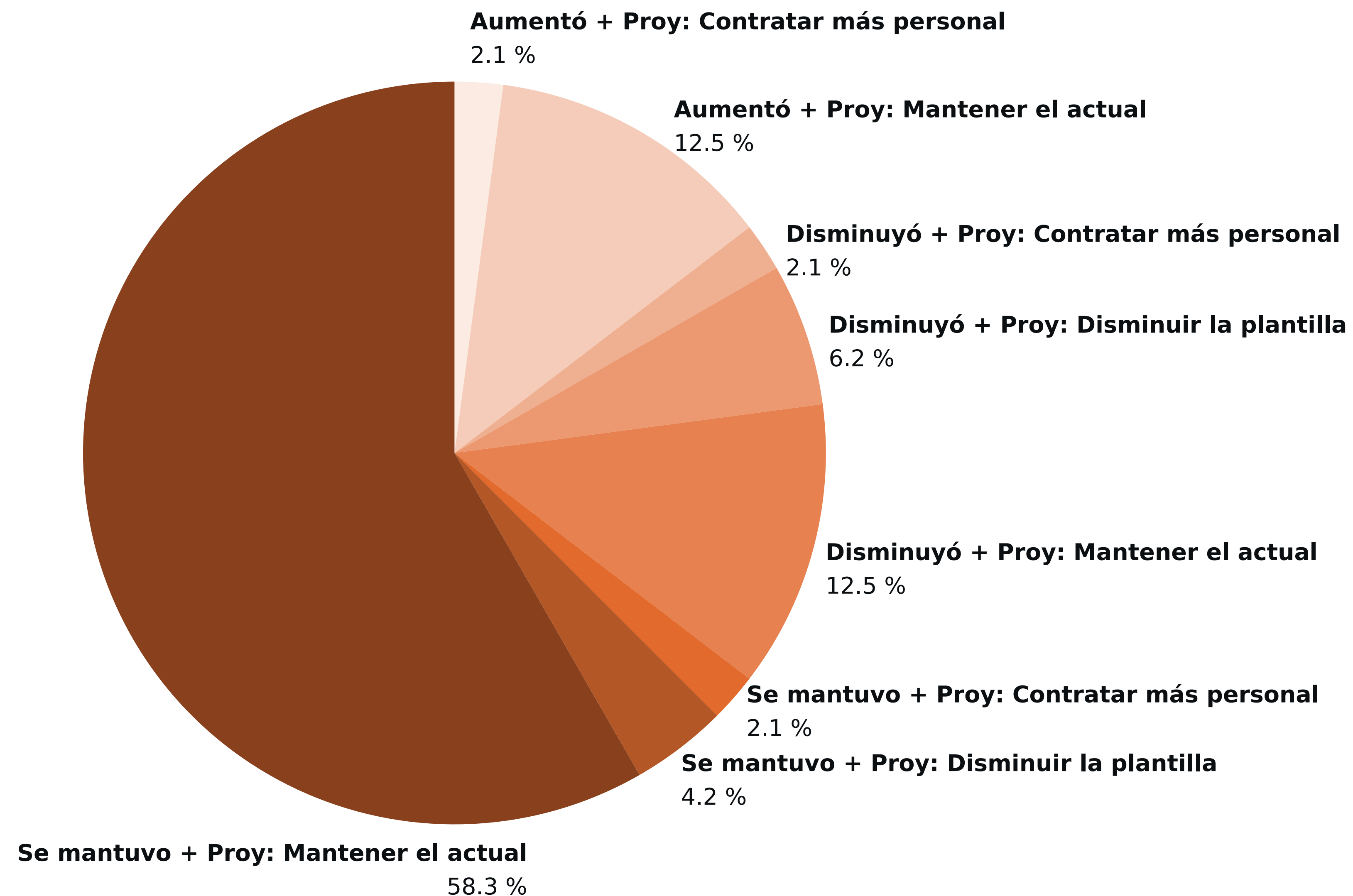


PREGUNTA

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

El balance es negativo. En Q4 2025, 20,8% de las empresas redujo personal contra 14,6% que contrató (saldo neto: -6,2 puntos). Para Q1 2026 predomina la cautela: 83,4% mantendrá la plantilla actual, solo 6,2% prevé contratar y 10,4% planea reducir. El sector sostiene dotaciones sin perspectivas de expansión, comportamiento coherente con el deterioro de ventas reales.

Mix de situación laboral del trimestre y expectativas



COMERCIO **PROBLEMÁTICAS Y DESAFÍOS**

Los problemas del comercio salteño ya no cruzan la frontera: nacen en casa y llegan por la pantalla.

- › Las ventas caen, el consumo se concentra en pocos días del mes y las plataformas de e-commerce capturan demanda creciente.
- › A eso se suman costos crecientes, informalidad persistente y dificultad para retener personal calificado.

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

1. Bajas ventas y falta de circulante

Caída abrupta de ventas, poco efectivo en circulación, consumo concentrado en los primeros días del mes. Una empresa resume: "Del 10 al 13 se trabaja bien y luego el consumo cae sistemáticamente". Coherente con el contexto macroeconómico analizado: economía creciendo 2,1%, salario real con mejora modesta de 2,26% y consumidor priorizando lo esencial.

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

2. Competencia digital y TEMU

Plataformas online, comercio electrónico, ventas por internet. Mencionan explícitamente TEMU, Shein y redes sociales. Una empresa lo sintetiza: "competencia desleal de plataformas digitales como Temu, que operan con menores costos, sin carga impositiva y con envíos gratuitos". Los datos respaldan esta percepción: las compras en el exterior rompieron récord en 2025 con 1,78 millones de paquetes entre enero y noviembre, un aumento del 87,2% interanual (Ámbito). El mercado doméstico pierde por mes unos USD 15 millones según la Cámara de Comercio (Infobae).

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

3. Informalidad y competencia desleal

Contrabando, comercio ilegal, venta informal en redes sociales, incumplimiento de normativas.

4. Costos y rentabilidad

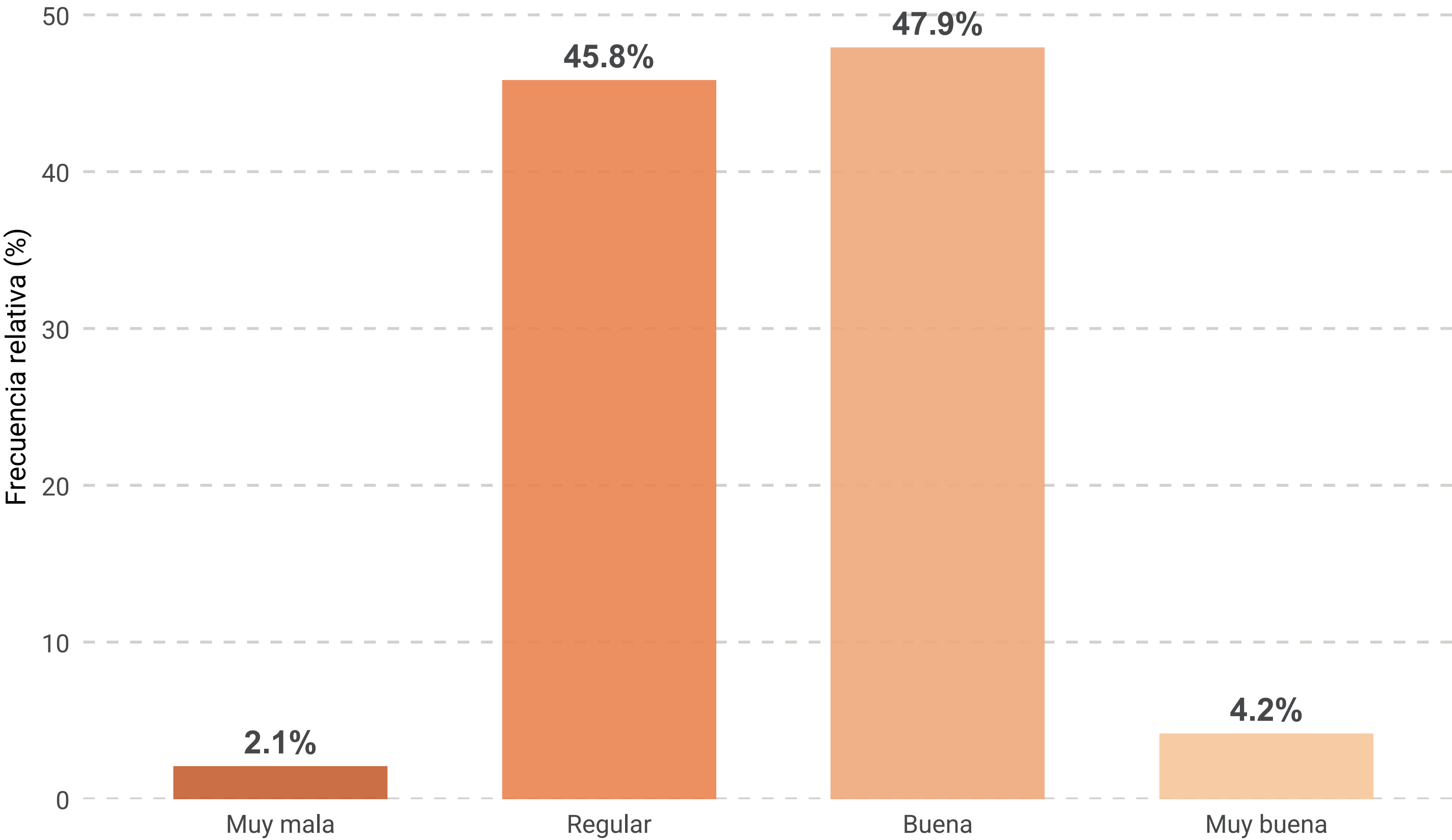
Márgenes comprimidos, costos de tarjetas, intereses financieros, gastos operativos crecientes. Consistente con el dato del sondeo: 81.2% de empresas reportó aumento de costos en Q4 2025.

5. Recursos humanos

Dificultad para conseguir personal calificado y estable.

Evaluación general del negocio en el presente trimestre.

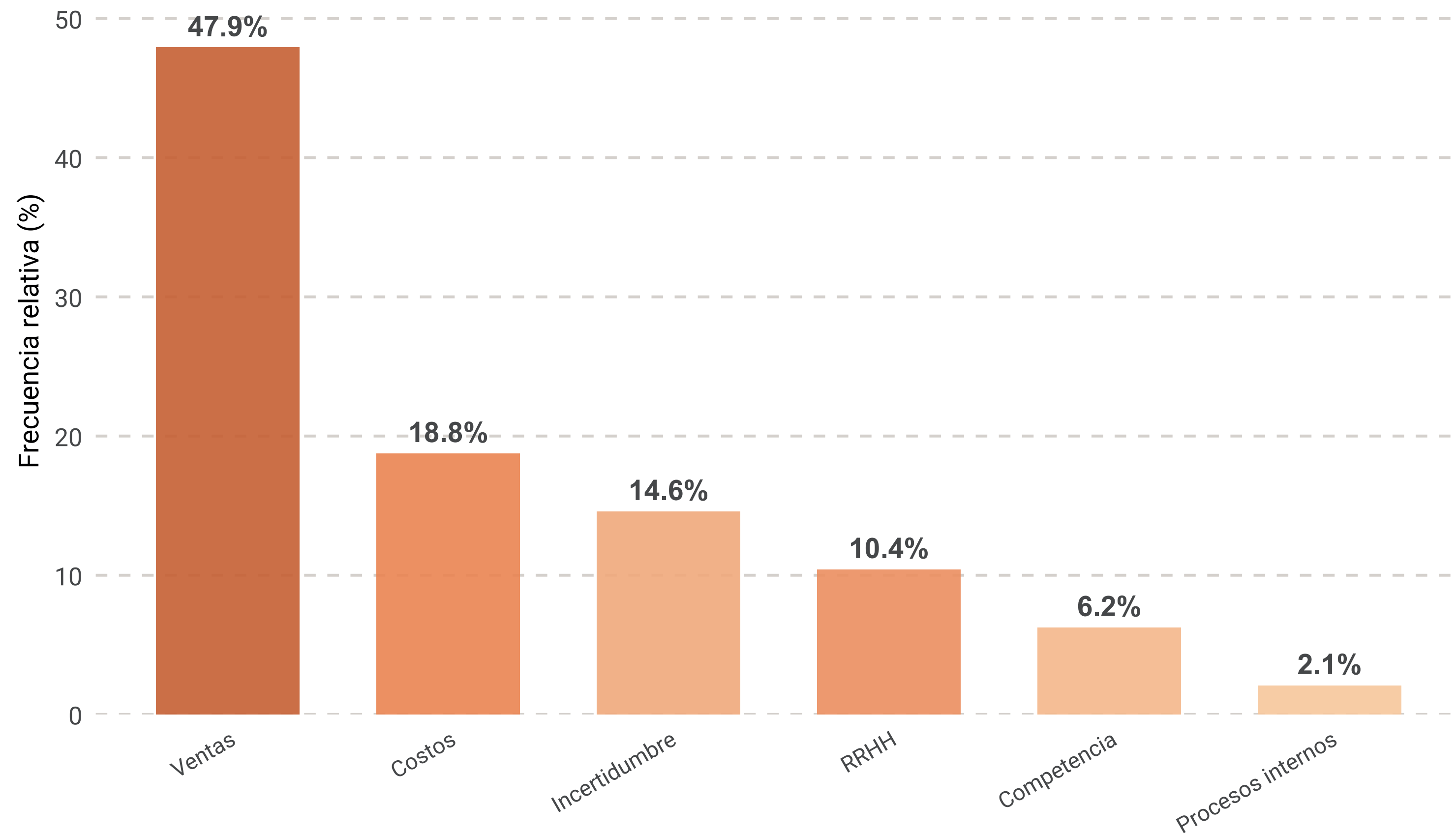
PREGUNTA ¿Cómo evalúa la situación general de su negocio en este momento?



Fuente: Sondeo Q4 2025 — Cámara Empresarial de Salto

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

Próximos desafíos para el comercio



El 2026 presenta desafíos y oportunidades. ¿En dónde estarían las claves para impulsar al sector comercial y de servicios?

Los empresarios salteños identifican cinco ejes para **destrabar el crecimiento en 2026**.

El más recurrente es la reducción de costos operativos e impositivos — BPS, IMESI, tarjetas, alquileres — que comprimen márgenes en un contexto de ventas débiles.

En segundo lugar, la revitalización del centro de Salto: iluminación, limpieza, seguridad y estacionamiento aparecen como condiciones básicas para recuperar el flujo de público.

Tercero, el combate a la informalidad y la competencia desleal, tanto física como digital — las plataformas internacionales y la venta por redes sociales sin regulación erosionan al comercio formal.

Cuarto, la apuesta por el turismo y la infraestructura termal como motor de actividad, con énfasis en la zona de Daymán.

Quinto, la digitalización como herramienta de supervivencia: redes sociales, e-commerce y estrategias de comunicación online ya no son opcionales.

El mensaje de fondo es consistente: el sector no pide subsidios sino condiciones de competencia parejas, una ciudad más atractiva y costos que permitan operar con márgenes viables

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”, “Carne” y “Alimentos y limpieza”.

El subsector cerró el año sin retrocesos.

