

## Reporte Encuesta Mensual de Supermercados

**Junio 2013.**

Introducción.

El número de supermercados vigentes en la región Metropolitana en mayo 2012 era de 528 establecimientos, mientras que en mayo 2013 era de 541 lo cuál representa un aumento en el período de 13 establecimientos. A su vez, a nivel nacional para el mismo período, el aumento es de 76 supermercados, es decir, de 1.263 a 1.339 establecimientos (fuente:INE). La región Metropolitana representa un 40,4% 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 12 y 14 de junio 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 9,83%, correspondiente a \$6.184 por preferir el supermercado más conveniente, mientras que la menor diferencia porcentual se observó en el sector **Sur** del orden de un 8,5% (\$ 4.953), como se muestra en la Tabla N°1:

**Líder** obtuvo el total de la lista más económica en 4 sectores, y **Unimarc** en el Centro. A su vez, el total más caro lo obtuvo Montserrat en los 5 sectores (Tabla N°1).

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

**Tabla N°1:**

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

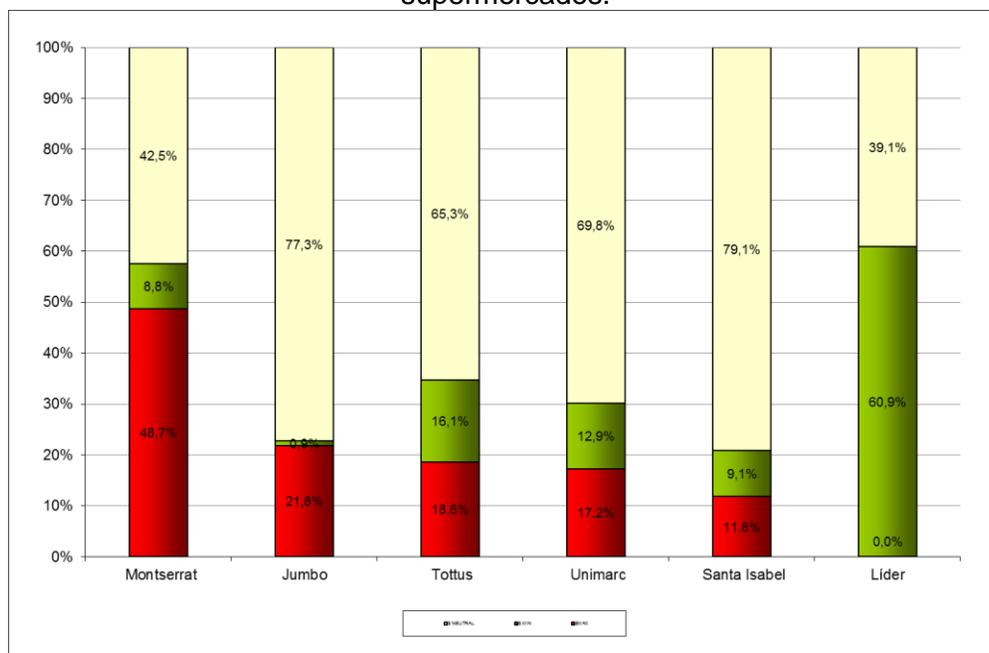
Sector	N° productos	Jumbo	Líder	Montserrat	Santa Isabel	Tottus	Unimarc	\$	%
Sur	52	61.565	58.255	63.208	59.612	59.617	61.671	\$ 4.953	8,50%
Oriente	62	66.331	62.909	69.093	65.620	66.265	65.912	\$ 6.184	9,83%
Norte	53	-	46.892	51.087	49.640	49.548	49.654	\$ 4.195	8,95%
Centro	42	-	39.115	42.454	39.804	39.140	39.090	\$ 3.364	8,61%
Poniente	56	58.569	54.507	59.792	58.407	57.489	57.468	\$ 5.285	9,70%

Fuente: Sernac

Respecto a la concentración de los precios mínimos y máximos, fue **Líder** quien concentró la mayor cantidad de precios mínimos con un 60,9% de estos. Por el contrario, la mayor cantidad de precios máximos los reunió **Montserrat** con un 48,7% (Grafico N°1).

