

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

Reporte Encuesta Mensual de Supermercados

Diciembre 2013.

Introducción.

El número de supermercados vigentes en la región Metropolitana en Diciembre 2012 era de 539 establecimientos, mientras que en Diciembre 2013 fue de 550, lo cuál representa un aumento en el período de 11 establecimientos. A su vez, a nivel nacional para el mismo período, el aumento es de 53 supermercados, es decir, de 1.319 a 1.372 establecimientos (fuente:INE). La región Metropolitana representa un 40% de los supermercados existentes en el país. Estas cifras reflejan la gran demanda de productos comercializados por el canal supermercados, entre los cuales se encuentran los productos de alimentación y abarroses presentes en la actual encuesta.

Por otra parte, las grandes cadenas de supermercados concentran mayoritariamente la oferta nacional. En este sentido, la gran demanda de alimentos y abarroses se encuentra enfrentada tanto a la cantidad de supermercados de estas cadenas por sector, como a los precios que ellas establecen, destacando la importancia del monitoreo periódico de las variaciones en los niveles de precios de abarroses que realiza el SERNAC, con el propósito de orientar a los consumidores en el consumo de estos productos y favorecer la libre competencia en Chile dentro de una industria altamente concentrada.

Resultados.

El levantamiento de precios realizado entre el 18 y 20 de Diciembre 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 absoluta en el total del listado, se produce en el sector **Oriente**, donde el ahorro puede alcanzar los \$7.806, correspondiente a 10,45% en terminos relativos, por preferir el supermercado más conveniente para una canasta de 63 productos, ver Tabla N°1.

Líder obtuvo el total de la lista más económica en los 5 sectores. A su vez, el total más caro lo obtuvo Montserrat en los 5 sectores, siguiendo con la tendencia observada durante el transcurso del 2012 y el año 2013.

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

Tabla N°1:

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

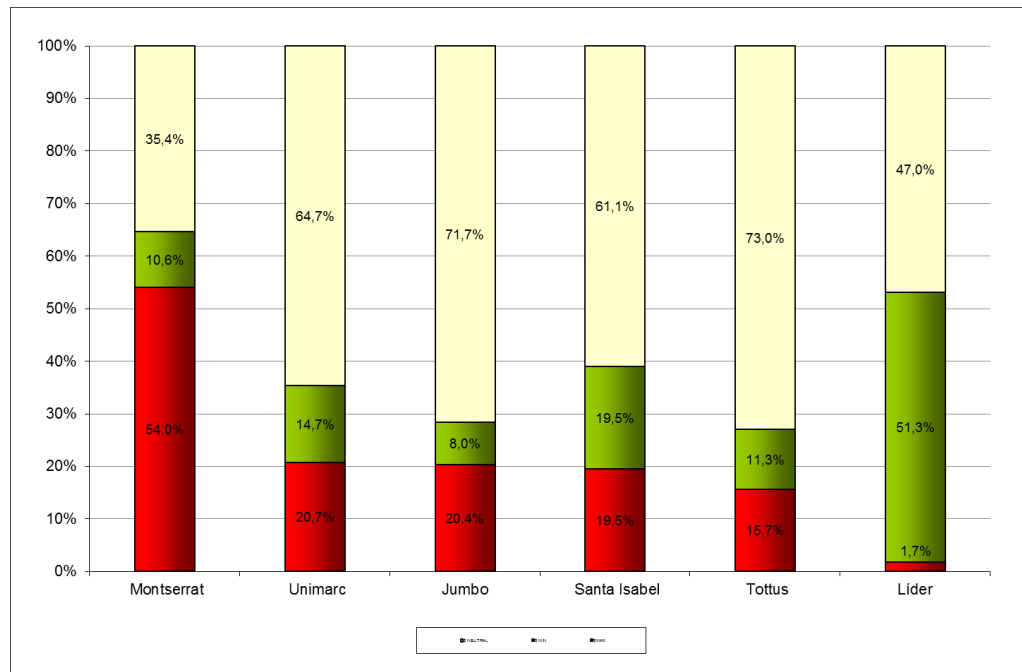
Sector	N° productos	Jumbo	Líder	Montserrat	Santa Isabel	Tottus	Unimarc	Dif\$	Dif%
Sur	60	72.209	68.491	75.659	71.982	73.122	73.913	\$ 7.168	10,47%
Oriente	63	78.824	74.703	82.509	76.952	79.268	79.281	\$ 7.806	10,45%
Norte	62	-	63.199	68.022	65.562	67.195	67.927	\$ 4.823	7,63%
Centro	40	-	35.698	37.849	36.239	36.373	37.231	\$ 2.151	6,03%
Poniente	52	63.611	63.205	69.743	65.133	65.987	67.038	\$ 6.538	10,34%