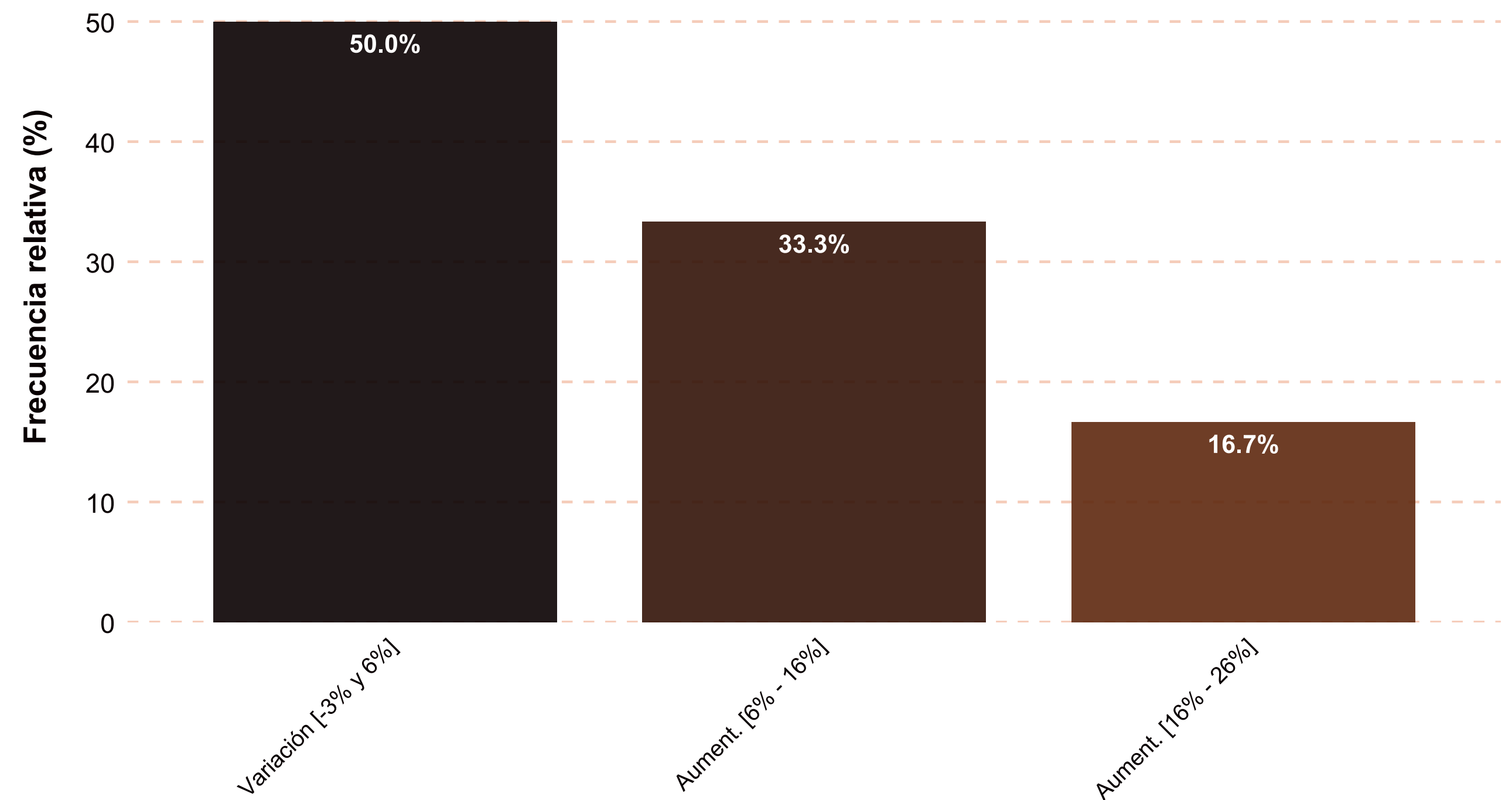
- › Ninguna empresa registró caídas en Q4 2025.
- › Las que aumentarán inversión proyectan crecimiento.
- › Empleo sin cambios: el 100% mantendrá su plantilla actual.

Ventas reales Q4 2024 – Q3 2025

DISTRIBUIDORAS

La evolución es positiva. En Q3 el 45% de las distribuidoras declaraba caídas reales en ventas; en Q4 eso desaparece por completo. La mitad se ubica en la franja de estabilidad (-3% a 6%) y la otra mitad muestra aumentos, incluyendo un 16,7% con crecimiento fuerte (16-26%). El canal distribuidor cerró el año sin retrocesos, aunque conviene leer los porcentajes como tendencia más que como dato duro.

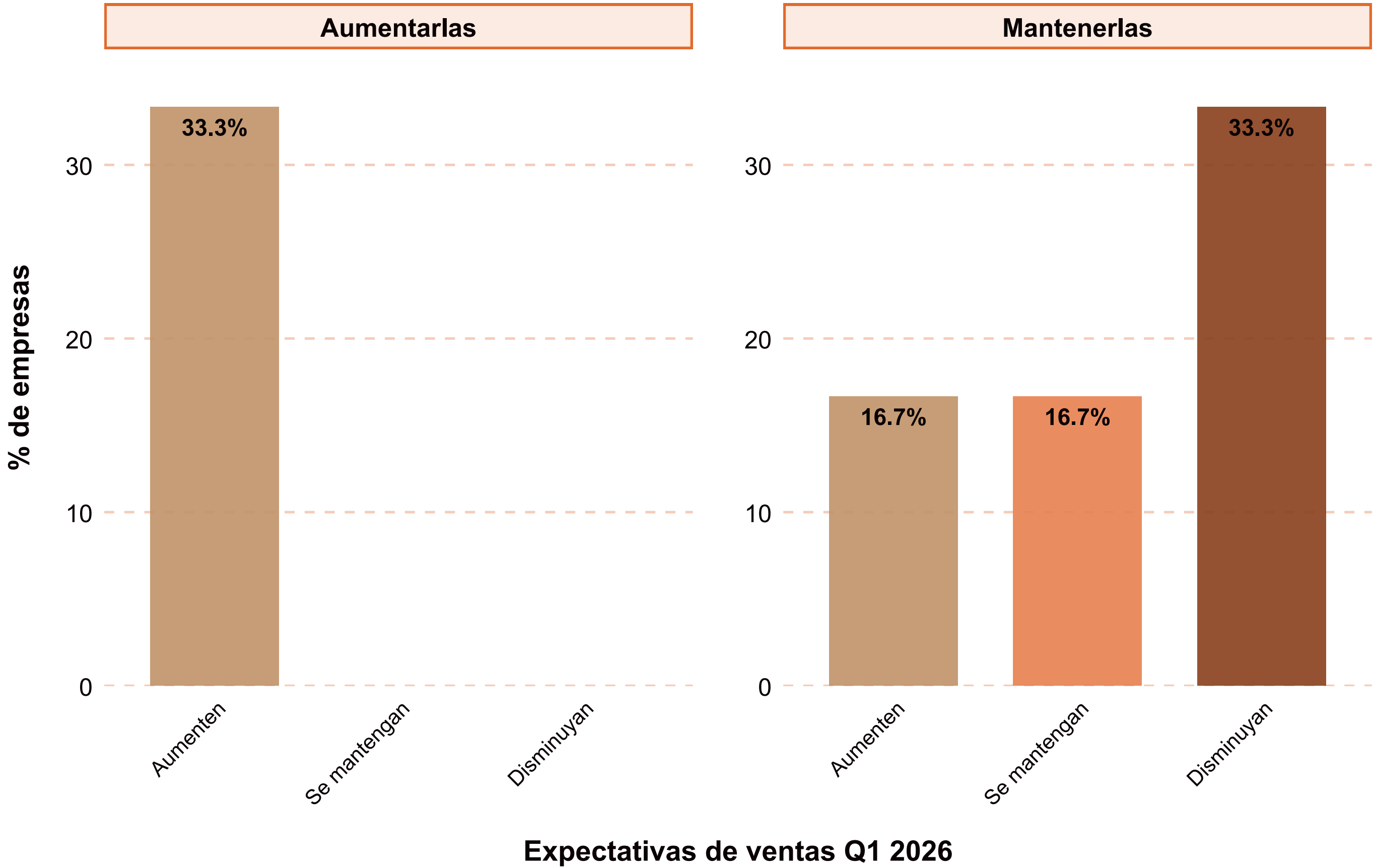
PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del cuarto trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



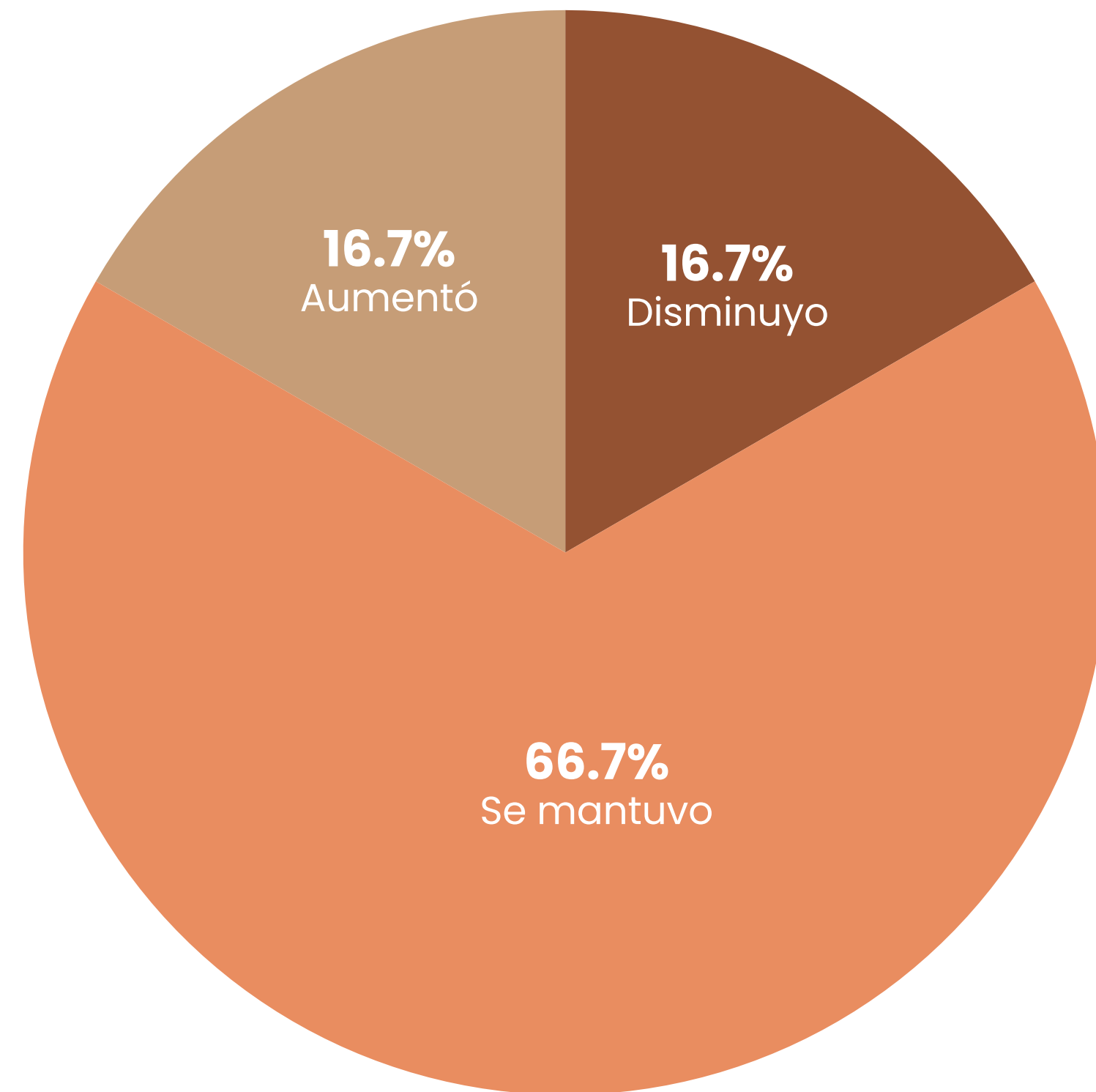
Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

DISTRIBUIDORAS

Las que apuestan fuerte ven oportunidad, mientras que las más conservadoras en inversión anticipan un trimestre complicado. Interesante que ninguna planea reducir inversión, lo cual sugiere que incluso las pesimistas en ventas no ven necesidad de replegar recursos.



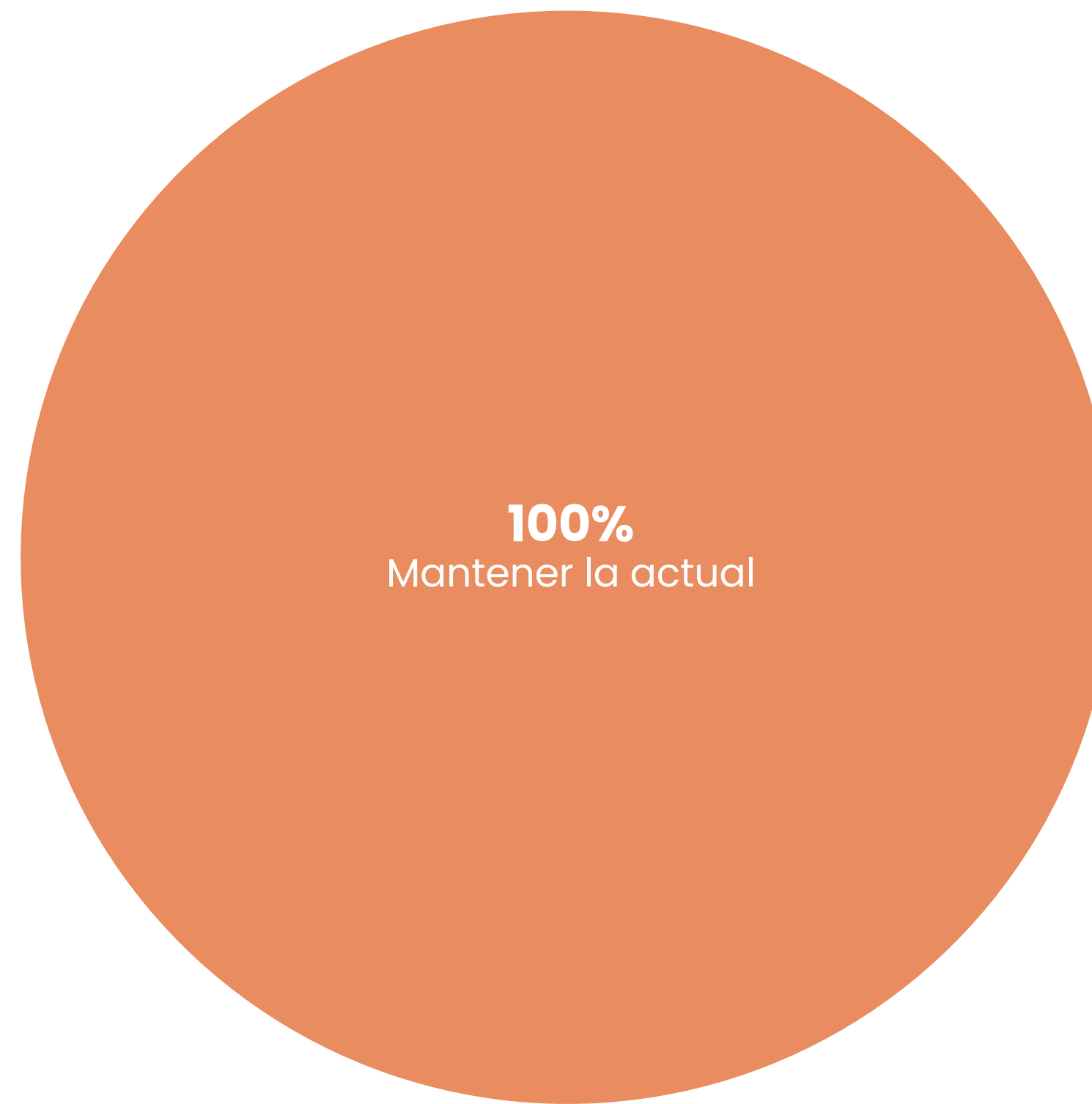
Situación laboral del trimestre



PREGUNTA

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

Expectativas laborales



PREGUNTA

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

Empleo estable y sin cambios a la vista. En Q4 el balance neto fue cero (los aumentos y disminuciones se compensan) y para Q1 2026 el 100% espera mantener su plantilla. Las distribuidoras absorben las variaciones de demanda con la estructura que ya tienen.

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.

El subsector más golpeado, con señales divididas.

