

	Página 1 de 18
	Monitoreo Mensual de Abarrotes en Supermercados, Septiembre 2012

Informe Encuesta Mensual de Supermercados

Septiembre 2012

Sondeo mensual de supermercados:

Introducción.

De acuerdo a lo reportado por el INE, la evolución del número de supermercados ha tenido un rápido incremento a nivel nacional. A diciembre del 2011, se registraron un total de 1.233 locales de este tipo en todo Chile, de los cuales 541 están concentrados en la región metropolitana con ventas que durante el 2011 superaron los 2,9 billones de pesos, ventas que han aumentado en más de un 18% en solo 3 años. En la Región Metropolitana, el aumento de supermercados superó los 90 establecimientos entre diciembre del 2009 y diciembre del 2011, lo que refleja la gran demanda de productos comercializados por estos, entre los cuales se encuentran los abarros.

Por otra parte, las mayores cadenas de supermercados, entre las cuales se encuentra Walmart (Lider), Cencosud (Jumbo y Santa Isabel), SMU (Unimarc), Southern Cross (Bigger) y la filial de Falabella (Tottus) concentran gran parte de la oferta nacional. En este sentido, la gran demanda de abarros se encuentra enfrentada tanto a la cantidad de supermercados de estas cadenas por sector, como a los precios que estas establecen, lo que refleja la importancia del monitoreo periódico de las variaciones en los niveles de precios de abarros que realiza el Sernac, de tal manera poder orientar a los consumidores en el consumo de estos productos y favorecer la libre competencia en Chile dentro de una industria altamente concentrada.

Resultados.

Con el fin de orientar a los consumidores en el manejo de su presupuesto, el SERNAC entrega los resultados del sondeo de precios de productos de supermercados **como referencia a considerar en la compra mensual**.

El levantamiento de precios realizado entre el 12 y 13 de Septiembre y su posterior análisis, considera el comportamiento de precios de más de 100 productos (de los grupos alimentos, artículos de aseo personal y artículos de aseo del hogar, en relación a los hábitos de consumo de los chilenos) en 28 establecimientos de los **cinco sectores** del Área Metropolitana. Las cadenas de supermercados considerados en esta oportunidad son; Jumbo (excepto en Centro y Norte), Líder, Montserrat, Santa Isabel, Tottus y Unimarc.

1. Diferencias entre Supermercados.

Considerando el listado de productos con presencia en el 100% de los supermercados de la muestra de cada sector, se podría decir que a nivel de los cinco sectores, la mayor diferencia porcentual en el total del listado, se produce en el sector **Oriente**; donde el ahorro puede alcanzar un 9,38% (\$ 5.718) por preferir el supermercado más conveniente, mientras que la menor diferencia porcentual se observó en el sector **Centro** equivalente a un 6,66% (\$ 3.671), como se muestra en la Tabla N°1:

Lider obtuvo el total de la lista más económica en todos los sectores. A su vez, el total más caro lo obtuvieron; **Unimarc** en tres de los cinco sectores, y **Santa Isabel** y **Montserrat** en los sectores Centro y Poniente (Tabla N°1).

Tabla N°1:

Valor del total del listado de productos idénticos entre supermercados, según sector.

