

radar.[©]
scanntech

MARZO

'26





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 el primero trimestre de 2026 se observa crecimiento en consumo (+0,9%) y en facturación (+3,5%) respecto a 2025.
- Luego de la caída de febrero se observa un crecimiento de 2,6% en consumo en marzo.
- En lo que va del año, todas las familias presentan crecimientos. Alimentos y Limpieza son las que más aumentan respecto al año anterior
- A nivel geográfico, se observa un crecimiento levemente superior en la zona litoral y Maldonado.

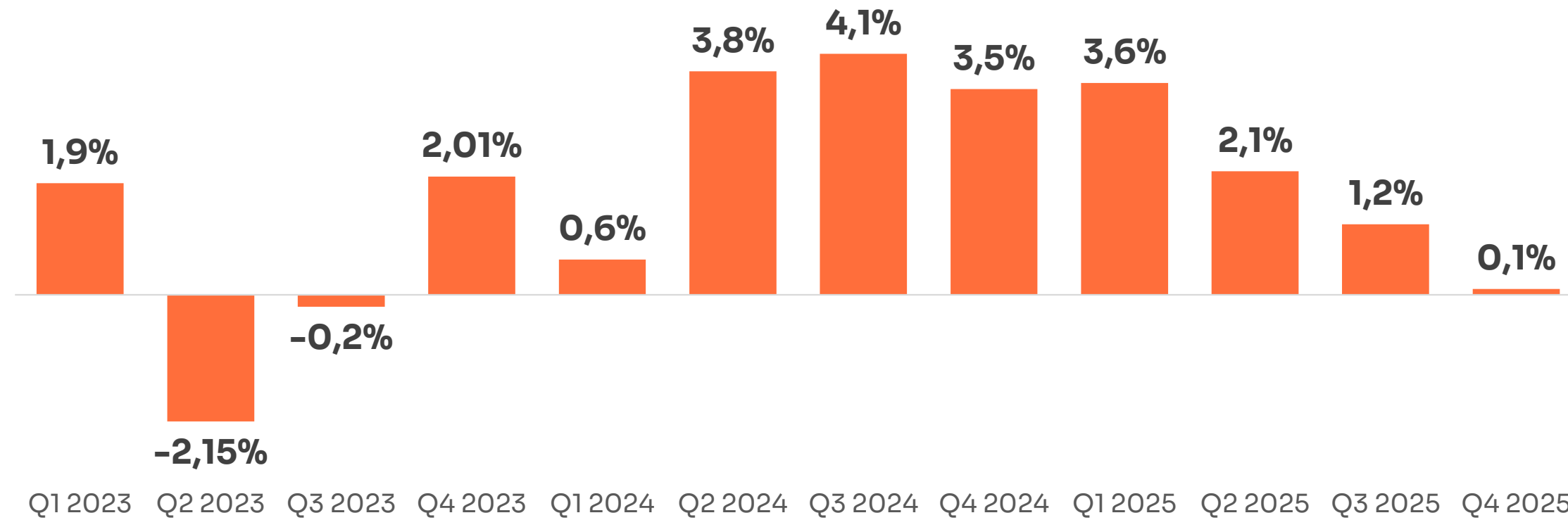
Síntesis

Contexto Macroeconómico

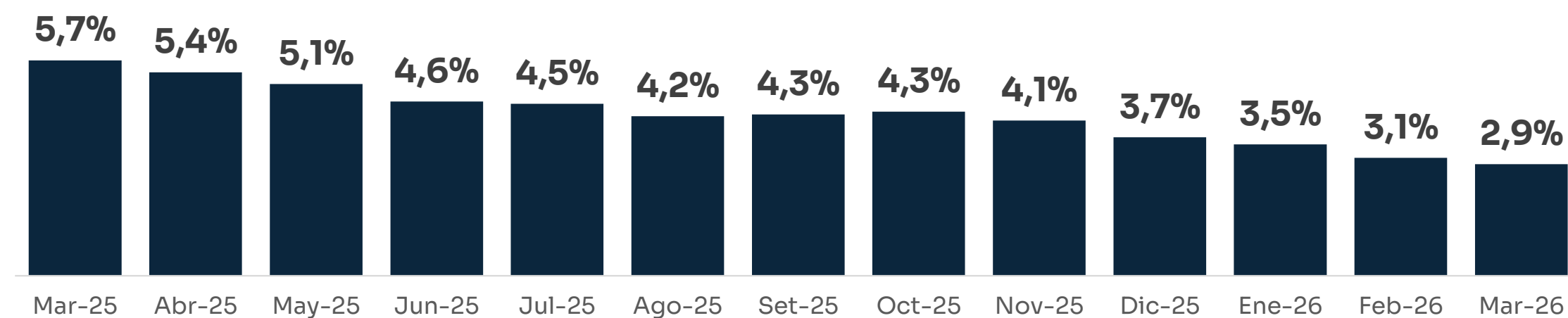


En el cuarto trimestre de 2025 el PIB registró una variación de 0,1% en términos interanuales. La actividad económica en el año 2025 aumentó 1,8% respecto al año 2024. El IPC en el último mes se situó en 2,94%.

PRODUCTO INTERNO BRUTO Variación interanual



INDICE DE PRECIOS DEL CONSUMIDOR (IPC) Variación interanual



Fuente: BCU-INE

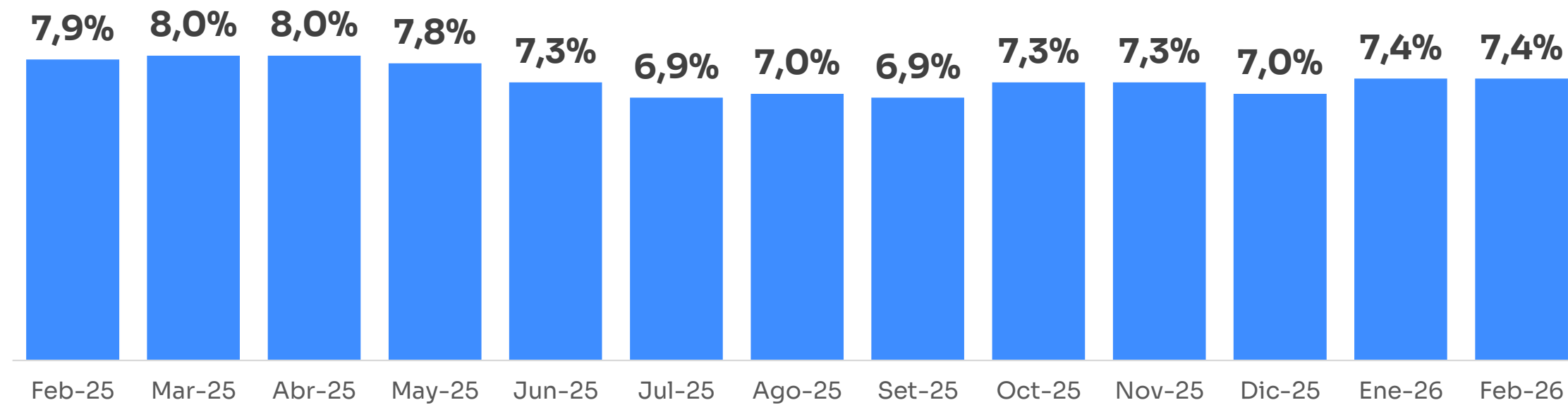
Contexto Macroeconómico



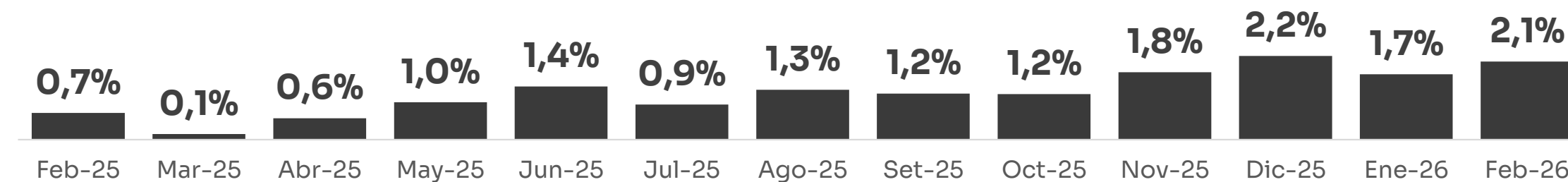
En el último mes, el desempleo se situó en 7,4% a total país.

