

SERNAC

ESTUDIO DE UNIFORME Y ÚTILES ESCOLARES 2017



Ministerio de
Economía,
Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

TODOS
POR
CHILE

SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor

Objetivo

- Con el propósito de ayudar a los padres y apoderados en la compra de los uniformes y útiles escolares para este año escolar 2017, el SERNAC realizó estudio de precios de este tipo de productos en diferentes locales comerciales de la Región Metropolitana.
- Además, realizó un monitoreo de los mensajes publicitarios utilizados por las empresas para verificar si se ajustan a los estándares establecidos por la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC).

UNIFORMES



UNIFORMES



El sondeo de precios de uniformes escolares se realizó con precios vigentes entre los días 16 y 19 de enero, e incluyó grandes multitiendas de presencia nacional, tiendas especializadas y las principales cadenas de supermercados.

Uniforme de niña: jumper azul, pantalón azul, delantal celeste cuadrillé, blusa blanca (pack de 2 unidades), polar azul con cierre, capucha y bolsillos y zapatos negros tipo “Mafalda” con hebilla.

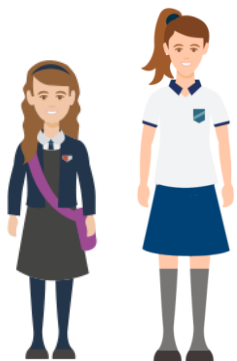
Uniforme de niño: camisa blanca (pack de 2 unidades), pantalón gris simple y presillas, sweater azul escote en V, cotona beige y zapatos negros con cordón.

Principales conclusiones estudio uniformes escolares



Principales conclusiones estudio uniformes escolares

Mayores diferencias entre tipo de establecimientos para uniformes escolares de similar composición textil, pero sin considerar la marca:



- En el caso de las niñas, la mayor diferencia en el uniforme completo se detectó en la talla L (equivalente a la talla 42), donde resulta un **37,1% o el equivalente a \$10.000 más barato el comprar en supermercados (\$26.950), que en una tienda especializada (\$36.950).**



- En el caso del uniforme de niño, para la talla L (equivalente a la talla 42), resulta un **20,5% o el equivalente a \$4.500 al optar entre supermercados (\$21.950), que en una tienda especializada (\$26.460).**

Principales conclusiones uniformes

Diferencias entre marcas propias y universales para productos de igual composición:

Si no necesita comprar todo el uniforme y sólo desee adquirir algunos productos, también se encontraron importantes diferencias al comparar entre productos de marcas propias o exclusivas y marcas universales de igual composición textil.



- En el caso del **uniforme de las niñas, la mayor diferencia alcanzó a un 217% o el equivalente a \$13.000 en el pantalón azul**, tallas 10 y 12, de 65% poliéster, 32% viscosa y 3% elastano, **cuyo precio mínimo fue de \$5.990** en el caso de la marca exclusiva Hemis School de tiendas Paris **versus \$18.990** de la marca Polemic en tiendas La Polar.



- En el **uniforme de niños, la mayor diferencia llegó a 240,5% o el equivalente a \$12.000**, en el producto **pantalón gris** simple con presillas talla 12, de 65% poliéster y 35% viscosa, cuyo **valor más económico fue de \$4.990** en la marca exclusiva Boulevard de supermercado Lider, **versus \$16.990** de la marca Polemic en tiendas La Polar.

Principales conclusiones uniformes



Zapato de niña color negro, tipo mafalda y hebilla. Capellada: 100% natural; forro: sobre 80% Sintético; planta: 100% sintético.

- En el caso de las multitiendas, y para los números del 30 al 33, se detectó **una diferencia de 100,1% o el equivalente a \$15.000**, cuyo **precio más económico fue de \$14.990** de la marca Crescendo, en La Polar; mientras que el **valor máximo fue de \$29.990** para la marca Colloky, en tiendas Paris.



Zapato de niño color negro, con cordón. Capellada: 100% natural; forro: sobre 90% sintético; planta: 100% sintético.

- En el caso de las multitiendas, para los números 35 al 38, se registró la **mayor diferencia que llegó a un 30,8% o el equivalente a \$4.000**. El **precio mínimo fue de \$12.990** de la marca Youngster, en tiendas Corona; mientras que el **más caro llegó a \$16.990**, para la marca Montaña en tiendas Corona.