Fuente: Sernac

Respecto a la concentración de los precios mínimos y máximos, fue **Líder** quien concentró la mayor cantidad de precios mínimos con un 51,3% de estos. Por el contrario, la mayor cantidad de precios máximos los reunió **Montserrat** con un 54% (Grafico N°1).

Grafico 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 Diciembre, es posible afirmar que no hay un supermercado que se pueda señalar como el más conveniente o el más caro siempre, ya que

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

ello varía en cada levantamiento y en cada sector de Santiago. Sin embargo, en este periodo y al igual que en el sondeo de Noviembre, **Líder** se observa como el más económico en los 5 sectores, siguiendo la tendencia de lo ocurrido durante el primer y segundo semestre del 2013 y por el contrario **Montserrat** el más caro en los 5 sectores de la RM.

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 el año corriente.

Tabla N° 2:

Posición de los supermercados por sector, según canastas más económicas y más caras en el período de Enero a Diciembre de 2013.

2013		Sur	Oriente	Norte	Centro	Poniente
Enero	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Febrero	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Unimarc	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Marzo	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Unimarc	Unimarc	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Abril	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Tottus	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Mayo	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Tottus	Líder
	Más caro	Montserrat	Unimarc	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Junio	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Unimarc	Líder
	Más caro	Montserrat	Unimarc	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Julio	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Agosto	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Septiembre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Unimarc	Montserrat
Octubre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Unimarc	Montserrat
Noviembre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Diciembre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat

Fuente: Sernac

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

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

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 los sectores Sur y Poniente de Santiago, se detectó que el producto **“Mayonesa Normal, 1 Litro 100, J.B.”**, registró una diferencia absoluta de \$500 (50,1%). El mínimo precio para este producto fue de \$999 observado en el supermercado Jumbo, sin embargo el mayor precio de \$1.499 se registró en supermercado Montserrat.

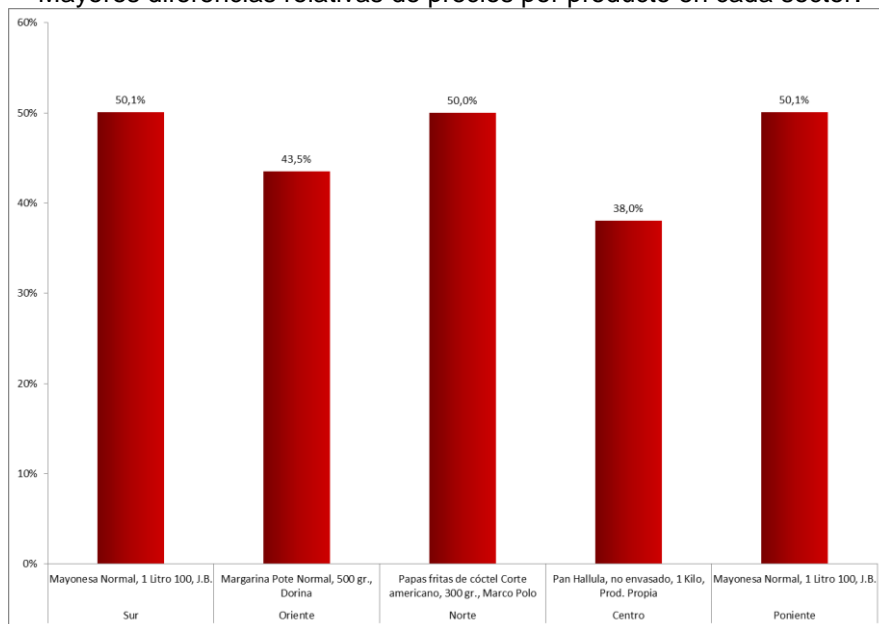
Tabla N°3: Mayores diferencias relativas de precios por producto en cada sector.