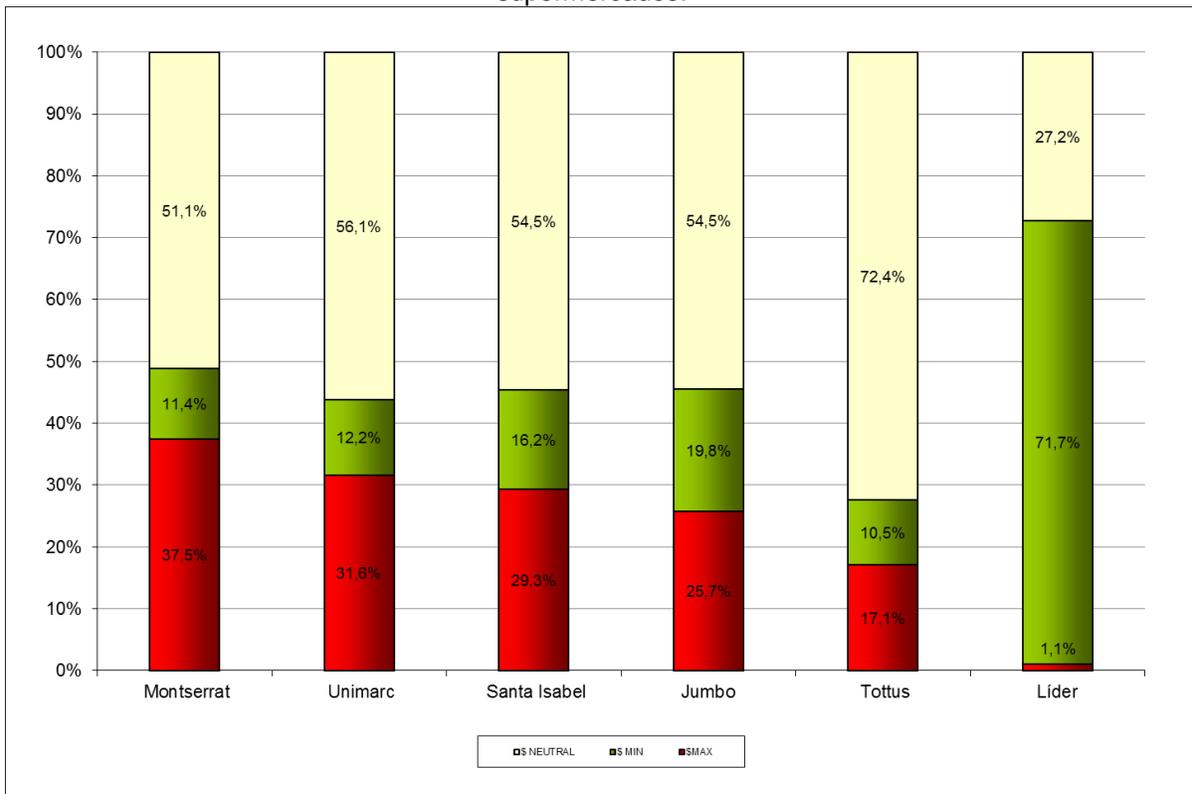
Sector	N° productos	Jumbo	Líder	Montserrat	Santa Isabel	Tottus	Unimarc	\$	%
Sur	65	92.691	87.545	91.535	90.647	88.879	93.408	\$ 5.863	6,70%
Oriente	56	64.255	60.967	65.671	65.032	64.062	66.685	\$ 5.718	9,38%
Norte	59	-	56.777	61.075	60.427	59.108	61.586	\$ 4.809	8,47%
Centro	54	-	55.140	58.280	58.811	56.271	57.915	\$ 3.671	6,66%
Poniente	69	81.211	76.150	82.601	80.644	79.988	81.775	\$ 6.451	8,47%

Fuente: Sernac.

Respecto a la concentración de los precios mínimos y máximos, fue **Líder** quien concentró la mayor cantidad de precios mínimos con un 71,7% de estos. Por el contrario, la mayor cantidad de precios máximos los reunió **Montserrat** con un 37,5% (Gráfico N°1).

Gráfico N°1:

Distribución porcentual del total de precios promedios mínimos y máximos por Cadena de supermercados.



Fuente: Sernac.

Al examinar el sondeo mensual que Sernac ha realizado durante el presente año, es posible afirmar que no hay un supermercado que se pueda señalar como el más conveniente o el más caro siempre, ya que ello varía en cada levantamiento y en cada sector de Santiago. Sin embargo, en este periodo, **Líder** se observa como el más económico en los cinco sectores siguiendo la tendencia de los meses anteriores pero **Unimarc** el más caro en los sectores Sur, Oriente y Norte.

En la **tabla N°2**, se presenta la posición que ocupa cada cadena de supermercados al considerar la canasta más económica y más cara en cada uno de los sectores, durante los nueve primeros meses del año.

Tabla N° 2:

Posición de los supermercados por sector, según canastas más económicas y más caras en el período de Enero-Septiembre de 2012.

2012		Sur	Oriente	Norte	Centro	Poniente
Enero	Más Económico	Jumbo	Líder	Líder	Líder	Santa Isabel
	Más caro	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Unimarc
Febrero	Más Económico	Líder	Líder	Santa Isabel	Tottus	Líder
	Más caro	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Montserratt
Marzo	Más Económico	Santa Isabel	Santa Isabel	Líder	Líder	Santa Isabel
	Más caro	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Unimarc
Abril	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserratt	Tottus	Unimarc	Montserratt	Montserratt
Mayo	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserratt	Unimarc	Unimarc	Unimarc	Unimarc
Junio	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserratt	Montserratt	Unimarc	Montserratt	Unimarc
Julio	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Unimarc	Montserratt	Montserratt	Montserratt	Montserratt
Agosto	Más Económico	Santa Isabel	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Unimarc	Unimarc	Unimarc	Montserratt	Montserratt
Septiembre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Unimarc	Unimarc	Unimarc	Santa Isabel	Montserratt

Fuente: Sernac.

2. Mayores diferencias relativas de precios por producto en cada sector.

En la **Tabla N°3**, se observan los productos por sector que mostraron la mayor diferencia de precios, junto con los supermercados que arrojaron dichas diferencia, revelando cuales fueron los más económicos y los más caros.