ÚTILES ESCOLARES

El sondeo de precios se realizó con precios disponibles entre los días 19 y 20 de enero, e incluyó 15 establecimientos comerciales, entre ellos, 12 supermercados y 3 librerías.

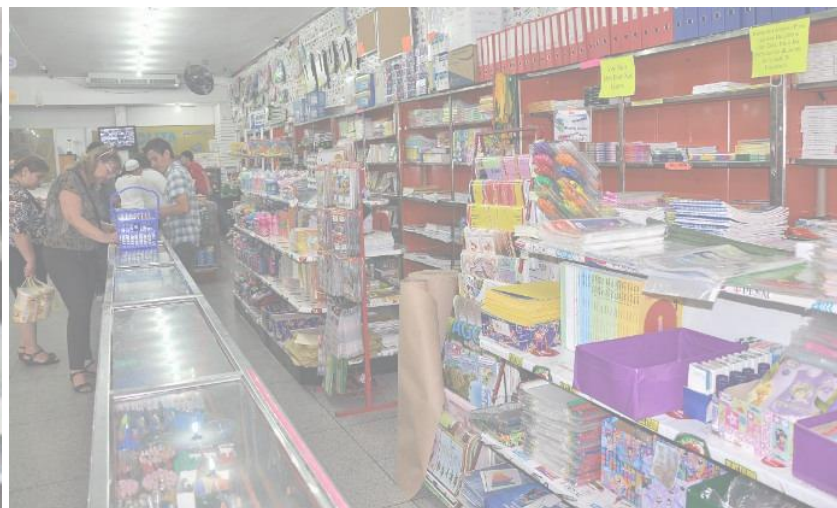
Paralelamente, se compraron útiles en 4 tiendas especializadas del sector de Meiggs.

Este sondeo incluyó precios de productos que comprenden principalmente las listas de útiles de los colegios del país y que son de mayor demanda por los apoderados, como los cuadernos, lápices y pinturas, manualidades, instrumentos de apoyo, pegamentos, entre otros.



Principales conclusiones útiles escolares

Diferencias entre supermercados y librerías



Principales conclusiones útiles escolares

Diferencias entre supermercados y librerías:

No se aprecian grandes diferencias entre los supermercados.

Si se analiza una **lista de 16 productos idénticos** y que son comúnmente demandados por los colegios, Supermercado Lider resultó levemente el más económico (\$15.640), mientras que Supermercado Tottus el más costoso (\$16.340). Es decir, **una diferencia de un 4,5%** o el equivalente a **\$700** entre ambos establecimientos.

La mayor diferencia encontrada en supermercados fue en el producto **blíster de lápiz pasta, punta media, 1 azul, 1 negro, 1 rojo, 1 verde y de marca Bic**, cuyo precio mínimo fue de **\$990** en los supermercados Lider, y a un máximo de **\$1.390** en los supermercados Tottus. Esto es, un **40,4%** o el equivalente a **\$400 entre ambos establecimientos.**

Si se consideran, **supermercados y librerías, tampoco se detectaron grandes diferencias en la lista de productos, la cual llegó a un 3,1% o \$661.**

Principales conclusiones útiles escolares



Diferencias entre productos:

Al considerar el **mismo tipo y marca** para un producto escolar, el SERNAC detectó algunas diferencias de precios.

Es el caso del **set de geometría de 4 piezas** (2 escuadras, 1 transportador de 180° y 1 regla de 30cm), **marca Proarte**, cuyo **precio mínimo fue de \$790**, en Librería Luces del sector oriente; y un **máximo de \$1.290**, en supermercado Lider de los sectores sur y poniente, esto es, **una diferencia de 63,3% o el equivalente a \$500**.

Principales conclusiones útiles escolares

Diferencias entre precios de marca propia y universal:

No se puede establecer que las marcas propias fueran más económicas que sus pares regulares.

La mayor diferencia se encontró en el blíster de lápiz pasta punta media, 1 azul, 1 negro, 1 rojo y 1 verde, cuya **diferencia alcanzó el 200,9% o el equivalente a \$661**. El **menor precio llegó a \$329** en supermercado Jumbo del sector sur, para la **marca exclusiva Club Maxx**; mientras que el **máximo alcanzó a \$990** para la **marca Bic** en Supermercado Lider.

