



**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo



Estudio de Mercado Análisis Comparativo de Precios: Punta Arenas vs. Puerto Williams

Última revisión: Diciembre de 2025.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
2. CONTEXTO	3
3. HIPÓTESIS	6
4. OBJETIVOS	7
5. METODOLOGÍA	7
6. RESULTADOS	12
7. CONSIDERACIONES ESTRATÉGICAS	15
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	16
9. BIBLIOGRAFÍA	17

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe documenta un **estudio de caso** comparativo de precios de productos de consumo entre Punta Arenas y Puerto Williams, dos ciudades representativas de las dinámicas comerciales magallánicas, a fin de profundizar en la realidades de mercado de zonas extremas de nuestro país, y las diferencias que pueden producirse incluso dentro de un mismo territorio.

El análisis realizado, aborda las diferencias de precios entre Punta Arenas, capital regional y el principal centro urbano del extremo sur, con una población aproximada de 130.000 habitantes, y Puerto Williams, una localidad remota que si bien tiene una población considerablemente menor, tiene una relevancia estratégica importante para el país al ser puerta de acceso a la proyección tricontinental de Chile en su rol de capital de la provincia Antártica Chilena.

A partir de un importante despliegue humano y técnico del Servicio Nacional del Consumidor en el territorio, este estudio busca proporcionar evidencia sobre las diferencias de precios en productos de consumo básico entre Puerto Williams y Punta Arenas. Tradicionalmente, se ha percibido que la ubicación remota y las considerables limitaciones logísticas de Puerto Williams conllevan precios más elevados. Sin embargo, esta percepción no había sido verificada empíricamente de una manera sistemática, que permita considerar las particularidades estructurales de la Región de Magallanes. Las disparidades observadas pueden reflejar tanto factores geográficos como diferencias en la estructura de mercado, economías de escala y patrones de aprovisionamiento específicos de cada contexto urbano, y que pueden ser aspectos de análisis más profundos a posterior, así como variables para la toma de decisiones de política pública en la región.

2. CONTEXTO

Economía espacial: localización, transporte y concentración.

La economía no se desarrolla de manera uniforme, sino que tiende a agruparse en ciertos lugares, generando una distribución económica desigual en el territorio. Si bien existen múltiples modelos económicos que vinculan la fijación o determinación de precios con localización, distanciamiento y temas logísticos, en esta sección se presenta en mayor detalle algunas ideas fundamentales que explican por qué la actividad económica se concentra y cómo las distancias y los costos de transporte definen un mayor o menor éxito de una ubicación.

Para explicar estos fenómenos económicos, existen distintas teorías: La **Teoría de los Lugares Centrales**¹ es el modelo clásico que explica la distribución, tamaño y jerarquía de los asentamientos humanos, en relación a la provisión eficiente de bienes y servicios, y establece que las ciudades se organizan en un patrón jerárquico (pequeñas ciudades dependen de otras más grandes), haciendo que la localización de estos asentamientos esté determinada por dos factores críticos: el *costo de producción*, y , el *costo de transporte*, que debe asumir el consumidor para viajar desde su ubicación hasta el lugar central.

Estos dos costos definen el *precio espacial* que el consumidor paga, y este es el fundamento teórico principal para entender las diferencias de precios entre lugares con diferente posición jerárquica y accesibilidad. Esto se observa claramente en el caso de Punta Arenas (una capital regional), que concentra una mayor diversidad comercial y economías de escala relativas (algunas de ellas también provenientes de la zona franca), en comparación con Puerto Williams (una ciudad de menor población y mayor aislamiento geográfico) con umbral de demanda limitado y alcance reducido, donde la distancia económica está determinada por los costos de transporte, aseguramiento y almacenamiento.