De esta manera, en el sector Sur, se detectó que el producto Mermeladas Damasco o duraznos normal, 250 gr., Wasil, registró la mayor diferencia porcentual del orden de un 43,4%. El mínimo precio (\$ 320) fue observado en el supermercado Líder, sin embargo el mayor precio (\$ 459) para este producto se observó en supermercado Jumbo. En el resto de los sectores, estas diferencias estuvieron por sobre el 33%.

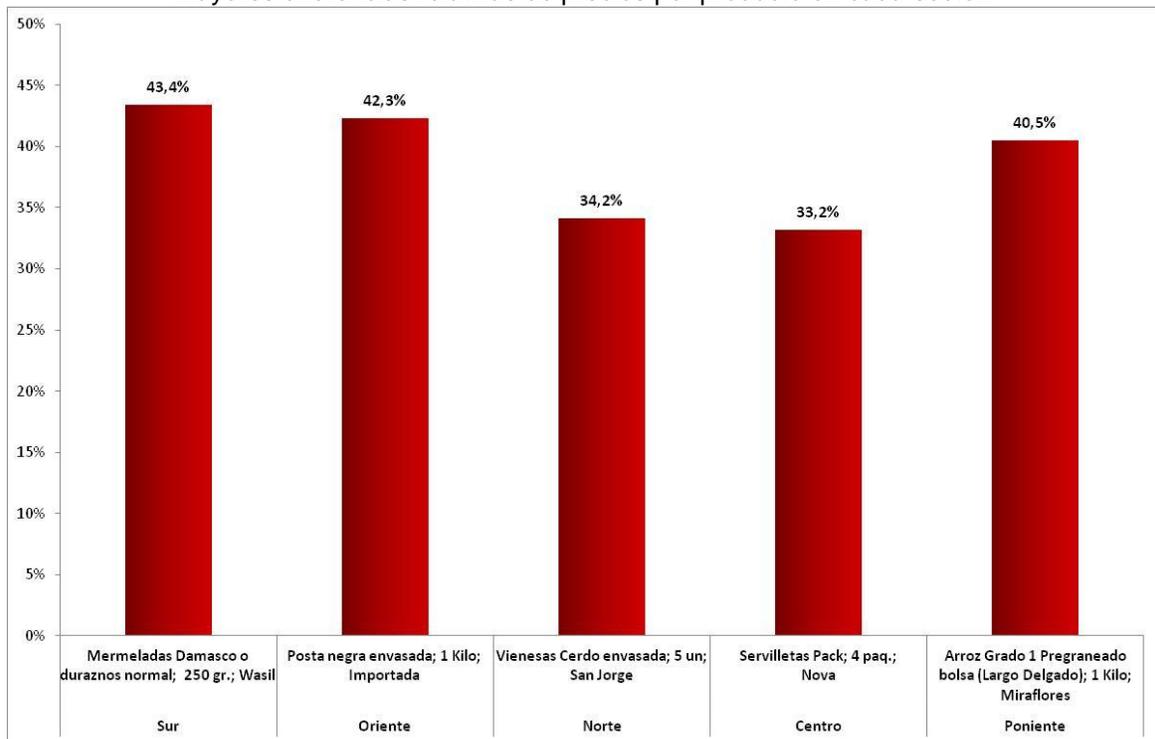
Tabla N°3: Mayores diferencias relativas de precios por producto en cada sector.

Sector	Producto	Más Económico		Más Caro		Dif\$	Dif%
		Supermercado	Precio	Supermercado	Precio		
Sur	Mermeladas Damasco o duraznos normal; 250 gr.; Wasil	Líder	320	Jumbo	459	139	43,4%
Oriente	Posta negra envasada; 1 Kilo; Importada	Unimarc	3998	Jumbo	5690	1692	42,3%
Norte	Vienesas Cerdo envasada; 5 un; San Jorge	Tottus	559	Líder	750	191	34,2%
Centro	Servilletas Pack; 4 paq.; Nova	Unimarc	705	Santa Isabel	939	234	33,2%
Poniente	Arroz Grado 1 Pregraneado bolsa (Largo Delgado); 1 Kilo; Miraflores	Líder	839	Tottus	1179	340	40,5%

Fuente: Sernac.

Gráfico N°2:

Mayores diferencias relativas de precios por producto en cada sector.