No obstante, en el caso de papel lustre, colores surtidos, de 20 hojas, medidas 26,5x37,5 cm, registró **una diferencia de un 101,1% o el equivalente a un \$900 en favor del producto universal**, cuyos precios mínimos **fueron de \$890 para las marcas Artel** en Lider y Proarte en Tottus, mientras que la **marca propia Melien** de Lápiz López alcanzó a **\$1.790**.



Principales conclusiones útiles escolares

Barrio Meiggs

El SERNAC realizó un ejercicio de compra de un listado de productos entre cuatro locales: Dimeiggs, Librería Pinocho, Comercial Latina y Comercial América.

Principales conclusiones útiles escolares

Al comparar los totales entre **precios mínimos y máximos, la diferencia alcanzó a \$5.166 o el equivalente a 17,4% al adquirir los productos más económicos y los más caros de la lista.**

Al comparar por productos iguales, la mayor diferencia se detectó en la cartulina bolsón de 18 hojas, 14 colores, modelo Imagia, marca Torre y de 26,5x37,5 cm, cuyo **precio mínimo fue de \$919 en comercial Dimeiggs,** y un **máximo de \$1.690 en Librería Pinocho.** Es decir, un **83,9% o el equivalente a \$771** entre el valor más económico y el más caro.

REPORTE PUBLICITARIO

El SERNAC realizó un estudio que incluyó **un total de 23 piezas** difundidas a través de medios de prensa escrita de circulación nacional y televisión abierta, entre el 3 de enero y el 7 de febrero del presente año.

El servicio detectó que 3 piezas publicitarias no cumplían con las exigencias establecidas en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC).

- **Spot TV Jumbo.**
- **Soporte publicitario La Tercera.**
- **Soporte publicitario Tiendas Paris.**

Además de dos piezas con afirmaciones susceptibles de comprobar:

- **Easton Outlet Mall.**
- **Tiendas Ilko.**

El Sernac oficiará a las 5 empresas para que ajusten sus piezas publicitarias.

EN CONCLUSIÓN...

- En el caso de los **uniformes de niñas**, el SERNAC detectó que es resulta **un 37% o \$10 mil más barato comprar en supermercado que en multitiendas**; en el caso de **los niños la diferencia llegó a un 20,5% o \$4.500**.
- Por productos de **igual composición textil, aunque sin considerar sin son productos de marcas propias o universales**, la diferencia alcanzó a un **240% (\$12.000)** en el caso de un pantalón gris de niños; y hasta **un 217% (\$13.000)** en el caso de un pantalón azul de niña.
- **Zapatos, similar composición y diferentes marcas**, la diferencia en calzados de niñas llegó a **un 100% o un \$15.000**; y en los niños a un **30,8% o \$4.000**.

EN CONCLUSIÓN...

- En el caso de los útiles, en tanto, el estudio del SERNAC no detectó mayores diferencias entre **supermercados y librerías**. En un listado de 16 productos idénticos, la diferencia **sólo alcanza a un 3,1% o \$600 en un listado de 16 productos idénticos**.
- El mismo **tipo y marca** para un producto escolar, la mayor diferencia se detectó es el caso del set de geometría de 4 piezas, marca Proarte, cuyo **precio mínimo alcanzó de \$790 y un máximo de \$1.290**. Es decir, una diferencia de **63,3% o \$500**.

EN CONCLUSIÓN...

- En el Barrio Meiggs, al comparar los totales entre precios mínimos y máximos, la diferencia alcanzó a **\$5.166 o un 17,4%** al adquirir los productos más económicos y los más caros de una lista de 26 productos iguales
- Al comparar por **productos iguales**, la mayor diferencia se detectó en la **cartulina marca Torre**, cuyo precio **mínimo fue de \$919** en comercial Dimeiggs, y un **máximo de \$1.690** en Librería Pinocho. Es decir, un **83,9% o el equivalente a \$771** entre el valor más económico y el más caro.
- Tras un reporte publicitario, el SERNAC oficiará a 5 empresas.
- Para conocer en detalle, los tres estudios estarán disponibles en **www.sernac.cl**.
- El llamado final a los consumidores es a **cotizar** antes de comprar; a **comprar** sólo en el **comercio establecido** y a guardar siempre la boleta para ejercer sus derechos a la seguridad en el consumo como a la garantía.

SERNAC

ESTUDIO DE UNIFORME Y ÚTILES ESCOLARES 2017



Ministerio de
Economía,
Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

TODOS
POR
CHILE

SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor