



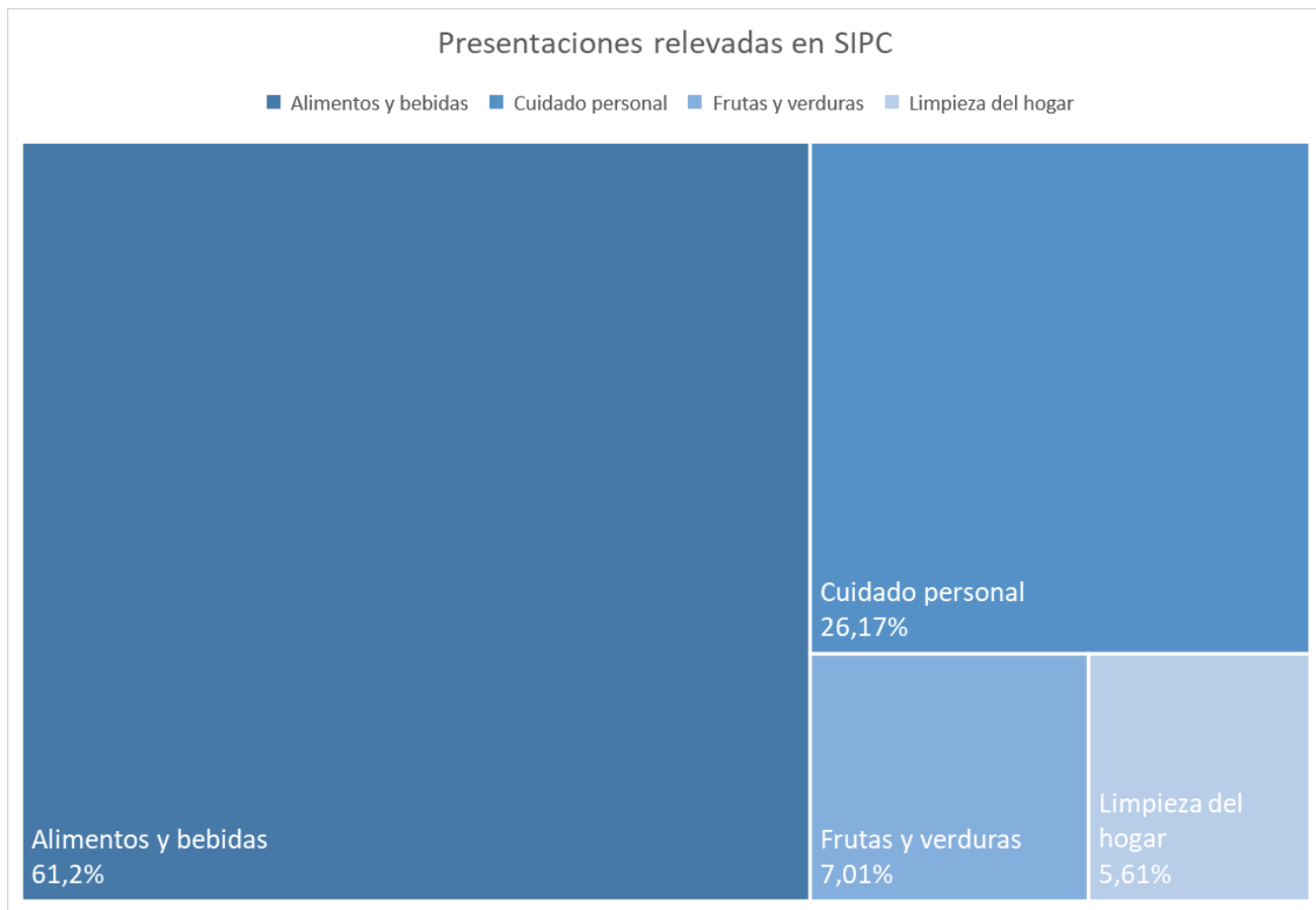
# Evolución intra-anual de precios en el período enero – junio 2025

## Introducción

En este informe, presentamos un análisis estadístico intra-anual del comportamiento de los precios reportados al Sistema de Información de Precios al Consumidor (en adelante, SIPC) en el primer semestre del año 2025. Se trata de un resumen de la información que diariamente se brindó a los consumidores en el SIPC. No constituye una medición de la inflación<sup>1</sup>.

