



**REPORTE MENSUAL DE PRECIOS DE ALIMENTOS,  
ARTICULOS DEL ASEO PERSONAL Y DEL HOGAR  
ÁREA METROPOLITANA**

**Noviembre, 2015  
Departamento de Estudios e Inteligencia**

**Departamento de Estudios e Inteligencia**

Unidad Monitoreo de Mercado

Área Metropolitana.

**Noviembre 2015**

## Contenido

I. INTRODUCCION .....	4
II. SINTESIS METODOLÓGICA DEL SONDEO DE PRECIOS .....	4
II.1. Características del Levantamiento .....	4
II.2. Muestra de productos/variedades .....	4
II.3. Muestra de establecimientos.....	5
Plano del Área Metropolitana y los 5 sectores geográficos .....	6
III. RESULTADOS .....	7
III. 1. Encuesta de Alimentos y Artículos de Aseo Personal y del Hogar en Supermercados.....	7
III. 2. Comparacion entre Supermercados Según Sectores. ....	7
III. 3. Resultados en Sectores. ....	10
III.4. Análisis Histórico. ....	14
IV. ANEXO.....	18

## I. INTRODUCCION

Los resultados que entrega la Séptima Encuesta de Presupuestos Familiares elaborada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), señalan que el gasto promedio en Alimentos y Bebidas No Alcohólicas que realizan las familias constituye un **19,1%** de su presupuesto mensual. Asimismo, el gasto realizado en Productos para el Cuidado e Higiene Personal y Bienes No Durables para el Hogar, representa aproximadamente un **3,6%**. En consecuencia, la importancia de este conjunto de productos en el gasto habitual de las familias asciende a un **23%** del total<sup>1</sup>.

De acuerdo con lo anterior y dada la importancia que reviste el gasto en este grupo de productos, el Departamento de Estudios del Sernac realiza mensualmente un levantamiento de precios en una muestra de supermercados de las seis grandes cadenas del Área Metropolitana.

## II. SINTESIS METODOLÓGICA DEL SONDEO DE PRECIOS

### II.1. Características del Levantamiento

El Sondeo de precios es levantado en forma presencial por un equipo de Encuestadores del Departamento de Estudios durante la primera semana de cada mes. Los Encuestadores verifican los precios directamente desde los anaqueles/góndolas/máquinas conservadoras de frío, etc. cada uno de los 204 productos del listado, según el código de barra o de acuerdo a las características específicas de cada producto. Los precios consignados en el Formulario de la Encuesta<sup>2</sup>, son tomados desde el fleje, cartel o el dispositivo dispuesto para tal efecto y verificados en el Lector de precios dispuesto en la sala del supermercado cuando corresponda.

### II.2. Muestra de productos/variedades

La Encuesta de precios considera la medición de 204 productos-variedades pertenecientes a las Divisiones **de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas, Equipamiento y Mantenimiento del Hogar y Bienes y Servicios Diversos** (EPF, INE), los cuales a su vez, se encuentran clasificados en 14 grupos o familias de productos de acuerdo a la **Clasificación de las Funciones de Consumo Individual** (COICOP)<sup>3</sup>. De este modo, en cada grupo se incluyen aquellas líneas de productos de mayor presencia en los supermercado y al mismo tiempo, los de mayor ponderación según los resultados de la Séptima Encuesta de Presupuestos Familiares.

---

<sup>1</sup> : Séptima Encuesta de Presupuestos Familiares 2013 (INE)

<sup>2</sup> : Precios universales y finales que incluyen el costo total unitario, márgenes de comercio e IVA, señalando cuándo los precios correspondan a ofertas o promociones.

<sup>3</sup> : COICOP: Classification Of Individual Consumption by Purpose

## Listado de los Grupos o Familia de Productos incluidos en la Encuesta mensual

1. Aceite y Grasas.
2. Aguas Minerales, Bebidas Refrescantes y Zumos.
3. Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar.
4. Bienes no durables para el hogar.
5. Café, Té y Cacao.
6. Carne.
7. Cecinas.
8. Frutas.
9. Hortalizas, Legumbres y Tubérculos.
10. Otros Productos Alimenticios.
11. Pan y Cereales.
12. Pescados y Mariscos.
13. Productos Lácteos, Quesos y Huevos.
14. Productos para el Cuidado e Higiene Personal.

### II.3. Muestra de establecimientos

La muestra de establecimientos considera **28 supermercados** distribuidos en los cinco sectores geográficos del Área Metropolitana (Norte, Centro, Oriente, Poniente y Sur). La muestra contempla la presencia de las seis grandes cadenas de supermercados: **Jumbo, Líder, Montserrat, Santa Isabel, Tottus y Unimarc** en 3 de los cinco sectores (Oriente, Poniente y Sur), mientras que en los otros 2 sectores la muestra considera 5 cadenas debido a que no hay presencia de los supermercados de la cadena Jumbo en los sectores Norte y Centro.