El salario real mostró un crecimiento de 2,05% respecto al mismo mes del año anterior

TASA DE DESEMPLEO



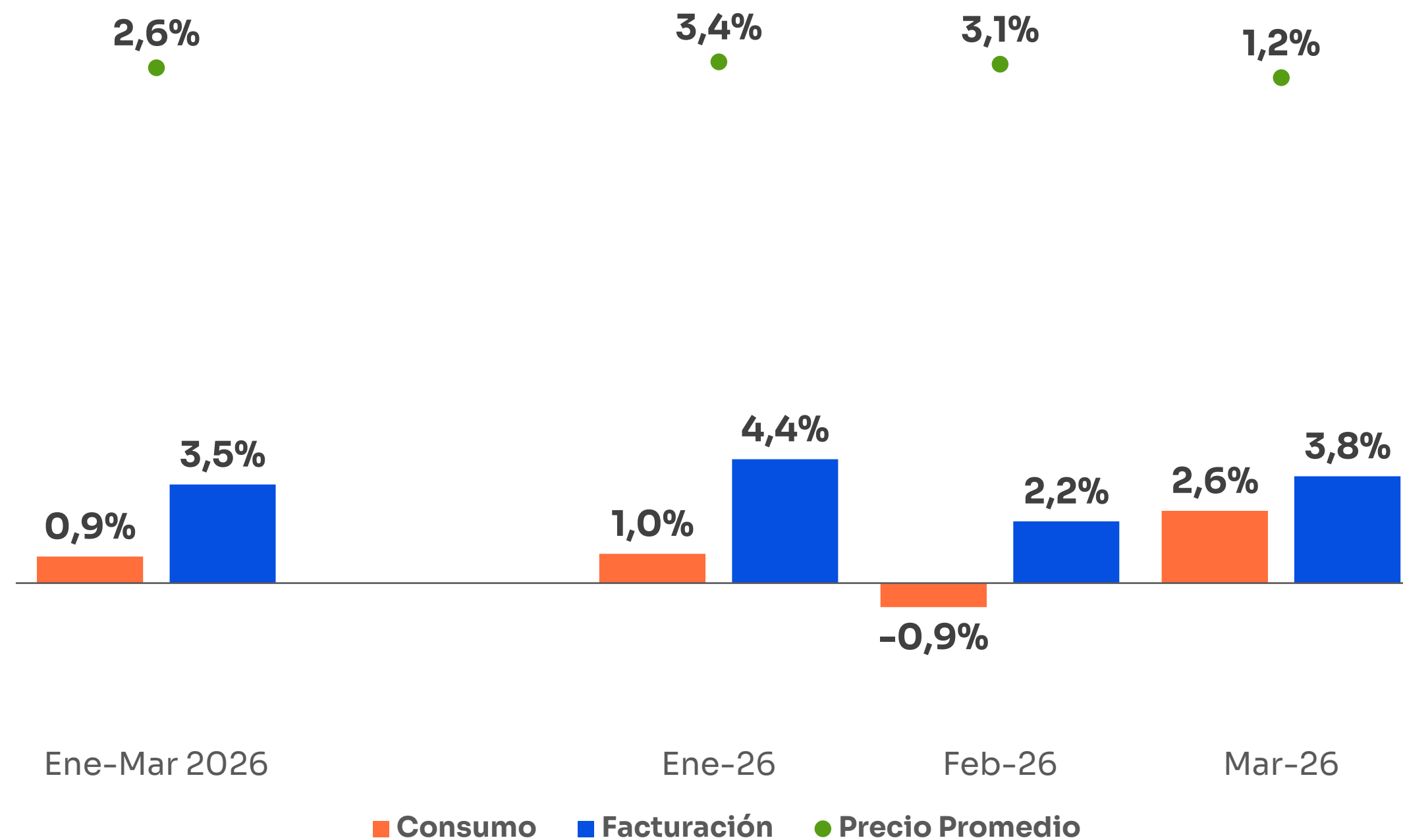
INDICE MEDIO DE SALARIO REAL Variación interanual