**Grafico N°1:**

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



Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

Al examinar el sondeo mensual que Sernac ha realizado durante Junio, 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 cuatro sectores y **Unimarc** en el Centro, siguiendo la tendencia de lo ocurrido durante los primeros 5 meses del presente año y por el contrario **Montserrat** el más caro en los cinco sectores sondeados en 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 Junio 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	Montserrat	Montserrat	Montserrat	Montserrat

Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

### 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 **Poniente y Sur**, se detectó que el producto “**Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays**”, registró la mayor diferencia relativa del orden de un 57,5% (\$569). El mínimo precio para este producto fue de \$990 observado en el supermercado **Santa Isabel**, sin embargo el mayor precio de \$1.559 se registró en supermercado **Montserrat**. De la misma manera, la mayor diferencia absoluta se observó en tres sectores (Sur, oriente y poniente) para el mismo producto.

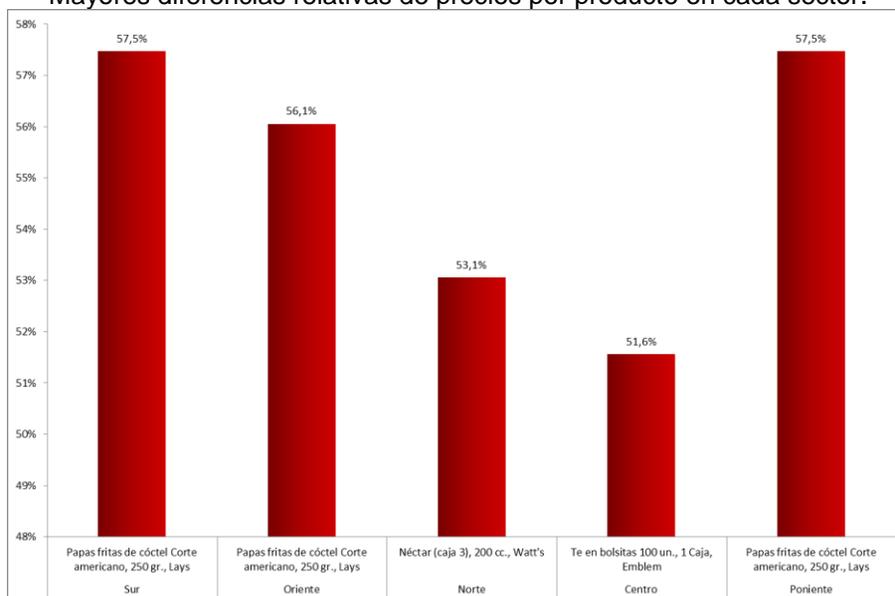
**Tabla N°3:** Mayores diferencias relativas de precios por producto en cada sector.

Sector	Producto	Más Económico	Más Caro	Dif\$	Dif%
Sur	Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays	Santa Isabel 990	Montserrat 1559	569	57,5%
Oriente	Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays	Santa Isabel 999	Montserrat 1559	560	56,1%
Norte	Néctar (caja 3), 200 cc., Watt's	Líder 490	Unimarc 750	260	53,1%
Centro	Te en bolsitas 100 un., 1 Caja, Emblem	Unimarc 989	Montserrat 1499	510	51,6%
Poniente	Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays	Santa Isabel 990	Montserrat 1559	569	57,5%

Fuente: Sernac.

**Gráfico N°2:**

Mayores diferencias relativas de precios por producto en cada sector.



Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

### 3. Productos con mayores variaciones de precios respecto al mes de mayo de 2013 por sector.

En relación a la variación porcentual de los precios respecto a mayo por sector, se observó que el producto que más aumentó en términos relativos (15,6%) fue: **“Pañales desechables Recién nacido, 40 un., Huggies”**, situación observada en el sector **Centro**, y la mayor baja (-19,0%) se observó en el producto, **“Sobrecostilla envasado, 1 Kilo, Importada”**, variación observada en el sector **Poniente** (Tabla N°4).