Sector	Producto	Más Económico		Más Caro		Dif\$	Dif%
Sur	Mayonesa Normal, 1 Litro 100, J.B.	Jumbo	999	Montserrat	1499	500	50,1%
Oriente	Margarina Pote Normal, 500 gr., Dorina	Santa Isabel	899	Montserrat	1290	391	43,5%
Norte	Papas fritas de cóctel Corte americano, 300 gr., Marco Polo	Líder	990	Unimarc	1485	495	50,0%
Centro	Pan Hallula, no envasado, 1 Kilo, Prod. Propia	Unimarc	789	Santa Isabel	1089	300	38,0%
Poniente	Mayonesa Normal, 1 Litro 100, J.B.	Jumbo	999	Montserrat	1499	500	50,1%

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 Noviembre de 2013 por sector.

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

En relación a la variación porcentual de los precios respecto a Noviembre por sector, se observó que el producto que más aumentó en terminos relativos (21,2%) fue; **“Salsa de Tomates a la Italiana Sachet, 200 gr., Doña Clara”**, situación observada en el sector **Poniente**, y la mayor baja (20,2%) se observó en el producto, **“Asado carnicero envasado, 1 Kilo, Importada”**, variación observada en el sector Sur (Tabla N°4).

Tabla N°4:

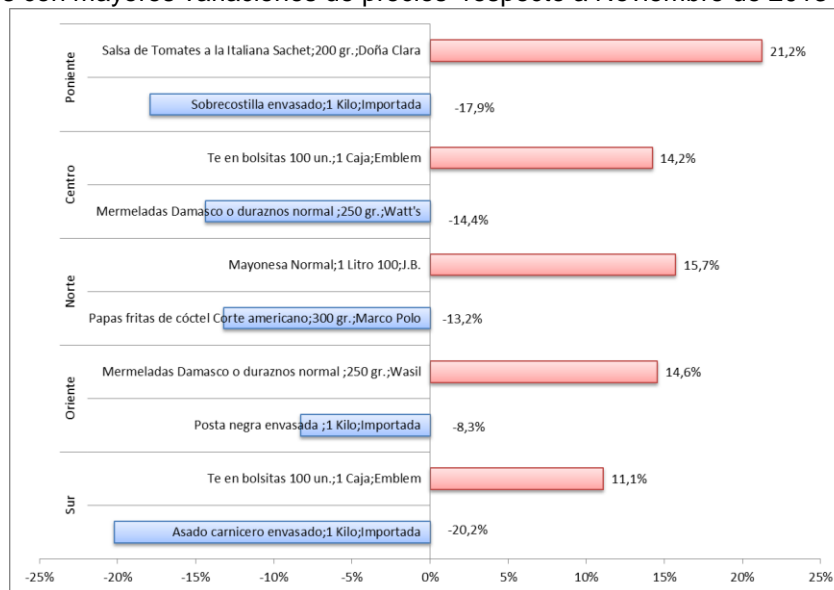
Variación porcentual de precios respecto a Noviembre de 2013, según sector.