Otro enfoque es el de la **Nueva Geografía Económica**², el cual se centra en la localización de la manufactura y la industria, proponiendo que la concentración es el resultado del equilibrio entre fuerzas *fuerzas centrípetas* (de atracción) que impulsan la aglomeración en razón de rendimientos crecientes a escala (que hacen la producción más eficiente en grandes volúmenes) y los *Encadenamientos (Linkages)* hacia adelante y hacia atrás, que incentivan a las empresas a localizarse cerca de sus proveedores y sus mercados para reducir costos. Por otro lado, y en contraposición, las *fuerzas centrífugas* (de dispersión) limitan esta concentración, actuando a través del aumento de la competencia local y el incremento de los costos fijos del espacio,

¹ Christaller, W. (1966). *Central places in Southern Germany* (C. W. Baskin, Trans.). Prentice Hall. (Original publicado en 1933)

² Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. *Journal of Political Economy*, 99(3), 483–499. https://pr.princeton.edu/pictures/g-k/krugman/krugman-increasing_returns_1991.pdf



como los arriendos, la congestión y los salarios, que elevan los costos de operación en los centros ya saturados.

En este enfoque los **costos de transporte** no solo definen el alcance del mercado, sino que son el mecanismo que activa el ciclo de concentración:

- *Costos altos*: fomentan la dispersión de las empresas para estar cerca de los mercados locales y evitar altos gastos de envío.
- *Costos óptimos (bajos pero no nulos)*: permiten a las empresas concentrarse en grandes centros para aprovechar los rendimientos crecientes, ya que el bajo costo de envío facilita la venta a mercados distantes. Este rango es el que activa y sostiene la aglomeración.
- *Costos nulos*: anularían la importancia de la geografía, haciendo que la localización sea irrelevante.

En el contexto de este enfoque, el concepto de **Economías de aglomeración** es clave, se definen como los beneficios, ventajas o ahorros de costos que obtienen las empresas y los trabajadores por el simple hecho de estar localizados en proximidad. En esencia, constituyen las razones económicas fundamentales por las cuales la actividad productiva tiende a concentrarse en grandes centros urbanos e industriales. Este fenómeno explica por qué dos ciudades, aunque partan de recursos naturales similares, pueden tener tasas de crecimiento divergentes: aquella que ya posee una masa crítica de empresas y personas genera mayores ventajas de localización para la siguiente empresa que decide instalarse.

Esta estructura de desigualdad regional es formalizada y analizada a través del **Modelo Centro-Periferia**, que distingue entre las zonas que concentran el poder económico y las áreas que dependen de ellas.

Este modelo describe una estructura económica regional o nacional marcada por la polarización, donde el territorio se divide en dos zonas contrastantes:

El *Centro* (o "*núcleo*"): es una región geográfica que concentra la mayor parte de la actividad económica, la riqueza, la población y la innovación.

- *Concentración de factores*: aquí se instalan las industrias que se benefician de los rendimientos crecientes a escala y las economías de aglomeración (tanto de localización como de urbanización).
- *Atracción de capital y trabajo*: el Centro atrae el capital de inversión y el trabajo cualificado debido a las mayores oportunidades de empleo y salarios.
- *Motor de crecimiento*: actúa como el motor económico del sistema, generando las innovaciones y el valor agregado, lo que perpetúa su dominio.

Todo esto en contraposición con La Periferia, las regiones circundantes y menos desarrolladas que dependen del Centro, que suelen proveer de recursos y mano de

obra al centro, recibiendo menos beneficios en términos de inversión, infraestructura, entre otros

En conclusión, la consideración conjunta de los enfoques y conceptos anteriormente vistos, es fundamental para comprender el fenómeno de Punta Arenas y Puerto Williams. La jerarquía de servicios y la formación de precios espaciales explican la mayor diversidad de oferta en el centro regional (Punta Arenas), mientras que el análisis de las Economías de Aglomeración justifica por qué la actividad económica, la mano de obra especializada y las inversiones tienden a concentrarse allí. Finalmente, el Modelo Centro-Periferia permite analizar las disparidades resultantes: Punta Arenas actúa como el Centro que goza de economías de escala y ventajas de localización, mientras que Puerto Williams, como Periferia, debe enfrentar mayores costos logísticos y los efectos de absorción que limitan su desarrollo local. De esta manera, las teorías seleccionadas proporcionan la estructura analítica para decodificar la desigualdad económica y los desafíos de accesibilidad inherentes a esta zona austral.