A continuación, en el siguiente plano, se puede visualizar geográficamente la distribución de estos 5 sectores y la distribución de las comunas que componen cada uno de los sectores.

**Gráfico 1:** Comunas que conforman los 5 Sectores pertenecientes al Area Metropolitana.



**Fuente:** Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

### III. RESULTADOS

#### III. 1. Encuesta de Alimentos y Artículos de Aseo Personal y del Hogar en Supermercados.

El siguiente Reporte analiza el resultado del levantamiento de precios de Alimentos, Artículos de Aseo Personal y del Hogar, realizado entre el 2 y 5 de Noviembre del 2015 en los 5 sectores del Área Metropolitana, identificando las diferencias de precios, tanto mínimos como máximos, de las diferentes categorías de productos comercializadas en supermercados.

#### III. 2 Comparacion entre Supermercados según Sectores.

Los resultados del levantamiento de precios de Alimentos, Artículos de Aseo Personal y del Hogar, en los 28 supermercados entregan los siguientes resultados entre los supermercados y sectores:

**Cuadro N°1**  
**Valorización del listado de productos por supermercados,**  
**según sector y numero de productos del listado**

Sector	N° de productos	Jumbo	Líder	Montserrat	Santa Isabel	Tottus	Unimarc	Dif (\$)	Dif (%)
Norte	77	-	95.654	100.062	97.221	98.024	99.793	4.408	4,6%
Oriente	95	126.849	121.726	130.370	124.502	126.129	128.875	8.644	7,1%
Centro	67	-	75.028	78.788	74.840	77.339	78.080	3.948	5,3%
Poniente	84	101.247	96.457	103.419	98.635	100.430	102.066	6.962	7,2%
Sur	82	101.411	95.994	101.714	98.598	98.160	102.188	6.194	6,5%

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Considerando el listado de productos<sup>4</sup> con presencia en el 100% de los supermercados de la muestra de cada sector, se puede afirmar, que a nivel de los cinco sectores, la mayor diferencia en la valorización<sup>5</sup> del total del listado se produce en el sector **Poniente**, donde el ahorro puede alcanzar un **7,2% (\$6.962)**, por preferir el supermercado más conveniente para un listado de **84** productos.

Al comparar el valor total del listado de productos por sector, Supermercados **Líder** resulta ser el mas económico en 4 de 5 sectores. Por el contrario, Supermercados **Montserrat** es el más caro en 4 de los 5 sectores.

<sup>4</sup> El listado de productos que se genera en cada sector, considera todos aquellos productos-variedades del listado general de la Encuesta que tienen presencia en todos los supermercados del sector geográfico definido en la muestra.

<sup>5</sup> La valorización del listado de productos por sector, corresponde a la sumatoria de los precios de todos los productos presentes en cada supermercado del sector.

**Cuadro N°2**  
**Valorización del listado de 39 productos comparables en la**  
**totalidad de supermercados de la muestra, según sector.**

Sector	N° de productos (1)	Jumbo (2)	Lider	Montserrat	Santa Isabel	Tottus	Unimarc	Dif (\$)	Dif (%)
Norte	39	-	37.054	38.986	37.901	37.763	38.629	1.932	5,2%
Oriente	39	39.091	37.354	38.861	38.621	38.035	39.306	1.952	5,2%
Centro	39	-	36.594	39.223	38.171	37.886	38.827	2.629	7,2%
Poniente	39	38.647	37.014	39.763	37.921	38.035	38.748	2.749	7,4%
Sur	39	38.778	36.544	39.193	38.621	38.038	38.710	2.649	7,2%

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC).

(1) Total de productos comparables con presencia en todos los sectores.

(2) Jumbo no tiene presencia en los sectores Norte y Centro de la muestra de supermercados de Sernac.