Sector	Aumento/Disminución	Producto	Var %
Sur	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo;Importada	-20,2%
	Mayor Aumento	Te en bolsitas 100 un.;1 Caja;Emblem	11,1%
Oriente	Mayor Disminución	Posta negra envasada ;1 Kilo;Importada	-8,3%
	Mayor Aumento	Mermeladas Damasco o duraznos normal ;250 gr.;Wasil	14,6%
Norte	Mayor Disminución	Papas fritas de cóctel Corte americano;300 gr.;Marco Polo	-13,2%
	Mayor Aumento	Mayonesa Normal;1 Litro 100;J.B.	15,7%
Centro	Mayor Disminución	Mermeladas Damasco o duraznos normal ;250 gr.;Watt's	-14,4%
	Mayor Aumento	Te en bolsitas 100 un.;1 Caja;Emblem	14,2%
Poniente	Mayor Disminución	Sobrecostilla envasado;1 Kilo;Importada	-17,9%
	Mayor Aumento	Salsa de Tomates a la Italiana Sachet;200 gr.;Doña Clara	21,2%

Fuente: Sernac

Gráfico N°3:

Productos con mayores variaciones de precios respecto a Noviembre de 2013 por sector.



Fuente: Sernac

4. Productos con mayores variaciones de precios respecto a Noviembre de 2013 por supermercados.

En relación a la variación porcentual de los precios respecto a Noviembre por cadena de supermercados, la que registró el mayor aumento, correspondiente a 39%, resultó ser **Santa Isabel** en el producto **“Mayonesa Normal, 1 Litro 100, J.B.”**. El producto **“Mayonesa Light Doy Pack, 1 Litro,**

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

Hellmann's registró la mayor disminución relativa de 28,1%, baja observada en supermercado **Unimarc**.

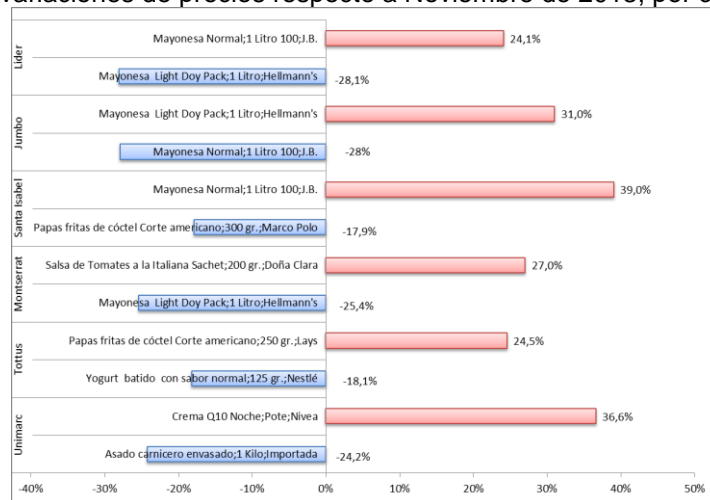
Tabla N°5: Variación porcentual de precios respecto a Noviembre de 2013, según cadena de supermercado.

Supermercado	Aumento\Disminución	Producto	Var %
Unimarc	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-24,2%
	Mayor Aumento	Crema Q10 Noche; Pote; Nivea	36,6%
Tottus	Mayor Disminución	Yogurt batido con sabor normal;125 gr.; Nestlé	-18,1%
	Mayor Aumento	Papas fritas de cóctel Corte americano;250 gr.; Lays	24,5%
Montserrat	Mayor Disminución	Mayonesa Light Doy Pack;1 Litro; Hellmann's	-25,4%
	Mayor Aumento	Salsa de Tomates a la Italiana Sachet;200 gr.; Doña Clara	27,0%
Santa Isabel	Mayor Disminución	Papas fritas de cóctel Corte americano;300 gr.; Marco Polo	-17,9%
	Mayor Aumento	Mayonesa Normal;1 Litro 100;J.B.	39,0%
Jumbo	Mayor Disminución	Mayonesa Normal;1 Litro 100;J.B.	-28%
	Mayor Aumento	Mayonesa Light Doy Pack;1 Litro; Hellmann's	31,0%
Líder	Mayor Disminución	Mayonesa Light Doy Pack;1 Litro; Hellmann's	-28,1%
	Mayor Aumento	Mayonesa Normal;1 Litro 100;J.B.	24,1%

