



• OBSERVATORIO GRANJERO •

Margen bruto aparente de precios de frutas y hortalizas de la UAM al consumidor final



Introducción

La Unidad Agroalimentaria Metropolitana (UAM)¹, es el lugar donde ocurren la mayor parte de las transacciones mayoristas de frutas y hortalizas frescas del país. Es por ello por lo que en dicho lugar se forman los precios mayoristas que son utilizados como referencia para buena parte de los negocios, incluso aquellos que ocurren fuera de dicho recinto.

Esta formación de precios responde principalmente a la ley de la oferta y la demanda en su más pura expresión. Dicho de otra forma, si la demanda supera la oferta, la competencia hace subir el precio de mercado y en caso contrario si la oferta excede la demanda los precios tienden a caer. Este comportamiento hace que no necesariamente los precios tomen en cuenta a los costos de producción y distribución mayorista para definirse; llegando en ocasiones a darse transacciones a valores inferiores a los costos de producción y comercialización.

Este proceso básico de mercado mayorista es desde hace años el objeto de estudio del Observatorio Granjero (convenio entre la UAM y la Dirección General de la Granja del Ministerio de Ganadería Agricultura y Pesca). Por su parte el Sistema de Información de Precios al Consumidor² del Ministerio de Economía y Finanzas, releva precios de frutas y hortalizas frescas en supermercados.

Si bien el precio mayorista es una de las variables que más peso tiene en la determinación del precio minorista de frutas y hortalizas, este último también depende de otras muchas variables como:

- Flete y/o transporte logístico.
- Insumos de empaque.
- Alquiler de local.
- Requisitos reglamentarios.
- Salarios y cargas sociales del personal.
- Servicios básicos (agua, electricidad, internet, etc.).
- Depreciación de activos necesarios para la actividad (balanzas, exhibidores, vehículos, cámaras frigoríficas, etc.).
- Costos de almacenamiento.
- Pérdidas de producto por su perecibilidad.
- Ganancia del comerciante.

Otras consideraciones comerciales y estructurales relevantes a tener en cuenta para el análisis es que estos productos presentan una:

- marcada estacionalidad.
- elevada volatilidad productiva y por ende de oferta y precios.
- y gran dispersión de calidad.

Estos factores podrían provocar una mayor diferencia entre ambos niveles de precios con respecto a otros productos de consumo.

Por otro lado, el presente informe analiza la relación de precios entre el sector mayorista y minorista de frutas y hortalizas comercializadas en Uruguay. Para ello se pretende comenzar a cuantificar la magnitud de la brecha de precios entre ambos niveles de comercialización, identificar productos con diferentes diferencias y analizar la evolución temporal de dicha relación de precios.

¹ En 2025 pasaron por la UAM 465.624 toneladas lo que significa aproximadamente el 77% del consumo de frutas y hortalizas en fresco anual del país. https://uam.com.uy/wp-content/uploads/2026/06/Anuario_Estadistico_UAM_2025_Observatorio_Granjero.pdf

