

# radar.<sup>®</sup>

## scannotech

NOVIEMBRE  
‘25



# Radar Ficha técnica

**Universo:** panel seleccionado de más de 7.000 puntos de venta conectados en todo el país

**Categorías:** más de 250 categorías de productos analizadas, divididas en 4 familias: Alimentos, Bebidas, Cuidado Personal y Limpieza

**Tickets:** se procesan más de 30 millones de tickets al mes

**Períodos:** apertura mensual y acumulado del año (desde enero al último mes). Las variaciones se realizan respecto al mismo período del año anterior

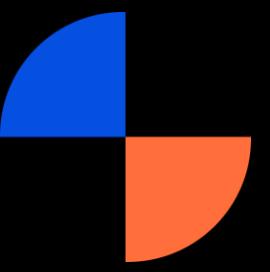
**Variables:**

- ✓ Consumo: ventas en volumen (Unidades, Kilogramos y Litros)
- ✓ Facturación: ventas en valor (pesos uruguayos)
- ✓ Precio: importe / consumo
- ✓ Ticket promedio: importe / cantidad de ticket
- ✓ Unidades por ticket: cantidad de productos que se compran en promedio en cada ticket

- En lo que va del año, el consumo presenta estabilidad (-0,1%), mientras que la facturación aumenta un 4,9% en comparación con el mismo período del año anterior.
- Noviembre presentó una variación de -2,1% en consumo, con caídas en todas las familias de productos, principalmente en Bebidas, que sufrió el impacto de temperaturas más bajas que las registradas el año anterior.
- En el acumulado del año, Cuidado Personal es la de mayor avance (+2,2%), seguida de Bebidas (+0,4%). Alimentos y Limpieza presentan caídas (-0,7%).
- A nivel geográfico, el consumo crece en el interior, con números positivos en las localidades costeras del este del país y en la zona litoral. En contraste, Montevideo muestra una caída del 1%.

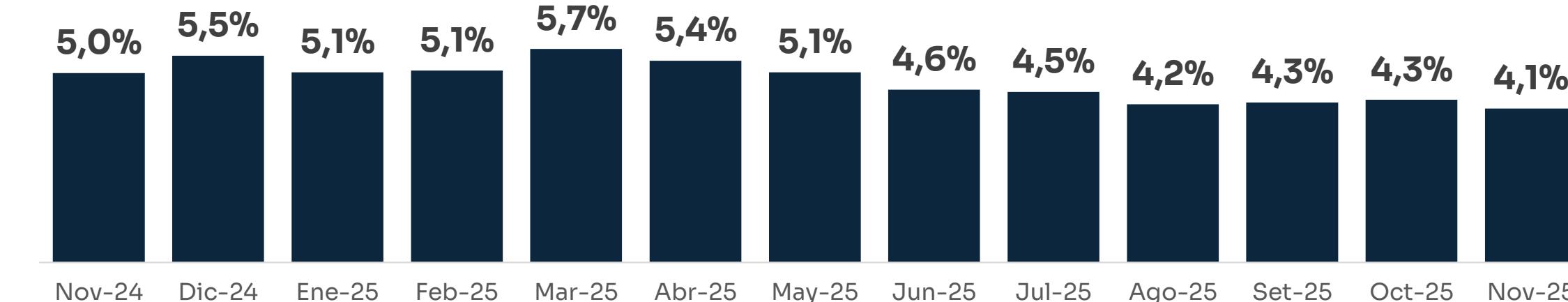
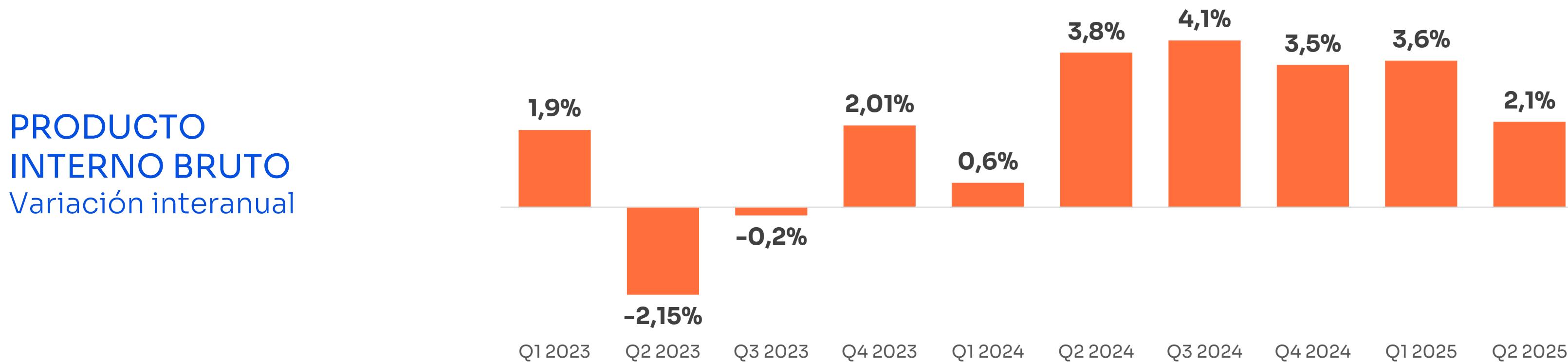
## Síntesis

# Contexto Macroeconómico



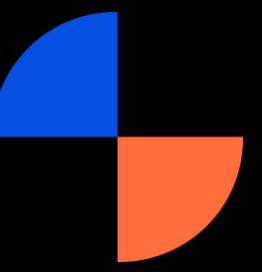
En el segundo trimestre de 2025 el PIB registró una variación de 2,1% en términos interanuales. La actividad económica en el año 2024 aumentó 3,1% respecto al año 2023.

El IPC al cierre de noviembre 2025, se situó en 4,1%.