**Tabla N°4:**

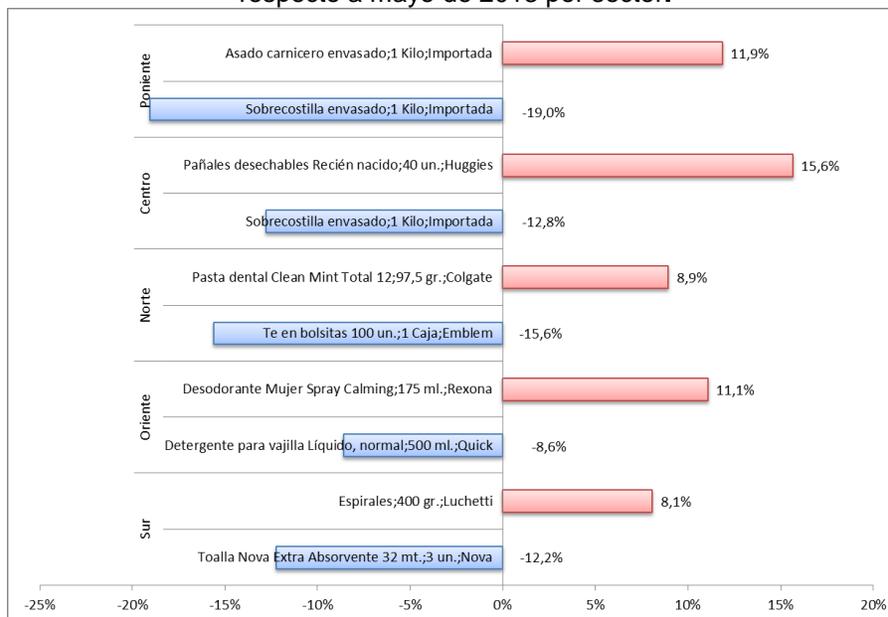
Variación porcentual de precios respecto a mayo de 2013, según sector.

Sector	Aumento/Disminución	Producto	Var %
Sur	Mayor Disminución	Toalla Nova Extra Absorbente 32 mt.;3 un.; Nova	-12,2%
	Mayor Aumento	Espirales;400 gr.; Luchetti	8,1%
Oriente	Mayor Disminución	Detergente para vajilla Líquido, normal;500 ml.; Quick	-8,6%
	Mayor Aumento	Desodorante Mujer Spray Calming;175 ml.; Rexona	11,1%
Norte	Mayor Disminución	Te en bolsitas 100 un.;1 Caja; Emblem	-15,6%
	Mayor Aumento	Pasta dental Clean Mint Total 12;97,5 gr.; Colgate	8,9%
Centro	Mayor Disminución	Sobrecostilla envasado;1 Kilo; Importada	-12,8%
	Mayor Aumento	Pañales desechables Recién nacido;40 un.; Huggies	15,6%
Poniente	Mayor Disminución	Sobrecostilla envasado;1 Kilo; Importada	-19,0%
	Mayor Aumento	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	11,9%

Fuente: Sernac

**Gráfico N°3:**

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



Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

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

En relación a la variación porcentual de los precios respecto a mayo por cadena de supermercados, la que registró el mayor aumento, correspondiente a 25,5%, resultó ser **Santa Isabel** en el producto **“Mayonesa Light Doy Pack, 1 Litro, Hellmann's”**. El mismo producto registró la mayor disminución relativa de precios (-19,3%), baja observada en supermercado **Líder**.

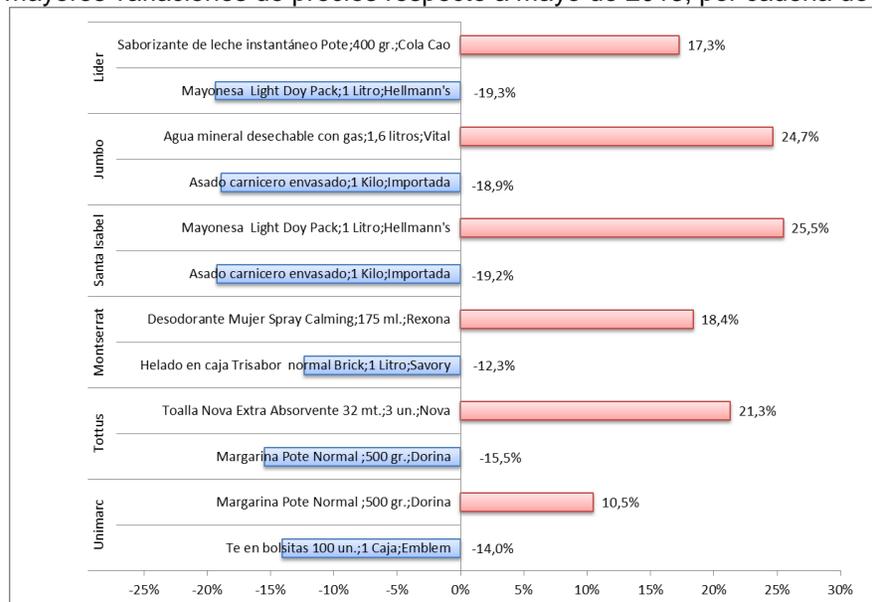
**Tabla N°5:** Variación porcentual de precios respecto a mayo de 2013, según cadena de supermercado.

Supermercado	Aumento\Disminución	Producto	Var %
Unimarc	Mayor Disminución	Te en bolsitas 100 un.;1 Caja; Emblem	-14,0%
	Mayor Aumento	Margarina Pote Normal ;500 gr.; Dorina	10,5%
Tottus	Mayor Disminución	Margarina Pote Normal ;500 gr.; Dorina	-15,5%
	Mayor Aumento	Toalla Nova Extra Absorbente 32 mt.;3 un.; Nova	21,3%
Montserrat	Mayor Disminución	Helado en caja Trisabor normal Brick;1 Litro; Savory	-12,3%
	Mayor Aumento	Desodorante Mujer Spray Calming;175 ml.; Rexona	18,4%
Santa Isabel	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-19,2%
	Mayor Aumento	Mayonesa Light Doy Pack;1 Litro; Hellmann's	25,5%
Jumbo	Mayor Disminución	Asado carnicero envasado;1 Kilo; Importada	-18,9%
	Mayor Aumento	Agua mineral desechable con gas;1,6 litros; Vital	24,7%
Líder	Mayor Disminución	Mayonesa Light Doy Pack;1 Litro; Hellmann's	-19,3%
	Mayor Aumento	Saborizante de leche instantáneo Pote;400 gr.; Cola Cao	17,3%

Fuente: Sernac

**Gráfico N°4:**

Productos con mayores variaciones de precios respecto a mayo de 2013, por cadena de supermercados.



Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

### 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 **“Snacks y Salsas”** obtuvo la mayor diferencia absoluta entre el mínimo y máximo precio registrado, margen correspondiente a \$569 (%57,5) lo que se reflejó en el producto **“Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays”**, cuyo menor precio fue registrado en supermercado **Santa Isabel** y el mayor en **Montserrat**, diferencia observada en el sector Poniente y Sur.

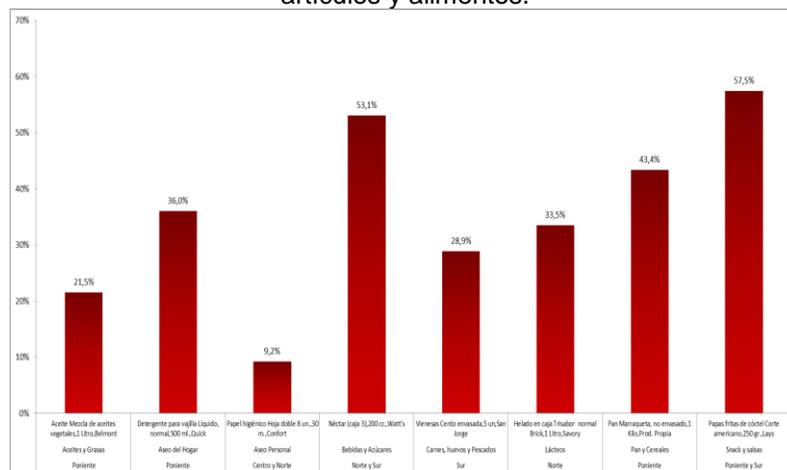
**Tabla N°6:**  
 Productos con mayores diferencias de precios según grupo.

