

Crean una app que compara precios de más de 40 mil productos en supermercados de Montevideo

Una startup uruguaya desarrolló una plataforma que compara más de 100.000 precios de supermercados en Montevideo y permite armar un carrito virtual para ver dónde conviene hacer la misma compra

6 DE MARZO 2026 - 5:00HS

Compartir



Por Juan Pablo De Marco

“Tengo un asado, quiero comprar el queso provolone más barato. ¿qué marca me recomendás?”

A ese nivel te va a poder asesorar la **inteligencia artificial**. Y dentro de poco, además, la **posibilidad de que te dé una respuesta equivocada será cada vez menor**.

Detrás de ese tipo de consultas empiezan a aparecer **startups que buscan resolver decisiones domésticas simples**, como saber **qué producto conviene comprar y en qué lugar**.

LAS MÁS LEÍDAS

- 1** El grupo que controla marcas como Doka, Verdugas y Ocaso adelanta que comprará empresas por US\$ 50 millones y proyecta cómo será el 2026 en materia de fusiones y adquisiciones
- 2** INDUSTRIA Pinturas Inca reestructura su operación en Uruguay y trasladará a una línea de producción a Argentina
- 3** Preocupación ambiental en Carmelo: permanecen tres barcos abandonados en arroyo y alcalde advierte por contaminación
- 4** BUENA NOTICIA Operaron a Gonzalo Moratorio: médicos lograron quitar un tumor y el vístlogo recuperó movilidad del lado derecho de su cuerpo

MÁS NOTICIAS



En Uruguay ya surgen empresas que trabajan en esa dirección. Una de ellas desarrolló una **herramienta que permite ver en qué supermercado de Montevideo está más barato un producto**, pero que está evolucionando rápido hacia **algo más ambicioso**.

Cuál es la empresa y cómo funciona la app

Cabacua es la **startup uruguaya creada por los ingenieros Joaquín Fernández, Juan Martín Starlcco y Santiago Topolansky**, quienes desarrollaron una **plataforma para comparar precios de supermercados** a partir de datos recolectados de **los catálogos online de las cadenas que operan en Montevideo**. La herramienta propone una forma **“simple” de observar diferencias entre productos y decidir dónde conviene comprar**.

El sistema, disponible a través de la **web y una app para celulares**, organiza una base que hoy registra **más de 100.000 precios correspondientes a unos 40.000 productos distintos**, explicaron sus creadores a *El Observador*. La plataforma busca así **transformar una tarea que suele implicar recorrer múltiples sitios web en un proceso comparativo dentro de un mismo entorno**.

Dentro de la plataforma, los productos pueden explorarse **por categorías, por búsquedas directas o mediante secciones que destacan movimientos recientes de precios**.

La propuesta, además, es que el usuario pueda **construir un carrito virtual con los productos que necesita**, y una vez armado, la plataforma calcule automáticamente **cuánto costaría esa misma compra en cada supermercado**. Además, indica **el costo promedio de una canasta básica** en distintos establecimientos para saber si donde vas a comprar todos esos productos **está por encima o por debajo del promedio general**.

Por ejemplo, **una canasta compuesta por asado al vacío, helado de dulce de leche, queso provolone y dos refrescos de 2,5 litros** puede costar **\$1.161 en un supermercado**, mientras que en otro puede alcanzar **los \$1.690**.

El sistema también considera **la disponibilidad de los productos en cada tienda online**. “Si está fuera de stock, ese día no lo vamos a mostrar en esa cadena porque **no es realista**”, señala Joaquín Fernández.

La app también puede usarse **en el propio supermercado**: es posible **escanear el código de barras con la cámara del teléfono** y ver **la diferencia de precio respecto a otras cadenas**.

Una de las secciones destacadas dentro de la plataforma se denomina **“joyas”**. Allí aparecen **productos que presentan diferencias de precio especialmente marcadas entre supermercados**. “Son pequeños productos que **están soberanamente más baratos en un supermercado que en el resto**”, explica Joaquín Fernández. Según los ingenieros, esas diferencias suelen estar asociadas a **promociones, ofertas temporales o campañas comerciales** de las cadenas.

Cuando un usuario reporta un posible error de precio, el sistema envía una notificación automática al equipo de la plataforma, que puede revisar lo ocurrido en tiempo real. En caso de confirmarse que se trata de un error en el precio publicado, la corrección suele realizarse en un plazo de **10 minutos o menos**, según explican desde la empresa.

Diferencias con el sistema público de precios

El proyecto también se diferencia de herramientas ya existentes en Uruguay. **A diferencia de Precios.uy**, la plataforma impulsada por el **Ministerio de Economía y Finanzas**, Cabacua apunta a **abrir un universo mucho más amplio de productos** y a ofrecer **una herramienta pensada para el uso cotidiano de los consumidores**.