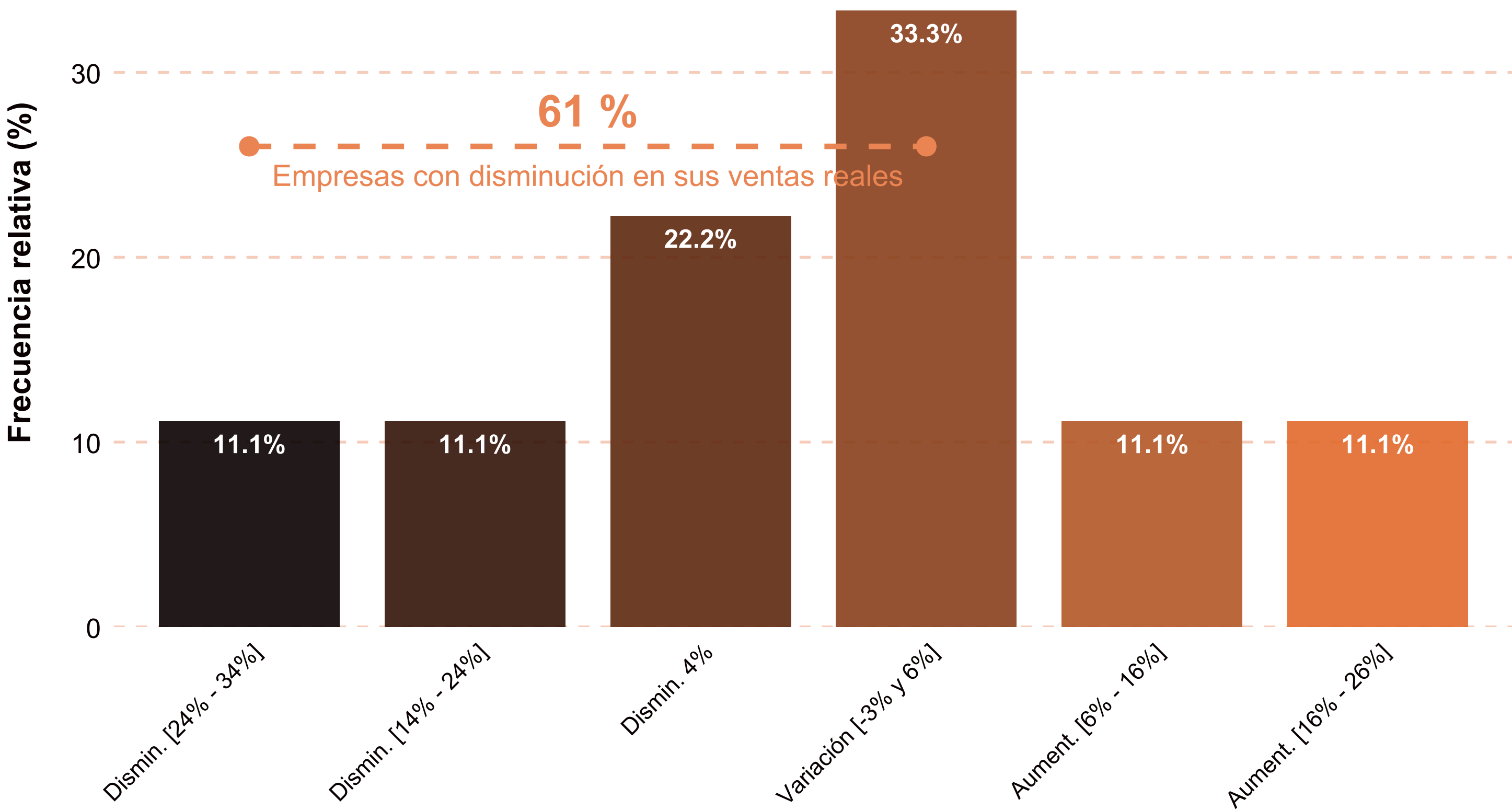
- › 6 de cada 10 empresas registran caídas en ventas.
- › El sector se polariza: un tercio apuesta a crecer invirtiendo más, pero 1 de cada 5 ya recorta.
- › Empleo negativo en Q4, con tendencia a estabilizarse en Q1 2026.

Ventas reales
Q4 2024 – Q4 2025

MOVILIDAD

e deterioró de Q3 a Q4, pero menos de lo que había dicho: pasó de 54% a 61% con caídas. Sigue siendo el subsector más complicado, aunque la diferencia entre trimestres es más moderada.

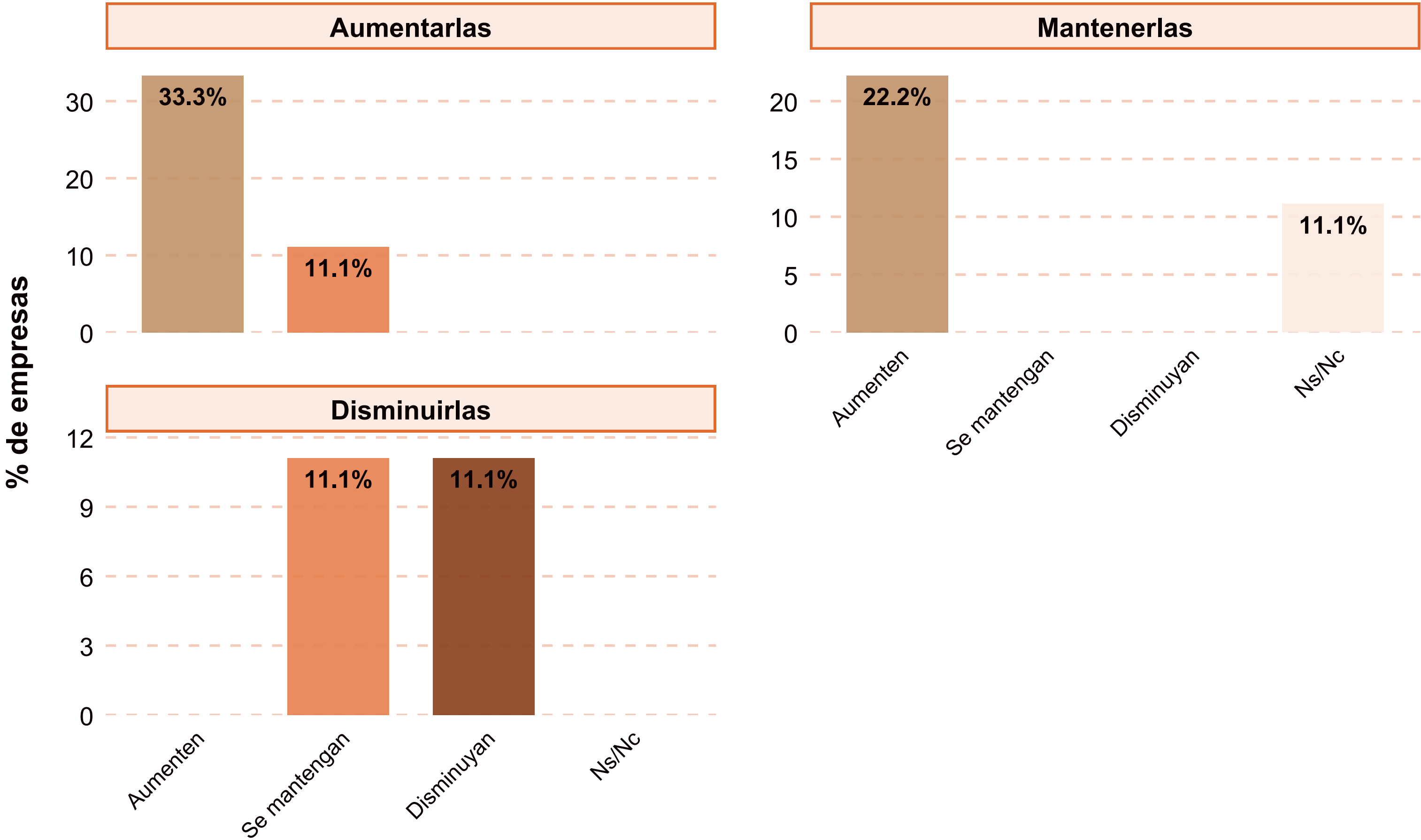
PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del cuarto trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

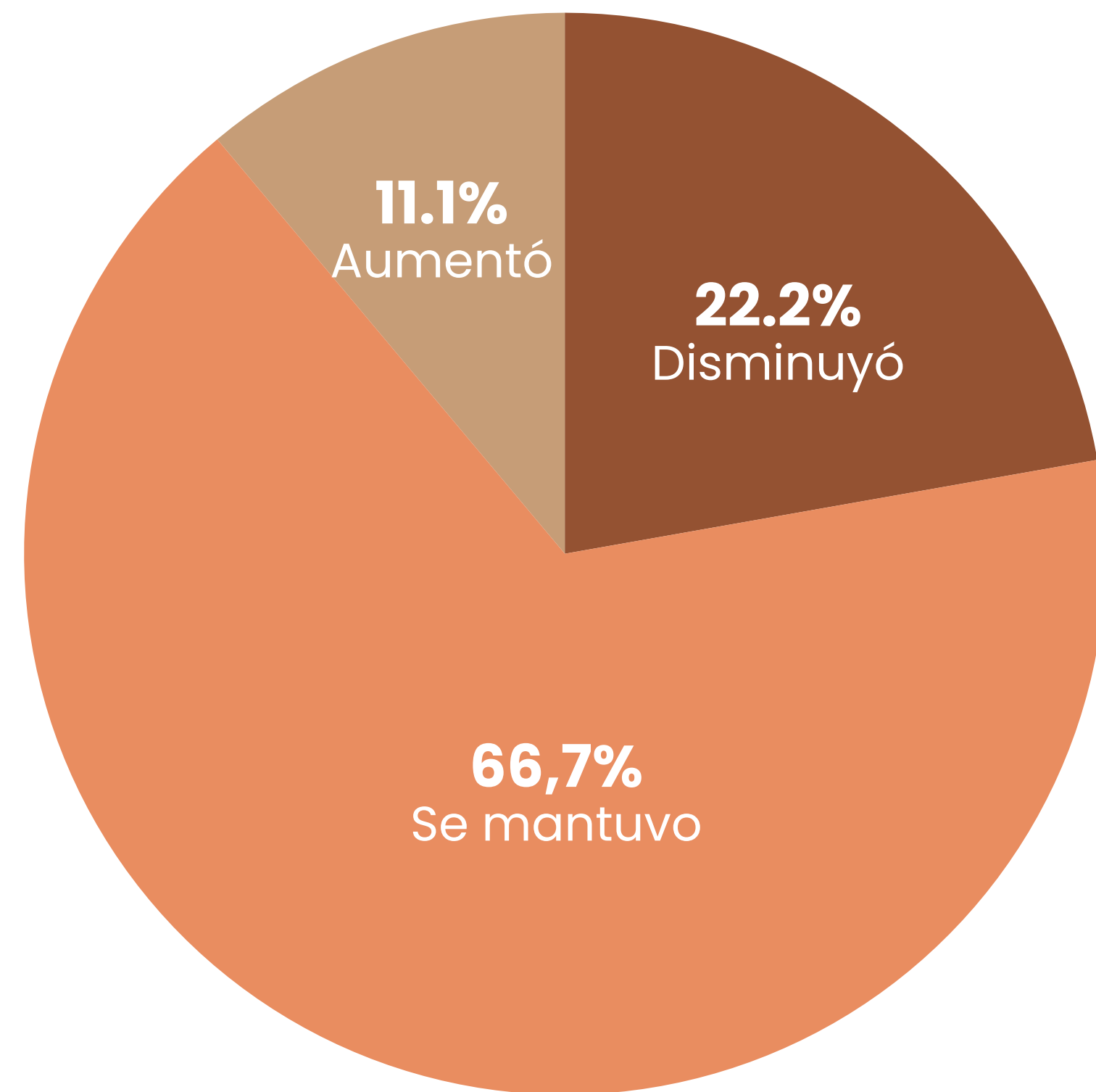
MOVILIDAD

Con 61% de caídas en Q4, el sector muestra señales mixtas. Un tercio planea aumentar inversión y espera más ventas, pero a diferencia de distribuidoras aparece un 22% que va a recortar inversión. Es un sector que se polariza: algunos apuestan a la recuperación, otros ya toman medidas defensivas.



Expectativas de ventas Q1 2026

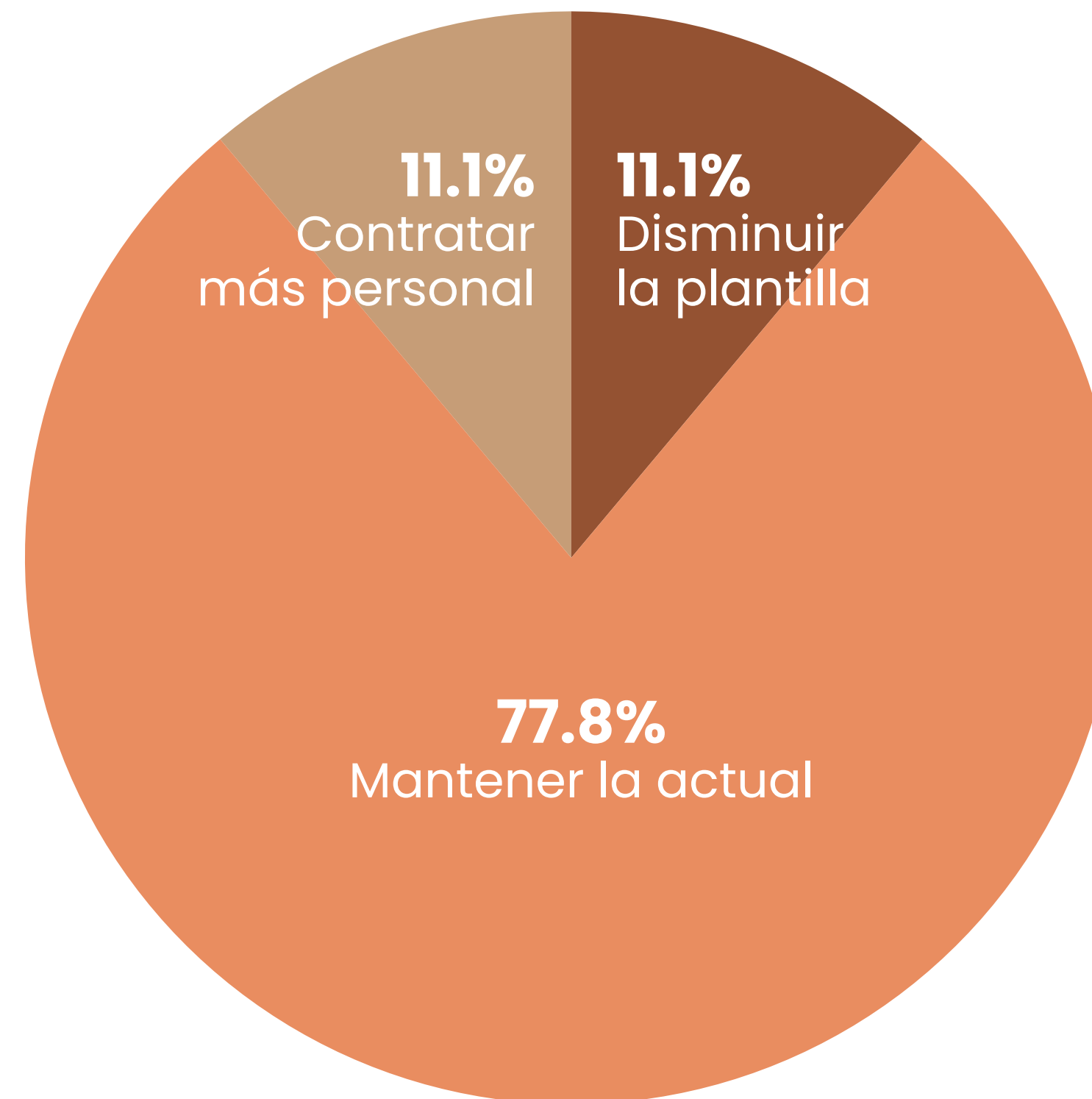
Situación laboral del trimestre



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.?

En Q4 el empleo tuvo balance negativo (-11.1 pp): más empresas redujeron personal que las que contrataron. Para Q1 2026 se estabiliza con balance neutro, aunque a diferencia de distribuidoras sigue habiendo movimiento en ambas direcciones (11% planea contratar, 11% reducir).

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**

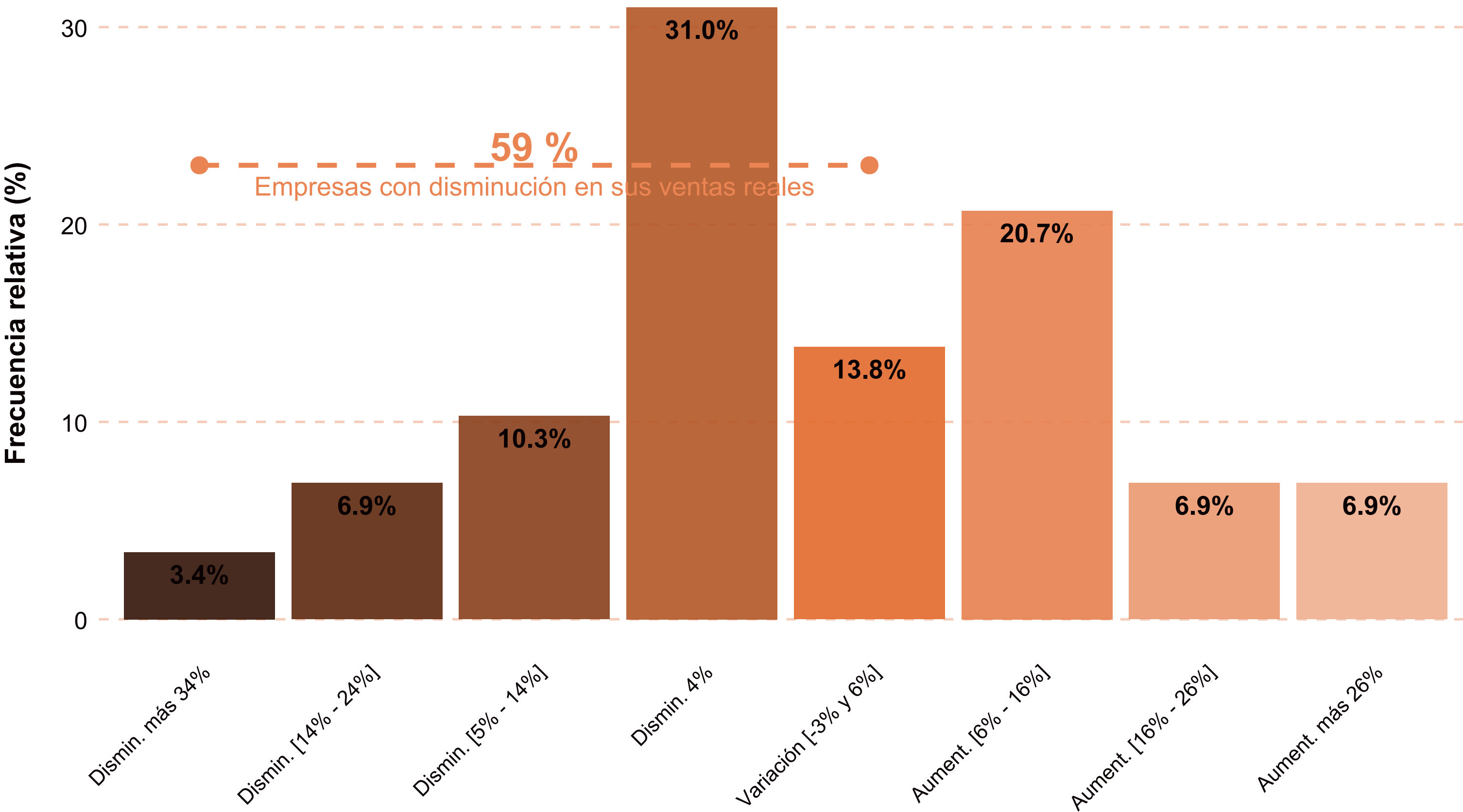
Presente difícil, expectativas favorables.

- › 6 de cada 10 empresas con caídas en ventas.
- › Más de la mitad proyecta crecimiento para Q1 2026.
- › El sector resiste mejor que el comercio, aunque la recuperación no se consolida.

Ventas reales
Q4 2024 – Q4 2025

59% de empresas con caídas en Q4 2025. La serie del año muestra volatilidad: 70% (Q1), 52% (Q2), 70% (Q3), 59% (Q4). El cuarto trimestre marca una mejora relativa, pero el deterioro sigue siendo elevado. Mejor desempeño que comercio (63%), aunque lejos de una recuperación.

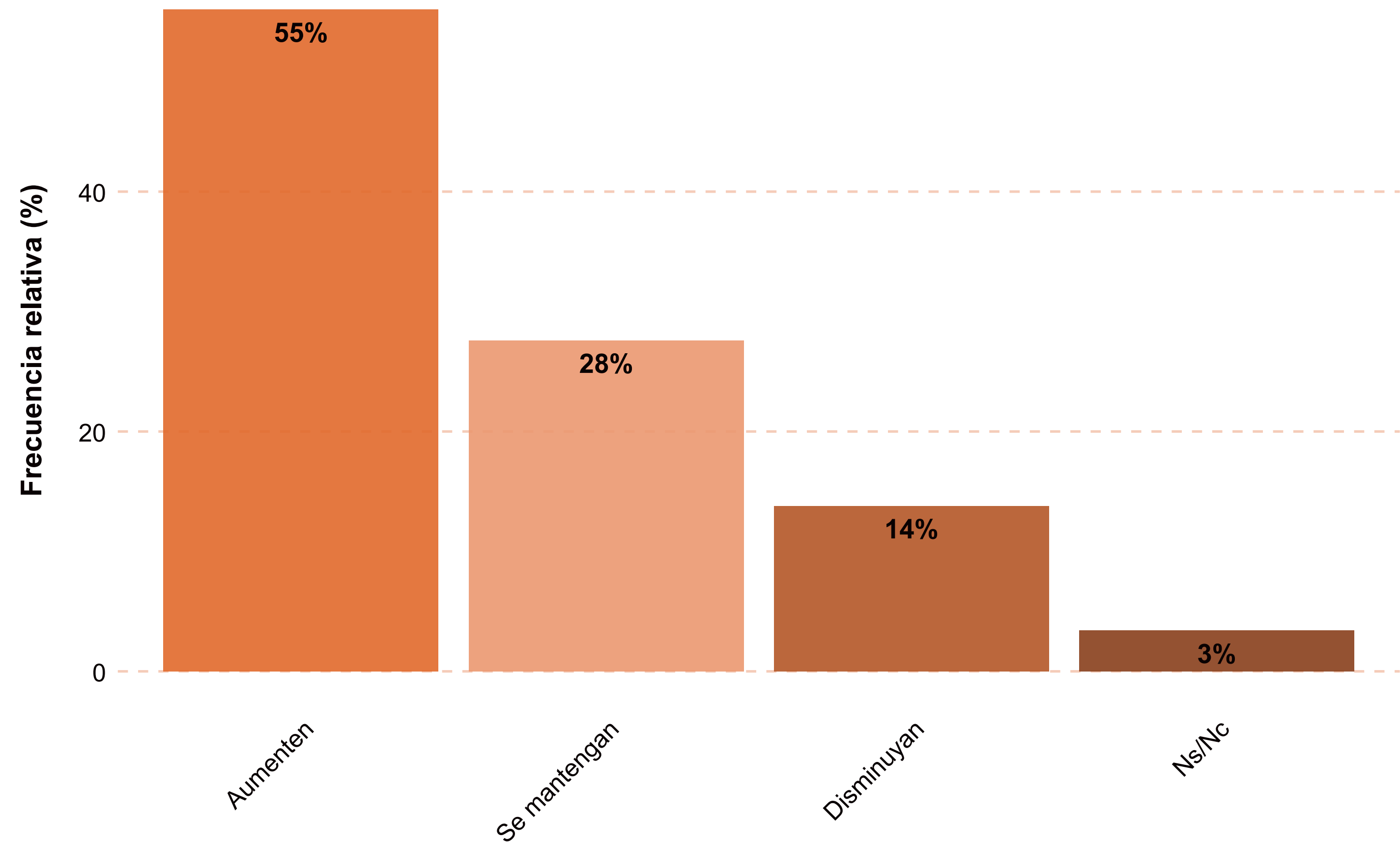
PREGUNTA ¿Cómo resultaron las ventas del cuarto trimestre de 2025 respecto a igual período de 2024?



Expectativas de ventas

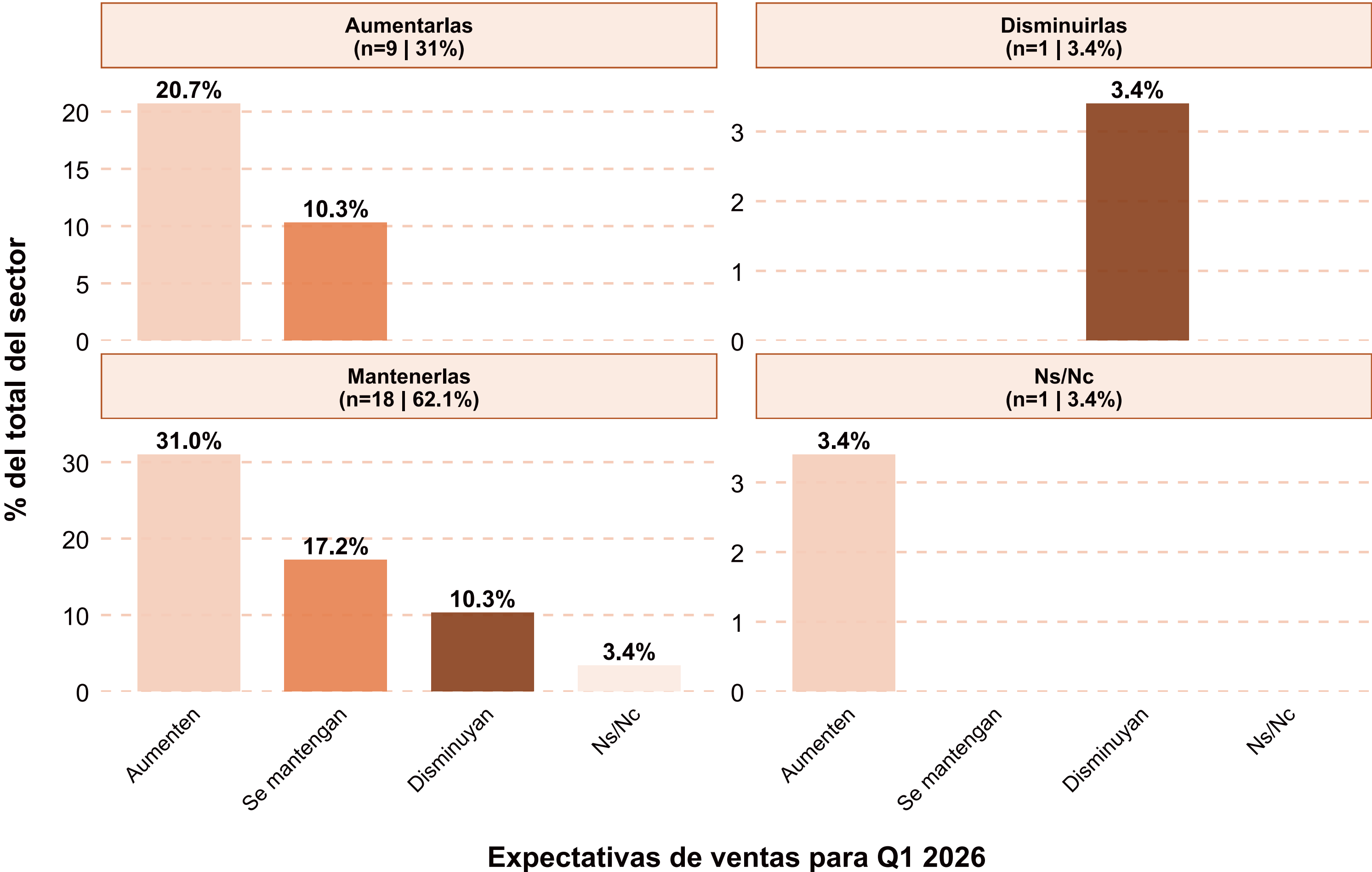
Servicios muestra optimismo claro: más de la mitad (55%) espera aumentos en ventas para Q1 2026, y solo 14% anticipa caídas. Es un balance neto positivo de 41 puntos, bastante más favorable que lo que vimos en los subsectores de comercio.

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



Expectativa de ventas según expectativas de inversiones

Coherencia clara: quienes aumentan inversión (31%) son optimistas, quienes la mantienen (62%) también se inclinan al crecimiento, y solo una empresa planea reducir. A diferencia de movilidad, en servicios prácticamente no hay repliegue.

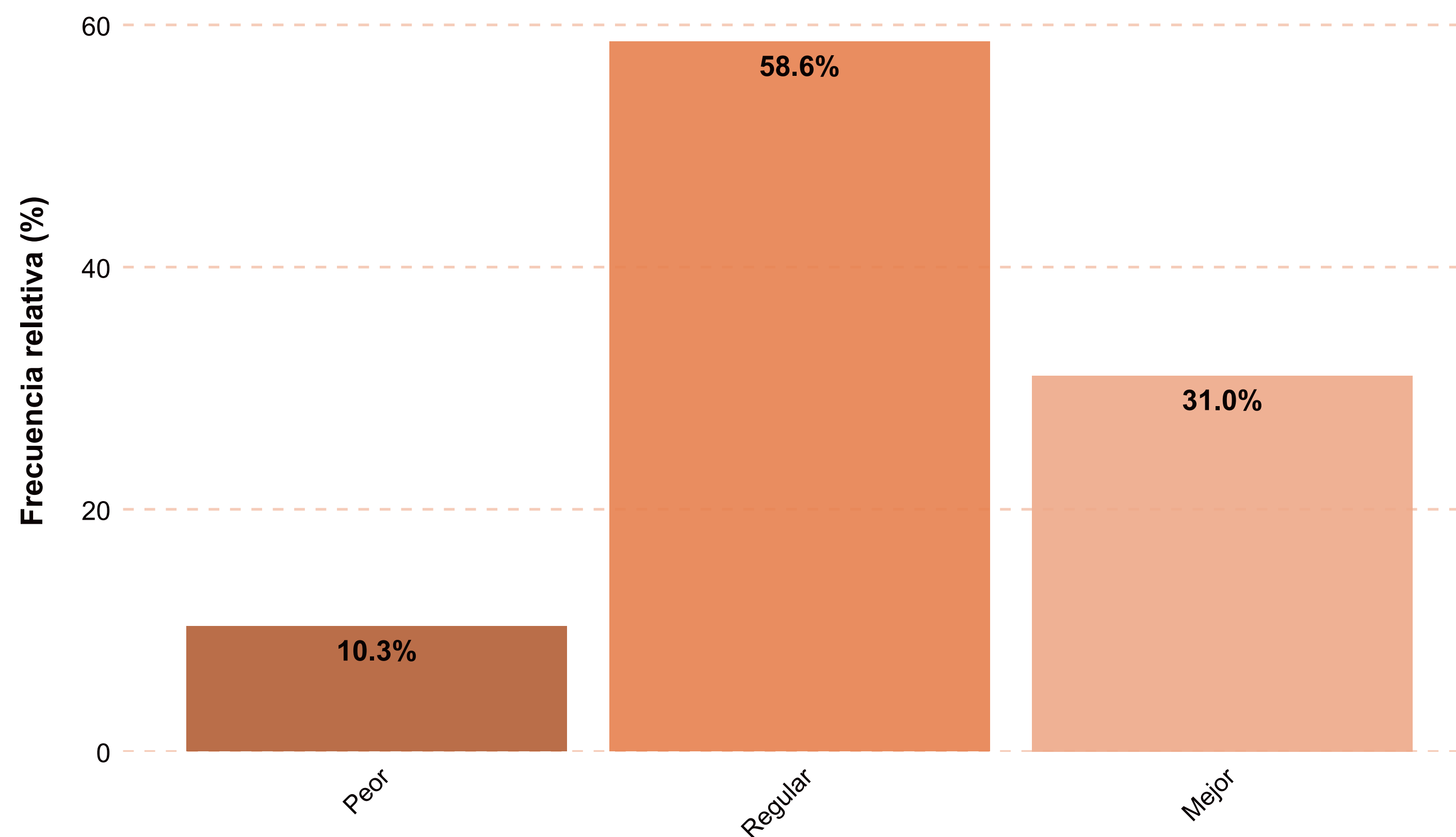


Nota: Porcentajes sobre el total del sector Servicio (n=29)

Expectativas de rentabilidad próximo trimestre

El sector muestra un sesgo moderadamente optimista: cerca de 6 de cada 10 empresas esperan estabilidad, mientras quienes anticipan mejoras triplican a quienes prevén deterioro (31% vs 10,3%), dejando un balance neto positivo de 21 puntos.