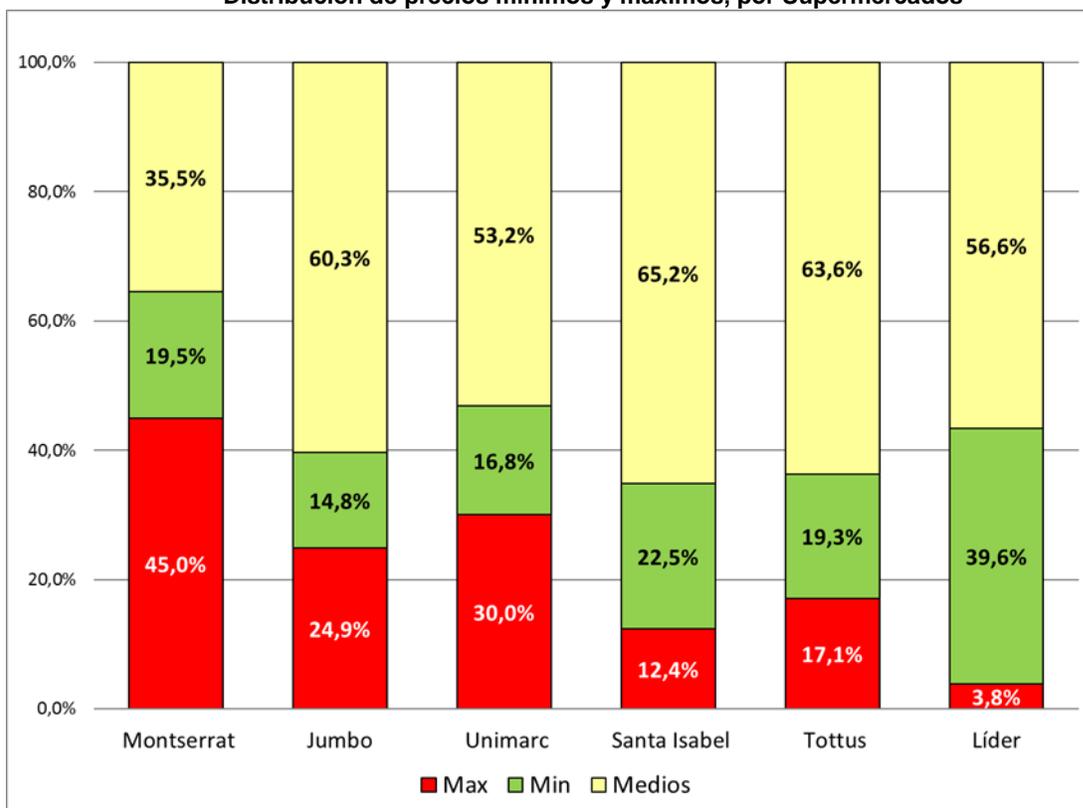
Al comparar la valorización del listado de **39** productos<sup>6</sup> con presencia en todos los supermercados de la muestra, **Líder** presenta el listado más económico en 5 sectores. Por el contrario, Supermercados **Montserrat** presentan el listado más caro en 4 de los 5 sectores (Norte, Centro, Poniente y Sur).

La mayor diferencia se observa en el sector **Poniente** donde el ahorro puede alcanzar un **7,4% (\$2.749)**. Los precios más económicos se registraron en supermercado **Líder** (\$37.014) y los más caros en supermercado **Montserrat** (\$39.763).

La mayor diferencia entre el supermercado más caro y el más barato en todos los sectores, se detecta entre **Líder** del sector **Sur** (**\$36.544**) y **Montserrat** del sector **Poniente** (**\$39.763**) alcanzando un **8,81% (\$3.219)**.

<sup>6</sup> : La valorización del listado de 39 productos presente en la totalidad de los supermercados de la muestra, corresponde a la sumatoria de los precios de los 28 productos por cada supermercado.

**Gráfico N°1**  
**Distribución de precios mínimos y máximos, por Supermercados**



**Fuente:** Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Respecto de la distribución<sup>7</sup> de los precios mínimos y máximos, Supermercados **Líder** concentraron la mayor cantidad de precios mínimos con un **39,6%**. Por el contrario, la mayor cantidad de precios máximos se agruparon en Supermercados **Montserrat** con un **45%**.

<sup>7</sup> La distribución de precios mínimos y máximos considera todos los precios mínimos y máximos del listado general que presentan los 28 supermercados, expresando su participación a nivel de cadena de supermercados.

**Cuadro N°3**  
**Supermercados más económicos y más caros en la valorización**  
**del total del listado, según Grupo de Productos**

Grupo de productos	Más Económico	Más Caro	Dif \$	Dif %
Aceite y Grasas	Santa Isabel	Tottus	2.071	8,9%
	23.172	25.243		
Pan y Cereales	Líder	Montserrat	3.229	9,4%
	34.270	37.499		
Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Santa Isabel	Montserrat	1.382	31,0%
	4.456	5.838		
Otros Productos Alimenticios	Líder	Montserrat	1.926	17,3%
	11.131	13.057		
Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Santa Isabel	Montserrat	4.488	10,4%
	43.186	47.674		
Pescados y Mariscos	Líder	Montserrat	475	6,9%
	6.900	7.375		
Frutas	Montserrat	Unimarc	690	10,6%
	6.540	7.230		
Café, Té y Cacao	Líder	Unimarc	2.649	13,8%
	19.150	21.799		
Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulce de Azúcar	Montserrat	Unimarc	850	15,4%
	5.537	6.387		
Carnes	Santa Isabel y Tottus	Unimarc	1.009	13,3%
	7.580	8.589		
Cecinas	Jumbo	Montserrat	312	17,4%
	1.797	2.109		
Agua Mineral, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta	Líder	Montserrat	2.552	9,9%
	25.650	28.202		
Productos para el Cuidado e Higiene Personal	Líder	Unimarc	3.868	6,7%
	57.940	61.808		
Bienes no Duraderos para el Hogar	Líder	Montserrat	3.054	4,8%
	63.740	66.794		

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

En el cuadro N°3, se observa la valorización del total del listado por cada Grupo de Productos. Supermercados **Líder** resultan más económicos en **7** de los **14** Grupos de Artículos y Alimentos. Por el contrario, Supermercados **Montserrat** resultan ser los establecimientos más caros en **8** de **14** Grupos.