Fuente: Sernac

3. Productos con mayores variaciones de precios respecto al mes de Agosto por sector.

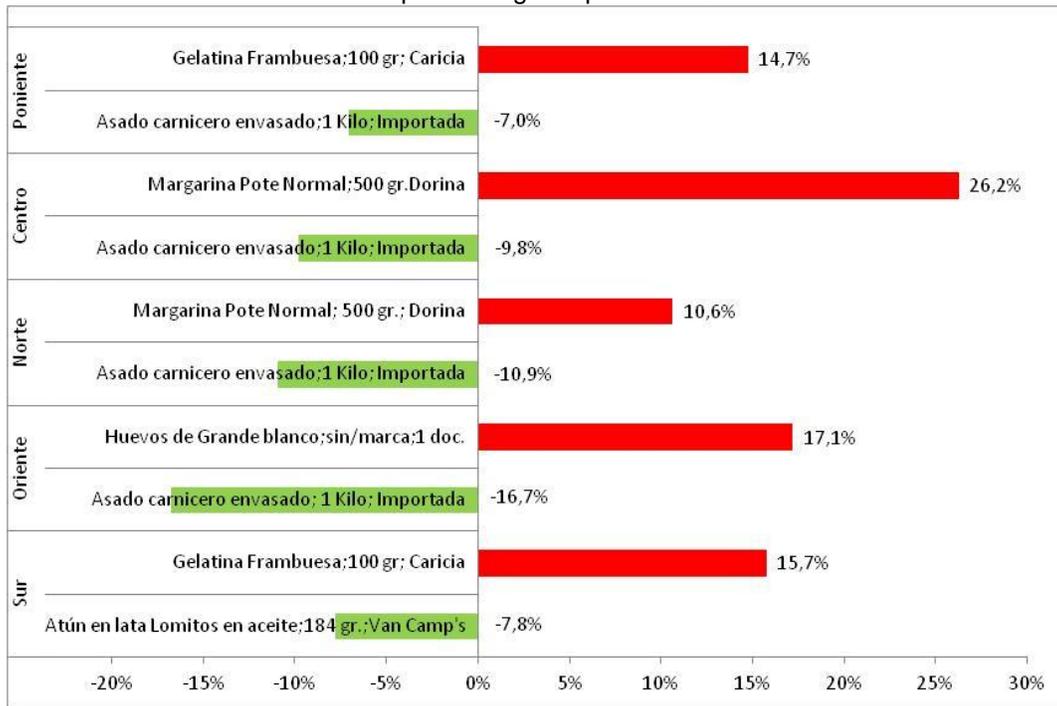
En relación a la variación porcentual de los precios respecto a **Agosto** por sector, se observó que el producto que más aumentó (26,2%) fue la Margarina Pote Normal, 500 gr., Dorina, situación observada en el sector **Centro**, y la mayor baja (-16,7%) se observó para el producto Asado Carnicero envasado e importado, 1 Kilo, variación observada en el sector Oriente (Tabla N°4).

Tabla N°4:
Variación porcentual de precios respecto a Agosto, según sector.

Sector	Aumento/Disminución	Producto	Var %
Sur	Mayor Disminución	Atún en lata Lomitos en aceite;184 gr.;Van Camp's	-7,8%
	Mayor Aumento	Gelatina Frambuesa;100 gr; Caricia	15,7%
Oriente	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado; 1 Kilo; Importada	-16,7%
	Mayor Aumento	Huevos de Grande blanco;sin/marca;1 doc.	17,1%
Norte	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-10,9%
	Mayor Aumento	Margarina Pote Normal; 500 gr.; Dorina	10,6%
Centro	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-9,8%
	Mayor Aumento	Margarina Pote Normal;500 gr.Dorina	26,2%
Poniente	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-7,0%
	Mayor Aumento	Gelatina Frambuesa;100 gr; Caricia	14,7%

Fuente: Sernac

Gráfico N°3:
 Productos con mayores variaciones de precios
 respecto a Agosto por sector.



Fuente: Sernac

4. Productos con mayores variaciones de precios respecto a Agosto por supermercados.

En relación a la variación porcentual de los precios respecto a Agosto por cadena de supermercados, la que registró el mayor aumento (50,3%) resultó ser Líder en el producto Vienesas Cerdo envasada, 5 un., San Jorge. A su vez, el producto cuyo precio registró la mayor disminución (-22%), fueron las Papas fritas de cóctel, corte americano, 320 gr., Marco Polo, baja observada en supermercado Montserrat.

Tabla N°5:

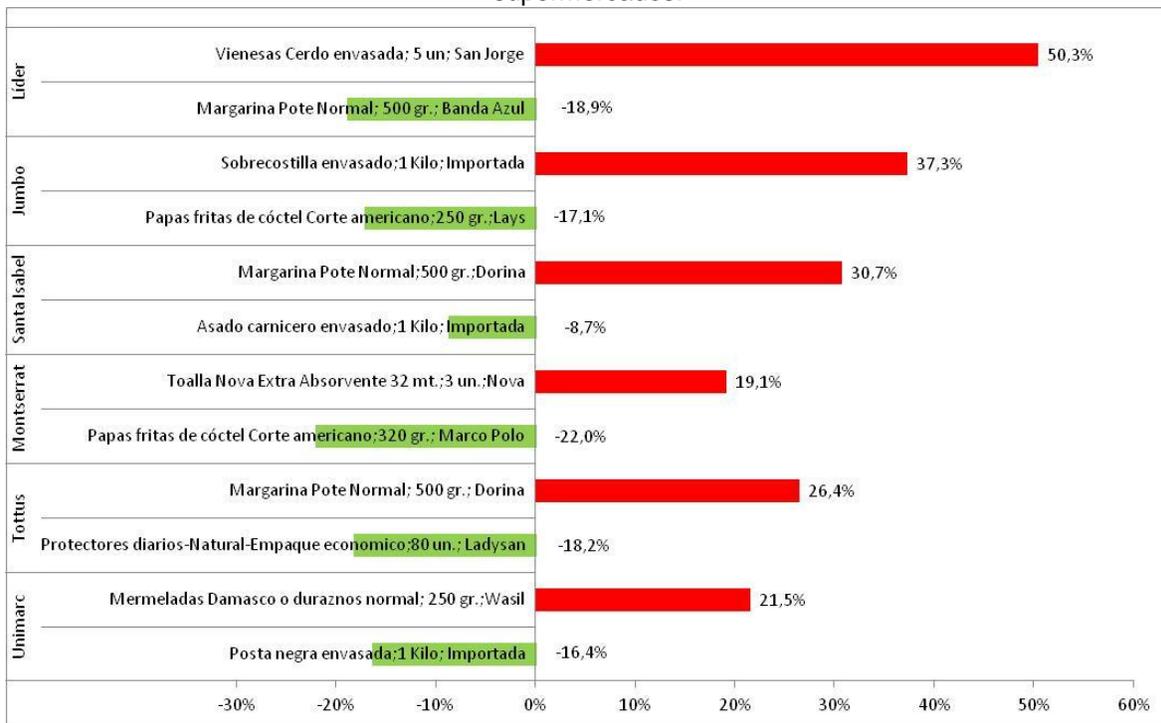
Variación porcentual de precios respecto a Agosto, según cadena de supermercado.

Supermercado	Aumento/Disminución	Producto	Var %
Unimarc	Mayor Disminución	Posta negra envasada;1 Kilo; Importada	-16,4%
	Mayor Aumento	Mermeladas Damasco o duraznos normal; 250 gr.;Wasil	21,5%
Tottus	Mayor Disminución	Protectores diarios-Natural-Empaque economico;80 un.; Ladysan	-18,2%
	Mayor Aumento	Margarina Pote Normal; 500 gr.; Dorina	26,4%
Montserrat	Mayor Disminución	Papas fritas de cóctel Corte americano;320 gr.; Marco Polo	-22,0%
	Mayor Aumento	Toalla Nova Extra Absorbente 32 mt.;3 un.;Nova	19,1%
Santa Isabel	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-8,7%
	Mayor Aumento	Margarina Pote Normal;500 gr.;Dorina	30,7%
Jumbo	Mayor Disminución	Papas fritas de cóctel Corte americano;250 gr.;Lays	-17,1%
	Mayor Aumento	Sobrecostilla envasado;1 Kilo; Importada	37,3%
Líder	Mayor Disminución	Margarina Pote Normal; 500 gr.; Banda Azul	-18,9%
	Mayor Aumento	Vienesas Cerdo envasada; 5 un; San Jorge	50,3%

Fuente: Sernac

Gráfico N°4:

Productos con mayores variaciones de precios respecto al mes de Agosto por cadena de supermercados.



Fuente: Sernac

5. Mayores diferencias de precios por producto, según grupos de artículos y alimentos.

En la Tabla N°6 se señalan los productos con mayores diferencia de precio según grupo de artículo y alimento, para aquellos productos con presencia en el mayor número de sectores:

Tabla N°6:
Productos con mayores diferencias de precios según grupo.