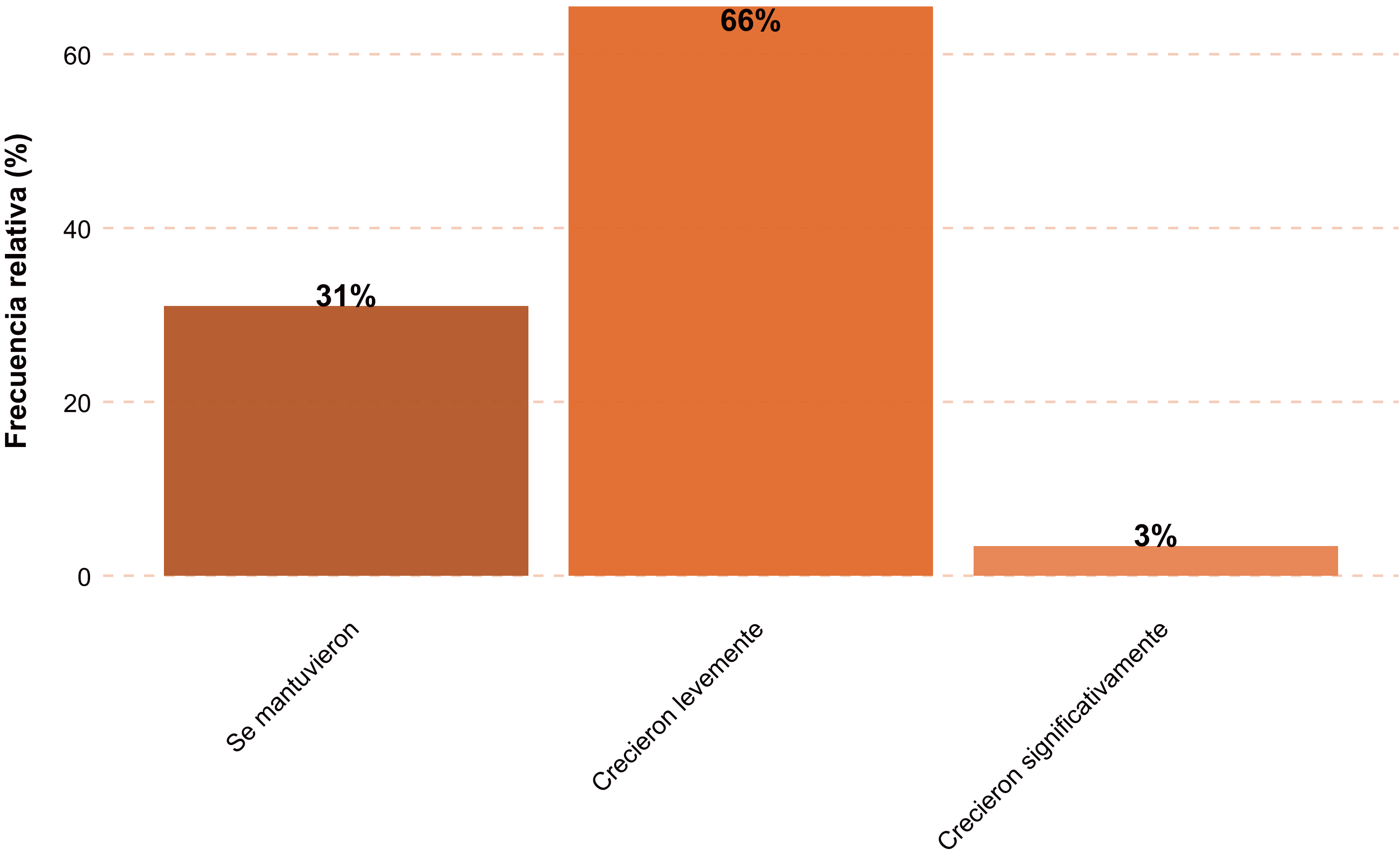
PREGUNTA ¿Cuáles son sus expectativas de rentabilidad para el próximo trimestre, respecto a igual período de 2024?



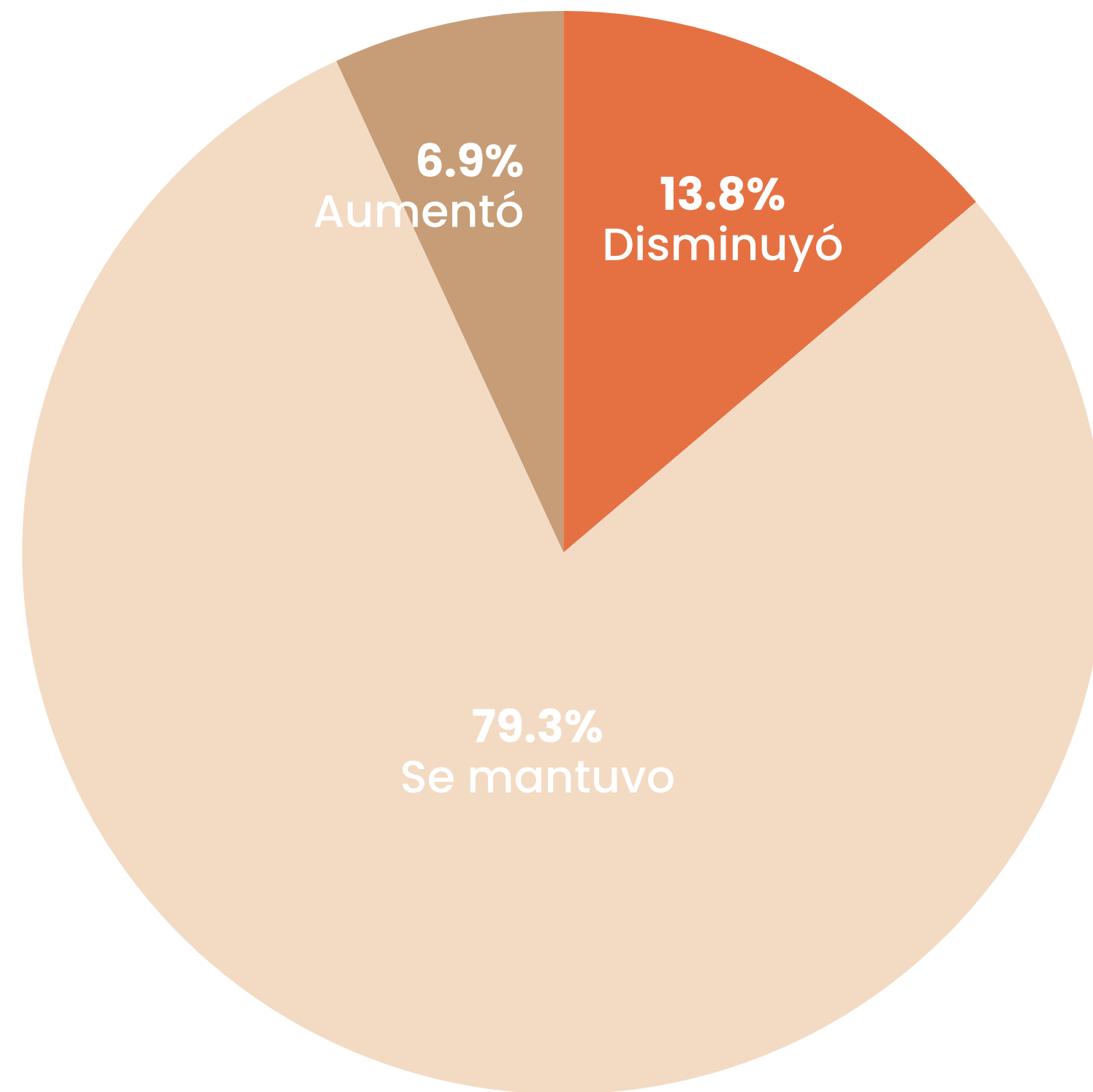
Impacto de los costos en el trimestre

Cerca de 7 de cada 10 empresas siguen percibiendo aumentos leves, pero la tendencia general apunta a un alivio gradual en la estructura de costos del sector.

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



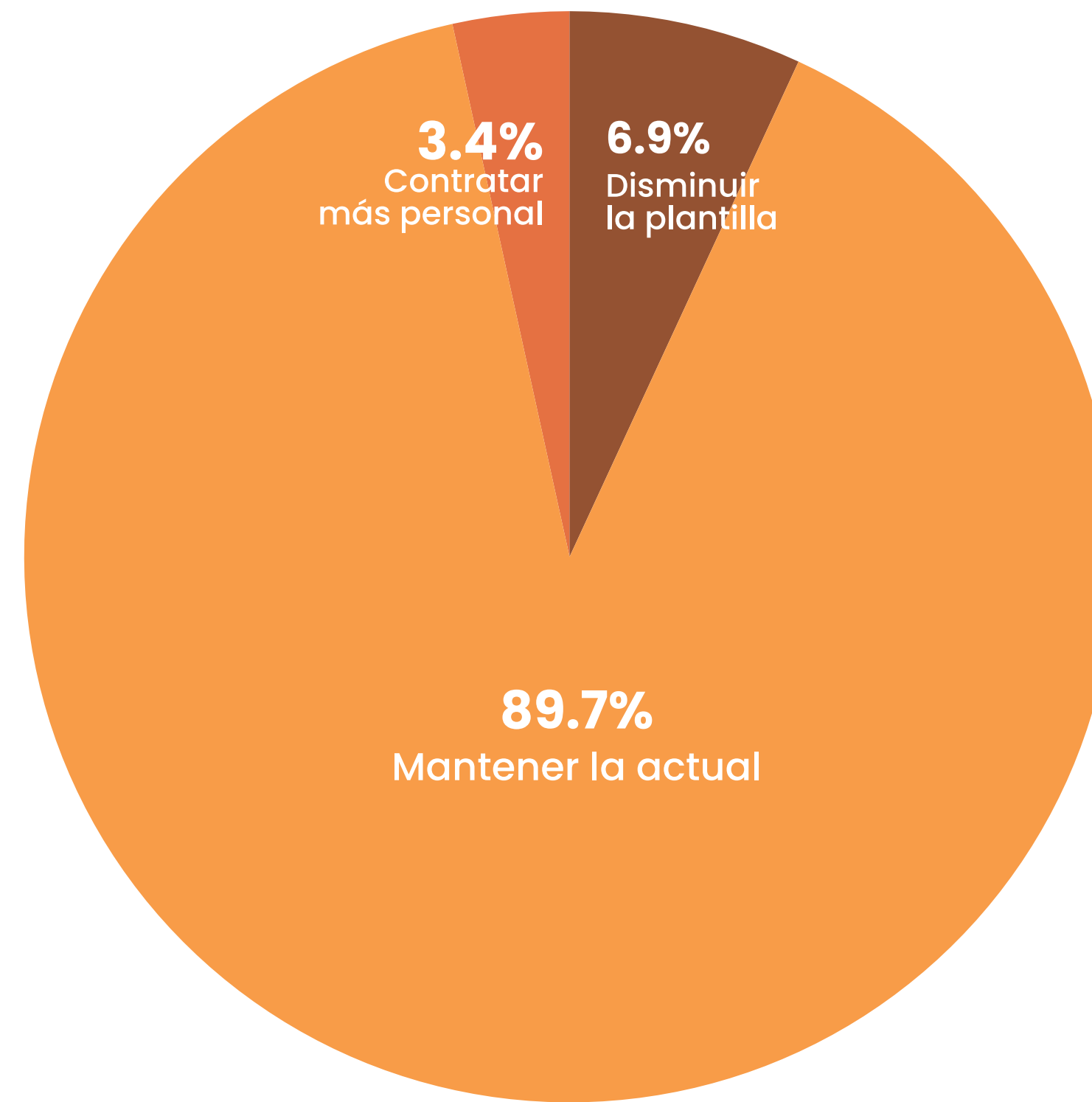
Situación laboral del trimestre



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.?

El balance es negativo pero más contenido que en comercio. En Q4 2025, 13,8% redujo personal vs 6,9% que contrató (saldo: -6,9 pp). Para Q1 2026, cautela aún mayor: 89,7% mantendrá plantilla, solo 3,4% prevé contratar y 6,9% planea reducir. El sector preserva dotaciones sin expectativas de crecimiento.

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

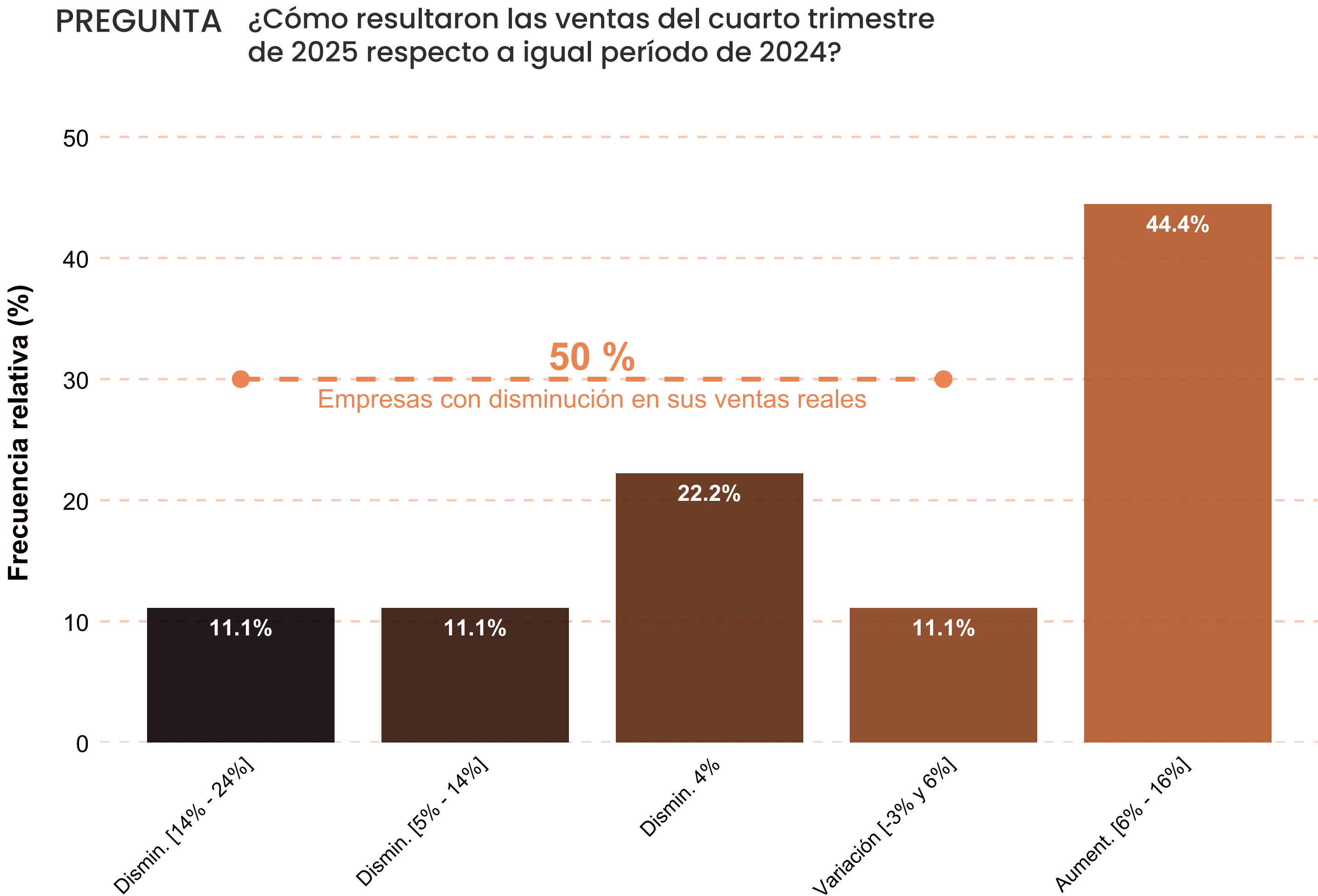
Dentro del grupo turismo, se incluye a aquellas empresas dedicadas a la “Hotelería”, “Bungalows” y similares.