Fuente: INE

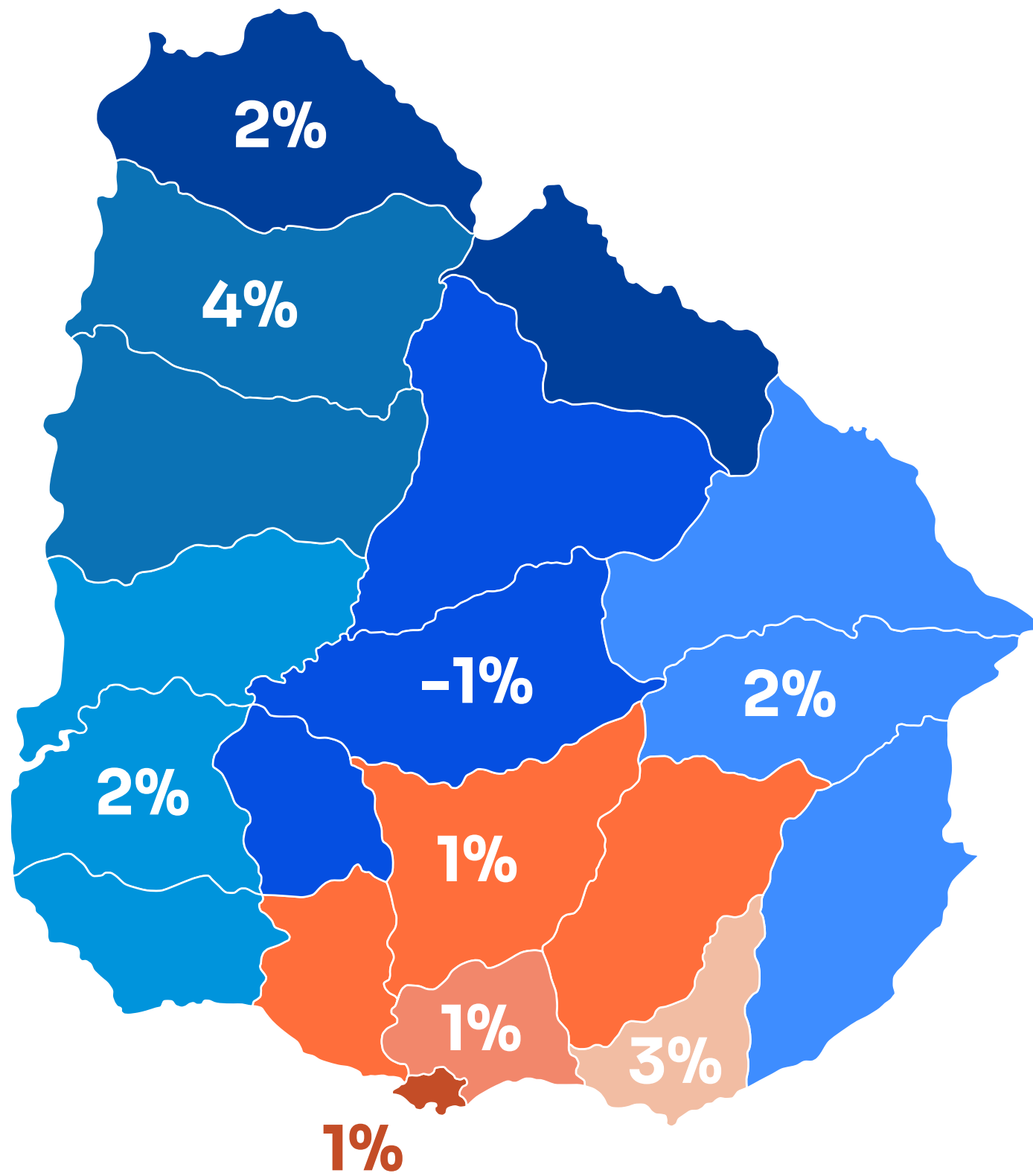


Crecimiento en consumo y facturación en el primero trimestre de 2026.
Luego de la caída de febrero se observa un crecimiento de 2,6% en consumo en marzo.