3. HIPÓTESIS

Hipótesis principal

Las diferencias de precios entre Puerto Williams y Punta Arenas responden a un patrón centro-periferia donde Puerto Williams, como localidad periférica con menor umbral de demanda y mayores costos de transporte, presenta sistemáticamente precios más elevados que Punta Arenas, que funciona como centro regional con economías de aglomeración.

Hipótesis específicas

1. Costos de Transporte: Los costos de transporte por unidad de distancia, que incluyen almacenamiento, aseguramiento y pérdidas, se traducen directamente en sobreprecio para el consumidor final en Puerto Williams..
2. Umbral de Demanda: Puerto Williams presenta umbrales de demanda más bajos que limitan la viabilidad económica de ciertos productos, resultando en menor diversidad y precios más altos.
3. Economías de Escala: Punta Arenas, como centro regional, permite a los comerciantes aprovechar economías de escala que se traducen en menores precios para categorías específicas de productos.

Como nota, es importante mencionar a priori que, la Provincia Antártica Chilena en la región, cuenta ya con un subsidio al transporte en esta línea, financiado por el Estado, el cual puede tener impacto también sobre la información y precios que analizaremos a continuación.

4. OBJETIVOS

Generar una caracterización empírica de las diferencias de precios entre productos idénticos disponibles en Punta Arenas y Puerto Williams, mediante un estudio de caso que considere las particularidades estructurales de ambas localidades magallánicas

Objetivos Específicos

1. **Verificar empíricamente** si la percepción generalizada de que Puerto Williams presenta precios más elevados se sostiene con los datos recopilados y analizados por categorías de productos.
2. **Identificar patrones diferenciados** de precios entre categorías específicas de productos, reconociendo las diferentes realidades comerciales de un centro urbano regional versus una localidad aislada.
3. **Documentar las limitaciones metodológicas** inherentes a la comparación entre localidades con estructuras comerciales asimétricas, estableciendo el alcance interpretativo de los resultados obtenidos.

5. METODOLOGÍA

Recopilación de datos

Se realizó un levantamiento de precios de productos entre los días 2 y 13 de mayo en 12 establecimientos comerciales: 3 de ellos ubicados en Punta Arenas, y otros 9 en Puerto Williams. **La metodología de levantamiento combinó solicitudes formales por oficio dirigidas a los establecimientos y verificación directa en terreno, con el objetivo de garantizar que los precios informados por los comerciantes coincidieran con los efectivamente exhibidos al público.** Esta triangulación metodológica permitió validar la veracidad de la información recopilada y detectar posibles discrepancias entre precios declarados institucionalmente y precios de venta real.

No obstante lo anterior, al ser una muestra acotada, no permite generalizar el comportamiento del mercado, sino tener una aproximación a sus dinámicas locales.

El proceso de verificación incluyó:

- **Solicitud formal por oficio** a gerencias y administraciones de establecimientos para obtener listados oficiales de precios;
- **Levantamiento directo en terreno** mediante visitas a los puntos de venta para constatar precios exhibidos;
- **Contraste y validación** entre ambas fuentes para asegurar la consistencia de la información;
- **Registro fotográfico** (cuando fue permitido) de precios exhibidos como respaldo documental.

Esta doble verificación resultó especialmente relevante considerando que algunos establecimientos, particularmente en Puerto Williams, **presentan variaciones entre precios informados administrativamente y precios efectivos de góndola**, debido a actualizaciones no sincronizadas entre sistemas de gestión y exhibición al público.

Tabla n°1: Establecimientos comerciales y cronograma de levantamiento.

Ciudad	Establecimiento	Visitas realizadas	Fechas de levantamiento
Punta Arenas	Supermercado Líder	1	05 de mayo
	Hipermercado Rofil	5	02 al 13 de mayo
	Central de Carnes	5	02 al 13 de mayo
Puerto Williams	Supermercado Simón y Simón	2	02 al 11 de mayo
	Supermercado Sotito	5	02 al 13 de mayo
	Supermercado Temuco	2	07 al 11 de mayo
	Almacén El Kiper	6	02 al 13 de mayo
	Almacén Maranatha	3	02 al 12 de mayo
	Almacén The People	1	11 de mayo
	Bodega Pusaki	2	02 al 07 de mayo
	Panadería Fortunata	1	12 de mayo
	Panadería Galy	5	02 al 13 de mayo