Fuente: BCU-INE

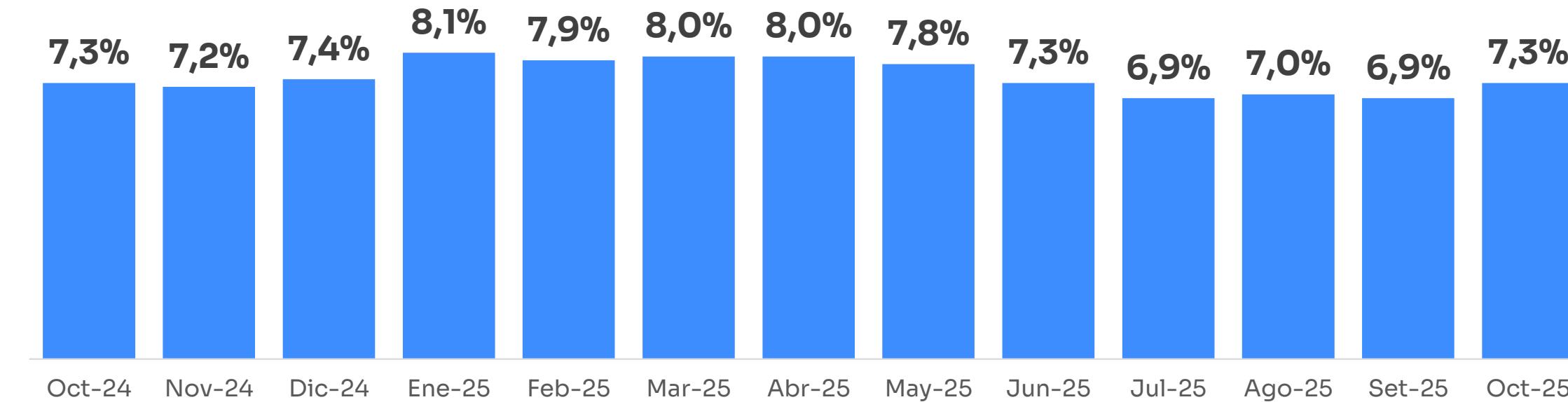
# Contexto Macroeconómico



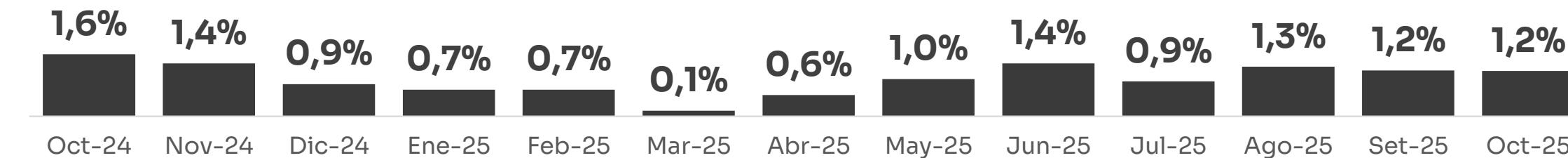
En el último mes, el desempleo se situó en 7,3% a total país.

El salario real mostró un crecimiento de 1,2% respecto al mismo mes del año anterior

## TASA DE DESEMPLERO



## INDICE MEDIO DE SALARIO REAL Variación interanual

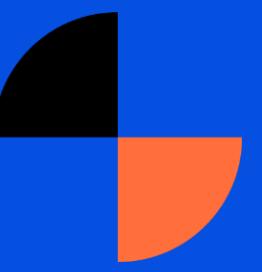


Fuente: INE

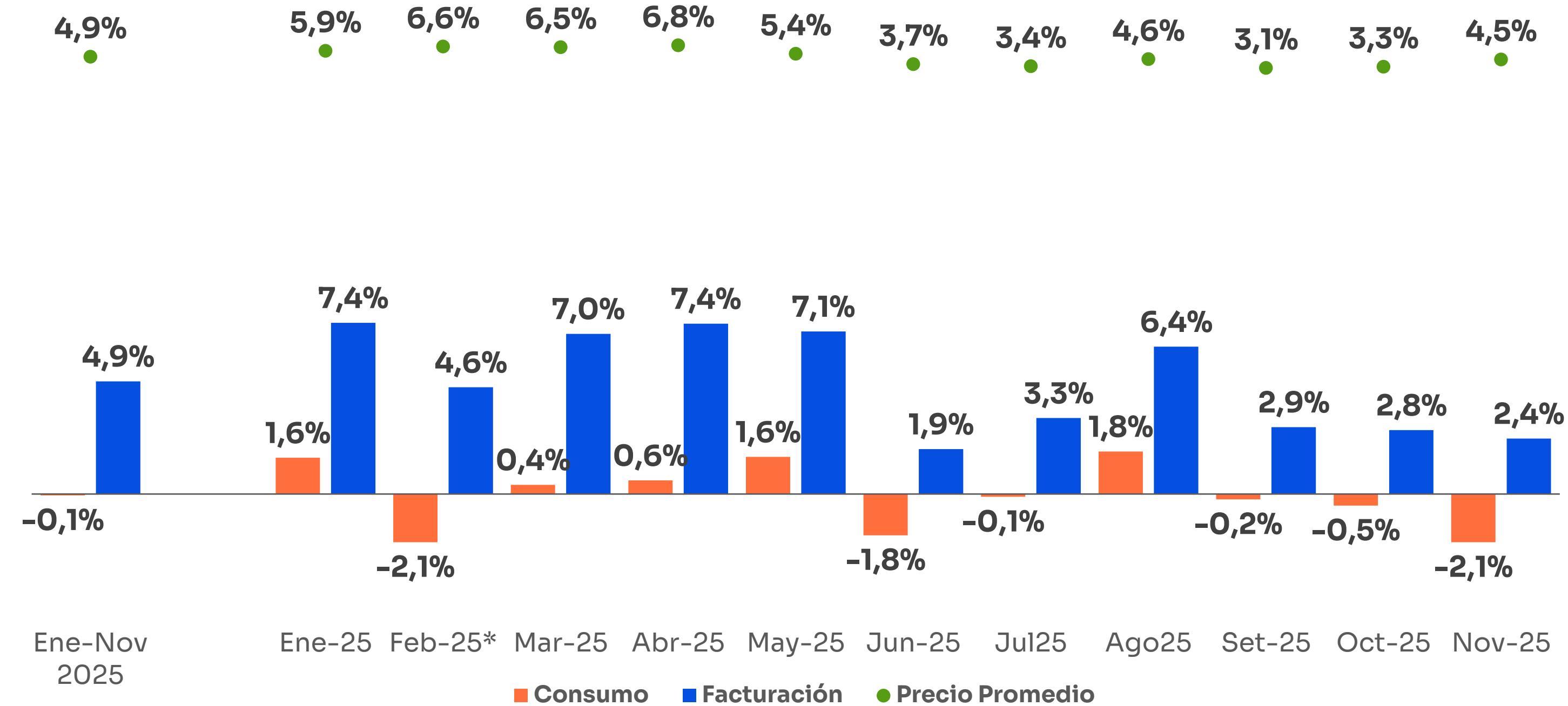
Información confidencial y de uso exclusivo de Scanntech | [scantech.com](http://scantech.com)

# Total Radar

Variación vs  
año anterior



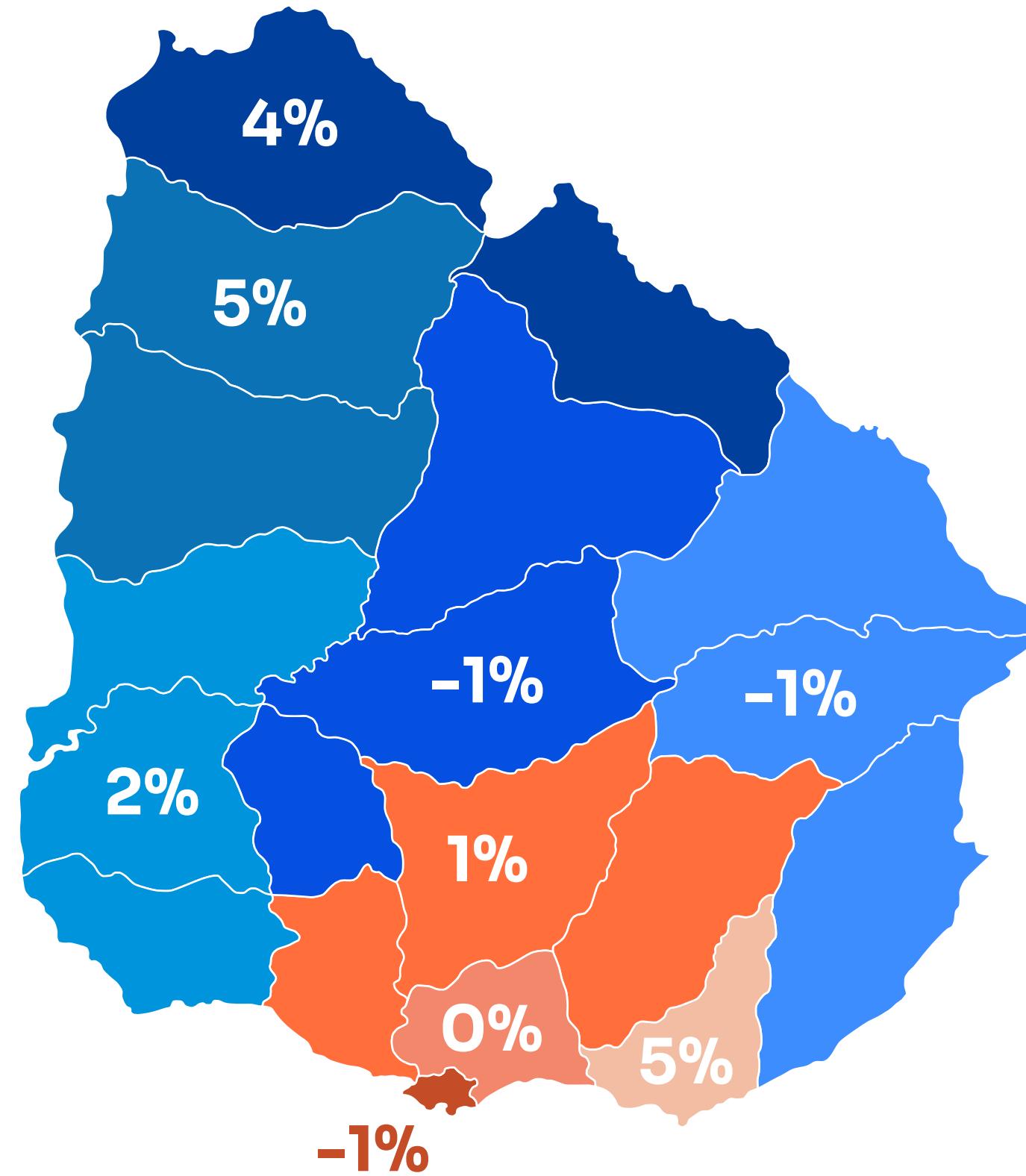
Estabilidad en consumo en lo que va del año y crecimiento de 4,9% en facturación. En noviembre se observó una caída en consumo de 2,1% respecto al año anterior.



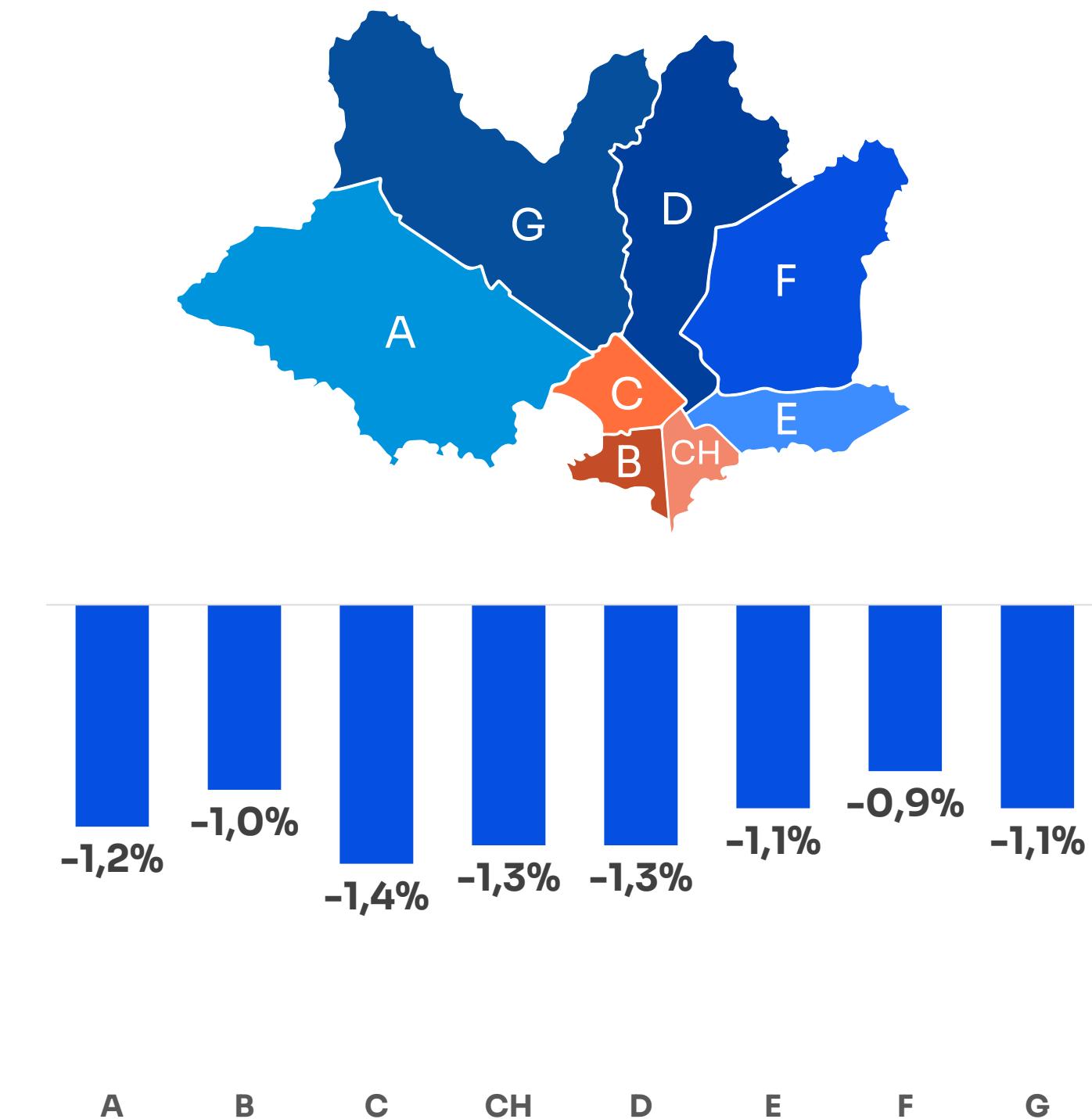
# Consumo por zona

Variación

Ene-Nov'25 vs Ene-Nov'24

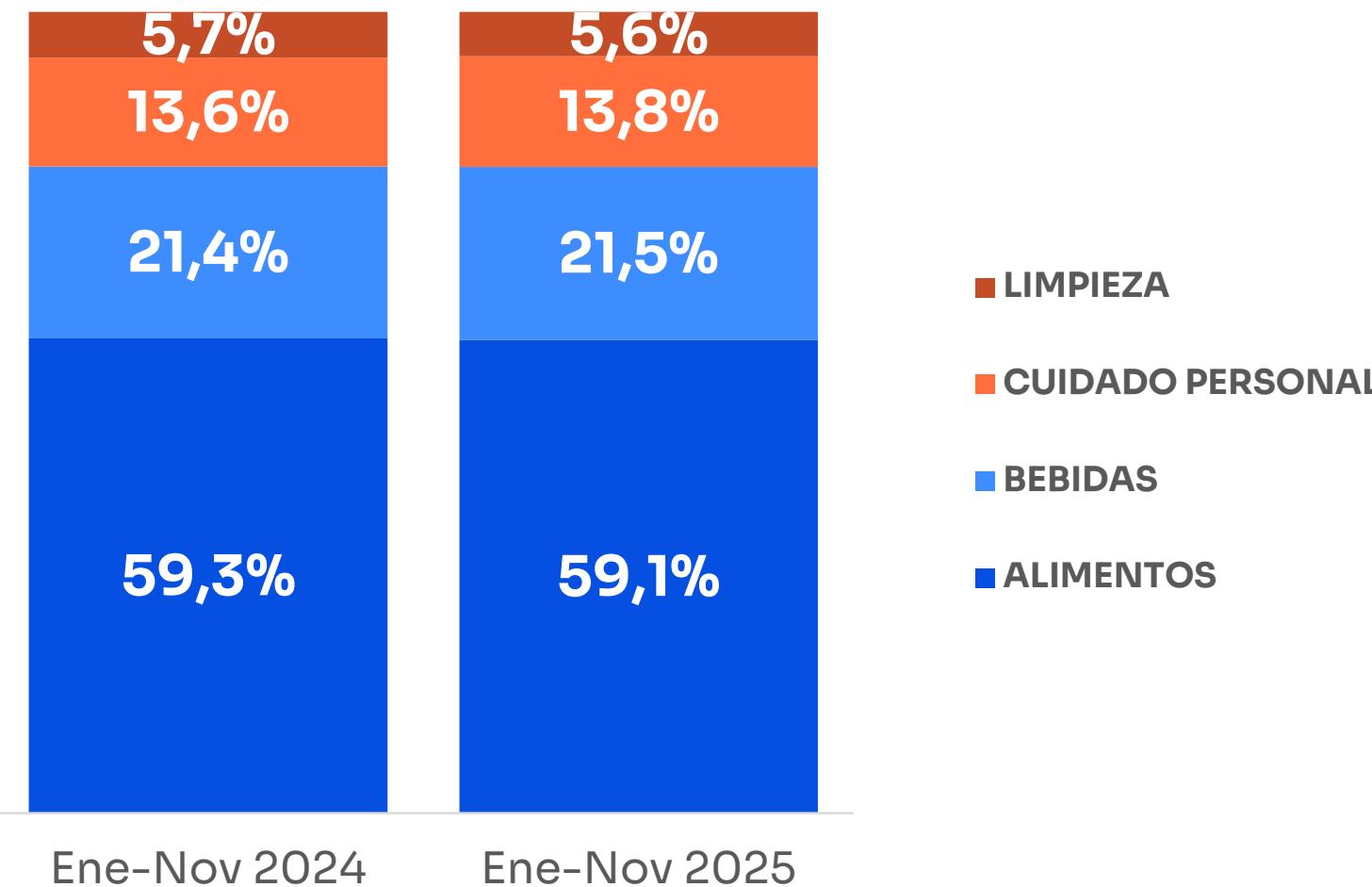


## MUNICIPIOS DE MONTEVIDEO





## PESO FAMILIAS



Analizando la situación por familia de productos, Alimentos y Limpieza presentan una caída en lo que va del año. Se destaca el crecimiento de Cuidado Personal respecto al año anterior.

## VARIACIÓN EN CONSUMO

Alimentos  
▼ -0,7%

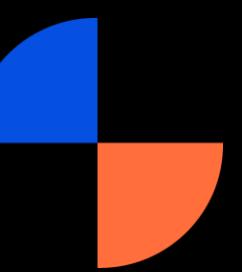
Bebidas  
▲ +0,4%

Cuidado Personal  
▲ +2,2%

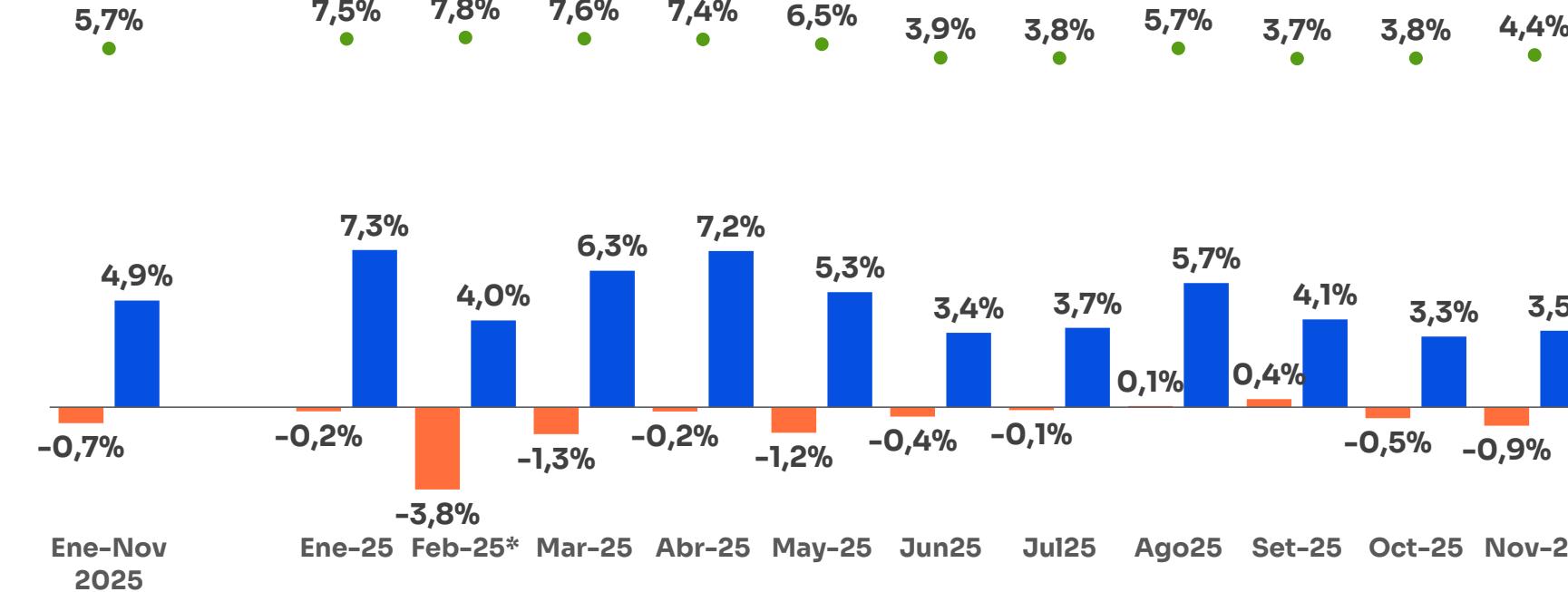
Limpieza  
▼ -0,7%

# Familias

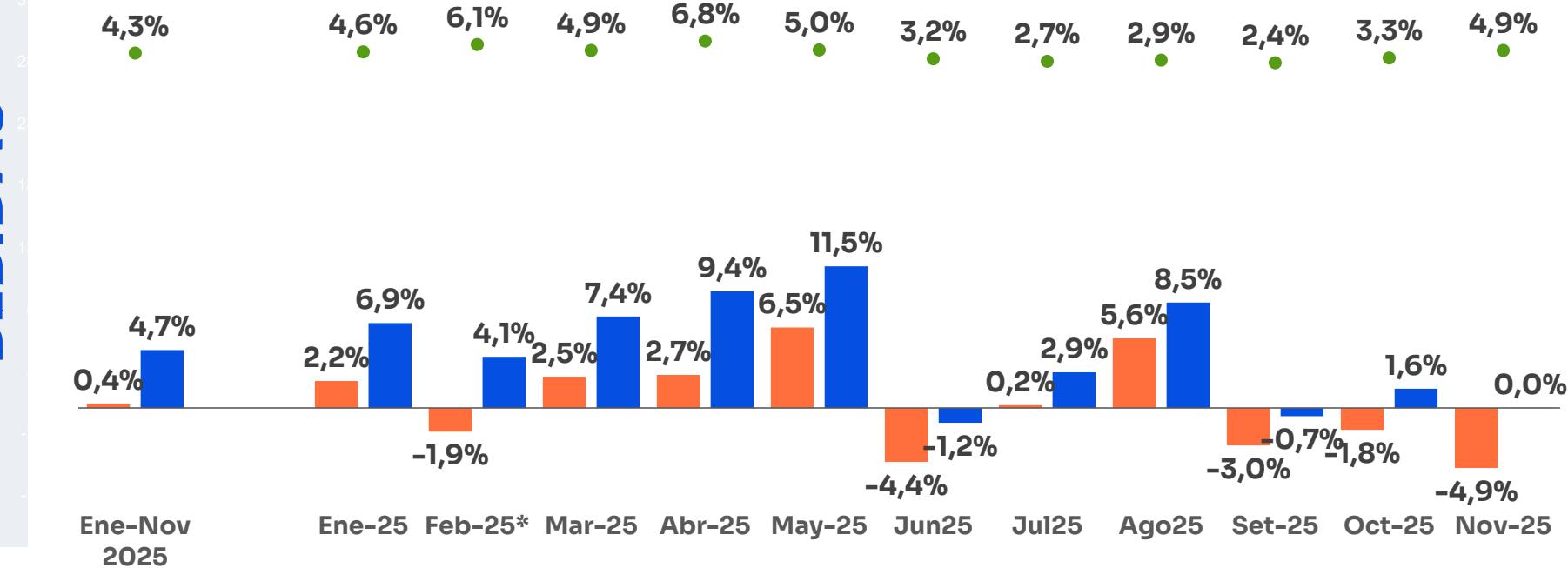
Variación vs  
año anterior



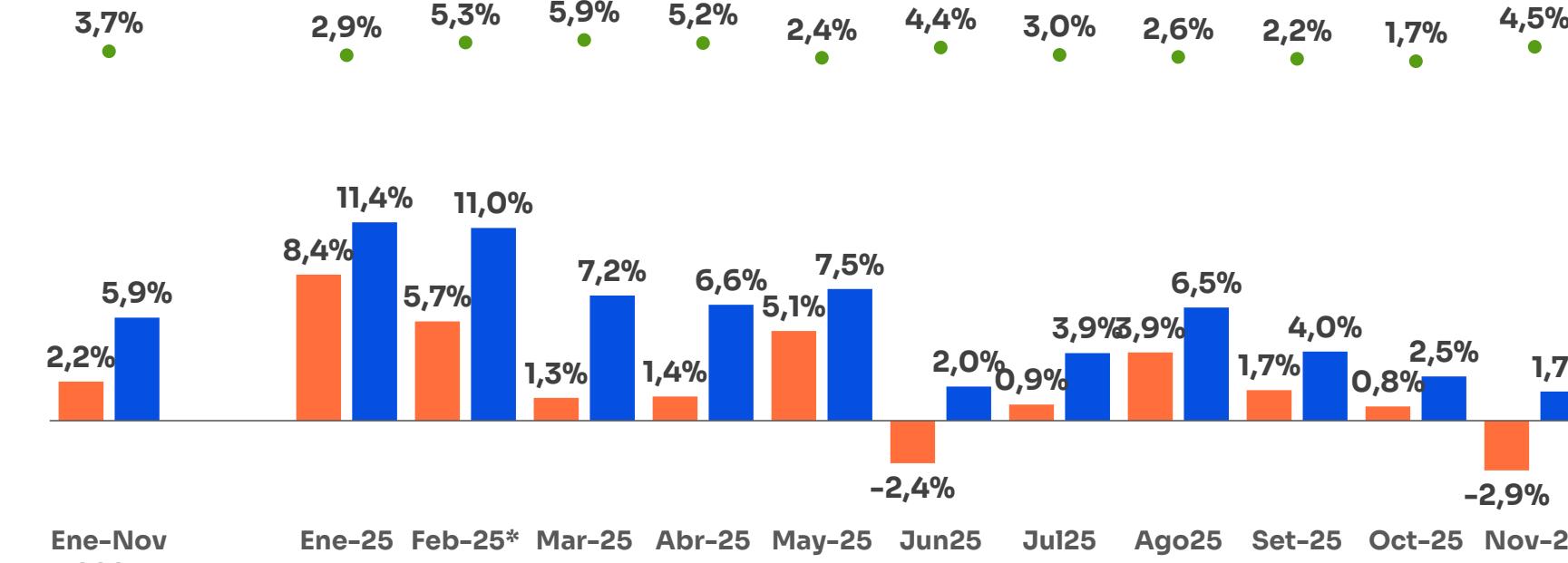
## ALIMENTOS



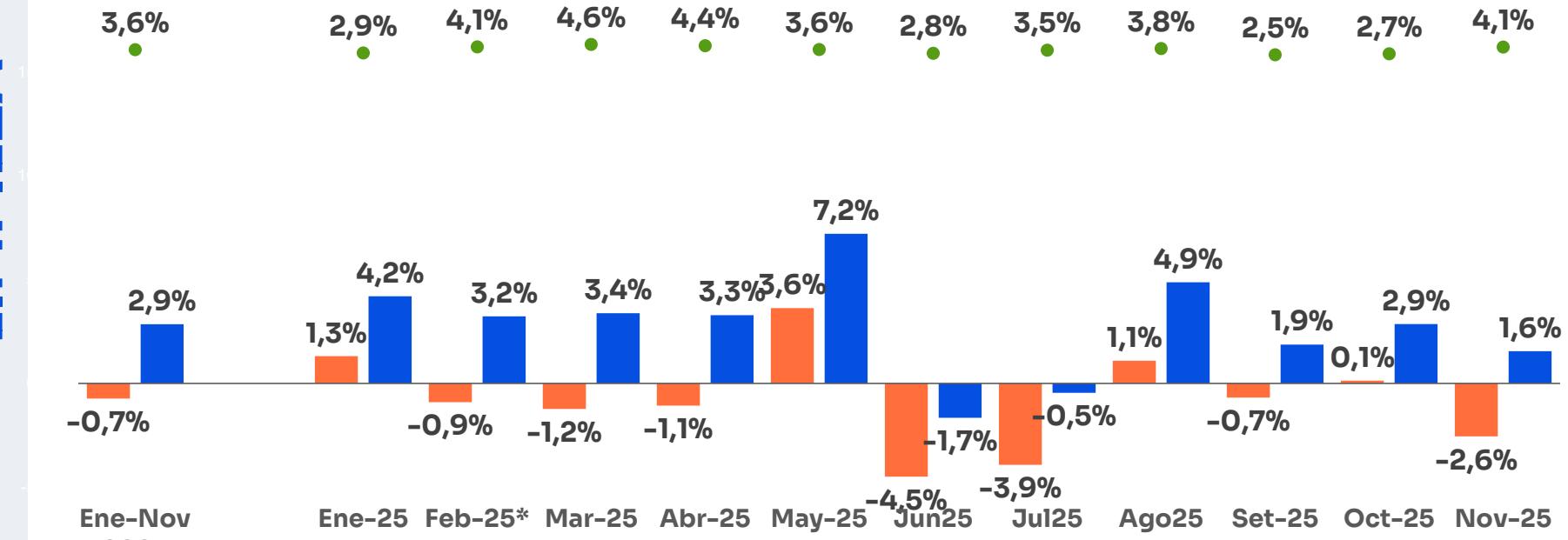
## BEBIDAS



## CUIDADO PERSONAL



## LIMPIEZA



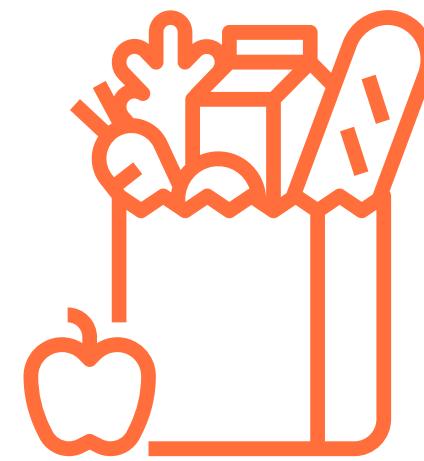
\*Feb'24 tuvo un día más por ser año bisiesto

Consumo

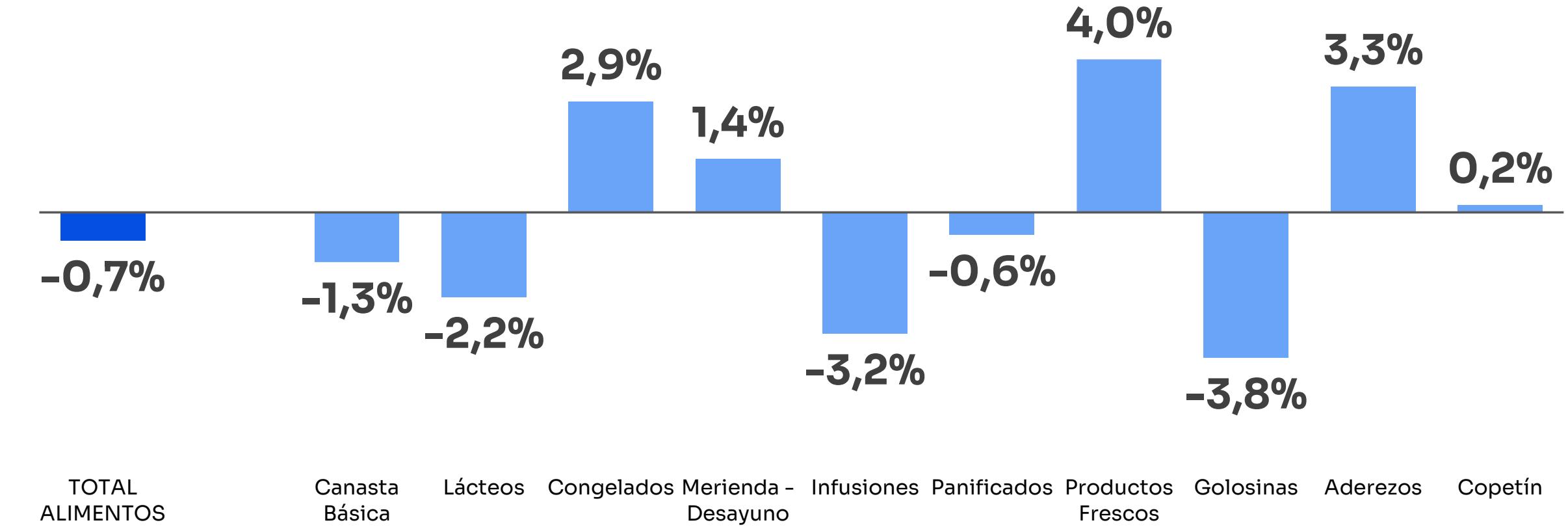
Facturación

Precio Promedio

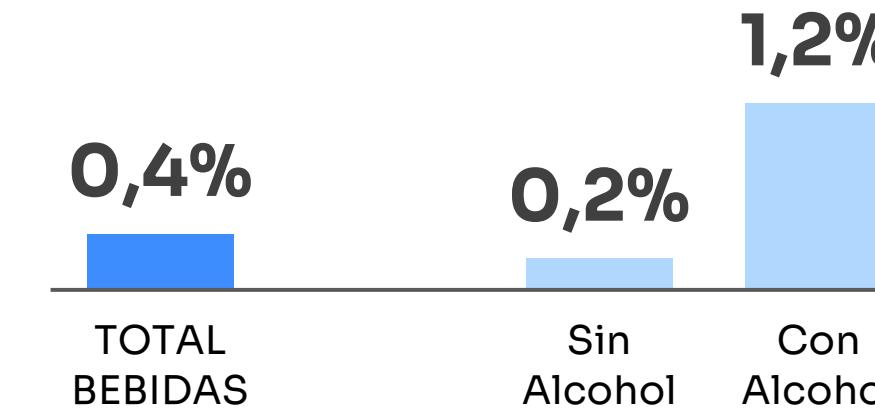
Información confidencial y de uso exclusivo de Scanntech | scanntech.com