Hotelería: sector partido en dos, con optimismo inversor pero sin creación de empleo.

- › Mitad con caídas, mitad con crecimiento fuerte.
- › Las expectativas de ventas son positivas en todos los perfiles de inversión, pero la plantilla no acompaña: nadie prevé contratar.

Ventas reales
Q4 2024 – Q4 2025
HOTELERÍA Y BUNGALOWS

Sector polarizado: la mitad de las empresas registra caídas, pero el grupo más numeroso (44,4%) se ubica en el tramo de mayor crecimiento (6%-16%). Hay ganadores y perdedores claramente diferenciados.

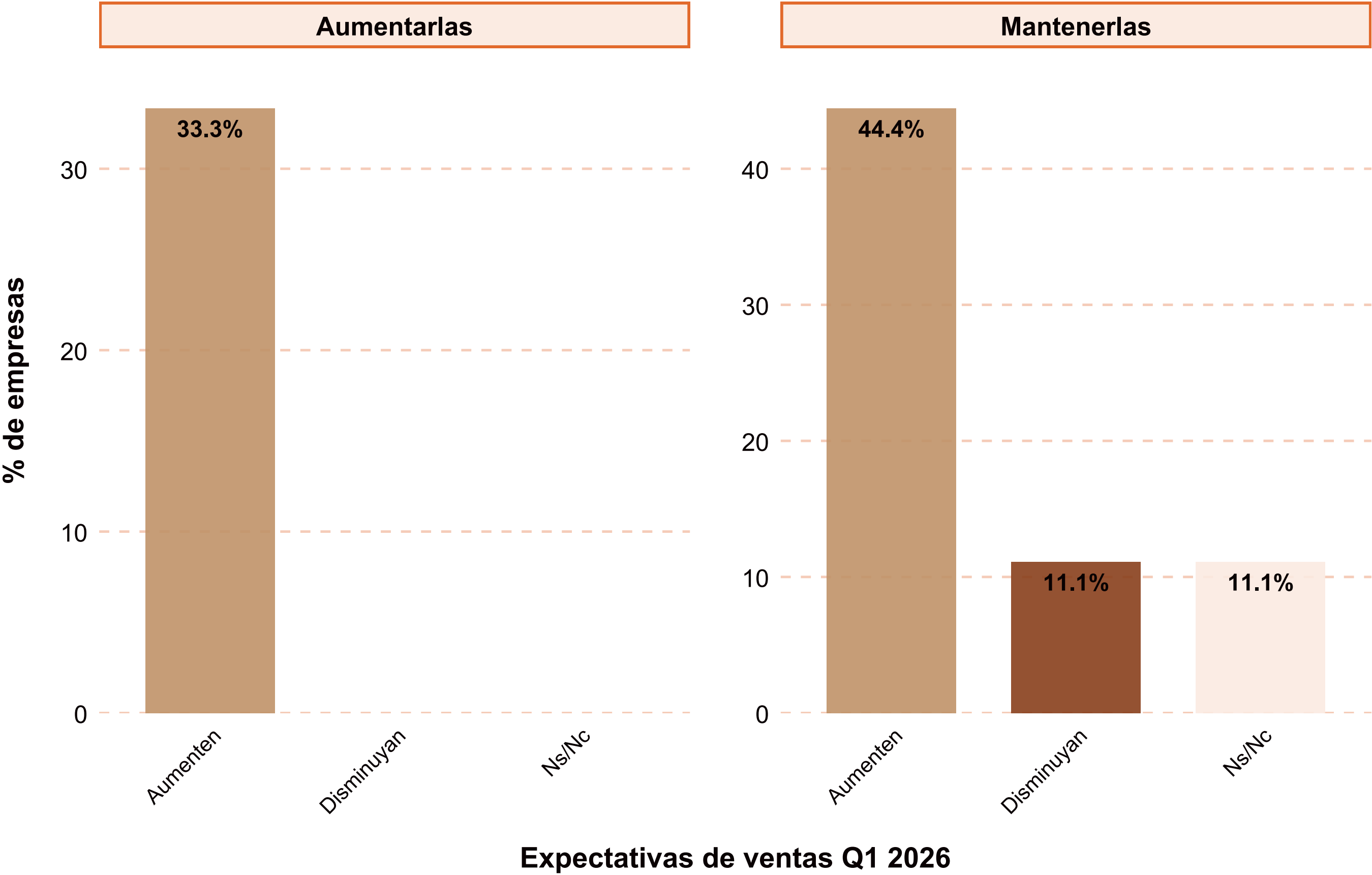


Expectativas de ventas según inversión para el próximo trimestre

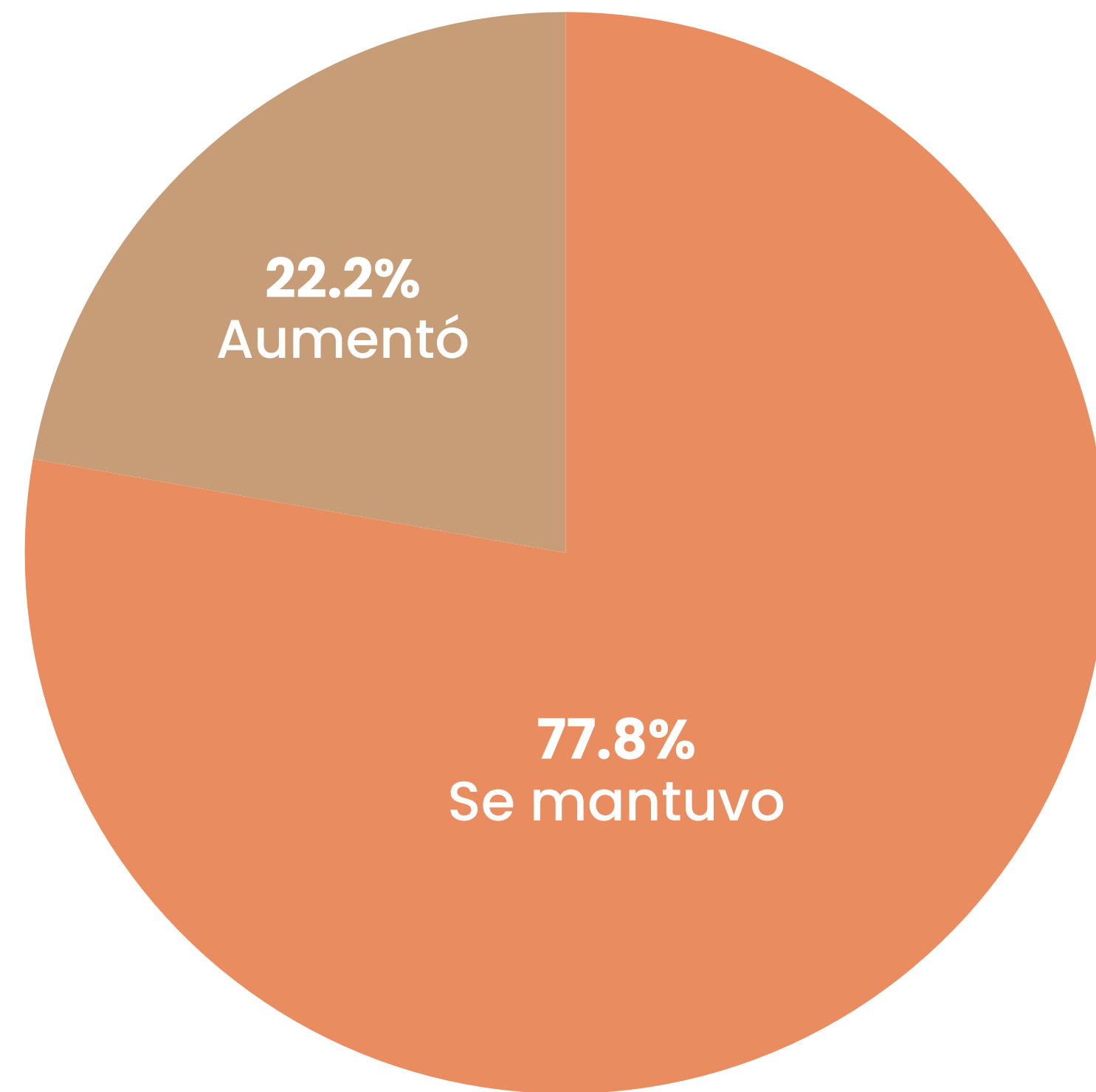
HOTELERÍA Y BUNGALOWS

Independientemente de si planean aumentar o mantener su inversión, la amplia mayoría de las empresas turísticas proyecta crecimiento en ventas. Ninguna de las que aumentarán inversión prevé caídas, mientras que solo 1 de cada 9 de las que la mantendrán anticipa una disminución.

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



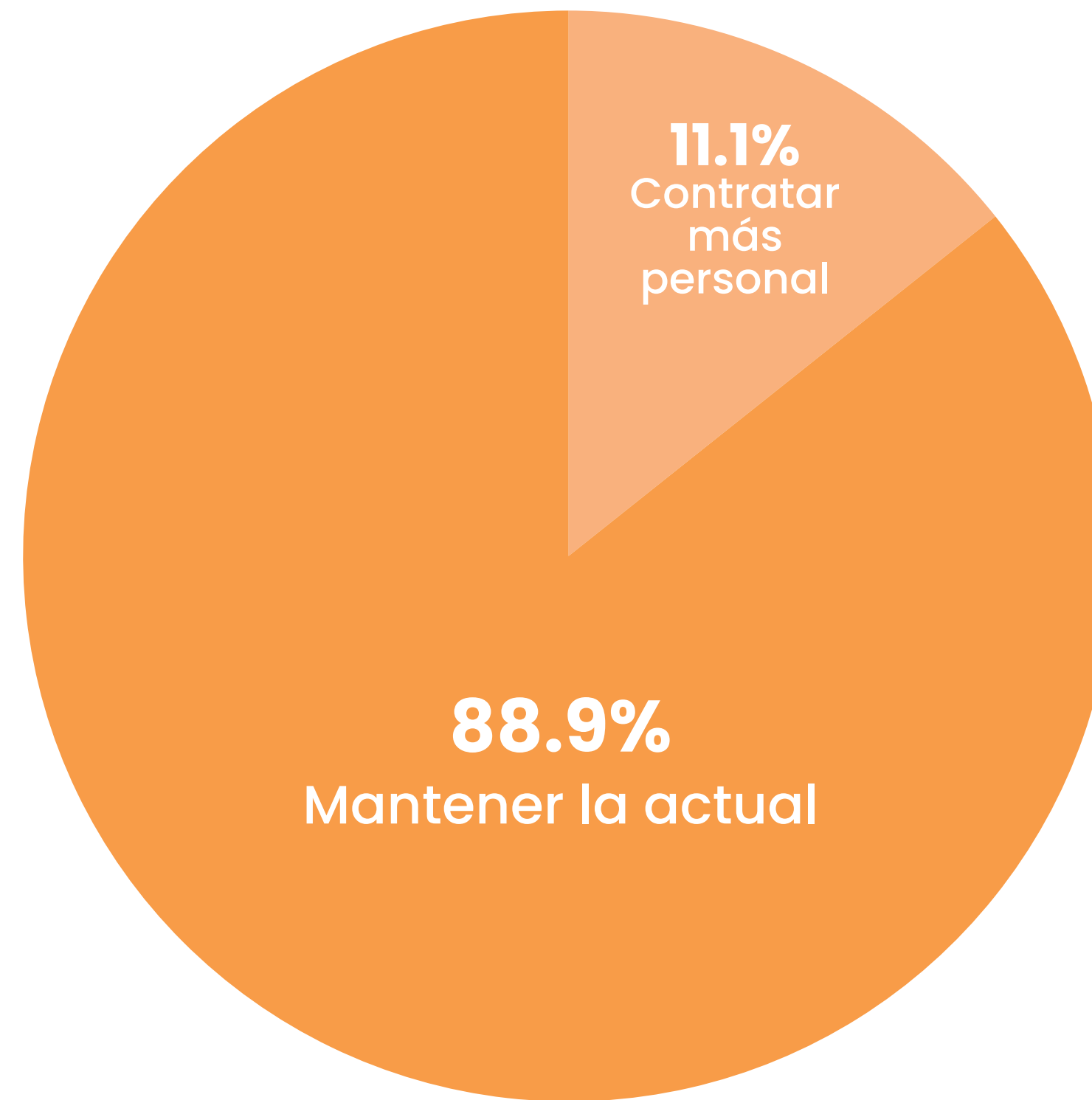
Situación laboral del trimestre



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.?

Ninguna empresa turística aumentó ni prevé aumentar su plantilla. En Q4 2025, cerca de 2 de cada 9 redujeron personal (balance de -22,2 pp), pero la expectativa para Q1 2026 mejora: solo 1 de cada 9 anticipa nuevos recortes, con casi 9 de cada 10 proyectando estabilidad.

GASTRONOMÍA

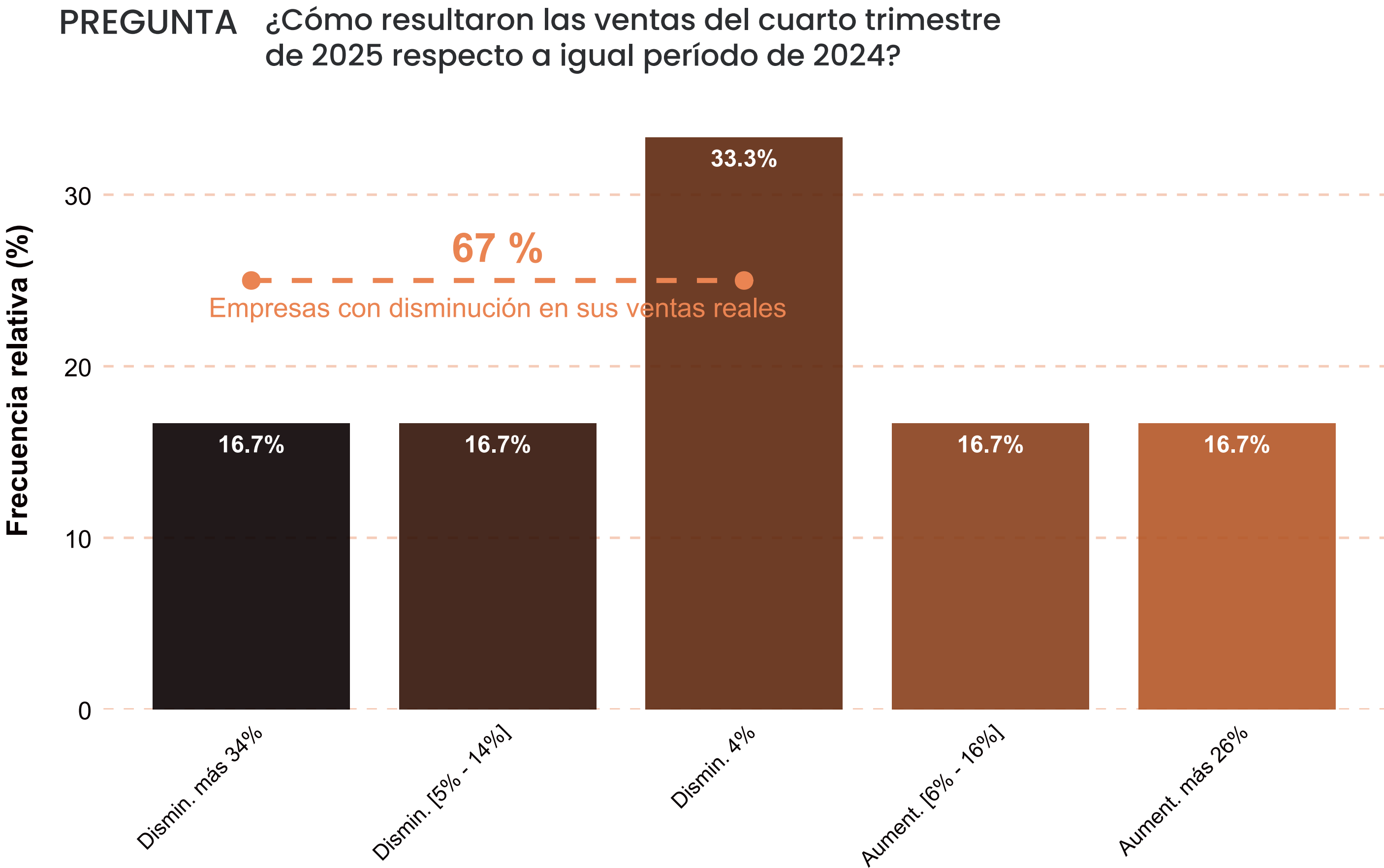
Cabe comentar que, dentro del grupo turismo, se incluye a aquellas dedicadas exclusivamente a la “Restaurantes”, “Rotiserías”, “Heladerías”, y “Cafeterías”

Ventas en caída pero empleo en positivo.