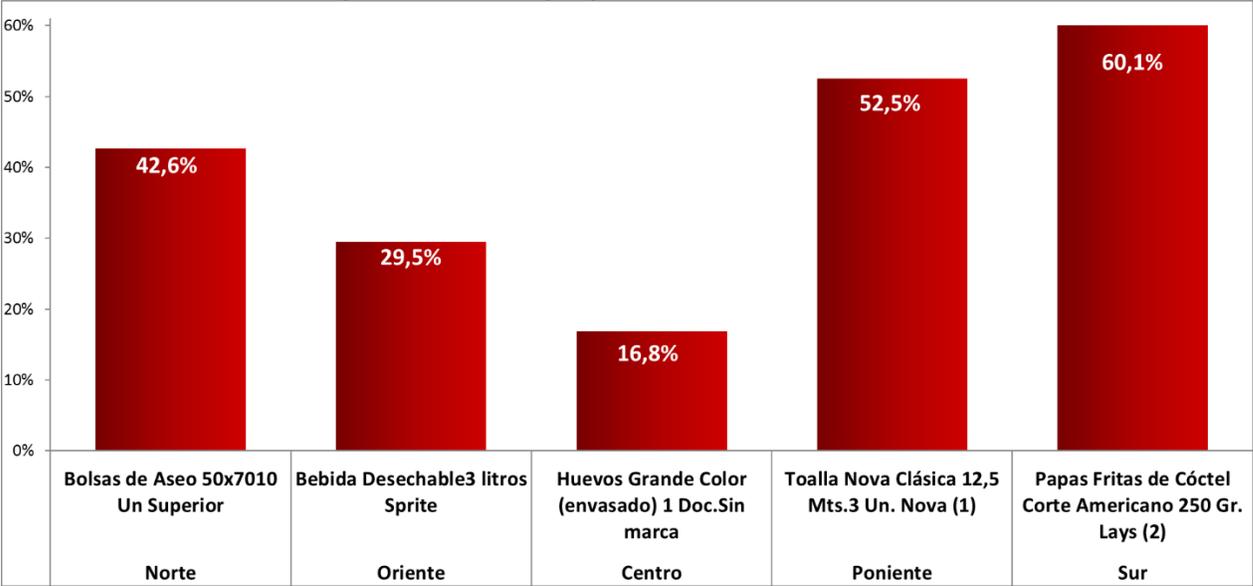
La mayor diferencia de precios en términos porcentuales se produce en el listado del Grupo “**Hortalizas, Legumbres y Tubérculos**”, con **31%** o una diferencia de **\$1.382**. Supermercados **Santa Isabel** es el más económico con un total de **\$4.456** y supermercados **Montserrat** el más caro, con **\$5.838**.

Por otra parte, en la categoría “**Productos Lácteos, Quesos y Huevos**”, se registra la mayor diferencia absoluta de **\$4.488** correspondiente al **10,4%**. Supermercados **Santa Isabel** con un total de **\$43.186** es el mas barato, mientras que Supermercados **Montserrat** con un total **\$47.674** es el mas caro.

### III. 3 Resultados en Sectores.

Las mayores diferencia de precios por producto a nivel de cada uno de los 5 sectores, se presentan en el gráfico N°2.

**Gráfico N°2**  
**Mayores diferencias por producto en cada sector**

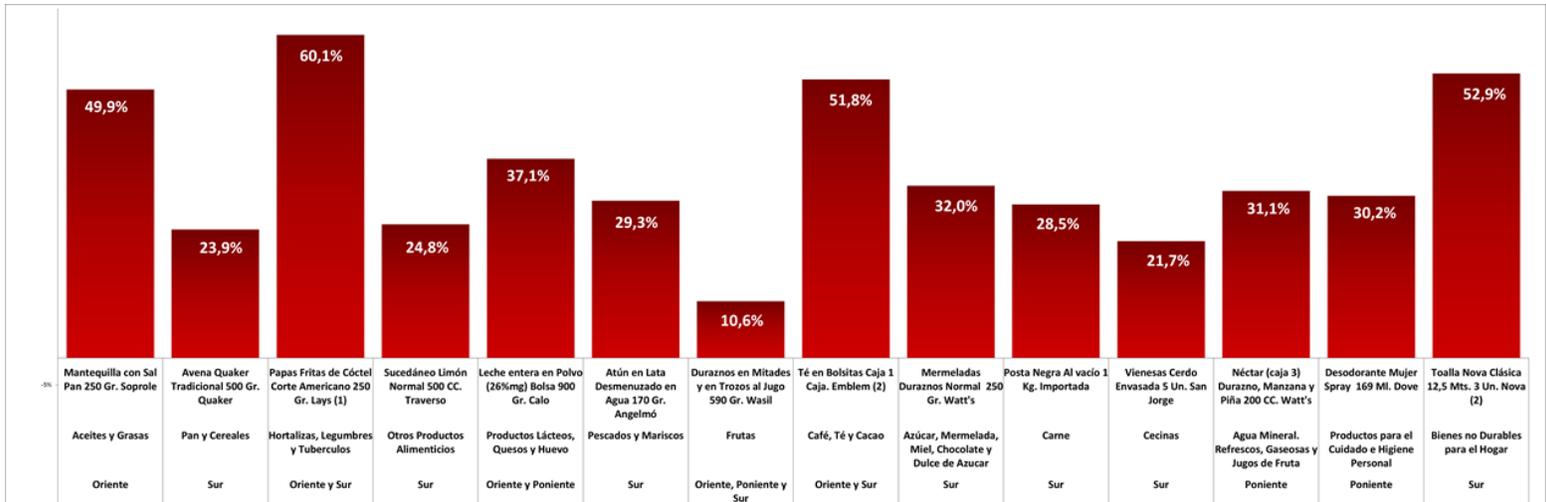


Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

- (1) Oferta en Lider
- (2) Oferta en Santa Isabel y Unimarc

La mayor diferencia de precios por producto en cada sector, se presentó en **“Papas Fritas de Coctel, Corte Americano, de 250 Gr. Marca Lays”**, en el sector **Sur** del Área Metropolitana, con una diferencia de **60,1% (\$600)** . El precio mínimo para este producto fue de **\$999** en Supermercados **Santa Isabel** (Producto en oferta). A su vez, el precio máximo fue de **\$1.599** en Supermercado **Santa Isabel**.

**Gráfico N°3**  
**Mayores diferencias de precios por producto, según Grupos de Artículos y Alimentos y Sector**



Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

- (1) Oferta Santa Isabel
- (2) Oferta Lider

El gráfico N°3, muestra los productos que presentan la mayor diferencia de precios en términos porcentuales, según grupo de Artículos y Alimentos al que pertenecen y para aquellos productos con presencia en el mayor número de sectores. El grupo de **“Hortalizas, Legumbres y Tubérculos”**, registró la mayor diferencia entre el precio mínimo y máximo, correspondiente al producto **“Papas Fritas de Corte Americano 250 gr Lays.”**, en el sector Oriente y Sur con un **60,1%** o \$ 600 de ahorro. El menor precio fue registrado en Supermercado Santa Isabel (**\$999**) y el mayor en supermercado **Jumbo (\$1.599)**.

**Cuadro N°4**  
**Análisis sectorial por Grupo de Productos,**  
**según supermercados más caros y económicos en el total del listado.**

	Grupo de Productos			Dif (\$)	Dif (%)
		Más Económico	Más Caro		
Norte	Aceites y Grasas	Santa Isabel	Tottus	970	12,1%
	Pan y Cereales	Líder	Santa Isabel	458	4,7%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Santa Isabel	Montserrat	691	31,0%
	Otros Productos Alimenticios	Líder	Montserrat	217	17,0%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Santa Isabel	Unimarc	1.042	8,5%
	Pescados y Mariscos	Unimarc	Santa Isabel	90	6,7%
	Frutas	Líder	Unimarc	260	12,1%
	Café, Té y Cacao	Santa Isabel	Unimarc	461	15,4%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Montserrat	Unimarc	639	24,0%
	Carne	Unimarc y Montse	Santa Isabel	500	27,9%
	Cecinas	Santa Isabel	Montserrat	91	15,2%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosa y Jugos de Fruta	Líder	Montserrat	788	13,2%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Líder	Unimarc	866	4,4%
	Bienes no durables para el hogar	Santa Isabel	Montserrat	943	4,0%
Oriente	Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)	Dif (%)
	Aceites y Grasas	Líder	Tottus	793	7,7%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	1.439	9,7%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Santa Isabel	Montserrat	691	31,0%
	Otros Productos Alimenticios	Líder	Montserrat	596	16,8%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Santa Isabel	Montserrat	2.283	14,2%
	Frutas	Montserrat	Unimarc	230	10,6%
	Café, Té y Cacao	Líder	Montserrat	1.154	22,7%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Montserrat	Unimarc	260	13,9%
	Cecinas	Jumbo	Santa Isabel	120	20,0%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosa y Jugos de Fruta	Líder	Montserrat	727	7,7%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Líder	Unimarc	2.644	9,6%
	Bienes no durables para el hogar	Líder	Santa Isabel	1.067	4,6%
	Centro	Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)
Aceites y Grasas		Santa Isabel	Tottus	740	14,5%
Pan y Cereales		Líder	Montserrat	596	8,1%
Hortalizas, Legumbres y Tubérculos		Unimarc	Tottus	609	61,5%
Otros Productos Alimenticios		Líder	Montserrat	617	19,3%
Productos Lácteos, Quesos y Huevos		Santa Isabel	Montserrat	1.305	9,5%
Pescados y Mariscos		Líder	Montserrat	298	17,0%
Frutas		Montserrat	Unimarc	230	10,6%
Café, Té y Cacao		Santa Isabel	Unimarc	461	15,4%
Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar		Montserrat	Unimarc	290	15,8%
Carne		Unimarc y Montse	Líder y Tottus	400	22,3%
Cecinas		Santa Isabel	Montserrat	91	15,2%
Aguas minerales, Refrescos, Gaseosa y Jugos de Fruta		Santa Isabel	Montserrat	666	8,7%
Productos para el cuidado e higiene personal		Tottus	Santa Isabel	160	2,7%
Bienes no durables para el hogar	Líder	Montserrat	1.173	6,8%	