## Presentaciones y Establecimientos

El SIPC releva los precios diarios de un total de 214 presentaciones<sup>2</sup>. Las presentaciones elegidas son representativas de 85 artículos que se clasifican en las siguientes categorías: alimentos y bebidas (131 presentaciones), cuidado personal (56 presentaciones), frutas y verduras (15 presentaciones), y limpieza del hogar (12 presentaciones).



<sup>1</sup> La inflación es medida por el INE considerando una canasta de productos y servicios amplia.

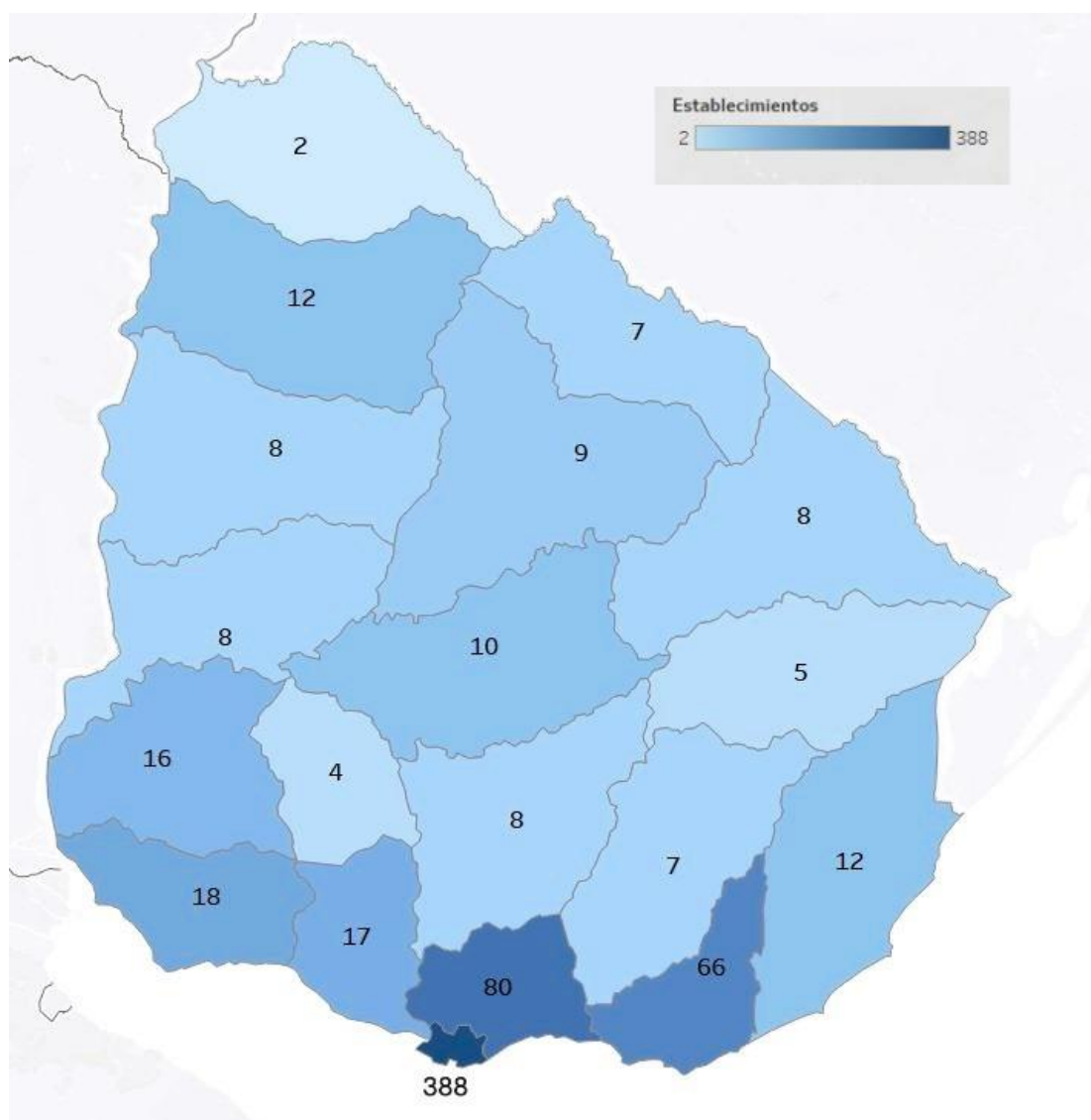
<sup>2</sup> Las presentaciones son los productos en su versión más detallada (especificando marca, peso, cantidad y variedad).



En el primer semestre, han reportado diariamente al SIPC un promedio de 685 establecimientos de distribución minorista de todo el país, los cuales se encuentran repartidos en el territorio nacional de la siguiente forma: 56,6% en Montevideo y 43,4% en el interior.

Dentro de Montevideo, el 91% de los establecimientos que envían datos corresponden a cadenas de supermercados o cadenas de farmacias<sup>3</sup>, el 9% restante corresponde a supermercados que no conforman una cadena. Dentro de estos últimos, un 24,3% integran con otros supermercados algún grupo de compra (Cardinal, Central Mayorista, Grupal, Grupo Mas, Planeta, y Tamisur).

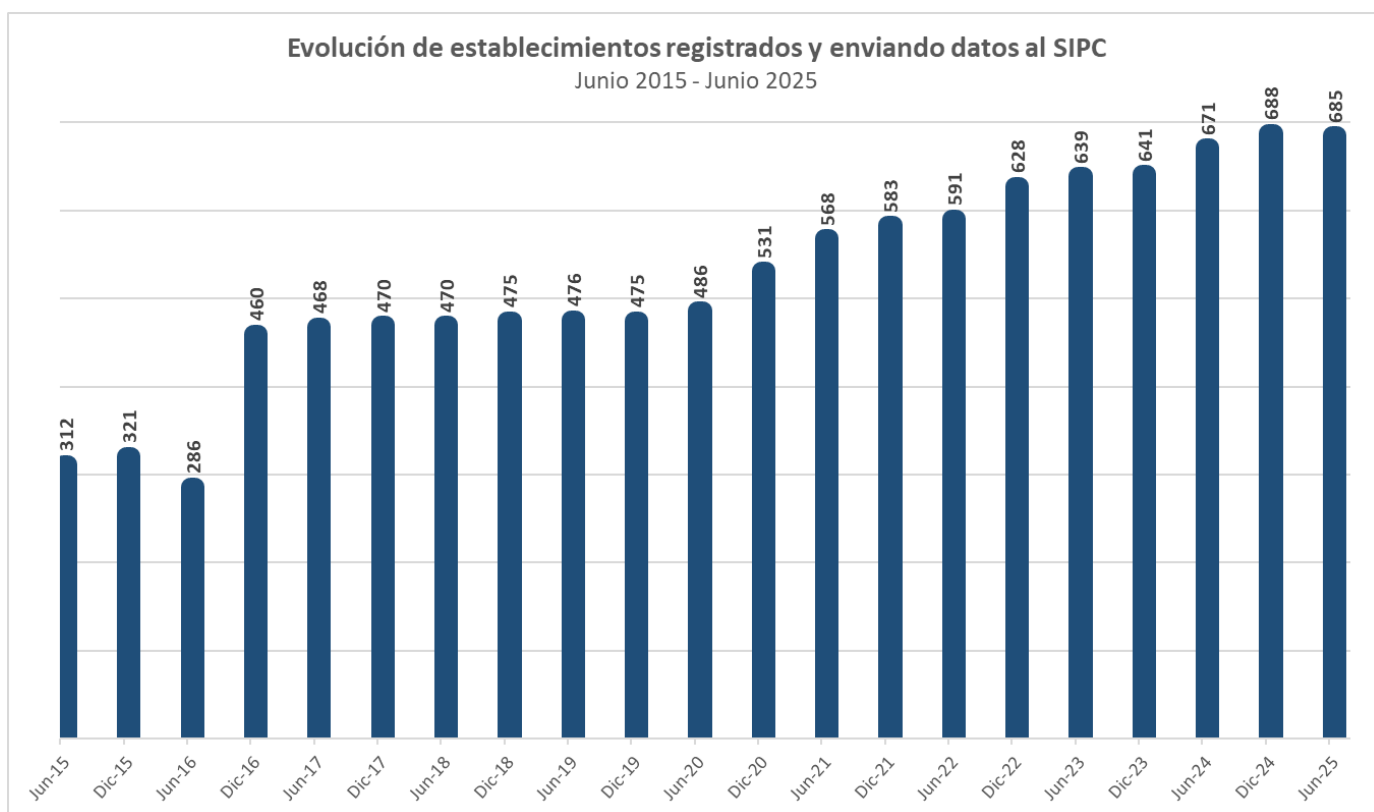
En el interior del país, el 92,9% de los que reportan al SIPC son cadenas de supermercados o de farmacias. El 7,1% restante no forman parte de una cadena, pero un 52,4% de los supermercados integran algún grupo de compra (Central Mayorista, Grupal, Grupo Mas, Tamisur).



<sup>3</sup> Cadenas de supermercados y farmacias: Devoto, Devoto Expres, Disco, El Clon, El Dorado, Farmaglobal, Farmashop, Frog, Géant, Kinko, Macro, Micromacro, Pigalle, Red Expres, Red Market, San Roque, Ta-ta, Tienda Inglesa, y Ubesur.



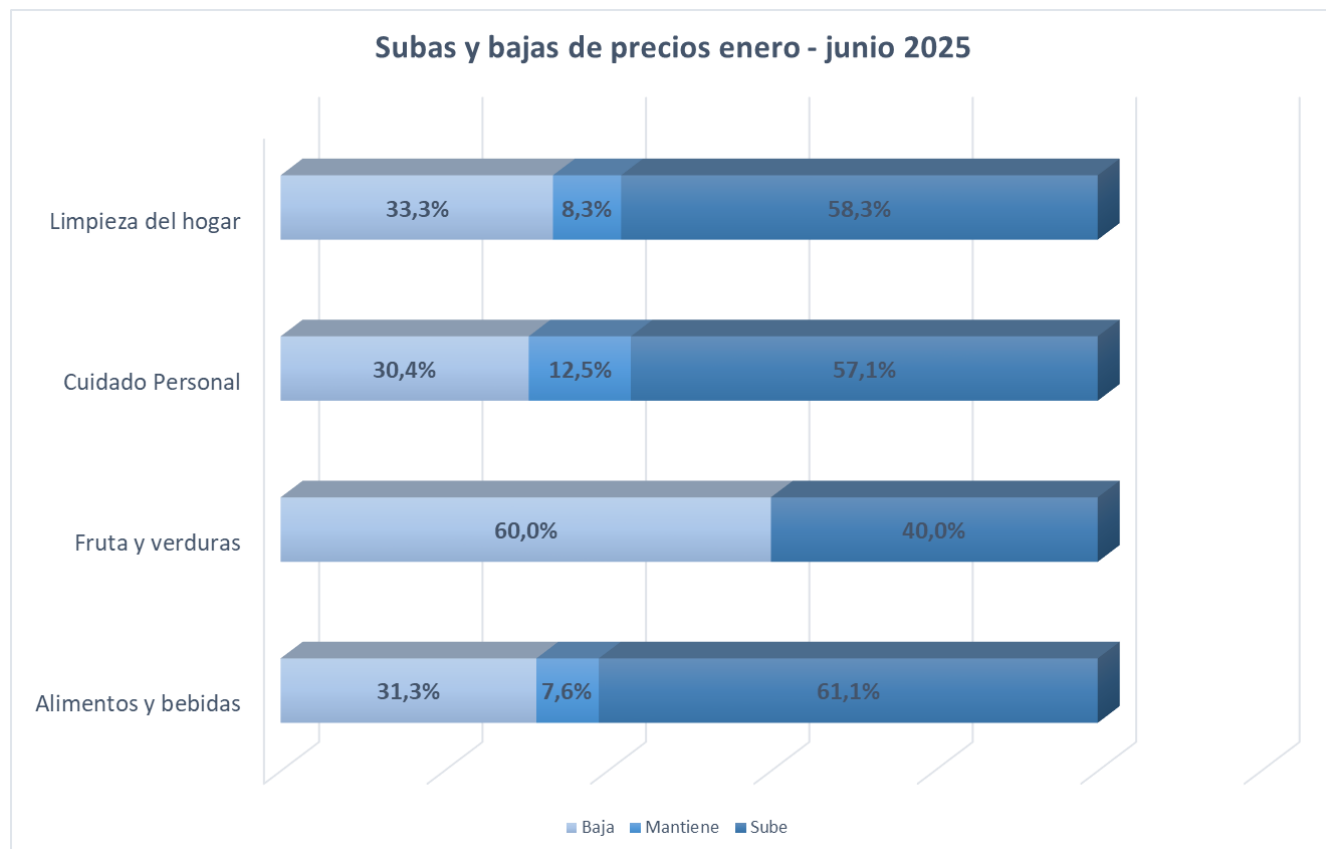
En el siguiente gráfico se muestra cómo han evolucionado los establecimientos registrados y enviando datos al SIPC, desde junio 2015 a junio 2025. Como se observa una vez realizado el cambio de sistema de envió mensual y quincenal de datos a diario con la mejora tecnológica (año 2016) se logró una mejor cobertura de establecimientos minoristas registrados y enviando datos. Los siguientes cambios de cantidad de establecimientos se deben a modificaciones en la normativa que ampliaron los sujetos obligados, y al comportamiento del sector de establecimientos (cierre de locales, incorporación a cadenas, apertura de nuevos locales, etc.).





## Análisis de precios en el período enero a junio 2025

Para la medición se empleó el Precio Promedio de Mercado (PPdM), el cual es determinado a partir de los precios promedio mensuales para cada presentación entre todos los establecimientos que enviaron datos<sup>4</sup>. El siguiente gráfico muestra, por categorías, la cantidad de presentaciones cuyos precios PPdM subieron o bajaron en el semestre:



Durante el primer semestre, las categorías que presentan mayoritariamente productos con aumentos de PPdM son: alimentos y bebidas, limpieza del hogar, y cuidado personal.

Dentro de la categoría de alimentos y bebidas, se registraron aumentos promedios de los PPdM de 4,6%, mientras que las presentaciones que bajaron de precio lo hicieron en promedio 5,3%.

En cuanto a la categoría de limpieza del hogar las presentaciones que aumentaron sus PPdM lo hicieron en promedio un 3,6% y las que lo redujeron lo hicieron en un 0,9%.

Por su parte, en la categoría de cuidado personal, las presentaciones que aumentaron sus PPdM lo hicieron en promedio un 3,2%. Las presentaciones que bajaron lo hicieron en promedio 2,8%.

<sup>4</sup> Se toman los precios informados por los mismos establecimientos en enero y en junio.



Ministerio de Economía y Finanzas  
Unidad Defensa del Consumidor

Por último, se encuentra la categoría de frutas y verduras que es la más volátil de las cuatro, las presentaciones de este grupo que aumentaron sus precios en junio respecto a enero lo hicieron en promedio un 31,5%. Mientras que las que disminuyeron fue en promedio un 9,3%.

A continuación, se incluyen tablas con las presentaciones con mayor rebaja y mayor aumento de precios en el primer semestre de 2025, teniendo en cuenta la totalidad de las categorías analizadas:

Presentaciones	Variación baja
Pescado fresco bifos de merluz - sin marca 1 kg.	-25,2%
Lechuga Crespa unidad	-24,7%
Mayonesa común Hellmans Envase 500 grs.	-22,1%
Zapallo Calabacín 1 kg.	-22,0%
Café envasado (no instantáneo) Saint Paquete 250 grs.	-19,4%
Lechuga Mantecosa unidad	-16,9%
Hamburguesas carne vacun Paty Paquete 2 unidades	-16,8%
Jabón de tocador Rexona Unidad 125 grs.	-14,7%
Harina trigo común 0000 Tienda Inglesa Paquete 1 kg.	-13,8%
Harina trigo común 0000 Cololó Paquete 1 kg.	-13,5%

Presentaciones	Variación suba
Tomate Perita, 1 kg.	112,6%
Tomate Americano, 1 kg.	68,9%
Arvejas en conserva Nidemar Lata 300 grs.	23,4%
Paleta vacuna Con Hueso - Sin Marca 1 kg.	14,8%
Aguja vacuna Con Hueso - Sin Marca 1 kg.	14,7%
Jabón de tocador Neutrogena Deep Clean, 80 grs.	14,1%
Chorizos mezcla sueltos - Centenario - Extra 1 kg.	11,8%
Frankfurters cortos Ottonello Paquete 8 us.	11,8%
Queso rallado Artesano Paquete 80 grs.	11,3%
Protector solar SPF 40 Dermaglós 250 ml.	10,7%



Otro aspecto relevante para analizar tiene que ver con la variabilidad de precios entre establecimientos. Teniendo en cuenta solo los productos que se venden con marca.

La categoría que contiene presentaciones con menor coeficiente de variación<sup>5</sup> promedio es la de alimentos y bebidas 9,47%. Para este grupo, el coeficiente de variación oscila entre 3,3% y 29,7%. La menor dispersión de precios se registró en una marca de vino tinto común tetrabrick, es decir, esa presentación presentó precios similares en todos los establecimientos que enviaron datos al SIPC. Y la mayor dispersión dentro de la categoría alimentos y bebidas se observó en una marca de arroz blanco.

Por otro lado, el grupo que tuvo en promedio mayor dispersión de precios corresponde a la categoría cuidado personal 12,6%. Variando entre 29,8% para una marca de curitas y 4,2% para una marca de alcohol rectificado.

---

<sup>5</sup> El coeficiente de variación de una variable se calcula como el cociente entre su desvío estándar y su media aritmética.