- › 2 de cada 3 con retroceso en ventas, aunque nadie anticipa reducir personal.
- › Perfil inversor conservador frente a hotelería.

Ventas reales
Q3 2024 – Q3 2025
GASTRONOMÍA

Dos de cada 3 empresas gastronómicas registran caídas en ventas reales, con un tercio concentrado en el tramo de disminución moderada (hasta 4%). Sin embargo, las que crecen lo hacen con fuerza: 1 de cada 6 supera el 26% de aumento.

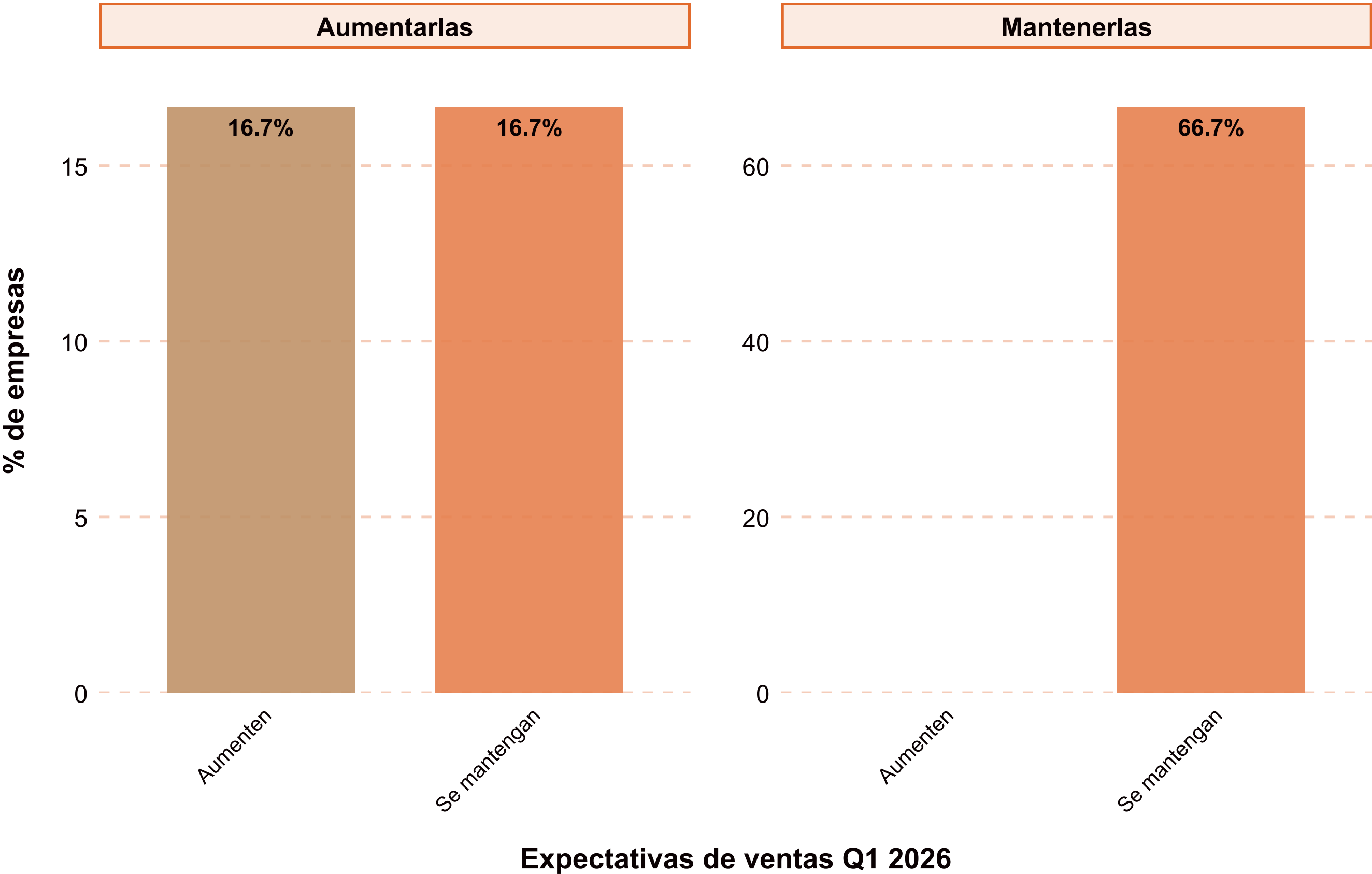


Expectativas de ventas el próximo trimestre.

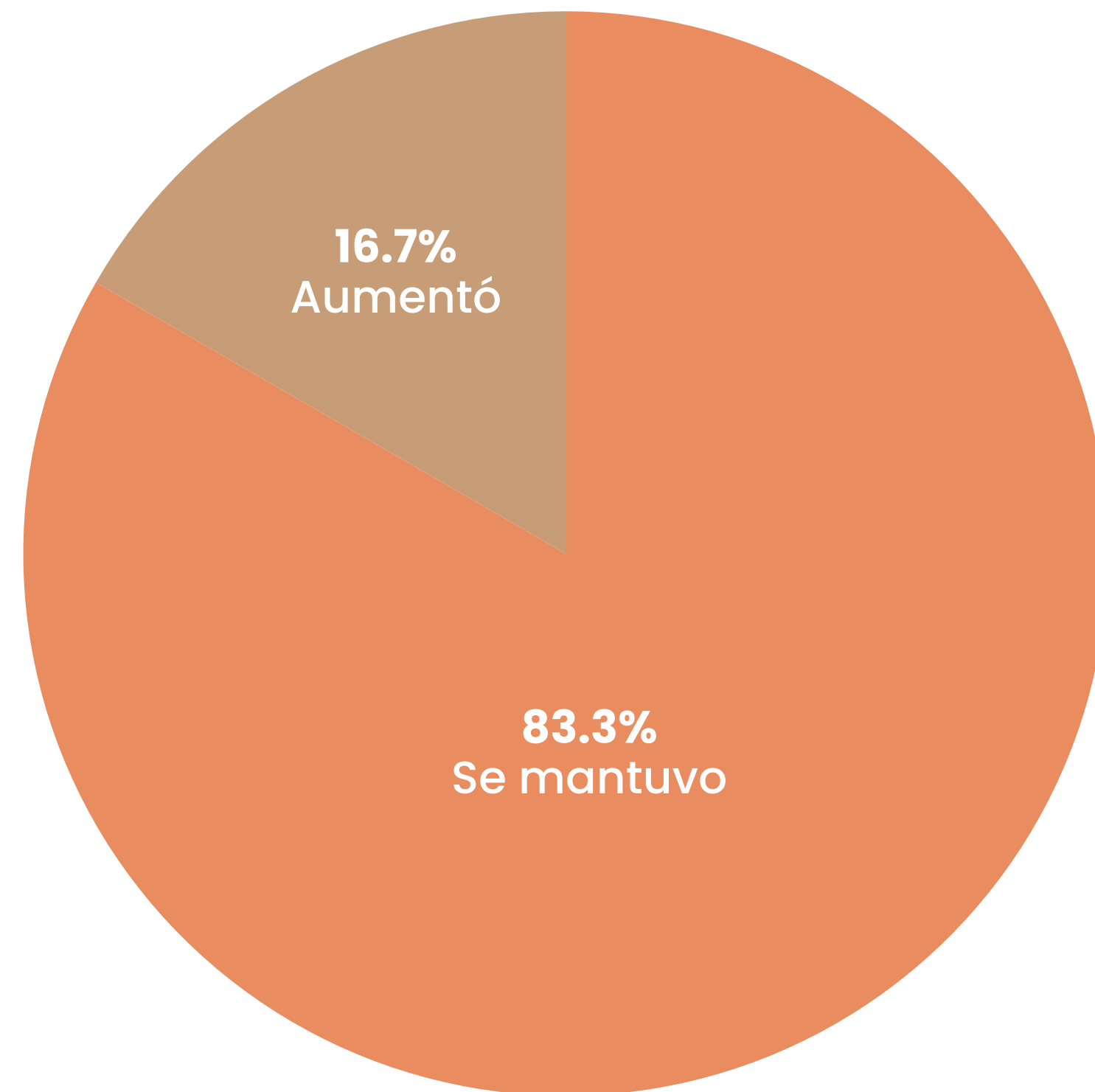
GASTRONOMÍA

Predomina la cautela: dos tercios del sector mantendrán su inversión y esperan estabilidad en ventas. Solo 1 de cada 3 empresas planea aumentar inversión, divididas en partes iguales entre quienes proyectan crecimiento y quienes esperan mantenerse. Ninguna empresa anticipa caídas, pero el perfil inversor es conservador comparado con turismo.

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



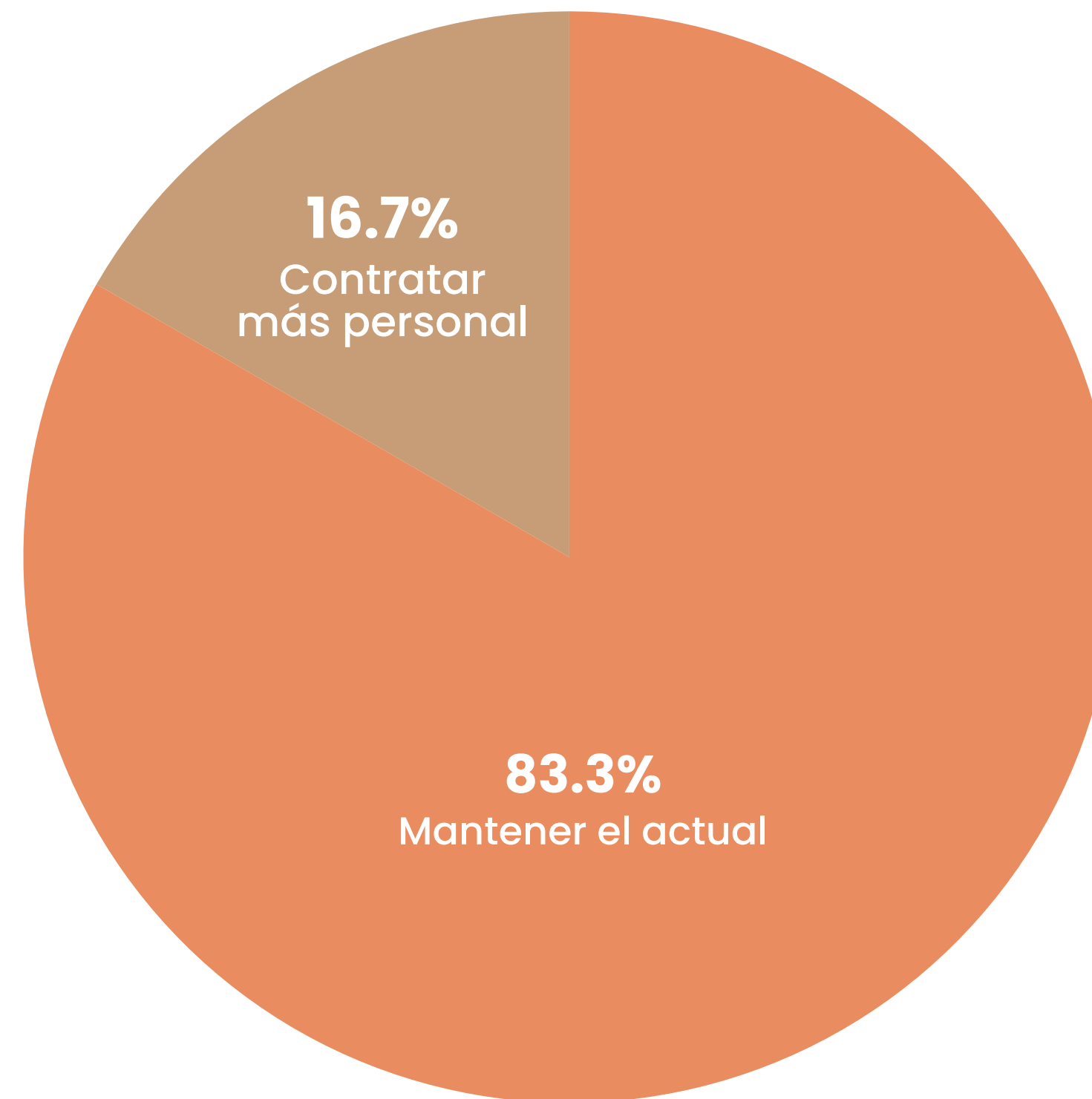
Situación laboral del trimestre



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 balance laboral se mantiene idéntico entre lo ocurrido y lo proyectado (+16,7 pp). Ninguna empresa redujo ni prevé reducir personal, 1 de cada 6 aumentó plantilla y planea seguir contratando. Contraste notable con turismo, donde el balance es negativo en ambas dimensiones.

ECONOMÍA

GENERALIDADES

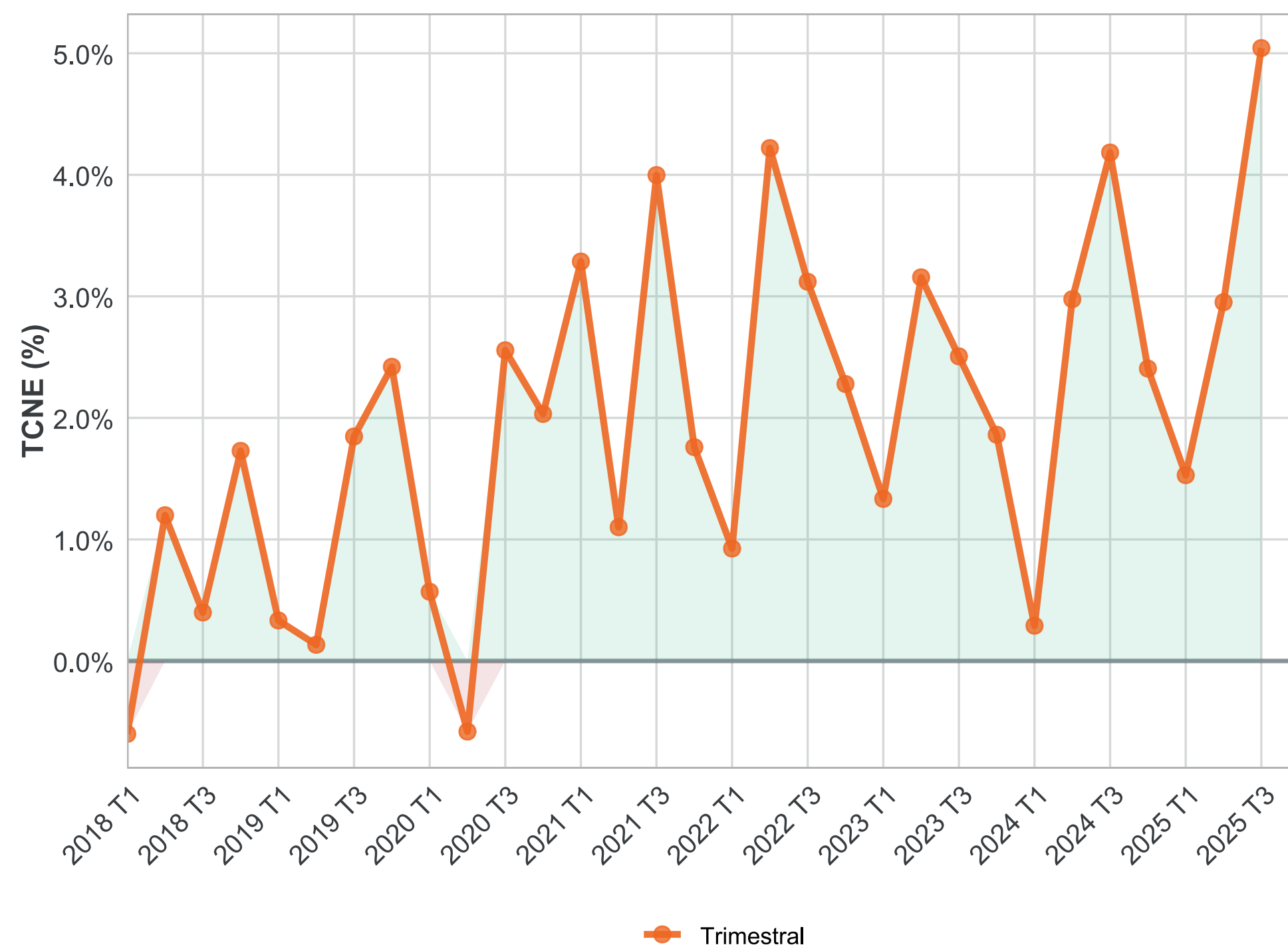
En la presente sección, se desarrollarán aspectos generales de la economía para el sector comercial de Salto. En esta oportunidad, se hará uso de las cifras proporcionadas por INE respecto a demografía de empresas.



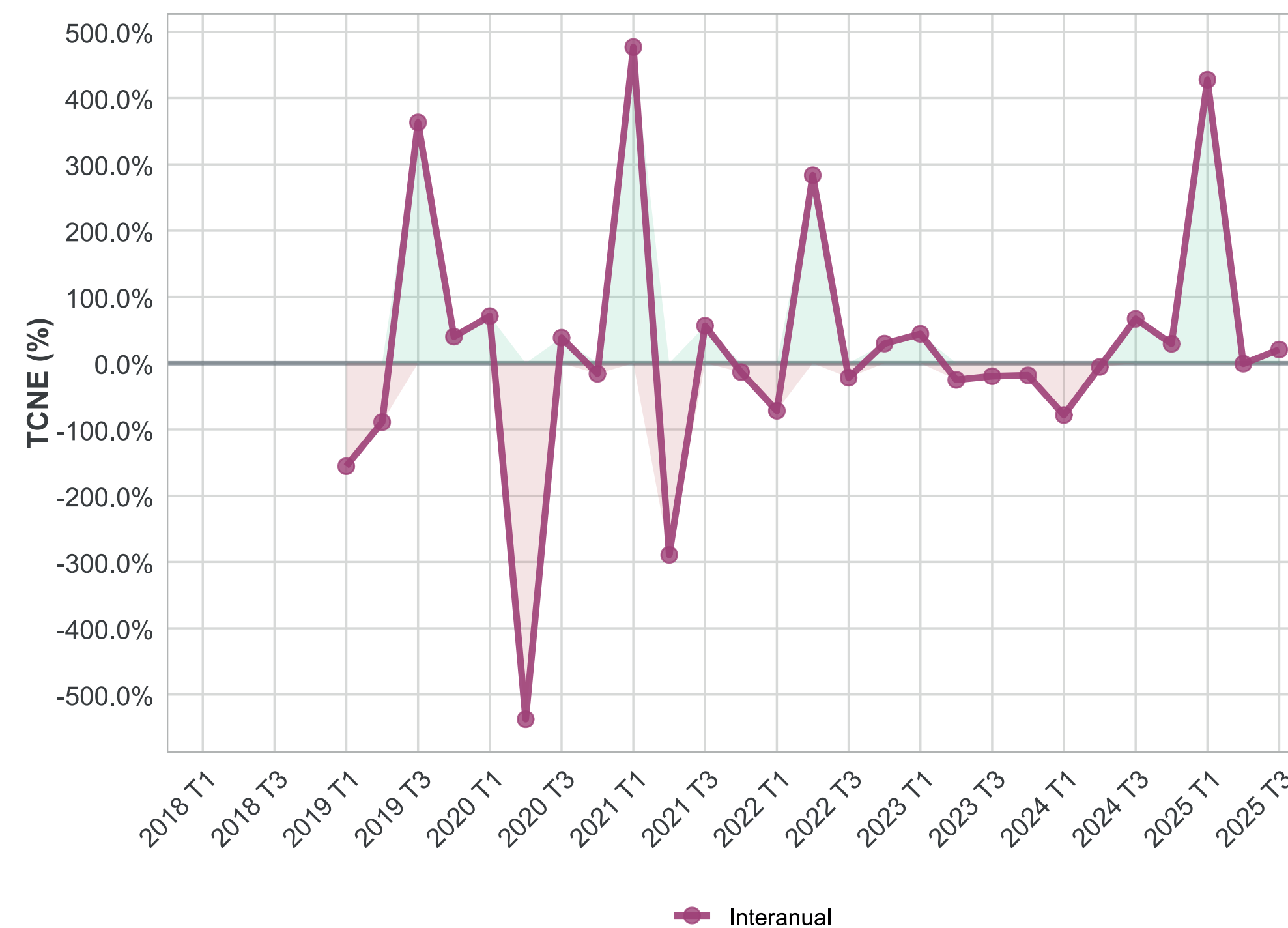
DEMOGRAFÍA DE EMPRESAS

Tasa de crecimiento neto de empresas (TCNE)

En Salto se abren casi tres comercios por cada uno que cierra — el mayor ritmo en siete años. El tejido comercial crece de forma sostenida desde 2020, aunque buena parte de los nuevos emprendimientos son unipersonales y enfrentan desafíos de supervivencia. Más apuesta que bonanza.



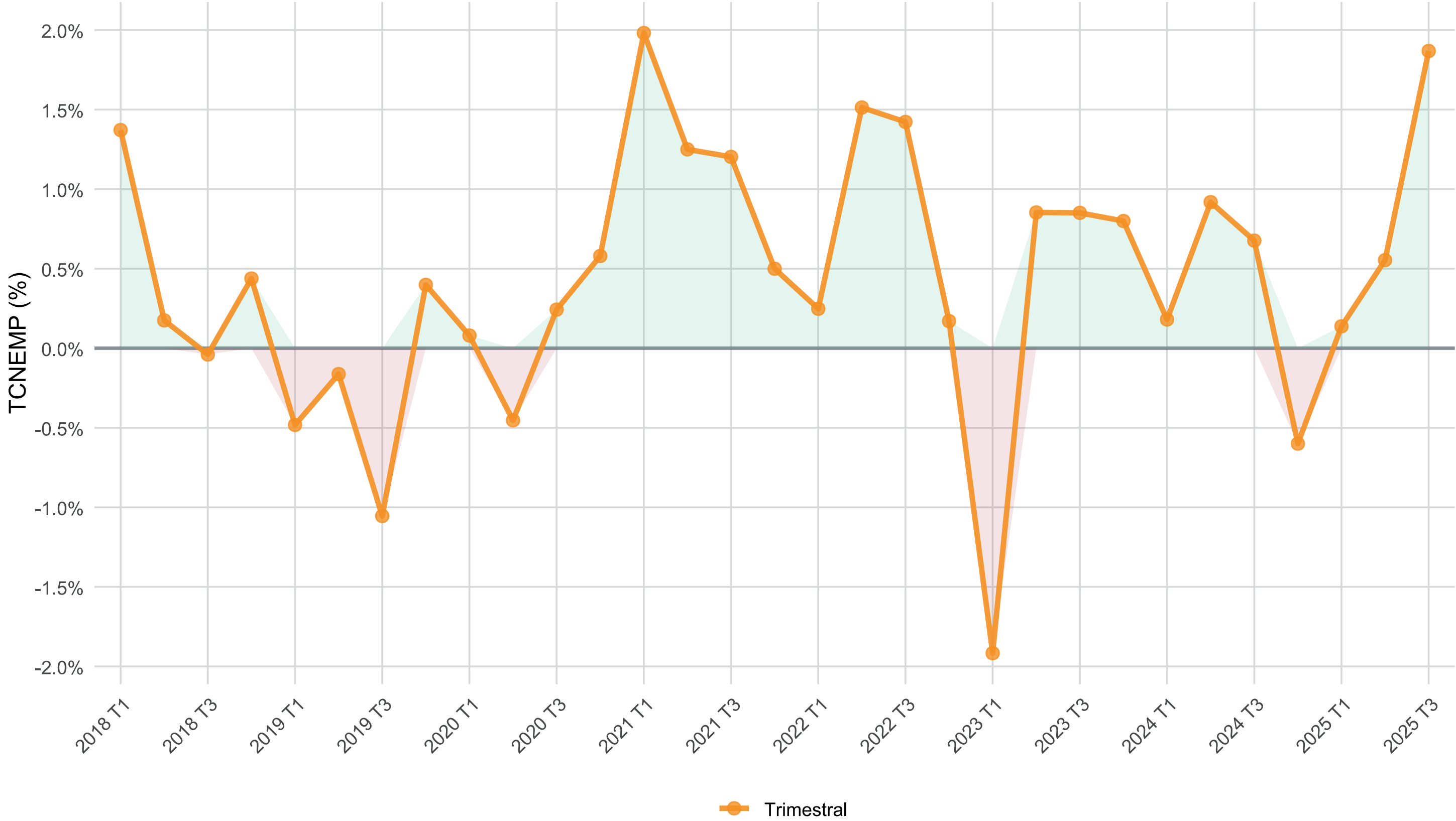
Fuente: INE - Demografía de Empresas | TCNE = [(Nacimientos - Muertes) / Stock empresas activas] * 100



Fuente: INE - Demografía de Empresas

Tasa de crecimiento neto del empleo (TCNEMP)

Mayor creación neta de empleo en cuatro años: el comercio sumó más de 240 puestos formales en tres trimestres, alcanzando un ritmo que no se veía desde el rebote pospandemia de 2021.

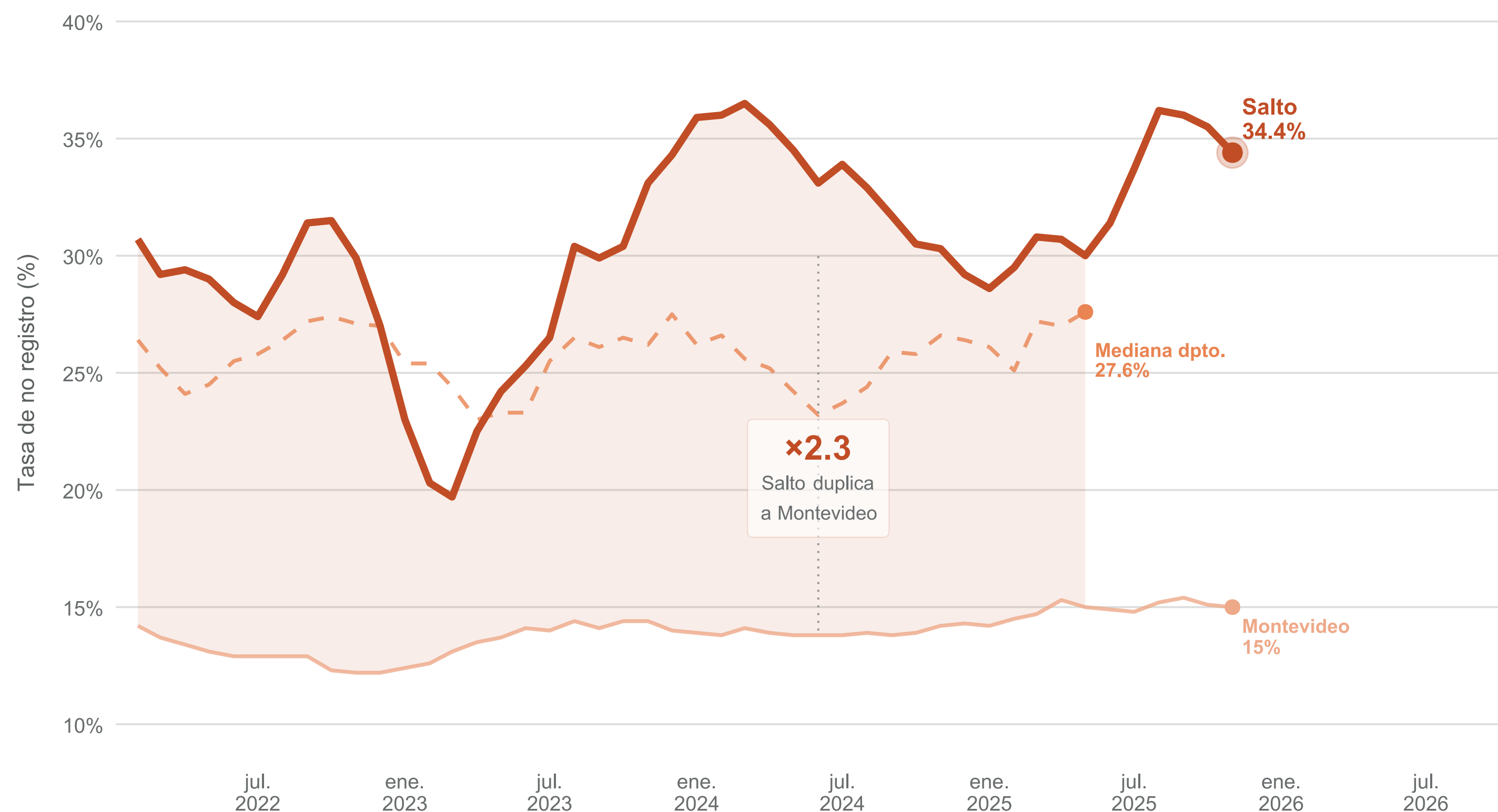


Fuente: INE - Demografía de Empresas | TCNEMP = [(PO Nacimientos - PO Muertes) / PO Empresas Activas] * 100

INFORMALIDAD EN SALTO

Comparación con resto del país y capital

En Salto, 1 de cada 3 trabajadores no aporta a la seguridad social — más del doble que en Montevideo. Tras un breve descenso a inicios de 2023, la informalidad retomó una trayectoria ascendente y hoy se ubica cerca de sus máximos (34,4%). Mientras Montevideo se mantiene estable en torno al 15%, la brecha no se cierra: el crecimiento del empleo salteño sigue siendo, en buena medida, un crecimiento sin protección social.



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

Conclusión general

El cierre de 2025 confirma un cambio de diagnóstico: el problema del comercio y los servicios de Salto ya no es fronterizo, es doméstico. Con Argentina en mínimos de incidencia, 6 de cada 10 empresas en ambos sectores registran caídas en ventas explicadas por un consumo interno débil, costos crecientes y márgenes comprimidos por la caída del dólar.

El comercio es el más afectado: el consumidor prioriza lo esencial, los rubros postergables se desploman y la competencia digital — TEMU, Shein, venta informal en redes — captura demanda sin cargas equivalentes. Los servicios resisten mejor y muestran expectativas más favorables, aunque sin consolidar una recuperación.

Para Q1 2026 predomina la cautela: las empresas mantienen inversiones y plantillas sin apostar al crecimiento. El sector no pide subsidios sino condiciones parejas de competencia, costos viables y un consumo que, con los fundamentos actuales, difícilmente encuentre tracción en el corto plazo.

¡GRACIAS!



**Centro Comercial
e Industrial de Salto**

120 AÑOS

Magister y Economista Pablo Cortondo