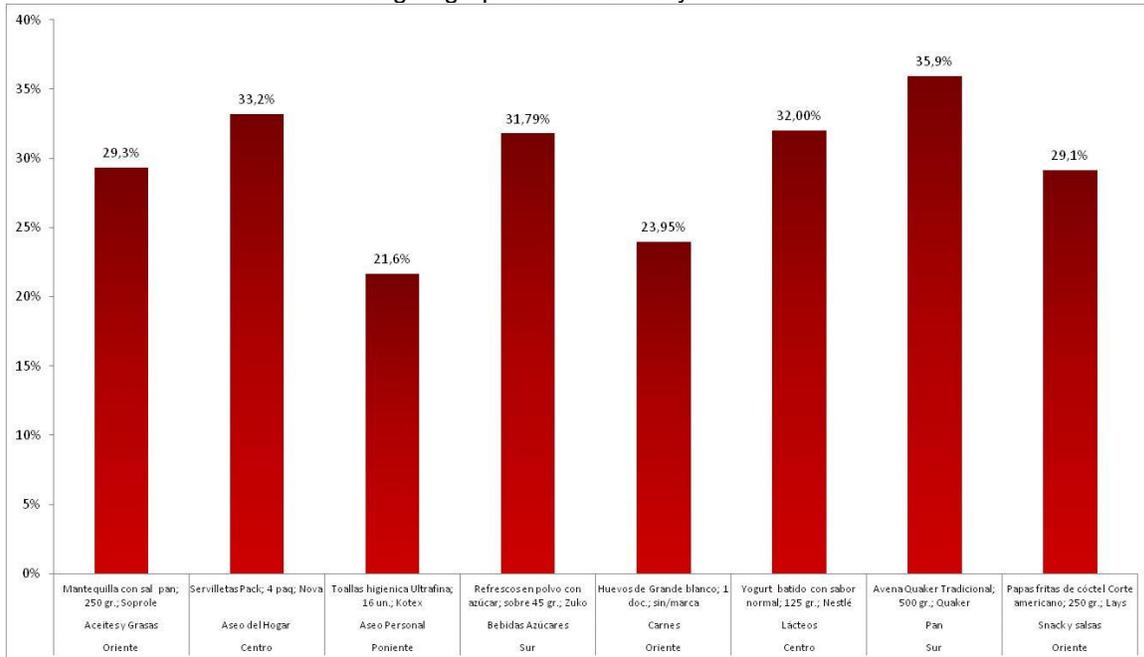
Grupo de productos	Producto	Menor precio	Mayor precio	Dif \$	Dif %	Sector
Aceites y Grasas	Mantequilla con sal pan; 250 gr.; Soprole	Líder	Unimarc	349	29,3%	Oriente
Aseo del Hogar	Servilletas Pack; 4 paq; Nova	Unimarc	Santa Isabel	234	33,2%	Centro
Aseo Personal	Toallas higiénica Ultrafina; 16 un.; Kotex	Líder	Unimarc	329	21,6%	Poniente
Bebidas Azúcares	Refrescos en polvo con azúcar; sobre 45 gr.; Zuko	Tottus	Montserrat	48	31,79%	Sur
Carnes	Huevos de Grande blanco; 1 doc.; sin/marca	Líder	Unimarc	309	23,95%	Oriente
Lácteos	Yogurt batido con sabor normal; 125 gr.; Nestlé	Líder	Montserrat	40	32,00%	Centro
Pan, Pastas y Cereales	Avena Quaker Tradicional; 500 gr.; Quaker	Unimarc	Santa Isabel	264	35,9%	Sur
Snack y salsas	Papas fritas de cóctel Corte americano; 250 gr.; Lays	Jumbo	Unimarc	291	29,1%	Oriente

Fuente: Sernac.

El grupo de **“Pan, Pastas y Cereales”** obtuvo la mayor diferencia porcentual entre el mínimo y máximo precio registrado, margen correspondiente a un 35,9% (\$264) lo que se reflejó en el producto Avena Quaker Tradicional, 500 gr., Quaker, cuyo menor precio fue registrado en supermercado Unimarc y el mayor en Santa Isabel, diferencia observada en el sector Sur de la Región Metropolitana.

Gráfico N°5

Mayores diferencias de precios por producto, con presencia en el mayor número de sectores, según grupos de artículos y alimentos.



Fuente: Sernac

6. Posición de los supermercados a nivel de Grupos de Productos, según canastas más económicas y más caras en toda la muestra.

Tomando en cuenta una canasta y el total de precios en cada una, se pudo analizar cuales fueron los supermercados más caros y más económicos según el grupo de productos con presencia en las 6 cadenas de supermercados.

Durante el presente mes las diferencias según grupo de producto entre supermercados no fueron tan significativas como en meses anteriores. A modo de ejemplo, en el grupo de **“Pan y Cereales”**, supermercado Líder fue el más económico y supermercado Montserrat el más caro con una diferencia porcentual del 11,6%. Se destaca la mayor diferencia del orden de un 15,9% para la canasta de **“Carnes, huevos y Pescados”**, siendo la más económica la correspondiente a los supermercados Tottus y la más cara a Jumbo. Al respecto, se presentan la Tabla N°7 y el grafico N°6.

Tabla N°7

Posición de los supermercados a nivel de grupos de productos, según canastas más económicas y más caras.