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

El presente estudio se enmarca como un estudio de caso específico del contexto magallánico, reconociendo las diferencias estructurales entre un importante centro urbano regional (Punta Arenas) y una localidad más aislada pero con relevancia estratégica (Puerto Williams). El levantamiento de precios no fue homogéneo en fechas para todos los establecimientos, realizándose entre el 2 y 13 de mayo de 2025, con frecuencias variables según la disponibilidad y operatividad de cada local comercial. Esta heterogeneidad temporal constituye una limitación metodológica que puede introducir variaciones de precios no atribuibles a diferencias geográficas, sino a fluctuaciones temporales del mercado, promociones puntuales, o variaciones en el aprovisionamiento de productos.

Esta característica, lejos de ser una deficiencia del diseño, refleja las realidades operacionales de ambas localidades: mientras que en Punta Arenas los establecimientos mantienen horarios y operaciones más estandarizadas, en Puerto Williams la menor escala comercial y las condiciones logísticas particulares determinan patrones de funcionamiento más variables. Por tanto, los resultados deben interpretarse considerando estas limitaciones inherentes al contexto estudiado, siendo válidos como una aproximación empírica a las diferencias de precios entre ambas localidades durante el período analizado, más que como una medición precisa de diferencias estructurales permanentes. Sin perjuicio de lo anterior, esta situación puede reflejar la necesidad de una profundización de esta línea de estudios en el futuro, con enfoques más sistemáticos y persistentes.

Procesamiento y consolidación de datos

Las bases de datos obtenidas se consolidaron y se clasificaron los productos en 26 categorías. Se creó un identificador de producto único para garantizar la comparabilidad, basándose en el nombre, formato, unidad, medida y marca.

Análisis comparativo

Por medio del identificador de productos únicos se filtraron los datos para incluir únicamente los productos compartidos entre ambas ciudades. Se identificaron 31 productos compartidos. Se calcularon y compararon las estadísticas de precios (media y mediana) por producto y por categoría, para identificar diferencias significativas (mencionar que no se usó una prueba estadística para considerar una diferencia de medias es significativa).

Productos considerados

La definición de la canasta de productos constituyó una etapa fundamental del diseño metodológico, orientada a capturar la diversidad del consumo en localidades magallánicas considerando tanto productos de primera necesidad como artículos especializados. El proceso de selección se basó en tres criterios principales:

- **Criterio de Esencialidad:** Se priorizaron productos que forman parte del consumo habitual de los hogares, incluyendo alimentos básicos de la canasta familiar, proteínas de diversas fuentes, productos lácteos, verduras y hortalizas, y artículos de higiene personal.
- **Criterio de Disponibilidad Esperada:** Se consideraron productos con alta probabilidad de estar presentes en ambas localidades, reconociendo las diferencias en la oferta comercial entre un centro urbano regional y una localidad aislada.

- **Criterio de Comparabilidad:** Se definieron especificaciones técnicas precisas (formato, unidad, medida) para cada producto, estableciendo rangos aceptables cuando existían variaciones menores en la presentación comercial.

La canasta final incorpora además productos de gestión menstrual, reconociendo su carácter de necesidad básica y la importancia de evaluar el acceso a estas alternativas en localidades remotas, incluyendo tanto opciones tradicionales como productos reutilizables de mayor sustentabilidad.

Distribución de Productos por Tipo

Tabla n°2: Productos Solicitados por Categoría.

Categoría	N° de productos	Porcentaje	Ejemplos Representativos
Productos de Supermercado	109	83,2%	Arroz, carne de vacuno, leche, pan, verduras
Gestión menstrual	22	16,8%	Toallas higiénicas, tampones, copas menstruales
Total	131	100%	

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

Representatividad de Canasta Básica

La muestra incluye productos esenciales de consumo cotidiano:

- **Alimentos básicos:** Arroz, pan, leche, huevos, aceite
- **Proteínas:** Carnes rojas, pollo, pescado, legumbres
- **Verduras y frutas:** Cebolla, papa, tomate, zanahoria
- **Higiene personal:** Productos de gestión menstrual
- **Bebidas:** Agua, gaseosas, jugos

Subcategorías de Productos de Supermercado

Tabla n°3: Desglose por categorías.

Subcategoría	Cantidad	Porcentaje del total
Carnes y Proteínas	32	24,4%
Bebidas	18	13,7%
Conservas y Enlatados	11	8,4%
Productos Lácteos y Derivados	8	6,1%
Verduras y Hortalizas	8	6,1%
Legumbres y Cereales	7	5,3%
Congelados	6	4,6%
Condimentos y Salsas	5	3,8%
Snacks y Galletas	4	3,1%
Otros	10	7,6%

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

Desglose Detallado: Carnes y Proteínas (32 productos)

Tabla n°4: Distribución de Carnes y Proteínas.

Tipo de carne	Cantidad	Formatos
Carne de vacuno	14	Envasado al vacío y granel
Carne de cerdo	4	Envasado y granel
Carne de pollo	4	Envasado y granel
Pescados y mariscos	6	Congelados y conservas
Embutidos	3	Diversos formatos
Alternativas vegetales	1	Chorizo vegano

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

Otras consideraciones metodológicas

- Criterio de Selección:** Los productos fueron seleccionados considerando su disponibilidad esperada en ambas localidades y su relevancia en el consumo habitual de los hogares magallánicos.
- Estandarización:** Se definieron rangos de medidas para productos que pueden presentar variaciones menores en formato (ej: conservas 0.4-0.425 kg).
- Productos de Gestión Menstrual:** Se incluyó una categoría específica reconociendo su importancia como productos de primera necesidad, con especial atención a opciones reutilizables.
- Limitaciones metodológicas:**
 - por motivos de costos de desplazamiento, tiempos de traslado y otras materias presupuestarias, la toma de muestras en puerto williams se llevó a cabo durante período de fin de semana, lo que implica mayores obstáculos en cuanto a cantidad de establecimientos accesibles dependiendo del horario, debiendo además realizarse la toma en un período de tiempo limitado por no contar con personal disponible permanentemente en la localidad.
 - Los productos de higiene personal femenina, fueron incorporados dada su relevancia, pero no fue posible establecer un formato fijo para toda la muestra, ya que su presencia es muy dispar, por lo que el levantamiento de precios incluye distintos formatos por marcas dentro de la misma categoría de producto.

Total de productos muestreados: 131

6. RESULTADOS

El análisis general de los productos compartidos inicialmente sugirió que Punta Arenas tenía un precio promedio levemente superior (\$3.702) al de Puerto Williams (\$3.677), tal como se observa en la tabla n°5 de estadísticas. Sin embargo, al analizar el detalle de la muestra, se observa que existe un fenómeno aparente que influye en el precio promedio, y que tiene relación con la disponibilidad efectiva de productos en cada una de las ciudades.

Tabla n°5: Análisis Estadístico de Precios por Ciudad (Productos Compartidos)
Estadísticas Descriptivas .

Ciudad	Cantidad	Promedio	Mínimo	Q1 (25%)	Mediana (50%)	Q3 (75%)	Máximo	Desv. Estándar
P. Williams	103	3,677	840	1,800	2,800	4,000	12,500	2,859
P. Arenas	95	3,702	970	1,590	2,990	3,890	12,990	3,060

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

Si bien, en cada ciudad se tomaron las mismas categorías de productos, **no se encontró la misma** cantidad de oferta o diversidad de alternativas para esa misma categoría, siendo mucho más acotadas las **opciones disponibles en Puerto Williams**.

Una revisión más detallada por categorías (tabla n°6) reveló que, por ejemplo, en Punta Arenas se lograron muestrear más productos en la categoría de "Carnes rojas", una de las de mayor costo, detectando al menos 10 alternativas en Punta Arenas y tan solo 2 en Puerto Williams. Este fenómeno, impacta sobre el promedio y mediana de la muestra general, haciendo parecer que existen precios casi iguales en ambas ciudades. Sin embargo, **al analizar los precios por categoría de producto específica, podemos apreciar que Williams es más caro en al menos 13 categorías**.

Tabla: n°6: Comparación de precios promedio por categoría
Productos compartidos entre Puerto Williams y Punta Arenas

Categoría	Puerto Williams		Punta Arenas		Diferencia	
	Productos	Precio	Productos	Precio	Precio	Porcentual
Alcohol	6	\$10.500	4	\$6.140	\$4.360	41,5
Arroz y cereales	10	\$4.000	4	\$2.220	\$1.780	44,5
Carnes blancas	13	\$6.653	6	\$5.190	\$1.463	22,0
Carnes rojas	2	\$12.500	10	\$11.290	\$1.210	9,7
Verduras y hortalizas	17	\$2.269	7	\$1.377	\$892	39,3
Bebidas sin azúcar o light	4	\$2.800	2	\$1.940	\$860	30,7
Aguas y bebidas funcionales	13	\$1.785	4	\$970	\$815	45,7
Bebidas azucaradas	2	\$2.800	1	\$2.190	\$610	21,8
Enlatados y conservas vegetales	1	\$2.950	5	\$2.490	\$460	15,6
Congelados y procesados vegetales	7	\$2.329	2	\$1.890	\$439	18,8

Pescados y mariscos	4	\$3.240	6	\$2.957	\$283	8,7
Legumbres	8	\$2.918	14	\$2.819	\$99	3,4
Harinas y repostería	5	\$1.570	5	\$1.490	\$80	5,1
Lácteos y derivados	4	\$2.295	8	\$2.420	-\$125	-5,4
Salsas y aderezos	3	\$2.300	7	\$3.347	-\$1.047	-45,5
Productos de higiene femenina	4	\$1.540	10	\$3.094	-\$1.554	-100,9

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

La categoría que presenta mayor diferencia es la de Alcoholes, siendo un 41,5% más caro en Puerto Williams que en Punta Arenas.

Profundizando aún más en el ejercicio de comparación, y a fin de robustecer la metodología, se construyó una submuestra de productos individuales específicos, existentes en ambas ciudades. La tabla n°7 muestra los 10 productos con mayor y menor diferencia de precios.

Tabla: n°7: Comparación detallada de precios por producto
Productos compartidos entre Puerto Williams y Punta Arenas

Producto	Precio promedio		Diferencia de precio (\$)	Diferencia (%)
	Puerto Williams	Punta Arenas		
Cerveza sin alcohol six pack Pack 330 cc HEINEKEN	\$10.800	\$5.290	\$5.510	51,0
Repollo cresco Granel 1 unidad	\$4.212	\$1.300	\$2.912	69,1
Carne de vacuno – Posta negra envasado al vacío 1kg Beef Club	\$12.500	\$9.590	\$2.910	23,3
Pechuga de pollo entera granel Granel 1 kg	\$6.918	\$4.390	\$2.528	36,5
Trutro entero de pollo a granel Granel 1 kg	\$5.250	\$2.990	\$2.260	43,0
Cerveza six pack Pack 330 cc KUNSTMANN	\$9.000	\$6.990	\$2.010	22,3
Costillar de cerdo envasado al vacío 1 kg SUPER CERDO	\$10.200	\$8.190	\$2.010	19,7
Arroz grado 1 Bolsa 1 kg TUCAPEL	\$4.000	\$2.090	\$1.910	47,8
Arroz grado 1 Bolsa 1 kg BANQUETE	\$4.000	\$2.350	\$1.650	41,2
Bebida gaseosa light cola Botella 2 a 3 l Coca Cola	\$2.800	\$1.690	\$1.110	39,6
Mayonesa Doypack o squeeze 0,9 kg NATURA	\$3.900	\$3.890	\$10	0,3
Lentejas Bolsa 1 kg Granjas de la Sierra	\$2.350	\$2.390	-\$40	-1,7
Papa a granel Granel 1 kg	\$1.331	\$1.390	-\$59	-4,4
Atún lomitos en agua en conserva Tarro 0,16 kg Contramaestre	\$1.490	\$1.590	-\$100	-6,7
Queso gouda Envasado 250 gr Kasewelt	\$3.100	\$3.490	-\$390	-12,6
Carne de vacuno – Lomo liso envasado al vacío 1 kg Beef Club	\$12.500	\$12.990	-\$490	-3,9
Mostaza Doypack o squeeze 0,9 kg Don Juan	\$1.500	\$1.990	-\$490	-32,7
Merluza congelada con piel (no austral) al vacío o no Bolsa 0,4 a 0,5 kg El Golfo	\$4.990	\$5.690	-\$700	-14,0
Toalla higiénica desechable con alas Envasado 8 a 24 Un Kotex	\$1.390	\$2.860	-\$1.470	-105,8
Protectores diario desechable Envasado 30 a 100 Un Nosotras	\$1.690	\$3.445	-\$1.755	-103,8

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

El análisis por producto (tabla n°7) revela una marcada diferencia de precios en el sector de alimentos y bebidas, siendo **Puerto Williams la localidad con los precios**

más elevados en la mayoría de los productos. La diferencia más significativa se observa en la cerveza sin alcohol, que tiene un sobreprecio de \$5.510 en Puerto Williams, lo que la convierte en el producto con la mayor disparidad de precios, seguidos por verduras como el repollo, y los productos cárnicos (rojas, blancas)

Productos de la canasta básica como el arroz también reflejan esta tendencia. Por ejemplo, el arroz marca Tucapel, tiene un sobreprecio de \$1.910, lo que representa una diferencia del 47,8% en su costo en Puerto Williams en comparación con Punta Arenas. Esto indica que la diferencia de precios no se limita a productos de nicho, sino que también afecta a los artículos de consumo diario.

Respecto a la situación particular que se observa en la categoría referida a productos de higiene personal femenina, esto puede deberse a una brecha metodológica de la categoría en la que se agrupan productos en un rango de formato (ej., de 8 a 24 unidades) y no es específico, por ello, podrían existir variaciones en el formato de empaque o la presentación de los productos censados en los diferentes establecimientos, en particular en el supermercado Líder de Punta Arenas. Para confirmar esta hipótesis, sería necesario un análisis más detallado y específico sobre esta categoría de producto.

7. HALLAZGOS

Durante la ejecución de este despliegue, se identificaron diversas problemáticas que dificultaron la toma de datos, pero que además pueden influir sobre el comportamiento de los consumidores en la zona:

- **Postura de los proveedores durante el levantamiento de precios:** Se observó una falta de cooperación o resistencia por parte de algunos proveedores locales al momento de solicitar información de precios, lo que impidió inicialmente una recopilación de datos exhaustiva y precisa. Inclusive fue posible observar falta de conocimiento de la normativa relativa a la protección de los consumidores.
- **Asimetría de información entre proveedor y personas consumidoras (falta de precios en supermercados y negocios):** Se evidenció una carencia generalizada de precios visibles en los productos y servicios ofrecidos en supermercados y otros negocios locales, lo que generó una desventaja para los consumidores y dificultó la toma de decisiones informadas. Esta situación resalta la necesidad de mejorar la transparencia en la información de precios.
- **Escasa o nula intención de la ciudadanía en realizar consultas o reclamos al Servicio:** A pesar de la presencia del Servicio, la participación ciudadana en términos de consultas o presentación de reclamos fue mínima. Esto sugiere una posible falta de conocimiento sobre los derechos del consumidor. Este punto subraya la importancia de fortalecer la difusión y la confianza en el servicio.

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio confirma, al desagregar el análisis por categorías, que **la percepción de que Puerto Williams presenta precios más altos es, en términos generales, correcta**. No obstante, el precio promedio agregado resultó levemente superior en Punta Arenas (\$3.702), en comparación con Puerto Williams (\$3.677). Este resultado aparentemente contradictorio se explica por la *paradoja de Simpson*³, según la cual las tendencias observadas a nivel agregado pueden diferir, e incluso oponerse, a aquellas identificadas en subgrupos específicos cuando existe heterogeneidad en la composición de las muestras. En términos simples, esto implica que el promedio general puede ocultar diferencias relevantes entre categorías, por lo que el análisis desagregado permite una interpretación más precisa de los niveles de precios entre ambas localidades.