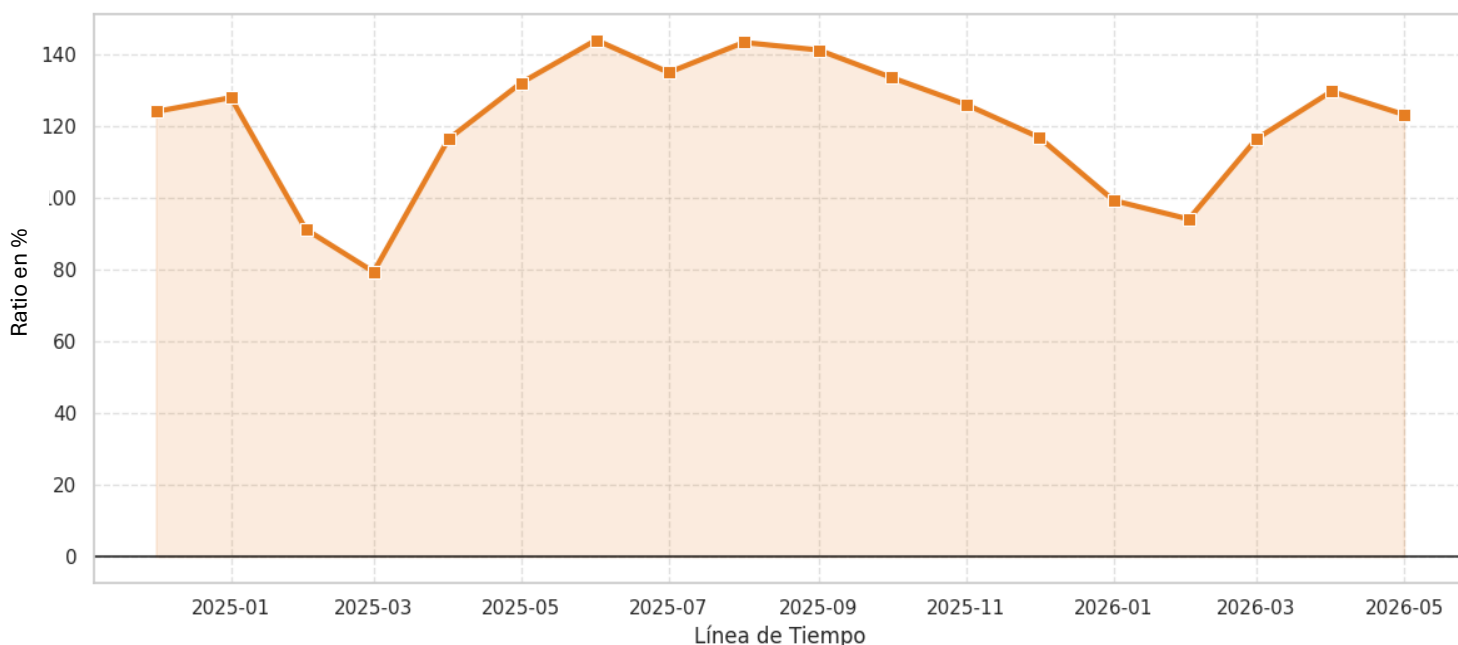
² <https://www.precios.uy/>

Es importante establecer antes de avanzar en el desarrollo de este informe que, el uso de la información de precios minoristas de supermercados responde solamente a la disponibilidad de dicha información de manera sencilla y no pretende estigmatizar a este formato, sino que parte del entendido de que se trata de un canal que hoy en día es significativamente representativo de la realidad de todos los canales minoristas existentes. En próximos trabajos se pretende abordar esta temática incluyendo la mayor parte de los canales minoristas posibles.

Evolución temporal de la brecha promedio

La tendencia mensual de la brecha promedio de precios (ratio minorista/mayorista) muestra que durante el período analizado (diciembre 2024 a mayo de 2026) las relaciones promedio fueron cercanas a 1,2 veces el valor mayorista. Dicho de otro modo, el precio minorista promedio fue 20 % más alto que el mayorista (más que lo duplicó). Observándose máximos en junio y agosto de 2025 en que el margen superó valores de 140% y mínimos en el en torno a 80% para marzo de 2025. Posteriormente, hacia comienzos de 2026 se registra una reducción moderada de dichos márgenes, con porcentajes apenas por debajo de 100% en febrero, aunque de marzo a mayo vuelven a observarse valores que superaron incluso el 120%.

Brecha promedio de precios (ratio minorista/mayorista)



Comparación por producto para mayo de 2026

Margen en pesos por kilogramo

Las brechas entre el precio mayorista y el minorista fueron sensiblemente diferentes según el rubro analizado.