Grupo de productos	Producto	Menor precio	Mayor precio	Dif \$	Dif %	Sector
Aceites y Grasas	Aceite Mezcla de aceites vegetales, 1 Litro, Belmont	Líder	Tottus	299	21,5%	Poniente
Aseo del Hogar	Detergente para vajilla Líquido, normal, 500 ml., Quick	Líder	Unimarc	310	36,0%	Poniente
Aseo Personal	Papel higiénico Hoja doble 8 un., 30 m., Confort	Líder	Montserrat	249	9,2%	Centro y Norte
Bebidas Azúcares	Néctar (caja 3), 200 cc., Watt's	Líder	Unimarc	260	53,1%	Norte y Sur
Carnes	Vienesas Cerdo envasada, 5 un, San Jorge	Líder	Jumbo	179	28,9%	Sur
Lácteos	Helado en caja Trisabor normal Brick, 1 Litro, Savory	Líder	Tottus	519	33,5%	Norte
Pan, Pastas y Cereales	Pan Marraqueta, no envasado, 1 Kilo, Prod. Propia	Montserrat	Santa Isabel	390	43,4%	Poniente
Snack y salsas	Papas fritas de cóctel Corte americano, 250 gr., Lays	Santa Isabel	Montserrat	569	57,5%	Poniente y Sur

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

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

### 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 relativa del orden de un 25,4% (\$1.668) para la canasta de “**Snacks y Salsas**”, siendo la más económica la correspondiente a supermercado **Santa Isabel** y la más cara **Montserrat**. En cuanto a la mayor economía en terminos absolutos, se destaca el grupo de “**Bebidas y azúcares**” con un ahorro de \$4.838 (15,2%), siendo **Líder** el más conveniente y **Montserrat** el más caro para este grupo de productos. Al respecto, se presenta la Tabla N°7.

**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	2.836	12,4%
	22.947	25.783		
Aseo del Hogar	Líder	Montserrat	1.009	6,3%
	16.135	17.144		
Aseo Personal	Líder	Montserrat	1.249	6,3%
	19.730	20.979		
Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	4.838	15,2%
	31.762	36.600		
Carnes, huevos y pescados	Tottus	Unimarc	2.056	7,8%
	26.400	28.456		
Lácteos	Líder	Tottus	1.625	8,6%
	18.818	20.443		
Pan y cereales	Líder	Montserrat	3.990	12,3%
	32.408	36.398		
Snack y salsas	Santa Isabel	Montserrat	1.668	25,4%
	6.575	8.243		

Fuente: Sernac.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

### 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 Centro, en el grupo de **“Snacks y Salsas”** se observó la mayor diferencia relativa de precios del orden de un **27,9%**, siendo Santa Isabel el supermercado más económico y Montserrat el más caro para este grupo. La mayor diferencia absoluta se observó en el sector **Sur**, en el grupo de **“Snacks y Salsas”** con un ahorro de \$4.953, siendo **Líder** el más económico y **Montserrat** el más caro.

La segunda mayor diferencia relativa se observó nuevamente en el grupo de **“Snacks y Salsas”**, en el sector **Oriente**, diferencia que alcanzó un 27,8%, siendo **Líder** el supermercado más económico y **Jumbo** el más caro para este grupo y sector.

En el resto de los sectores no se observaron diferencias relativas importantes. Sin embargo se debe señalar que las mayores estuvieron en el rango de un 4,9% a un 27,9% según sector y grupo de producto (Tabla N°8).

Se destaca a Líder como el supermercado más conveniente en 7 de los 8 grupos de productos en el sector Norte.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## Reporte Mensual de Abarrotes, Junio 2013 Seguimiento de Precios Área Metropolitana.