## ALIMENTOS



## BEBIDAS

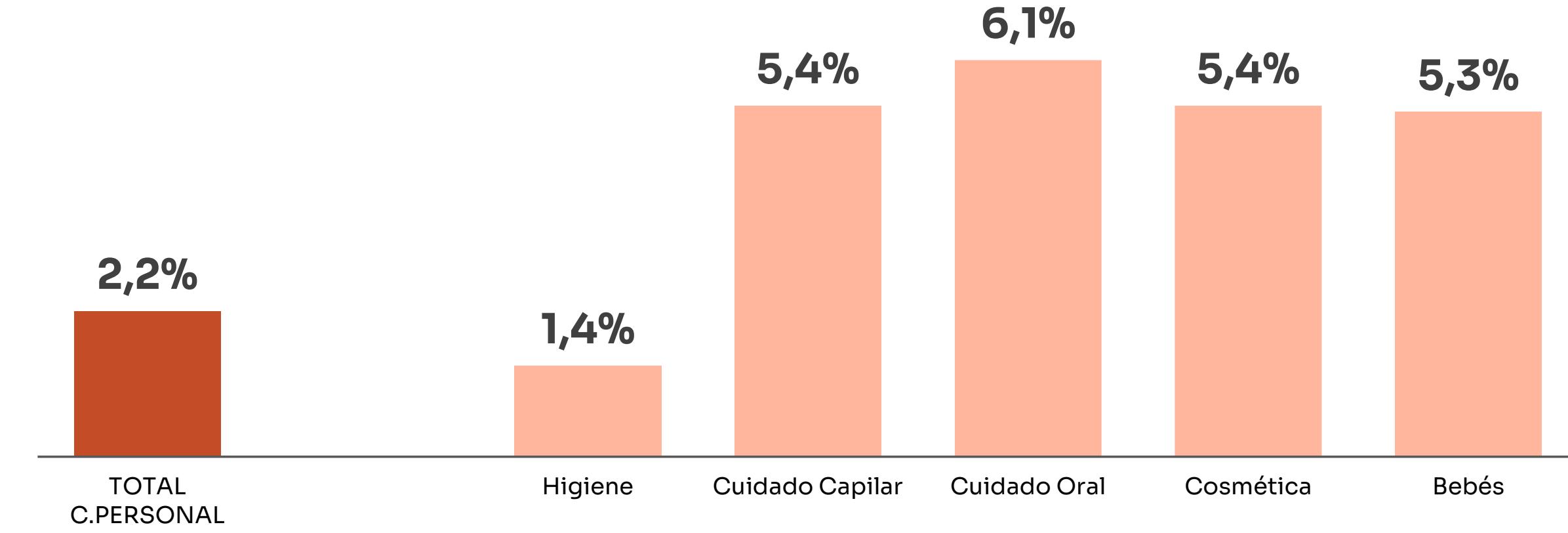


# Sub Familias

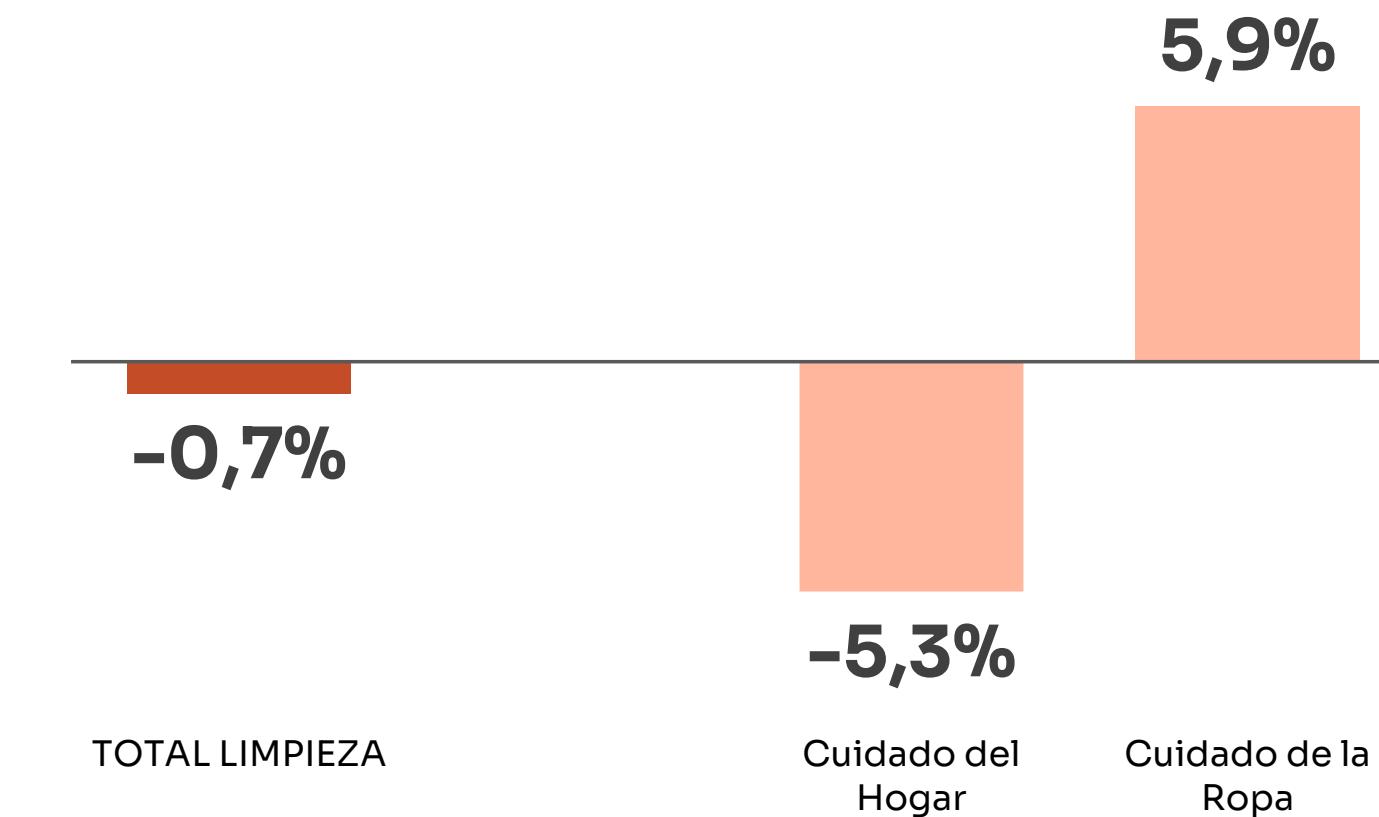
Variación  
Ene-Nov'25 vs Ene-Nov'24



## CUIDADO PERSONAL



## LIMPIEZA





# Categorías con mayor crecimiento o caída

## ALIMENTOS

### Crecimiento

|          |                    |
|----------|--------------------|
| <b>1</b> | BARRAS DE CEREALES |
| <b>2</b> | CAFÉ EN CÁPSULAS   |
| <b>3</b> | LECHES VEGETALES   |
| <b>4</b> | QUESOS UNTABLES    |
| <b>5</b> | PASTAS CONGELADAS  |

### Caída

|          |                       |
|----------|-----------------------|
| <b>1</b> | DONUTS                |
| <b>2</b> | CAFÉ SOLUBLE          |
| <b>3</b> | EMPANADAS CONGELADAS  |
| <b>4</b> | ALIMENTO ACHOCOLATADO |
| <b>5</b> | TÉ                    |

## BEBIDAS

### Crecimiento

|          |                   |
|----------|-------------------|
| <b>1</b> | AGUAS SABORIZADAS |
| <b>2</b> | APERITIVOS        |
| <b>3</b> | CERVEZAS          |
| <b>4</b> | JUGOS RTD         |
| <b>5</b> | FERNET            |

### Caída

|          |                |
|----------|----------------|
| <b>1</b> | RON            |
| <b>2</b> | SIDRAS         |
| <b>3</b> | WHISKY         |
| <b>4</b> | JUGOS EN POLVO |
| <b>5</b> | GRAPPA MIEL    |



# Categorías con mayor crecimiento o caída

## C. PERSONAL

### Crecimiento

|          |                   |
|----------|-------------------|
| <b>1</b> | CEPILLOS DENTALES |
| <b>2</b> | CREMAS FACIALES   |
| <b>3</b> | DESODORANTES      |
| <b>4</b> | TOALLAS HÚMEDAS   |
| <b>5</b> | CUIDADO CAPILAR   |

### Caída

|          |                     |
|----------|---------------------|
| <b>1</b> | REPELENTES          |
| <b>2</b> | PROTECTORES SOLARES |
| <b>3</b> | ALCOHOL EN GEL      |
| <b>4</b> | AFEITADORAS         |
| <b>5</b> | SERVILLETAS         |

## LIMPIEZA

### Crecimiento

|          |                       |
|----------|-----------------------|
| <b>1</b> | QUITAMANCHAS          |
| <b>2</b> | DETERGENTES PARA ROPA |
| <b>3</b> | GUANTES               |
| <b>4</b> | SUAVIZANTES           |
| <b>5</b> | ESPONJAS              |

### Caída

|          |                         |
|----------|-------------------------|
| <b>1</b> | INSECTICIDAS            |
| <b>2</b> | JABONES DUROS           |
| <b>3</b> | LAVANDINA               |
| <b>4</b> | DESODORANTES DE INODORO |
| <b>5</b> | DETERGENTES             |

radar.<sup>©</sup>  
scanntech

¿Te gustaría  
conocer más?

Contactanos:  
[consumomasivo\\_uy@scanntech.com](mailto:consumomasivo_uy@scanntech.com) ↑