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

**Cuadro N°4**  
**Análisis sectorial por Grupo de Artículos y Alimentos,**  
**según supermercados más caros y económicos en el total del listado (continuación).**

	Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)	Dif (%)
Poniente	Aceites y Grasas	Líder	Tottus	795	11,8%
	Pan y Cereales	Líder	Jumbo	974	9,2%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Líder	Montserrat	139	11,7%
	Otros Productos Alimenticios	Líder	Montserrat	774	19,3%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Santa Isabel	Montserrat	2.123	12,7%
	Pescados y Mariscos	Tottus	Montserrat	220	12,0%
	Frutas	Montserrat	Unimarc	230	10,6%
	Café, Té y Cacao	Santa Isabel	Unimarc	1.131	17,4%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Montserrat	Unimarc	300	16,4%
	Carne	Unimarc y Montserrat	Santa Isabel	500	27,9%
	Cecinas	Jumbo y Santa Isabel	Unimarc	100	16,7%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosa y Jugos de Fruta	Líder	Unimarc	1.222	17,9%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Líder	Santa Isabel	619	4,7%
	Bienes no durables para el hogar	Líder	Montserrat	1.103	5,2%
	Sur	Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)
Aceites y Grasas		Santa Isabel	Jumbo	620	10,3%
Pan y Cereales		Líder	Montserrat	869	9,8%
Hortalizas, Legumbres y Tubérculos		Santa Isabel	Jumbo y Unimarc	600	60,1%
Otros Productos Alimenticios		Líder	Montserrat	556	15,5%
Productos Lácteos, Quesos y Huevos		Tottus	Montserrat	457	4,5%
Pescados y Mariscos		Montserrat	Jumbo	119	6,3%
Frutas		Montserrat	Unimarc	230	10,6%
Café, Té y Cacao		Líder	Unimarc	1.058	14,8%
Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar		Montserrat	Unimarc	290	15,8%
Carne		Santa Isabel	Unimarc	1.509	28,5%
Cecinas		Jumbo	Santa Isabel y Montserrat	130	21,7%
Aguas minerales, Refrescos, Gaseosa y Jugos de Fruta		Líder	Montserrat	857	9,2%
Productos para el cuidado e higiene personal		Santa Isabel	Unimarc	937	5,4%
Bienes no durables para el hogar		Líder	Santa Isabel	1.207	6,3%

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Los resultados permiten señalar que en el grupo “**Hortalizas, Legumbres y Tubérculos**” del sector **Centro**, se observa la mayor diferencia porcentual, correspondiente a un **61,5% (\$609)**, siendo Supermercados **Unimarc** el más barato y Supermercados **Tottus** el más caro. Así mismo, la mayor diferencia en pesos se observó en el sector **Oriente** en el grupo “**Productos para el Cuidado e Higiene Personal**” con **\$2.644 (9,6%)**, resultando Supermercados **Unimarc** el más barato y Supermercados **Tottus** el más caro.

#### III.4 Análisis Histórico.

A continuación, el cuadro N°5, muestra el comportamiento en el período Enero - Noviembre 2015 que han tenido las cadenas de supermercados respecto de ser “los más económicos o los más caros” por cada sector:

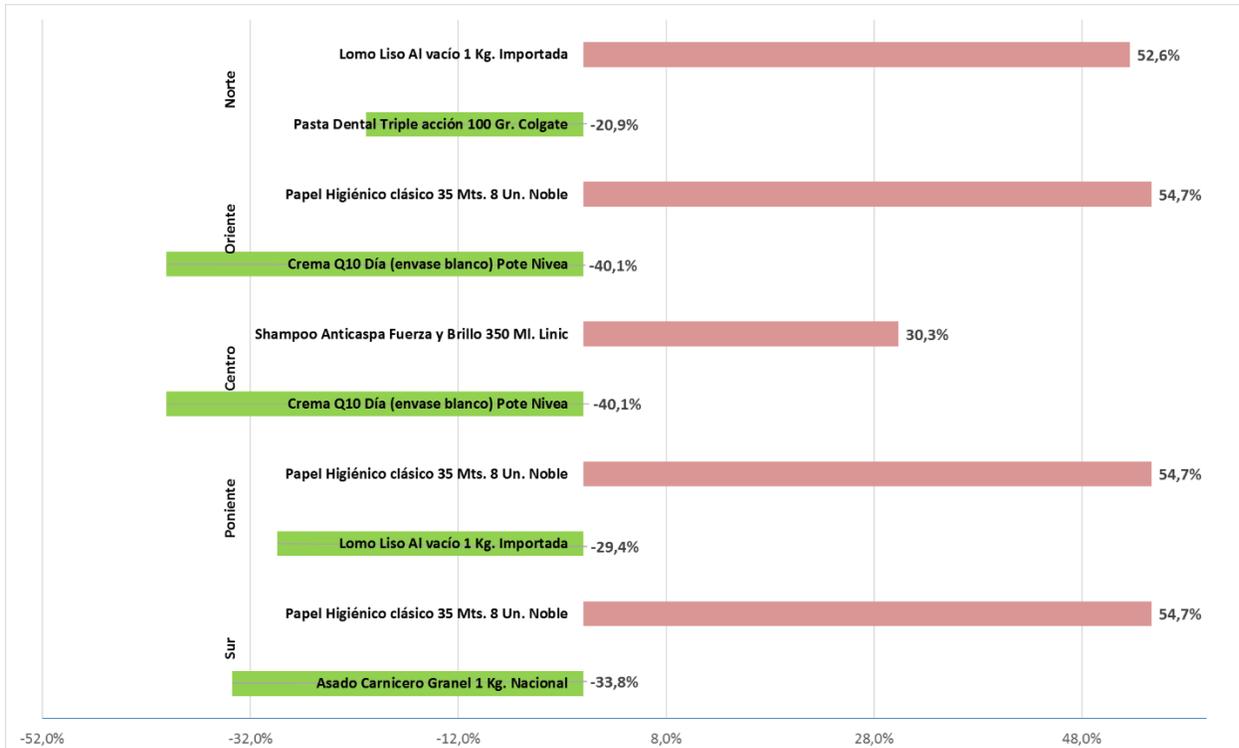
**Cuadro N°5**  
**Posición de los supermercados por sector, según listados**  
**más económicos y más caros en el período Enero a Noviembre de 2015.**

2015		Norte	Oriente	Centro	Poniente	Sur
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	Montserrat	Unimarc	Montserrat	Montserrat
Marzo	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Unimarc	Unimarc	Unimarc	Jumbo	Montserrat
Abril	Más Económico	Líder	Líder	Tottus	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Unimarc	Unimarc	Montserrat	Unimarc
Mayo	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Unimarc	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Junio	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Unimarc	Montserrat	Jumbo
Julio	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Unimarc	Unimarc	Montserrat
Agosto	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Santa Isabel	Montserrat	Montserrat
Septiembre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Octubre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat
Noviembre	Más Económico	Líder	Líder	Santa Isabel	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Unimarc

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Al examinar los sondeos mensuales que Sernac ha realizado desde Enero a Noviembre, no es posible afirmar que hay un supermercado que se pueda señalar 100% como el más conveniente o el más caro siempre, ya que depende de cada levantamiento y sector del Área Metropolitana. Sin embargo, en lo que va del año 2015 Supermercados **Líder** se presenta como el más económico en el **96,4%** de los casos. Por el contrario, supermercados **Montserrat** han resultado ser los más caros en el **72,7%** de los casos.