Mientras el sistema público releva **alrededor de 300 artículos vinculados principalmente a la canasta básica**, la startup afirma rastrear **unos 40.000 productos distintos —equivalentes a más de 100.000 precios—** a partir de los catálogos online de supermercados.

Según explicó Joaquín Fernández, **Precios.uy está pensado “más para un uso estadístico”**, mientras que Cabacua busca permitir que el usuario **compare supermercados y arme un carrito virtual para ver cuánto costaría la misma compra en cada cadena**.

Cómo se obtienen los datos de precios y cómo la app puede impactar en el mercado

Para reunir la información, Cabacua utiliza **distintos mecanismos de integración con las plataformas de comercio electrónico de los supermercados**.

“Tenemos el **clásico scraping en varios lugares**”, explica Joaquín Fernández. Ese método consiste en **recopilar información publicada en sitios web para organizarla dentro de la plataforma**.

En algunos casos también utilizan **integraciones técnicas con sistemas de terceros**. “Con **Mercado Libre tenemos una API** que ellos nos habilitaron”, explica Juan Martín Starlcco.

Ese procedimiento permite construir un **registro histórico del comportamiento del mercado**. “Empezamos a **armar históricos, visibilizar tendencias y agrupar por categorías**”, explica Joaquín Fernández. Según el equipo, ese historial permite **identificar cambios de precio, promociones y movimientos dentro de cada categoría de productos**.

Los emprendedores señalaron que **el objetivo del proyecto no es redistribuir ventas entre supermercados sino aumentar la transparencia del mercado**.

“La idea es **hacer crecer la torta**”, planteó Santiago Topolansky al referirse al impacto que podría tener la plataforma en la competencia entre cadenas.

Según explicó el equipo, **la visibilización de precios puede modificar los hábitos de compra**, pero **no necesariamente implica que las personas cambien de supermercado**.

Joaquín Fernández señaló que muchos consumidores continúan comprando en **las mismas cadenas por cercanía o costumbre y no por precio**. De todas formas, dijo: “Capaz que **yo no voy a cambiar a dónde voy a comprar, pero sí voy a aprovechar mejor las compras en el lugar donde voy**”.

El origen de la idea, cómo crearon el emprendimiento y monetización

El desarrollo de Cabacua comenzó a **fin de 2024**. Según el equipo, el proceso combinó **desarrollo tradicional de software con el uso de herramientas de inteligencia artificial**.

¿Y qué los motivó? Dos cosas que Fernández explicó así: “Si hacíamos el experimento y veíamos que **las cadenas tenían exactamente los mismos precios, no hubiera tenido sentido**”.

Y segundo: un contexto donde **“el alto costo de vida está muy presente en la agenda”** y donde, al preguntarle a la gente sobre los precios, **“el uruguayo te dice que todo está caro”**.

Cabacua es **gratis para los usuarios finales** y plantea mantenerse así. “La idea es que **nunca le agreguemos una tarifa al usuario de pie**”, afirma Joaquín Fernández.

¿Cómo monetizan? Apuntan a un **servicio orientado a empresas que quieran analizar el comportamiento del mercado**. “Fabricantes, marcas o supermercados pueden querer **monitorear el mercado** para entender cómo están posicionados”, explica Joaquín Fernández. En ese sistema, las empresas pueden **observar cómo aparecen listados sus productos en cada cadena, comparar precios con competidores y analizar cambios a lo largo del tiempo**.

“Podés ver **cómo están tus productos versus los de la competencia o cómo evolucionaron los precios en el último tiempo**”, agrega Fernández.

Desde ese lanzamiento inicial, el proyecto registró un **crecimiento rápido de usuarios**. “Tenemos **casi 8.000 usuarios y no hicimos prácticamente marketing pago**”, afirma Joaquín Fernández.

El rol de la IA

Santiago Topolansky agrega que la tecnología también permitió **reducir la curva de aprendizaje en áreas técnicas específicas**. “En el mundo del **scraping ninguno tenía experiencia previa**”, señala, y **la IA los ayudó a poder ejecutar estas tareas**.

En esta etapa, **solo uno de los fundadores trabaja a tiempo completo en el proyecto**. “Tanto Juan Martín como yo **tenemos trabajos y estamos haciendo esto como side project**”, explica Santiago Topolansky.

La IA también se verá **mucho más en este desarrollo**, que lleva **muy poco tiempo de vida online**.

“Nos gustaría ir hacia un **asistente de compras con el que puedas conversar**”, explicó Joaquín Fernández.

En ese escenario, el sistema podría utilizar **información del historial del usuario para sugerir productos o recordar hábitos de consumo**. “Podrías preguntarle cosas como: **me voy a tomar el té con mi abuelo, ayudame a armar la compra**”, ejemplificó Joaquín Fernández.

El equipo también imagina **funciones vinculadas al seguimiento del consumo cotidiano**. “Capaz que **te dice que te falta azúcar porque la última vez que lo compraste fue hace dos meses**”, agregó.

Según los desarrolladores, estas funciones formarían parte de **una evolución futura del producto** y aprovecharían **el motor de datos de precios que ya construyó la plataforma**.

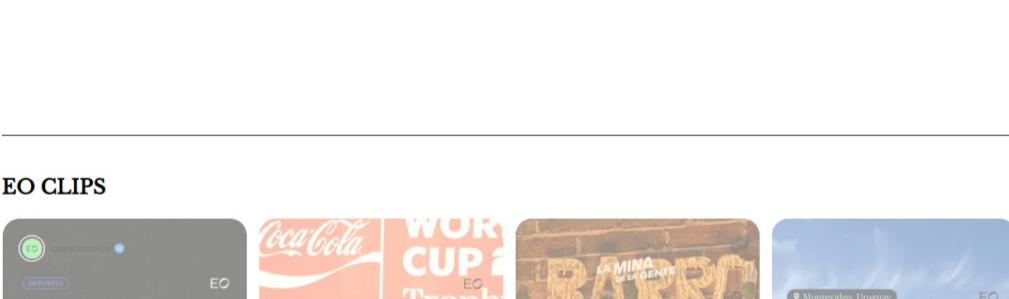
La startup se encuentra **incubada en el Centro de Innovación y Emprendimientos (CIE)** y sus fundadores evalúan **avanzar en futuras instancias de financiamiento para expandir el desarrollo del producto**.

Temas: Montevideo productos Supermercados

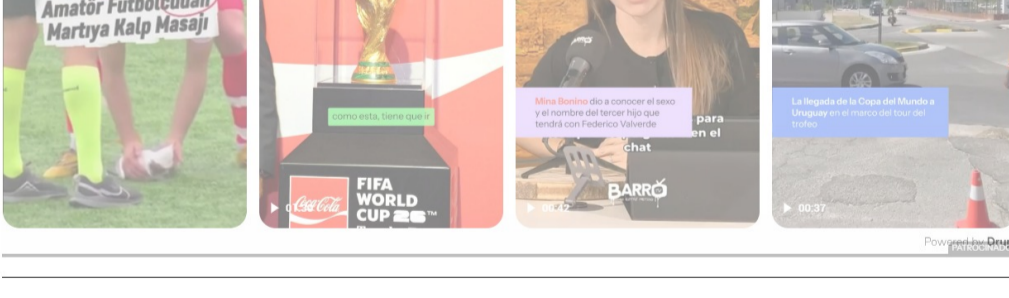
SEGUÍ LEYENDO

- SINIESTRO**
Accidente fatal en Montevideo: un joven de 20 años murió tras chocar contra una columna de alumbrado público
- RUTA 14**
Grave siniestro de tránsito en Lavalleja: una niña de tres años, una adolescente de 13 y una mujer de 34 están en CUI
- PRONÓSTICO**
Clima en Uruguay hoy: lo que hay que saber según Inumet para este lunes 9 de marzo
- MENSAJES**
Sigua la guerra de pancartas en Montevideo: cruces entre oficialismo y oposición, reclamos a la IM y la firma de un diputado
- PRONÓSTICO**
Clima en Uruguay hoy: lo que hay que saber según Inumet para este viernes 6 de marzo

EO CLIPS



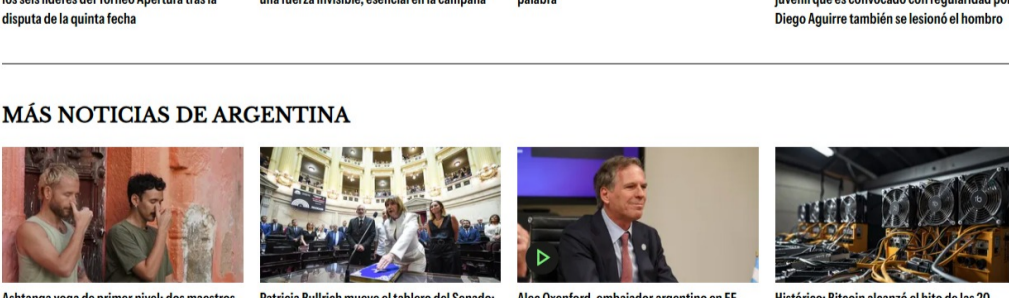
MAS NOTICIAS DE NACIONAL



TE PUEDE INTERESAR



MÁS NOTICIAS DE ARGENTINA



MÁS NOTICIAS DE ESPAÑA



MÁS NOTICIAS DE ESTADOS UNIDOS