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

	<b>Grupo de Producto</b>	<b>Más Económico</b>	<b>Más Caro</b>	<b>Dif\$</b>	<b>Dif%</b>
<b>Norte</b>	Aceites y Grasas	Líder	Montserrat	402	10,1%
	Aseo del Hogar	Santa Isabel	Montserrat	725	7,9%
	Aseo Personal	Líder	Montserrat	527	8,8%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	1146	15,8%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Santa Isabel	407	8,0%
	Lácteos	Líder	Tottus	509	9,0%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	1110	14,3%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Santa Isabel	403	20,6%
		<b>Grupo de Producto</b>	<b>Más Económico</b>	<b>Más Caro</b>	<b>Dif\$</b>
<b>Oriente</b>	Aceites y Grasas	Líder	Montserrat	891	11,0%
	Aseo del Hogar	Líder	Montserrat	583	9,3%
	Aseo Personal	Jumbo	Montserrat	757	7,2%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	1875	14,6%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Santa Isabel	496	9,1%
	Lácteos	Montserrat	Tottus	431	7,2%
	Pan y Cereales	Unimarc	Montserrat	1394	12,2%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Jumbo	558	27,8%
		<b>Grupo de Producto</b>	<b>Más Económico</b>	<b>Más Caro</b>	<b>Dif\$</b>
<b>Centro</b>	Aceites y Grasas	Tottus	Montserrat	571	15,5%
	Aseo del Hogar	Unimarc	Tottus	397	14,2%
	Aseo Personal	Tottus	Montserrat	250	9,2%
	Bebidas Azúcares	Unimarc	Montserrat	1346	12,7%
	Carnes, Huevos y Pescados	Tottus	Santa Isabel	430	9,3%
	Lácteos	Líder	Montserrat	489	13,5%
	Pan y Cereales	Tottus	Montserrat	1190	13,8%
	Snacks, Salsas y Otros	Santa Isabel	Montserrat	340	27,9%
		<b>Grupo de Producto</b>	<b>Más Económico</b>	<b>Más Caro</b>	<b>Dif\$</b>
<b>Poniente</b>	Aceites y Grasas	Líder	Montserrat	726	12,0%
	Aseo del Hogar	Líder	Unimarc	481	4,9%
	Aseo Personal	Líder	Tottus	537	7,3%
	Bebidas Azúcares	Líder	Montserrat	1249	13,9%
	Carnes, Huevos y Pescados	Tottus	Jumbo	180	6,4%
	Lácteos	Líder	Tottus	682	10,8%
	Pan y Cereales	Líder	Montserrat	1559	15,0%
	Snacks, Salsas y Otros	Santa Isabel	Montserrat	579	22,7%
		<b>Grupo de Producto</b>	<b>Más Económico</b>	<b>Más Caro</b>	<b>Dif\$</b>
<b>Sur</b>	Aceites y Grasas	Líder	Montserrat	1219	13,8%
	Aseo del Hogar	Unimarc	Montserrat	224	13,0%
	Aseo Personal	Líder	Montserrat	1714	17,2%
	Bebidas Azúcares	Tottus	Unimarc	2156	12,1%
	Carnes, Huevos y Pescados	Líder	Tottus	550	8,5%
	Lácteos	Tottus	Montserrat	1422	13,9%
	Pan y Cereales	Santa Isabel	Montserrat	549	27,3%
	Snacks, Salsas y Otros	Líder	Montserrat	4953	8,5%

Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM

## 8. Conclusiones:

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

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 los 6 primeros meses del presente año.

Líder obtuvo la canasta más económica en 4 de los 5 sectores de la Región Metropolitana. Al contrario, Montserrat resultó el supermercado más caro, en los cinco sectores.

A diferencia del mes de mayo, el producto "Papas fritas de corte americano, 250 gr., marca Lays", mostró la mayor diferencia relativa del orden de un 57,5% (\$569) la cual fue observada en los sectores Poniente y Sur, siendo Santa Isabel el más conveniente y Montserrat el más caro para este producto.

En relación a los precios respecto al mes de mayo del 2013, el producto cuyo precio mostró el mayor aumento relativo (15,6%) por sector, fue "Pañales desechables recién nacido, 40 unidades, marca Huggies", situación observada en el sector Centro, y la mayor baja (-19,0%) se observó para el producto "Sobrecostilla, envasado, 1 kilo, importada", variación observada en el sector Poniente. Supermercado Santa Isabel registró la mayor alza (25,5%) en el producto "Mayonesa Light Doy Pack, 1 litro, marca Hellmann's". El mismo producto registró la mayor baja (-19,3%), lo que se observó en supermercado Líder.

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" (25,4%), siendo el supermercado más conveniente Santa Isabel y el más caro Montserrat. En el mismo sentido, el mayor ahorro en términos absolutos se observó en el grupo de "Bebidas y azúcares" representando una economía de \$4.838 (15,2%), siendo Líder el más conveniente y Montserrat el más caro.

Al realizar el mismo análisis, pero considerando el sector (Tabla N°8), el grupo de productos que presentó la mayor diferencia relativa de precios (27,9%) entre todos los sectores fue "Snacks y Salsas" situación observada en el sector Centro, siendo Santa Isabel el más conveniente y Montserrat el más caro para este grupo. Se destaca a Líder como el supermercado más conveniente en 7 de los 8 grupos de productos en el sector Norte, y en 6 de los 8 grupos en el sector Poniente.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	3/07/2013	8/07/2013	10/07/2013
Cargo	Investigador_N_S.O.	Estadístico	Jefe UMM