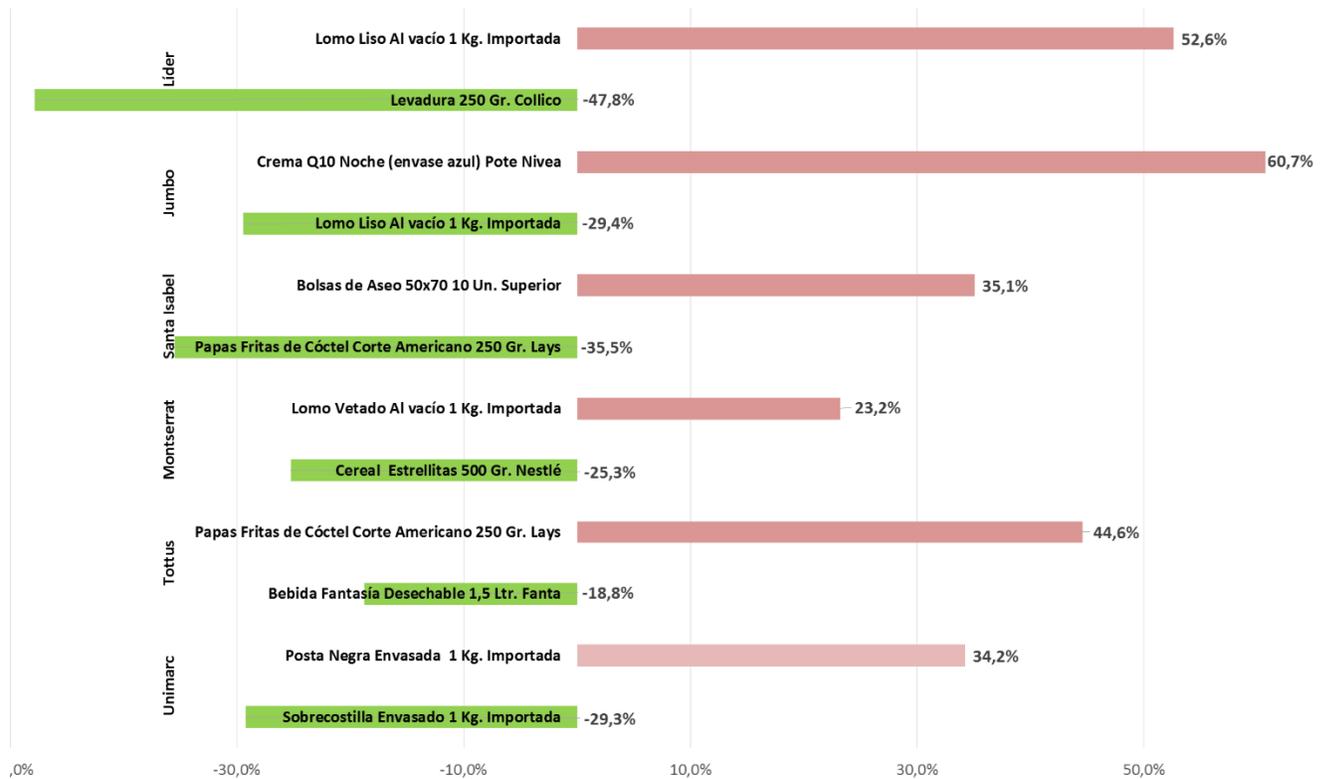
**Gráfico N°4**  
**Mayores diferencias relativas de variedades por sector,**  
**comparadas con el mes anterior**



Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

El gráfico N° 4 señala cuales variedades obtuvieron una gran diferencia porcentual respecto del mes pasado, destaca el **Papel Higiénico clásico de 35 metros de 8 unidades marca Noble** con un **54,7% (\$820)** en los Sectores **Oriente, Poniente y Sur**. Por el contrario la mayor baja en términos de diferencia porcentual respecto de Octubre del 2015 se encontró en la variedad de “**Crema Q10 Día (envase Blanco) en pote marca Nivea**” con un **40,1%** es decir **\$3.200**.

**Gráfico N°5**  
**Mayores diferencias relativas de variedades por supermercado,**  
**comparadas con el mes anterior**



**Fuente:** Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

El gráfico N° 5 detalla, cuales variedades obtuvieron una gran diferencia porcentual por supermercado respecto del mes pasado. Destaca la **Crema Q 10 Noche (envase Azul) en pote marca Nivea** con un **60,7% (\$3.397)** en Supermercados Jumbo. Por el contrario, la mayor baja en términos de diferencia porcentual respecto del levantamiento anterior se encontró en la variedad de “**Levadura, 250 gr. Collico**” con un **47,8%** es decir **\$1.000**.

#### IV. ANEXO

#### Muestra de Supermercados

SECTOR	COMUNA	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
<b>CENTRO</b>	<b>Santiago</b>	Lider	Huérfanos 827
		Montserrat	Monjitas 739
		Santa Isabel	Ismael Valdés Vergara 838
		Tottus	Nataniel Cox 620
		Unimarc	Av.Portugal 56
<b>NORTE</b>	<b>Conchalí</b>	Montserrat	Av. Independencia 3601
		Tottus	Pedro Fontova 5810
		Unimarc	Guanaco 3290
	<b>Quilicura</b>	Líder	O'Higgins 314
		Santa Isabel	Manuel A. Matta 499
<b>ORIENTE</b>	<b>Las Condes</b>	Jumbo	Av. Bilbao 4144
		Montserrat	Las Condes 9350
		Tottus	Av. Kennedy 5601
	<b>Peñalolen</b>	Santa Isabel	Av.Grecia 5791
	<b>Vitacura</b>	Lider	Buenaventura 1770
		Unimarc	Av. Vitacura 8400
	<b>PONIENTE</b>	<b>Cerrillos</b>	Lider
Tottus			Av. A.Vespucio 1501
<b>Est. Central</b>		Montserrat	Av. Gladys Marín 6950
<b>Lo Prado</b>		Santa Isabel	Ecuador 5455
<b>Maipú</b>		Jumbo	Av. A.Vespucio 1001
		Unimarc	Av. Pajaritos 1529
<b>SUR</b>		<b>La Florida</b>	Jumbo
	Lider		Av. Américo Vespucio 6325
	Montserrat		Av. V. Mackenna 12321
	Santa Isabel		Av. V. Mackenna 11145
	Tottus		Av. A.Vespucio 7310
	Unimarc		Av. V. Mackenna 6331

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)