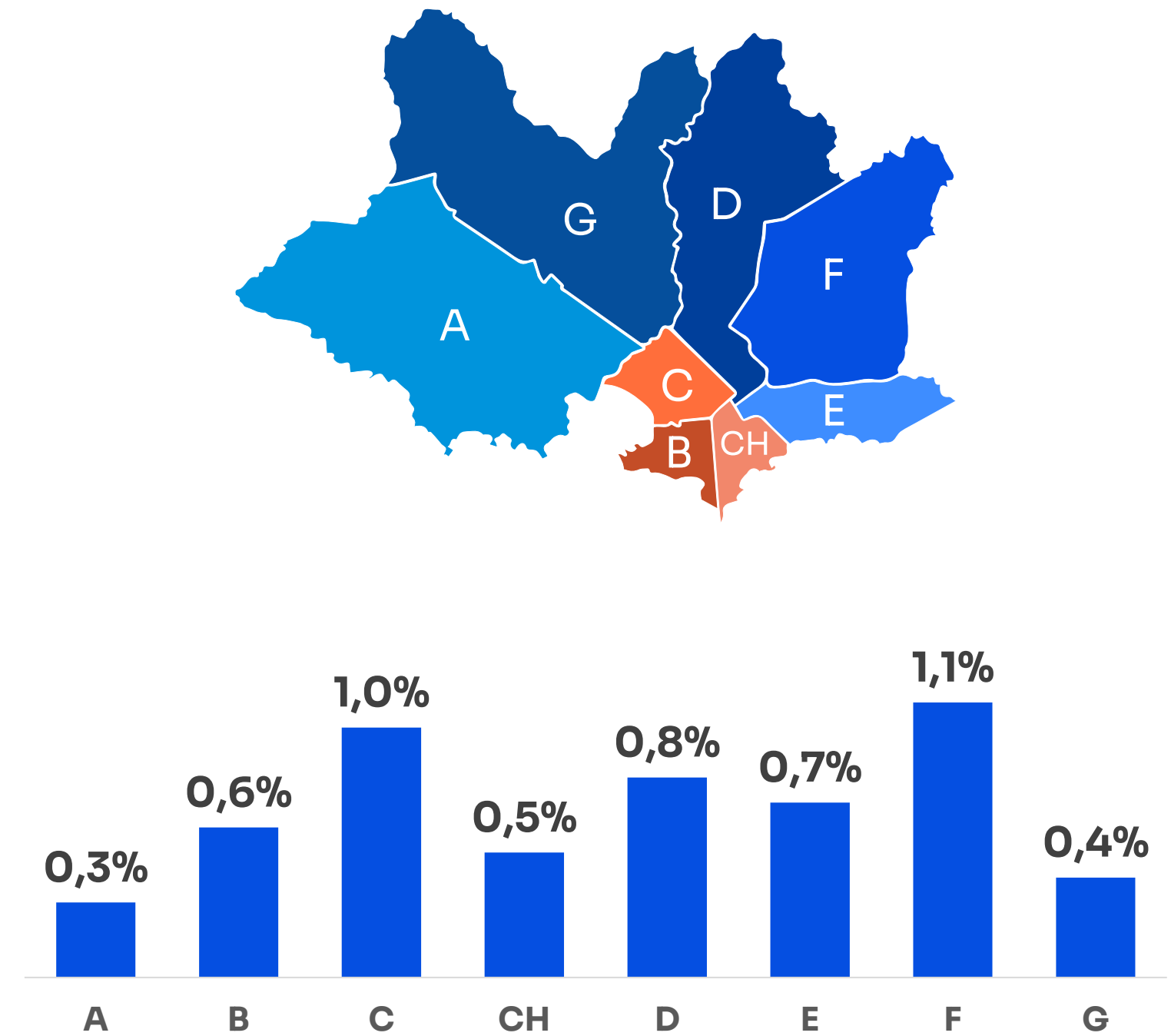


Consumo por zona

Variación
Ene-Mar'26 vs Ene-Mar'26

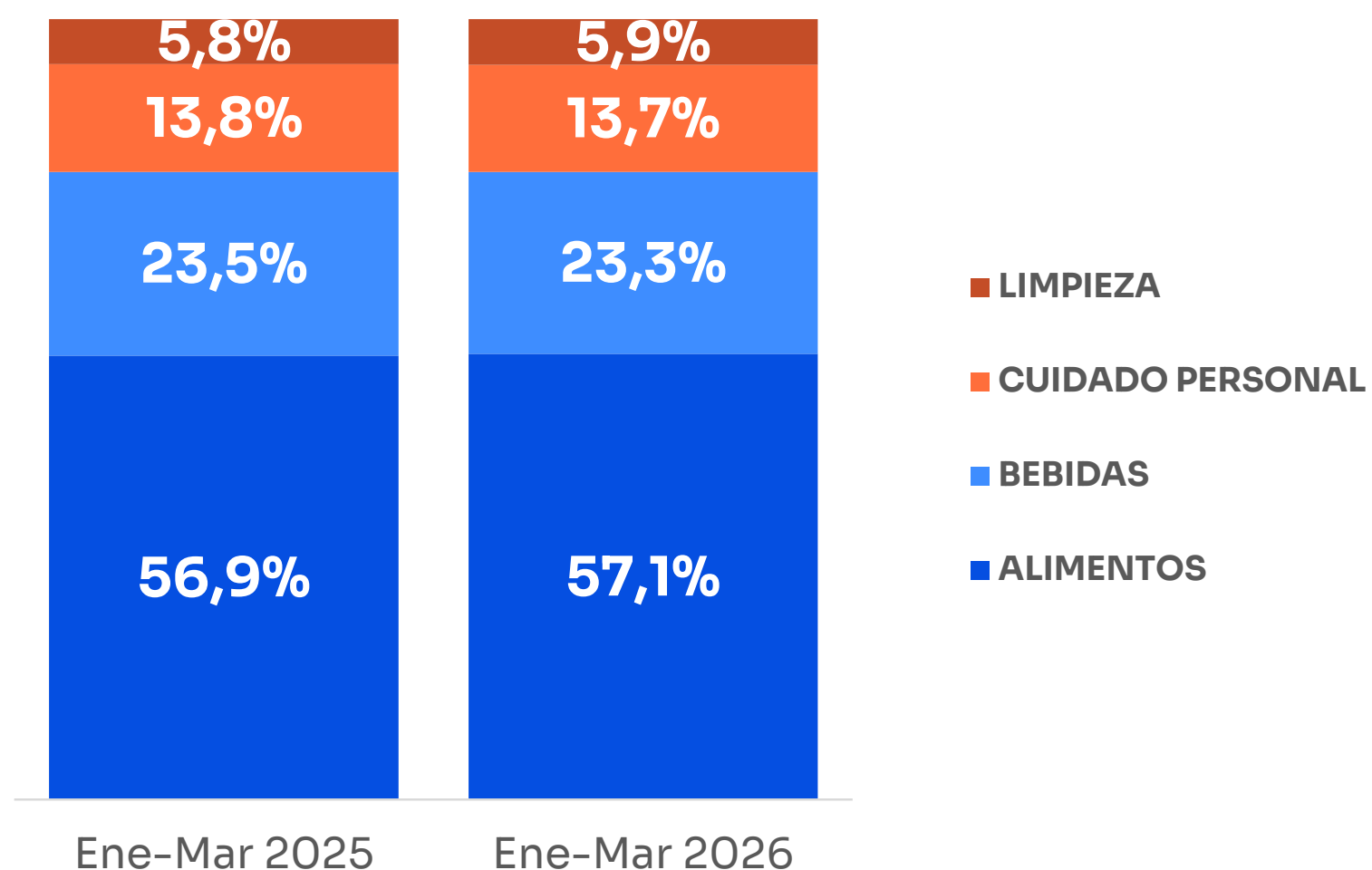


MUNICIPIOS DE MONTEVIDEO



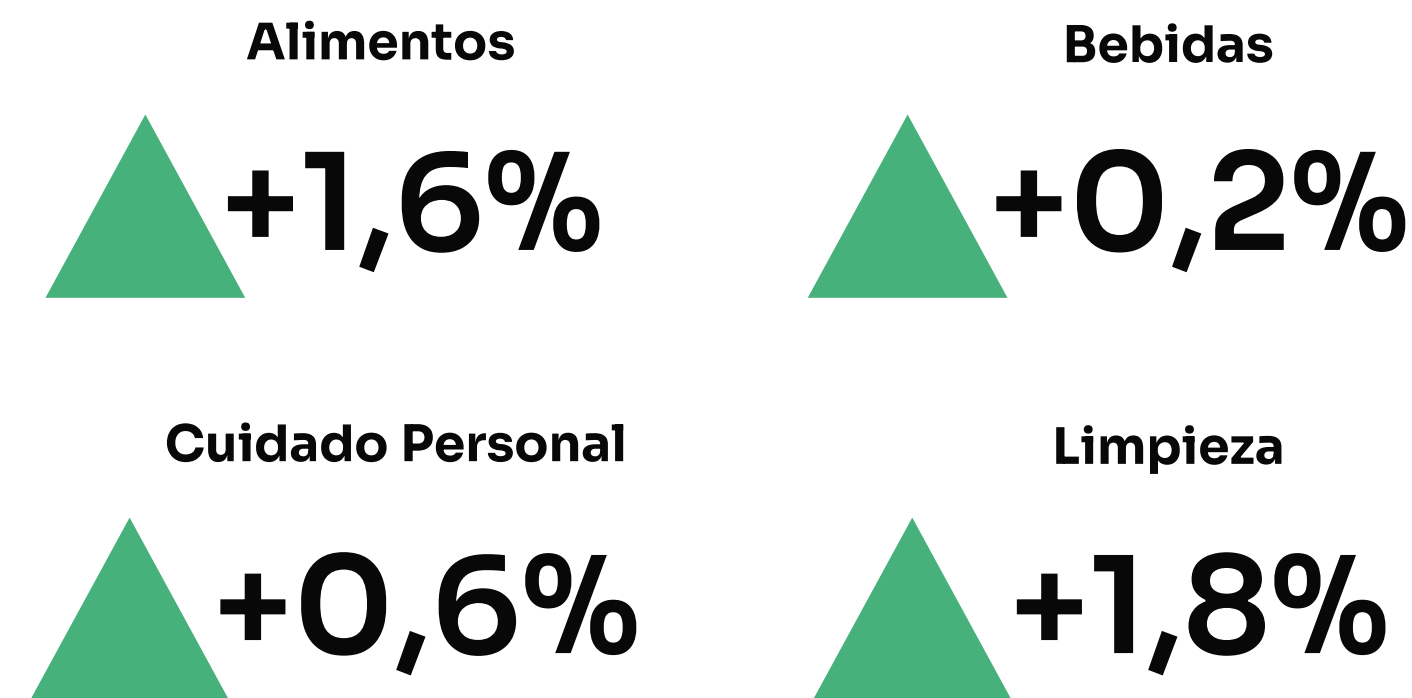


PESO FAMILIAS



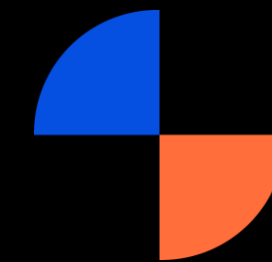
Analizando la situación por familia de productos, todas presentan crecimientos en lo que va del año. Alimentos y Limpieza son las que más aumentan respecto al año anterior.

VARIACIÓN EN CONSUMO

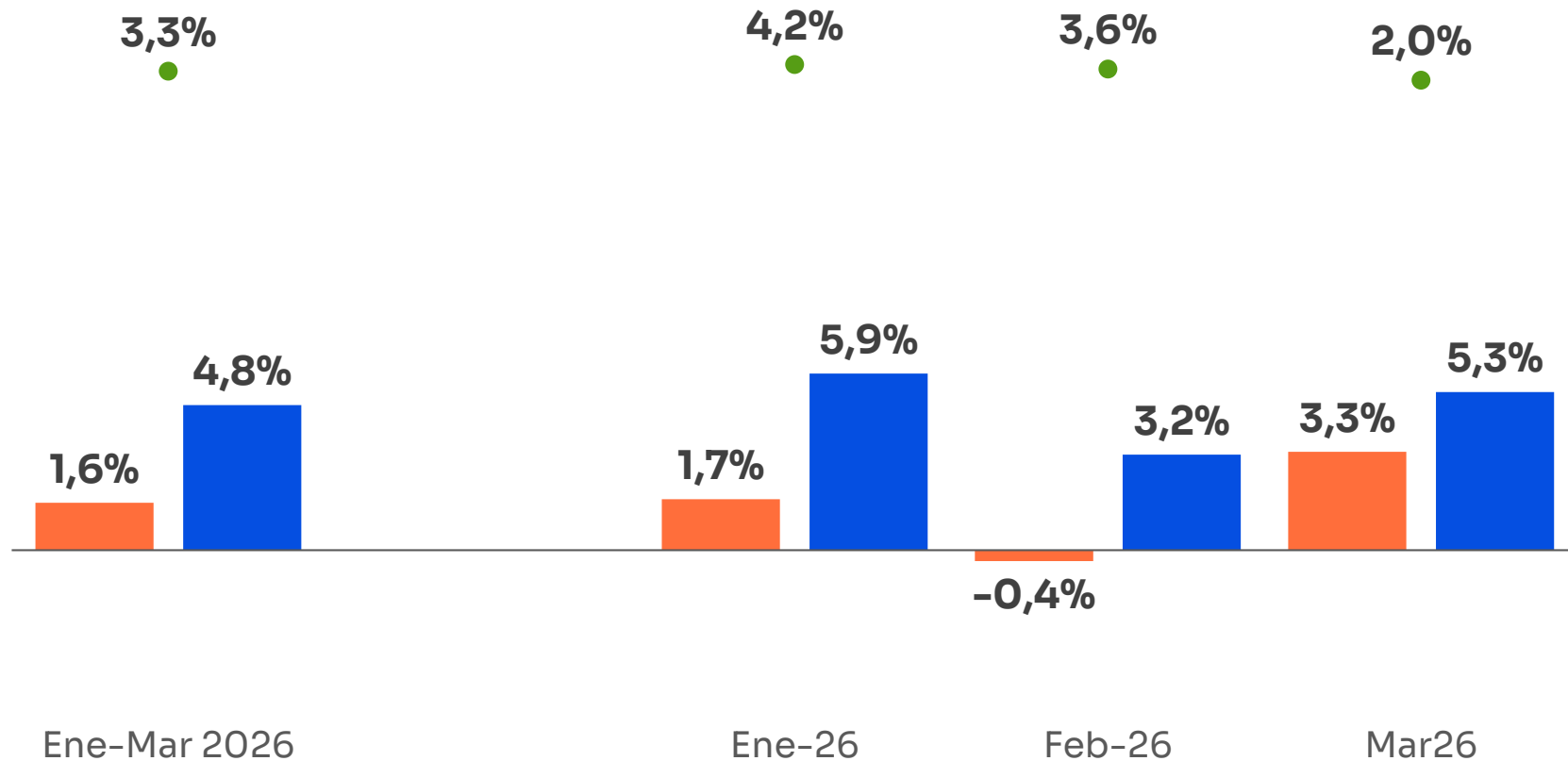


Familias

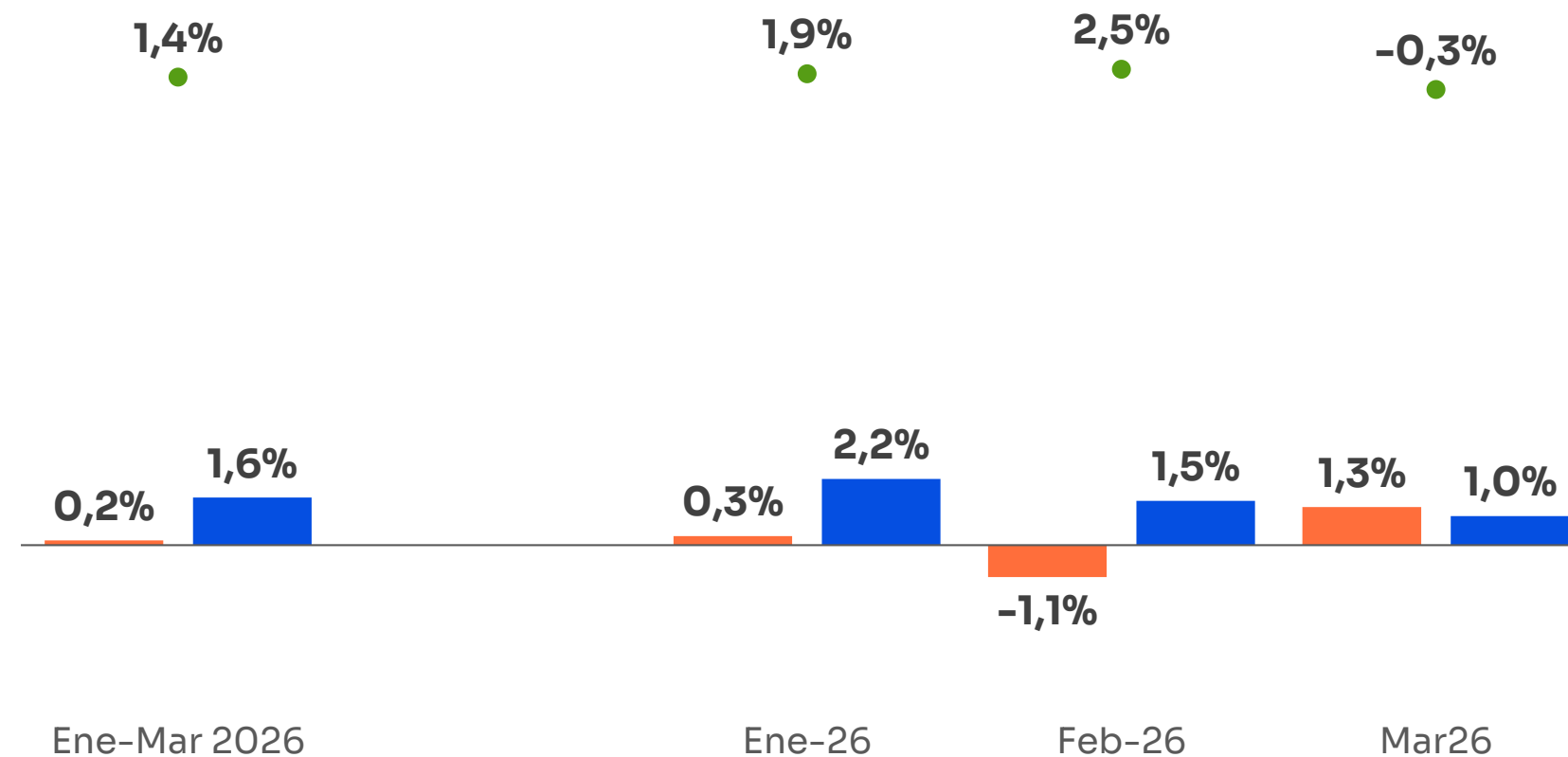
Variación vs
año anterior



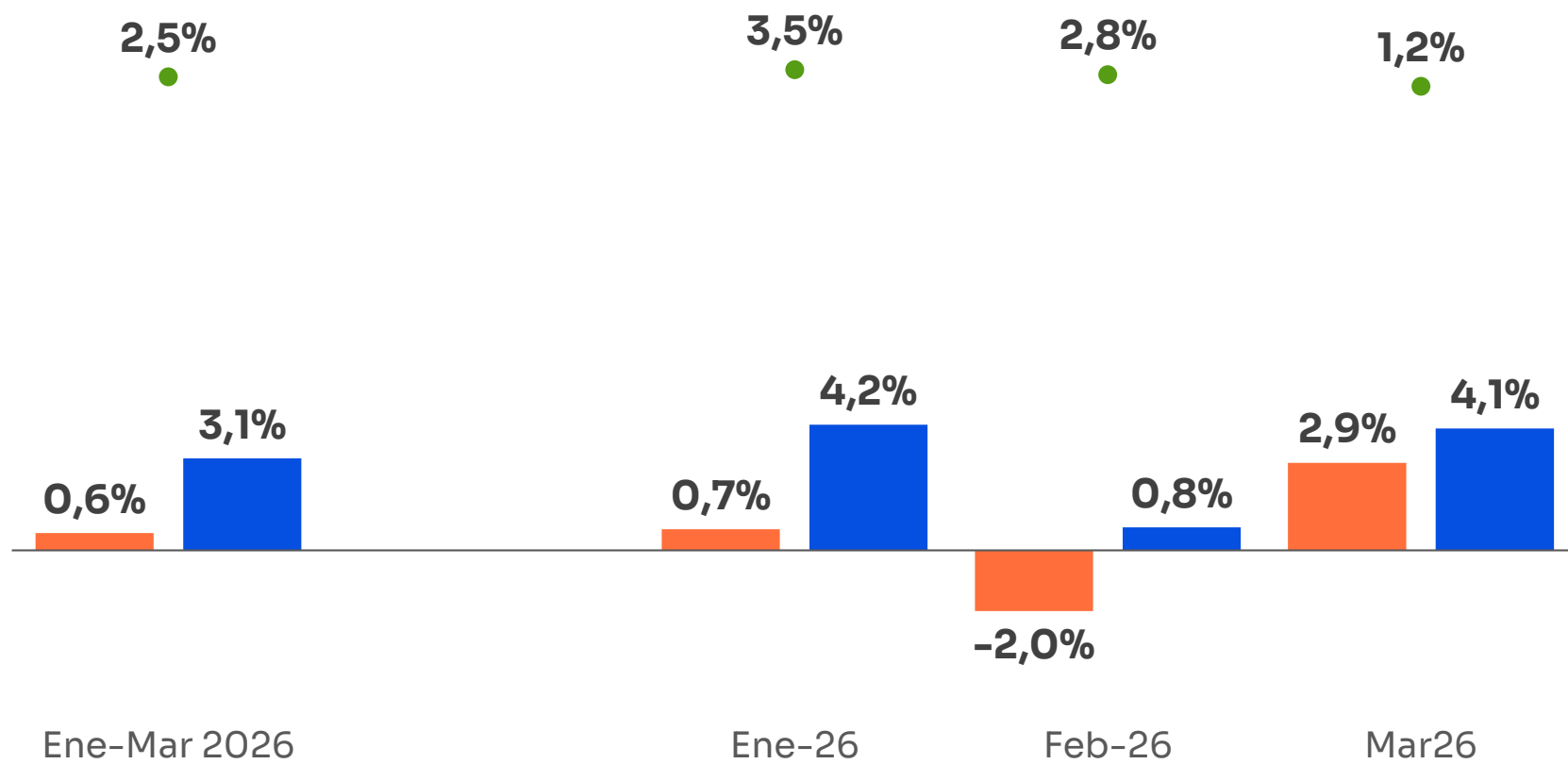
ALIMENTOS



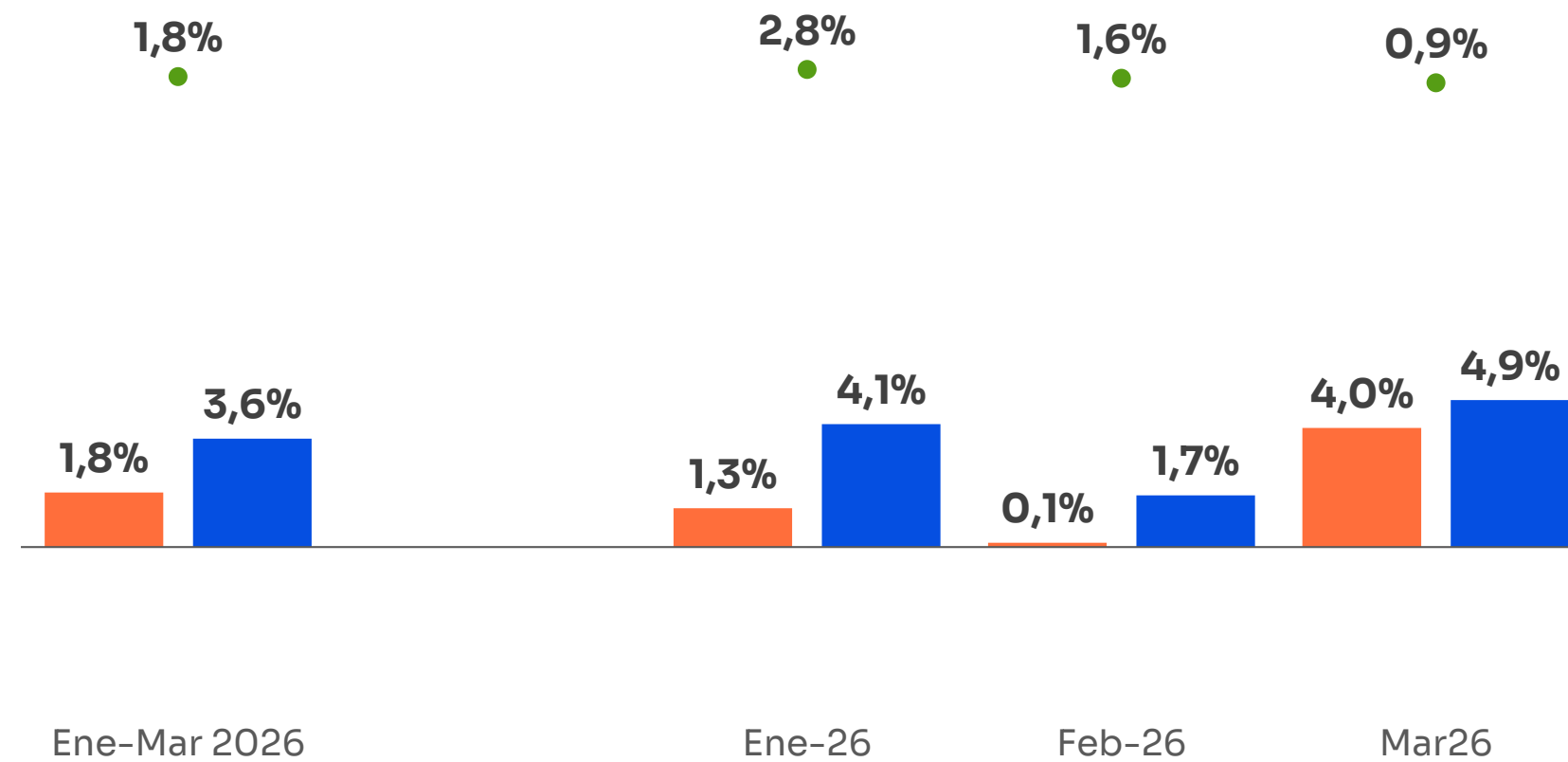
BEBIDAS



CUIDADO PERSONAL



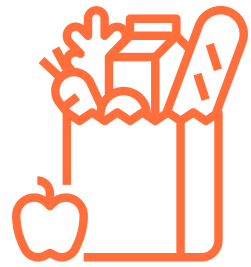
LIMPIEZA



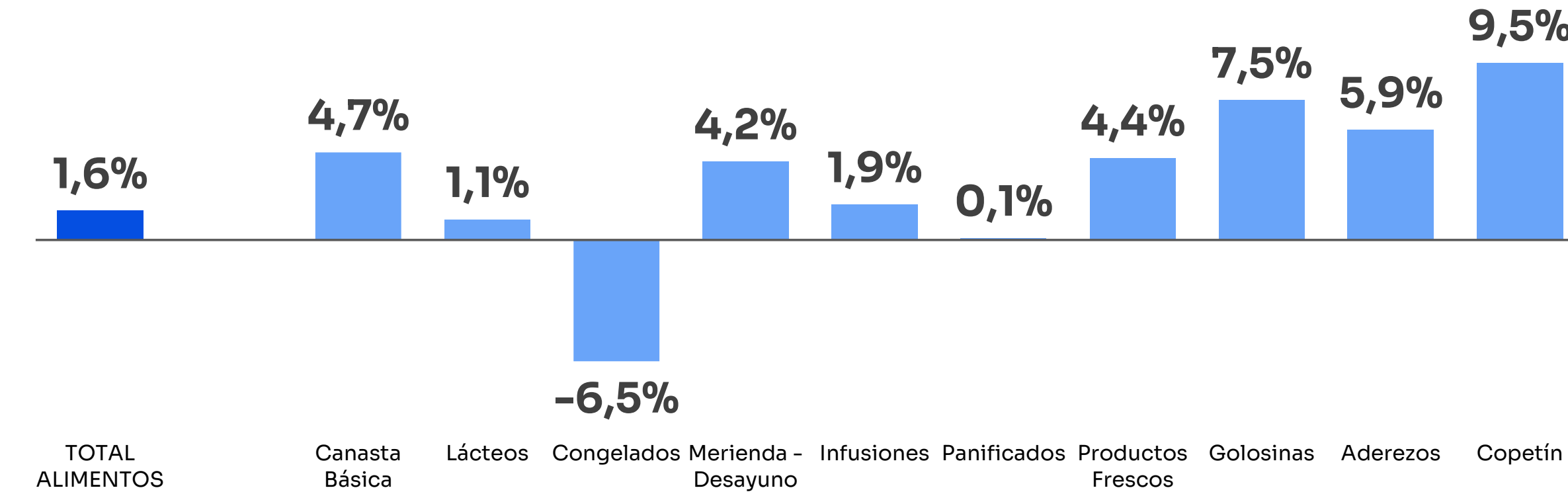
Consumo Facturación Precio Promedio

Sub Familias

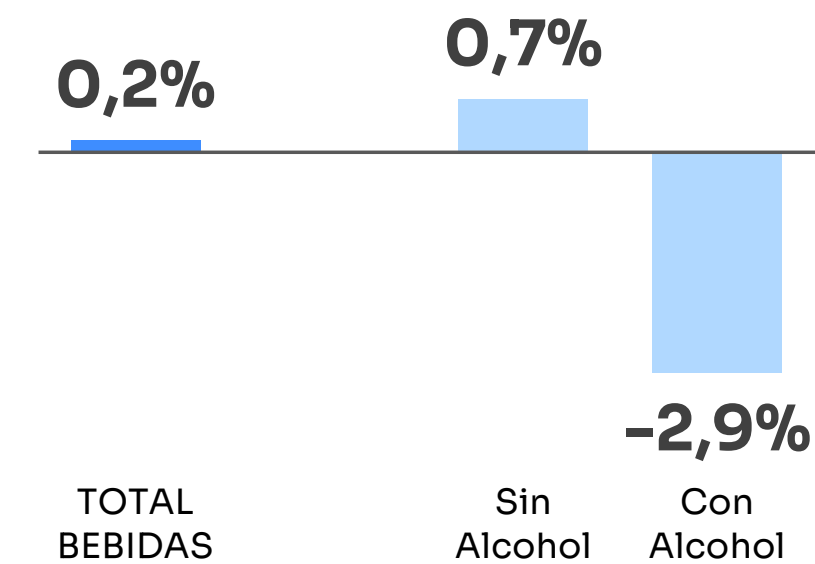
Variación
Ene-Mar'26 vs Ene-Mar'25



ALIMENTOS



BEBIDAS

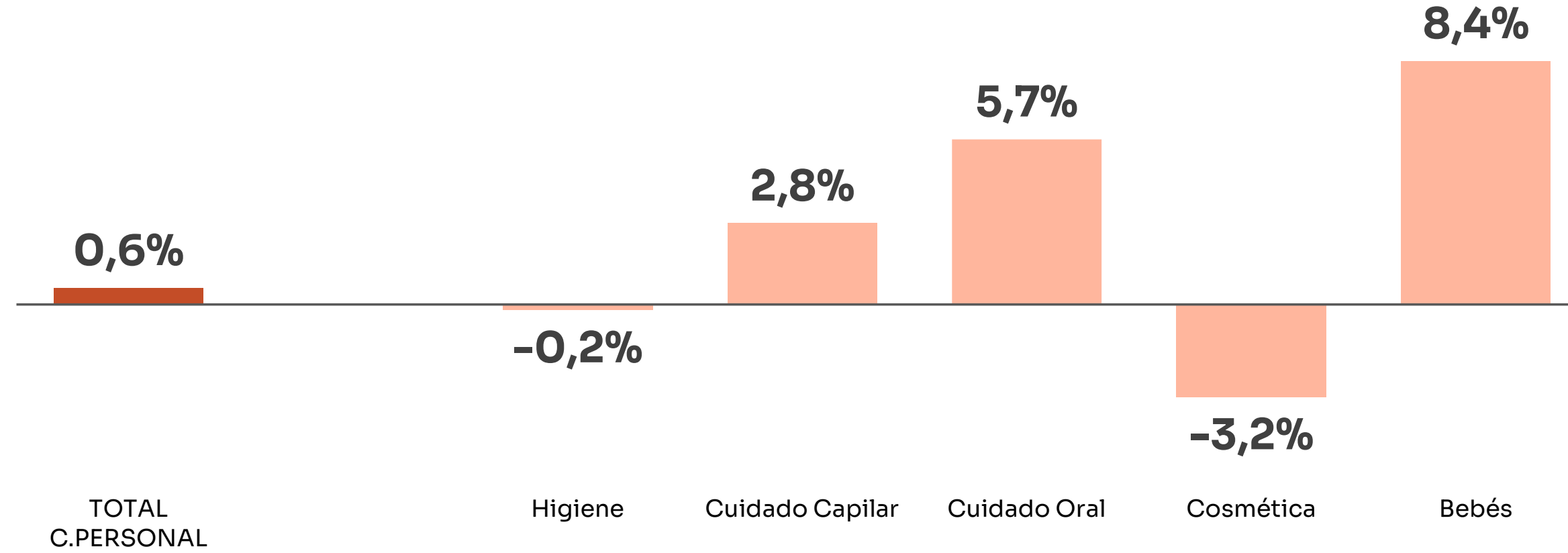


Sub Familias

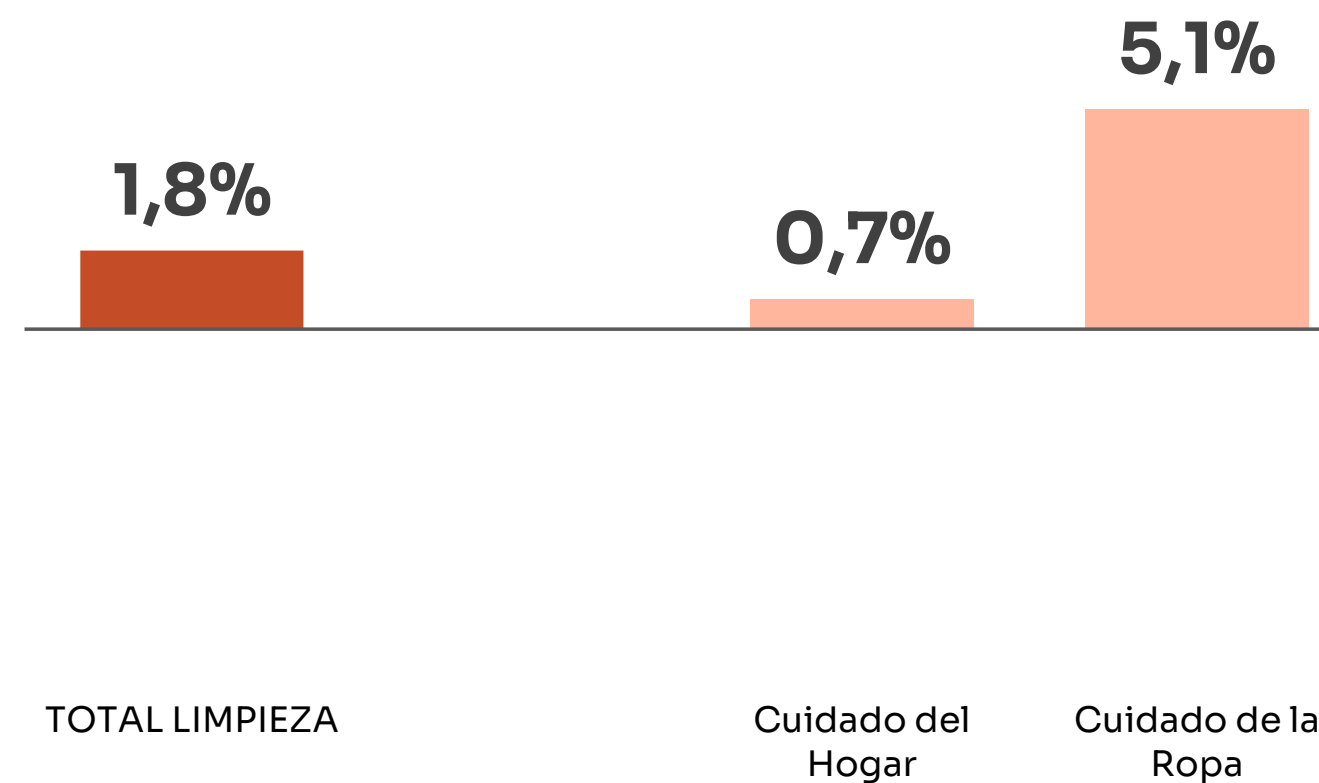
Variación
Ene-Mar'26 vs Ene-Mar'25



CUIDADO PERSONAL



LIMPIEZA





Categorías con mayor crecimiento o caída

ALIMENTOS

Crecimiento

1	PASCUAS
2	BARRAS DE CEREALES
3	FIDEOS INSTANTÁNEOS
4	DONUTS
5	LEGUMBRES

Caída

1	HELADOS IMPULSIVOS
2	BOMBONES
3	HELADOS FAMILIARES
4	EMPANADAS CONGELADAS
5	POSTRES HELADOS

BEBIDAS

Crecimiento

1	GRAPPA MIEL
2	AGUAS
3	VINOS NO VCP
4	VINOS VCP
5	APERITIVOS

Caída

1	RON
2	SIDRAS
3	FERNET
4	ISOTÓNICAS
5	VODKA



Categorías con mayor crecimiento o caída

C. PERSONAL

Crecimiento

1	TOALLAS HÚMEDAS
2	CEPILLOS DENTALES
3	CREMAS DENTALES
4	PAPEL HIGIÉNICO
5	CREMAS FACIALES

Caída

1	PROTECTORES SOLARES
2	COLORACIÓN
3	REPELENTES
4	ALCOHOL EN GEL
5	AFEITADORAS

LIMPIEZA

Crecimiento

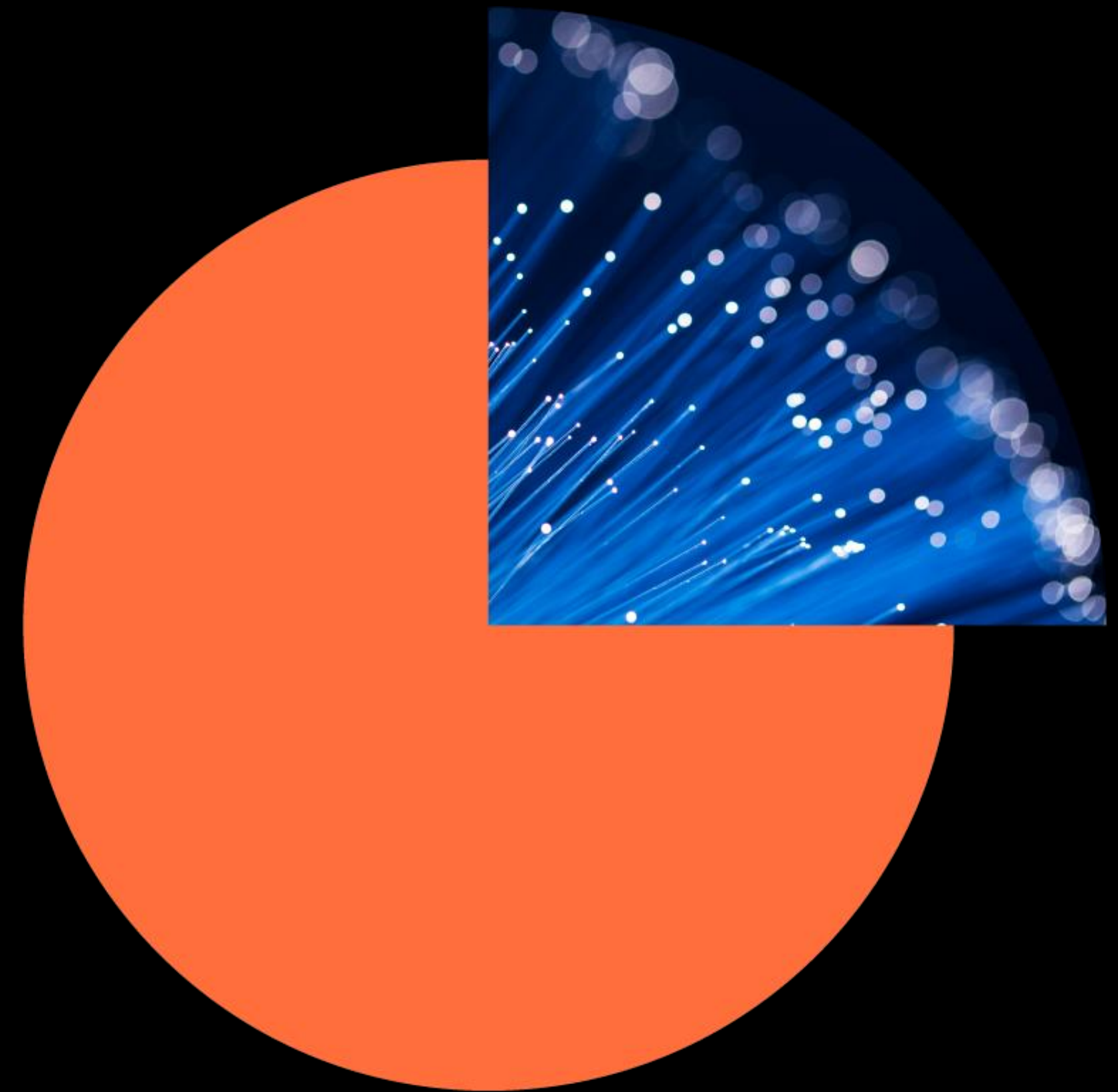
1	BOLSAS DE RESIDUOS
2	DETERGENTE PARA ROPA
3	LIMPIADORES
4	DETERGENTE PARA VAJILLA
5	QUITAMANCHAS

Caída

1	INSECTICIDAS
2	JABONES DUROS
3	LAVANDINA
4	LUSTRA MUEBLES
5	SUAVIZANTES



¿Te gustaría
conocer más?



Contactanos:

consumomasivo_uy@scanntech.com ↗