³ (Simpson, 1951; Yule, 1903)



Esta diferencia se debe a que en Punta Arenas se registró una mayor proporción de productos pertenecientes a la categoría "Carnes rojas", una de las de mayor costo, lo que sesga el promedio general hacia valores superiores. Sin embargo, al analizar **13 de las 16 categorías compartidas**, Puerto Williams presenta precios consistentemente más elevados, confirmando la percepción general de mayor costo de vida en esta localidad más aislada.

El **costo de productos de primera necesidad**, como alimentos y bebidas, **es consistentemente más elevado en Puerto Williams**, reflejando las **diferencias estructurales** entre un centro urbano regional con mayor competencia comercial y economías de escala, versus una localidad más aislada donde las limitaciones logísticas y el menor volumen comercial inciden directamente en la formación de precios.

Todo lo anterior se mantiene pese a que, uno de los factores posibles de incidencia en el precio, como es el transporte, está ya siendo absorbido en parte por los subsidios del Estado. Como resultado de estas dinámicas, volvemos a observar que, en una ciudad menos poblada como **Puerto Williams, las personas consumidoras están "obligadas" a adquirir productos con menos alternativas** y variedad en la oferta disponible, y **a precios más altos**, lo cual podría derivar en un encarecimiento en su calidad de vida.

Recomendaciones:

- **Profundización metodológica:** Se evidencia la necesidad de resolver aspectos del levantamiento de información presencial en zonas apartadas como este caso, a fin de dar mayor robustez metodológica a la comparabilidad entre los productos de ambas localidades.
- **Monitoreo continuo de precios:** Se sugiere continuar monitoreando la canasta de productos compartidos en ambas ciudades para obtener una visión más precisa y actualizada de la disparidad de precios. Esto permitiría verificar si las diferencias observadas son un fenómeno temporal o si corresponden a patrones estructurales de precios.
- **Análisis de la cadena de valor:** Se recomienda realizar un análisis de la cadena de valor de productos clave, como el arroz y la cerveza sin alcohol, para identificar dónde se generan los sobrecostos y si estos se deben principalmente a factores logísticos (transporte, almacenamiento) o a las estructuras de mercado y márgenes de ganancia en Puerto Williams.
- **Consideraciones de política pública:** Los hallazgos del estudio pueden servir de base para políticas públicas destinadas a mitigar el costo de vida en Puerto Williams, como subsidios a ciertos productos básicos, mejoras en la infraestructura logística, o incentivos para aumentar la competencia comercial en la localidad.

9. ANEXOS

Formatos de Productos

Tabla: Formatos de Productos.

Formato	Cantidad	Porcentaje
Envasados/ Al vacío	45	34,4%
Granel	28	21,4%
Conservas/ Tarros	15	11,5%
Bolsas	32	24,4%
Otros formatos	11	8,4%

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

Rangos de Medidas Estandarizadas

Tabla: Rangos de Medidas Estandarizadas.

Unidad de Medida	Cantidad	Porcentaje
Productos por kilogramo	47	35,9%
Productos por unidad	39	29,8%
Productos por litro/ cc	25	19,1%
Productos por gramos	20	15,3%

Fuente: Unidad de Inteligencia de Mercados – SERNAC (2025)

10. BIBLIOGRAFÍA

Becerra Valbuena, L. G. (2013). Aproximaciones microeconómicas en la Teoría de los Lugares Centrales de Christaller. *Ensayos sobre Política Económica*, 31(70), 79-121.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-44832013000100003

Christaller, W. (1933). *Die zentralen Orte in Süddeutschland* [Los lugares centrales en el sur de Alemania]. Gustav Fischer.

Krugman, P. (1991). *Geography and trade*. MIT Press.

Otero Bahamon, S. (2009). Aglomeraciones productivas y territorio: En busca de una manera más holística de entender sus contribuciones al desarrollo. *Revista EURE*, 35(105), 99-119.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-84212009000300004

Restrepo, J. A., & García, G. A. (2008). Comercio y Geografía Económica: Una nota sobre la contribución de Krugman a la teoría económica. *Cuadernos de Economía*, 27(48), 293-319.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-25962008000200011

Simpson, E. H. (1951). The interpretation of interaction in contingency tables. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B*, 13(2), 238-241.

Yule, G. U. (1903). Notes on the theory of association of attributes in statistics. *Biometrika*, 2(2), 121-134.