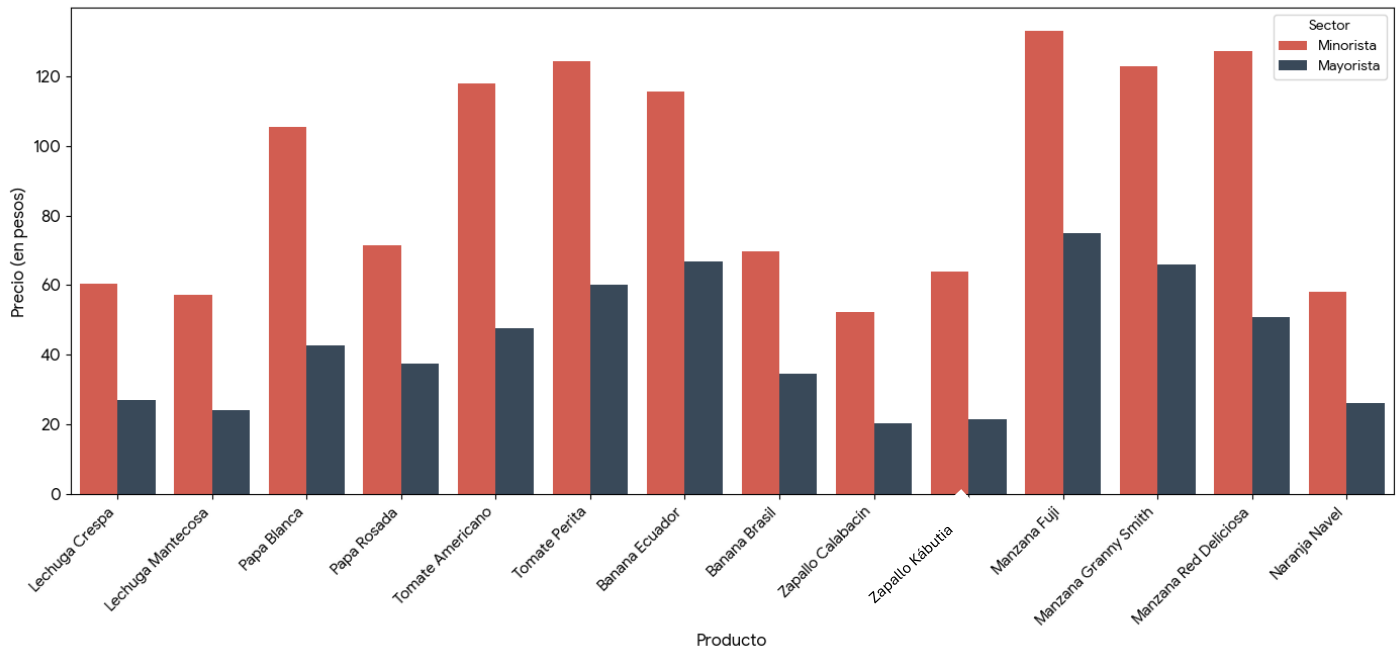
En primer lugar, se analizaron los márgenes por kilogramo en pesos corrientes de cada producto (excepto en el caso de lechuga que se analizó el precio por unidad).

De dicho comparativo surge que, a la fecha del análisis, las manzanas fueron los productos con los márgenes minoristas en pesos por kilogramo más elevados, seguidos de tomates y papa blanca:

- Manzana Fuji
- Manzana Red Delicious
- Manzana Granny Smith
- Tomate Perita

- Tomate Americano
- Papa Blanca

Comparación de Precios Minorista vs Mayorista - Mayo 2026

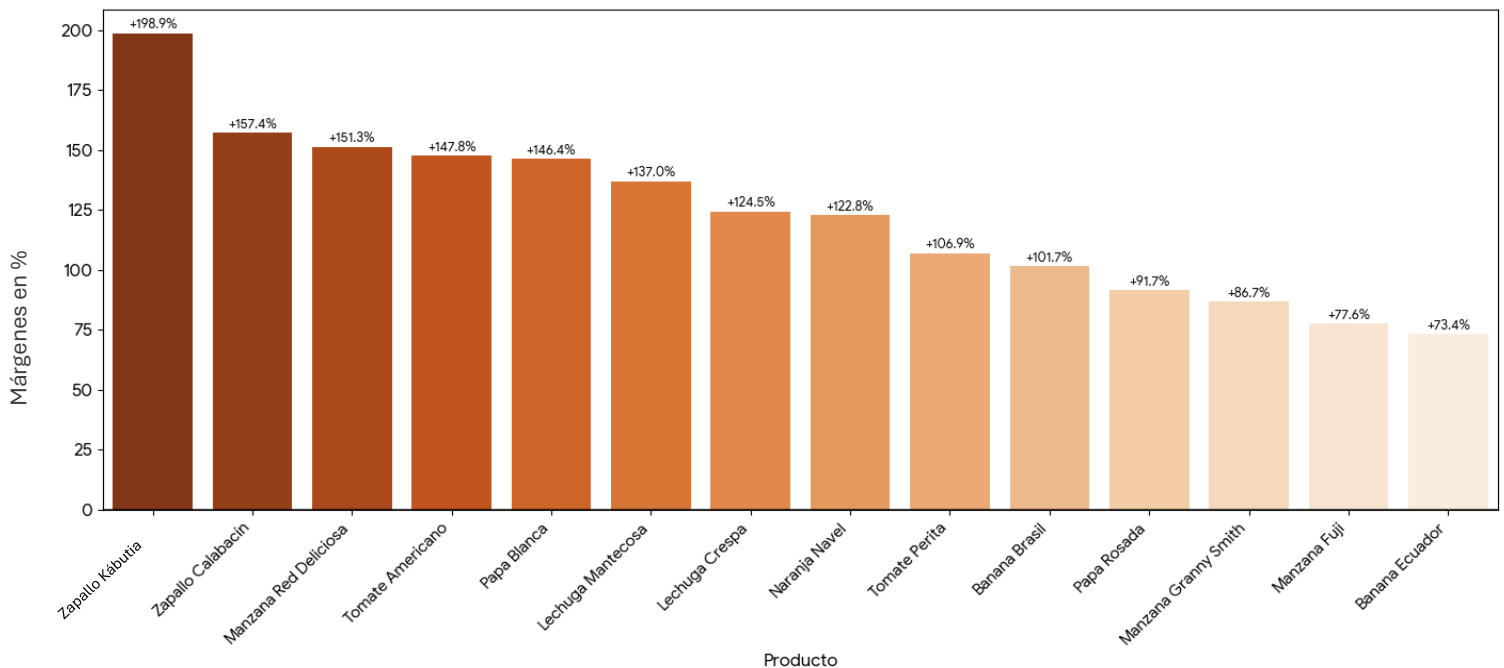


En el otro extremo, productos como zapallo Kabútia, lechuga y naranja presentaron menores márgenes de precios minoristas.

Margen porcentual

El análisis de la relación entre el precio minorista y el mayorista de cada producto permite identificar si se observan diferencias entre los márgenes porcentuales minoristas aplicados.

Relación entre el precio minorista y el mayorista de cada producto (mayo 2026)



Productos con mayor brecha

Los mayores porcentajes de márgenes (superiores al 120%) se observaron en:

- Zapallos Kabutiá y Calabacín
- Manzana Red Delicious
- Tomate redondo/Americano
- Papa blanca
- Lechugas crespas y mantecosas
- Naranja

Estos resultados indican que el precio al consumidor llegó a multiplicar entre dos y tres veces el valor mayorista (márgenes de 100% a 200%).

El comportamiento de zapallo Kabutiá y Calabacín donde se evidencian márgenes relativamente altos puede estar asociado con que:

- Dado su precio mayorista bajo, pasan a pesar mucho en términos relativos los costos mencionados para el negocio minorista.
- En los supermercados es común la presentación “cortado” que aumenta mucho la perecibilidad del producto.
- Una relativamente alta dispersión de calidad comercial

Productos con menor margen

Se observaron márgenes menores a 120% en:

- Banana Ecuador y Brasil.
- Manzanas Granny Smith y Fuji
- Papa rosada
- Tomate perita

En el caso de banana podría haber factores que expliquen estos menores márgenes relacionados con que se trata de la fruta más consumida lo que la vuelve un producto “llamador” o “gancho” (algo similar podría explicar que la papa rosada esté en este grupo).

En el caso de las manzanas Fuji y Granny Smith los bajos márgenes porcentuales podrían estar asociados con el alto precio mayorista que permite diluir los costos de comercialización minorista.

Conclusiones

- El margen promedio de precios minoristas para la canasta analizada entre diciembre del año 2024 y mayo del 2026 se situó entre 80 y más de 140%.
- Los márgenes tienden a ser mayores cuando los productos presentan precios mayoristas relativamente bajos y por el contrario son menores cuando los productos muestran precios mayoristas relativamente altos.
- No existe un margen único, sino que cada producto muestra márgenes diferentes que incluso varían en el tiempo al variar los precios mayoristas del producto.
- La banana y la papa (rosada) cuyas ofertas son relativamente más estables y manejadas por menos oferentes, evidenciaron menores márgenes, en un comportamiento que podría estar relacionado también con la necesidad de ofrecer productos “llamadores” o “gancho”.
- La evolución temporal sugiere que la brecha responde tanto a factores estacionales como estructurales de la cadena hortifrutícola.