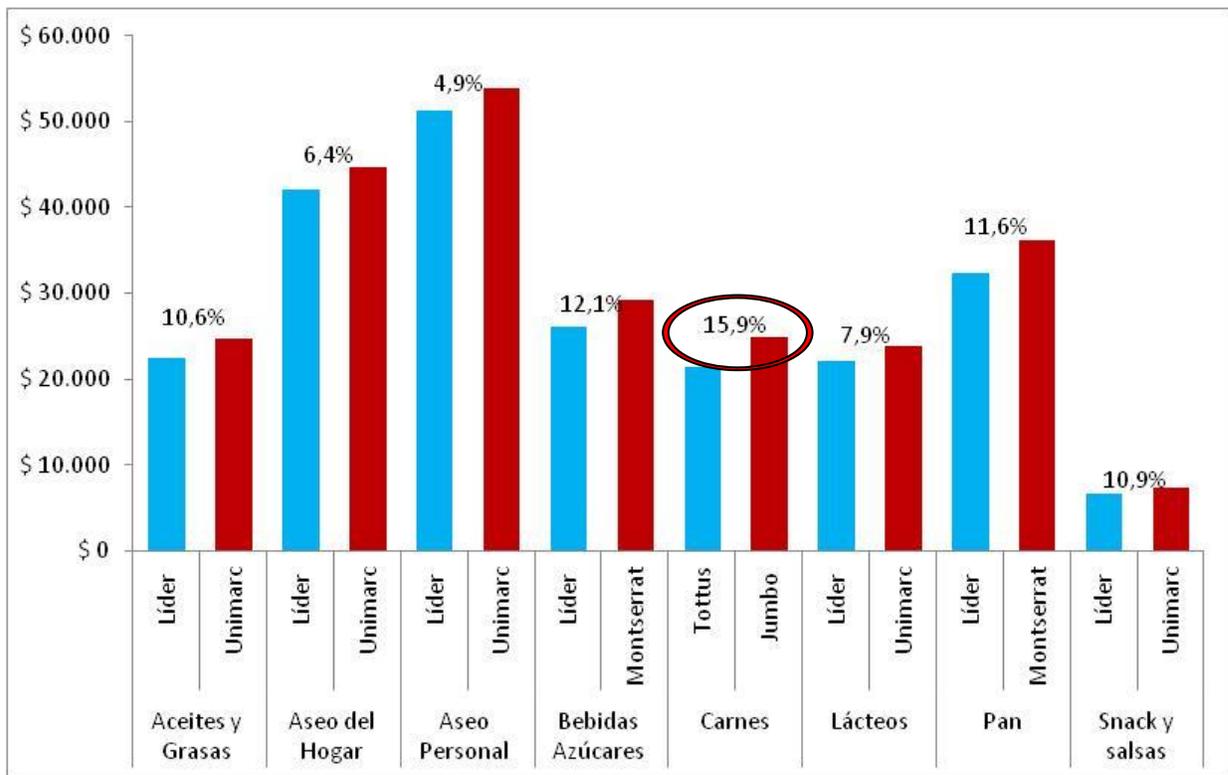
Grupo de productos	Más Económico	Más Caro	Dif \$	Dif %
Aceites y Grasas	Líder	Unimarc	2.379	10,6%
	22.371	24.750		
Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	2.707	6,4%
	41.993	44.700		
Aseo Personal	Líder	Unimarc	2.522	4,9%
	51.330	53.852		
Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	3.153	12,1%
	26.046	29.199		
Carnes, huevos y pescados	Tottus	Jumbo	3.414	15,9%
	21.416	24.830		
Lácteos	Líder	Unimarc	1.743	7,9%
	22.086	23.829		

Pan y cereales	Líder	Montserrat	3.762	11,6%
	32.378	36.140		
Snack y salsas	Líder	Unimarc	725	10,9%
	6.664	7.389		

Fuente: Sernac

Gráfico N°6

Posición de los supermercados a nivel de grupos de productos, según canastas más económicas y más caras.



Fuente: Sernac

		Página 15 de 18
	Monitoreo Mensual de Abarrotes en Supermercados,	Septiembre 2012

7. Análisis Sectorial por Grupo de Productos, según supermercados más caros y económicos en el total del Listado.

En la Tabla N°8, se observan los supermercados más económicos y más caros según sector y grupo de productos, para el mayor número de presencias según sector.

En este análisis se puede señalar que en el sector **Sur**, en el grupo de “**Carnes, Huevos y Pescados**”, se observó la mayor diferencia relativa de precios del orden de un 24,7%, siendo Tottus el supermercado más económico y Jumbo el más caro para este grupo y sector.

En el resto de los sectores no se observaron diferencias importantes, sin embargo se debe señalar que las mayores estuvieron en el rango de un 12,3% a un 13,4% según sector y grupo de producto (Tabla N°8)

Es importante destacar que Líder resultó el supermercado más conveniente para todos los grupos de productos en el sector Poniente, y en 7 de los 8 grupos de productos en el sector Oriente (Tabla N°8).

Tabla N°8: Analisis por sector y grupo de productos.