Fuente: Sernac

Gráfico N°4:

Productos con mayores variaciones de precios respecto a Noviembre de 2013, 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. El grupo de **“Pan, pastas y Cereales”** obtuvo la mayor diferencia relativa entre el mínimo y máximo precio registrado, margen correspondiente a un 43,4% (\$390 de ahorro) lo que se reflejó en el producto **“Pan Marraqueta, no envasado, 1 Kilo, Prod. Propia”**, cuyo menor precio fue registrado en supermercado **Montserrat** y el mayor en **Santa Isabel**, diferencia observada en el sector Sur.

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

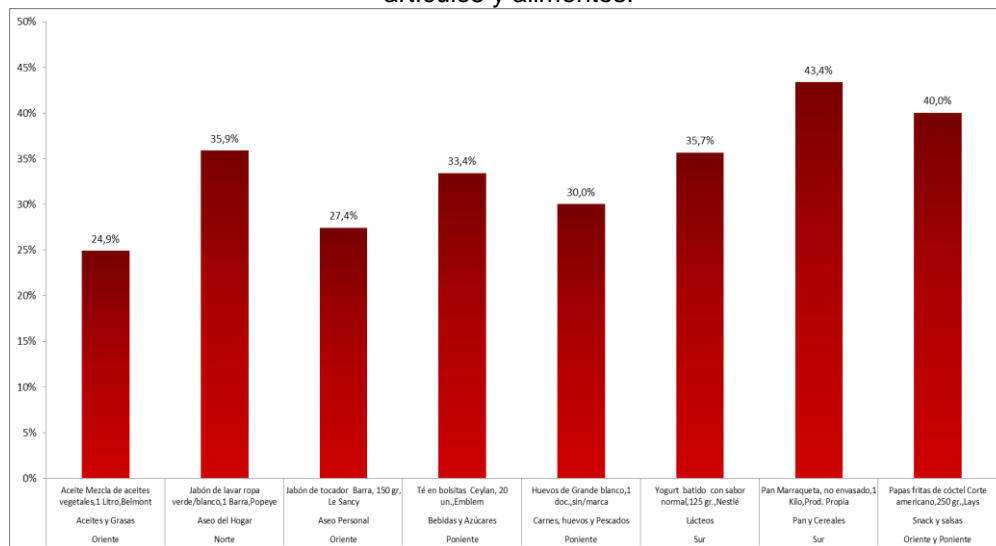
Tabla N°6:
Productos con mayores diferencias de precios según grupo.

Grupo de productos	Producto	Menor precio	Mayor precio	Dif \$	Dif %	Sector
Aceites y Grasas	Aceite Mezcla de aceites vegetales, 1 Litro, Belmont	Unimarc	Tottus	299	24,9%	Oriente
Aseo del Hogar	Jabón de lavar ropa verde/blanco, 1 Barra, Popeye	Montserrat	Líder	140	35,9%	Norte
Aseo Personal	Jabón de tocador Barra, 150 gr, Le Sancy	Líder	Montserrat	170	27,4%	Oriente
Bebidas Azúcares	Té en bolsitas Ceylan, 20 un., Emblem	Líder	Unimarc	140	33,4%	Poniente
Carnes	Huevos de Grande blanco, 1 doc., sin/marca	Montserrat	Unimarc	390	30,0%	Poniente
Lácteos	Yogurt batido con sabor normal, 125 gr., Nestlé	Tottus	Unimarc	46	35,7%	Sur
Pan, Pastas y Cereales	Pan Marraqueta, no envasado, 1 Kilo, Prod. Propia	Montserrat	Santa Isabel	390	43,4%	Sur
Snack y salsas	Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays	Jumbo	Montserrat	400	40,0%	Oriente y Poniente

Fuente: Sernac

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.

Se destaca la mayor diferencia absoluta para la canasta de **“Aseo Personal”**, es decir por la compra de una misma canasta de este grupo de productos se puede ahorrar hasta \$6.219 (13,6%), siendo la más económica la correspondiente a supermercado **Jumbo** y la más cara **Montserrat**.

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

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	Montserrat	2.471	11,3%
	21.867	24.338		
Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	3.282	7,6%
	43.449	46.731		
Aseo Personal	Jumbo	Montserrat	6.219	13,6%
	45.868	52.087		
Bebidas Azúcares	Líder	Unimarc	1.519	9,7%
	15.618	17.137		
Carnes, huevos y pescados	Líder	Jumbo	593	5,5%
	10.738	11.331		
Lácteos	Líder	Montserrat	2.882	10,7%
	27.055	29.937		
Pan, pastas y cereales	Líder	Montserrat	4.345	12,6%
	34.607	38.952		
Snack y salsas	Líder	Montserrat	1.067	15,3%
	6.955	8.022		

Fuente: Sernac.

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 en cada sector.

En este análisis se puede señalar que en el sector Poniente, en el grupo de “**Snacks y salsas**” se observó la mayor diferencia relativa de precios del orden de un **27,1%**, siendo **Jumbo** el supermercado más económico y **Montserrat** el más caro para este grupo. Así mismo, la mayor diferencia absoluta se observó en el sector **Poniente**, en el grupo de “**Aseo Personal**” con un ahorro de hasta \$3.191, siendo **Jumbo** el más económico y **Montserrat** el más caro.

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

La segunda mayor diferencia absoluta se observó también en el grupo de “**Aseo Personal**”, en el sector **Oriente**, diferencia que alcanzó \$2.985 siendo Líder el supermercado más económico y Montserrat el más caro para este grupo y sector.

Se destaca a **Líder** como el supermercado más conveniente en 7 de los 8 grupos de productos en el Sur y Norte de Santiago (Ver Tabla N°8)

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

	Grupo de Producto	Más económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
Norte	Aceites y Grasas	Líder	Unimarc	552	9,1%
	Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	367	3,5%
	Aseo Personal	Líder	Montserrat	1535	10,1%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	561	8,3%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Unimarc	336	10,0%
	Lácteos	Líder	Tottus	848	18,5%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	1391	10,0%
	Snacks, Salsas y Otros	Santa Isabel	Unimarc	601	22,7%
Oriente	Grupo de Producto	Más económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
	Aceites y Grasas	Líder	Jumbo	1055	12,9%
	Aseo del Hogar	Líder	Montserrat	1015	6,8%
	Aseo Personal	Líder	Montserrat	2985	17,4%

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

	Bebidas Azúcares	Líder	Jumbo	299	7,0%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Montserrat	458	9,5%
	Lácteos	Líder	Montserrat	888	7,0%
	Pan y Cereales	Santa Isabel	Montserrat	940	9,3%
	Snacks, Salsas y Otros	Jumbo	Montserrat	560	21,8%
Centro	Grupo de Producto	Más económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
	Aceites y Grasas	Santa Isabel	Unimarc	266	7,7%
	Aseo del Hogar	Líder	Montserrat	1019	15,1%
	Aseo Personal	<i>Menos de 5 presencias</i>			
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	369	5,5%
	Carnes, Huevos y Pescados	Tottus	Santa Isabel	179	3,0%
	Lácteos	Santa Isabel	Montserrat	285	9,3%
	Pan y Cereales	Tottus	Montserrat	511	5,3%
	Snacks, Salsas y Otros	<i>Menos de 5 presencias</i>			
	Poniente	Grupo de Producto	Más económico	Más Caro	Dif\$
Aceites y Grasas		Líder	Montserrat	866	13,5%
Aseo del Hogar		Líder	Unimarc	1105	8,1%
Aseo Personal		Jumbo	Montserrat	3191	19,9%
Bebidas Azúcares		Líder	Montserrat	330	7,3%
Carnes, Huevos y Pescados		Montserrat	Jumbo	159	26,9%
Lácteos		Líder	Montserrat	1106	17,2%
Pan y Cereales		Líder	Montserrat	1718	14,2%
Snacks, Salsas y Otros		Jumbo	Montserrat	420	27,1%
Sur		Grupo de Producto	Más económico	Más Caro	Dif\$
	Aceites y Grasas	Líder	Montserrat	682	9,3%
	Aseo del Hogar	Líder	Montserrat	1205	8,1%
	Aseo Personal	Líder	Tottus	1548	13,6%
	Bebidas Azúcares	Líder	Unimarc	999	14,6%
	Carnes, Huevos y Pescados	Montserrat	Santa Isabel	489	9,5%
	Lácteos	Líder	Unimarc	1046	13,1%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	1807	14,7%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Jumbo	556	22,8%

Fuente: Sernac.

8. Conclusiones:

Durante el muestreo correspondiente al mes de Diciembre y a nivel de los cinco sectores, la mayor y menor diferencia absoluta en el total del listado de productos, con presencia en el 100% de los supermercados por sector (Canastas comparables), se observaron en el Sur y en el Centro de la RM, respectivamente. Líder obtuvo la canasta más económica en los 5 sectores de la Región Metropolitana. Al contrario, Montserrat resultó el supermercado más caro en los 5 sectores.

Supermercado Líder concentró la mayor cantidad de precios mínimos. A su vez, supermercado Montserrat es el que concentró la mayor cantidad de precios máximos lo que fue una constante durante todo el transcurso del año 2012 y 2013.

Estas tendencias, con leves variaciones, han sido observada durante todo el transcurso del año 2012 y durante el 2013, lo cual refleja que en general y a nivel de la RM, Líder ha sido el Supermercado más conveniente para los consumidores en la mayoría de los sondeos realizados por Sernac durante el 2013.

Reporte Mensual de Abarrotes, Diciembre 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

En el mes de Diciembre, el producto “Mayonesa Normal, 1 litro, marca JB”, mostró la mayor diferencia absoluta de \$500 (50,1%) la cual fue observada en el Sur y Poniente de Santiago, siendo Jumbo el más conveniente y Montserrat el más caro para este producto.

En relación a la variación porcentual de los precios respecto a Noviembre por sector, se observó que el producto que más aumentó en terminos relativos (21,2%) fue; **“Salsa de Tomates a la Italiana, Sachet de 200 gr, Doña Clara”**, situación observada en el sector **Poniente**, y la mayor baja (20,2%) se observó en el producto, **“Asado carnicero, envasado, 1 kilo, importada”**, variación observada en el sector **Sur**.

En relación a las diferencias de precios totales por grupo de artículos y alimentos en toda la muestra (Tabla N°7), la mayor diferencia porcentual se registró en el grupo de “Snacks y Salsas” (15,3%), siendo el supermercado más conveniente Líder y el más caro Montserrat. En el mismo sentido, el mayor ahorro en terminos absolutos se observó en el grupo de “Aseo Personal” representando una economía de \$6.219 (13,6%), siendo Jumbo el más conveniente y Montserrat el más caro.

En el sondeo de Diciembre, se destaca a Líder como el supermercado más conveniente en 7 de los 8 grupos de productos en el sector Norte y Sur, lo cual indica que este Supermercado es claramente uno de los más convenientes en cualquier grupo de productos a nivel Metropolitano, reflejandose esta situación en la evolución historica de los resultados de los Sondeos de Sernac durante todo el periodo 2013.