	Grupo de Producto	Más Económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
Norte	Aceites y Grasas	Líder	Unimarc	813	11,3%
	Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	1329	10,3%
	Aseo Personal	Líder	Tottus	720	6,7%
	Bebidas Azúcares	Líder	Santa Isabel	799	12,3%
	Carnes, Huevos y Pescados	Tottus	Santa Isabel	330	12,3%
	Lácteos	Tottus	Unimarc	520	10,1%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	928	10,1%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Unimarc	195	9,3%
	Grupo de Producto	Más Económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
Oriente	Aceites y Grasas	Líder	Unimarc	898	13,4%
	Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	1028	6,8%
	Aseo Personal	Líder	Unimarc	931	10,3%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	1198	11,9%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Unimarc	573	17,1%
	Lácteos	Líder	Tottus	381	4,7%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	737	11,2%
	Snacks, Salsas y Otros	Jumbo	Unimarc	271	13,4%
	Grupo de Producto	Más Económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
Centro	Aceites y Grasas	Líder	Unimarc	813	11,3%
	Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	1329	10,3%
	Aseo Personal	Líder	Montserrat	720	6,7%
	Bebidas Azúcares	Tottus	Montserrat	799	12,3%
	Carnes, Huevos y Pescados	Montserrat	Santa Isabel	330	12,3%
	Lácteos	Líder	Unimarc	520	10,1%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	928	10,1%
	Snacks, Salsas y Otros	Santa Isabel	Unimarc	195	9,3%
	Grupo de Producto	Más Económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
Poniente	Aceites y Grasas	Líder	Montserrat	829	13,1%
	Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	1117	7,6%
	Aseo Personal	Líder	Unimarc	1225	7,3%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	953	12,0%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Montserrat	303	6,2%

	Lácteos	Líder	Unimarc	1216	11,6%
	Pan y Cereales	Líder	Montserratt	1457	10,6%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Montserratt	113	7,8%
Sur	Grupo de Producto	Más Económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
	Aceites y Grasas	Tottus	Unimarc	830	8,9%
	Aseo del Hogar	Montserratt	Unimarc	995	8,5%
	Aseo Personal	Líder	Tottus	760	3,0%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserratt	1002	12,4%
	Carnes, Huevos y Pescados	Tottus	Jumbo	3162	24,7%
	Lácteos	Tottus	Montserratt	515	15,0%
	Pan y Cereales	Líder	Montserratt	1568	13,0%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Unimarc	444	13,9%

Fuente: Sernac.

8. Conclusiones:

Durante el muestreo correspondiente al mes de septiembre y a nivel de los cinco sectores, la mayor y menor diferencia en el total del listado de productos, con presencia en el 100% de los supermercados por sector, se observó en los sectores Oriente y Centro, respectivamente.

Supermercado Líder concentró la mayor cantidad de precios mínimos. A su vez, supermercado Montserratt es el que concentró la mayor cantidad de precios máximos lo que ha sido una constante durante todo el transcurso del año 2012.

Líder obtuvo la canasta más económica en los cinco sectores de la Región Metropolitana. Al contrario, Unimarc resultó más caro en los sectores Sur, Oriente y Norte. Santa Isabel en el sector Centro y Montserratt en el sector Poniente de la capital.

A diferencia de meses anteriores, el producto Mermeladas Damasco o Duraznos normal, 250 gr., Wasil, mostró la mayor diferencia relativa del orden de un 43,4% la cual fue observada en el sector Sur, siendo Líder el más conveniente y Jumbo el más caro para este producto.. En el resto de los sectores, estas diferencias estuvieron por sobre el 33%.

En relación a los precios respecto al mes de agosto, el producto que más aumentó (26,2%) por sector, correspondió a la Margarina Pote Normal, 500 gr., marca Dorina, situación observada en el sector Centro. A su vez, el producto que más disminuyó en su precio respecto al mes anterior, fue el producto Asado Carnicero envasado e importado, 1 Kilo (-16,7%) en el sector Oriente. En supermercado Líder se registró la mayor alza (50,3%) para el producto Vienesas Cerdo envasada, 5 un, marca San Jorge, y la mayor baja (-22%) para el producto Papas fritas de cóctel corte americano, 320 gr., marca Marco Polo, baja observada en supermercado Montserratt.

En relación a las diferencias de precios totales por grupo de artículos y alimentos en toda la muestra, la mayor diferencia porcentual se registró en el grupo de "Carnes, huevos y Pescados" (15,9%), siendo el supermercado más conveniente Tottus y el más caro

	Página 18 de 18
	Monitoreo Mensual de Abarrotes en Supermercados, Septiembre 2012

Jumbo, seguido por el grupo de Bebidas y Azucares (12,1%), siendo Líder el supermercado más conveniente y Montserrat el más caro para este grupo de productos.

Al realizar el mismo análisis, pero considerando el sector, el grupo de productos que presentó la mayor diferencia fue también el de las Carnes, Huevos y Pescados (24,7%) situación observada en el sector Sur, siendo Tottus el más conveniente y Jumbo el más caro para este grupo y sector. Se destaca a Líder como el supermercado más conveniente del sector Poniente para todos los grupos de productos.