



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

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

Departamento de Estudios e Inteligencia

Unidad Monitoreo de Mercado

Área Metropolitana.

Diciembre 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.	15
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 total¹.

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 Encuesta², 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)³. 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.

¹ : Séptima Encuesta de Presupuestos Familiares 2013 (INE)

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

³ : 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 1 y 3 de Diciembre 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	89	-	110.198	115.680	113.826	113.057	115.129	5.482	5,0%
Oriente	83	102.290	99.671	104.361	102.331	102.753	105.020	5.349	5,4%
Centro	71	-	66.982	71.384	69.292	69.521	71.610	4.628	6,9%
Poniente	82		90.968	93.648	93.079	93.165	93.991	3.023	3,3%
Sur	85	107.696	105.940	110.295	109.641	108.895	109.550	4.355	4,1%

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Considerando el listado de productos⁴ 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 valorización⁵ del total del listado se produce en el sector **Centro**, donde el ahorro puede alcanzar un **6,9% (\$4.628)**, por preferir el supermercado más conveniente para un listado de **71** productos.

Al comparar el valor total del listado de productos por sector, Supermercados **Líder** resulta ser el mas económico en 5 sectores. Por el contrario, Supermercados **Unimarc** es el más caro en 3 de los 5 sectores (**Oriente, Centro y Poniente**) y Montserrat en 2 de los restantes (**Norte y Sur**).

⁴ 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.

⁵ 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)	Líder	Montserrat	Santa Isabel	Tottus	Unimarc	Dif (\$)	Dif (%)
Norte	38		33.789	34.665	35.012	34.879	35.317	1.528	4,5%
Oriente	38	34.096	33.850	34.565	34.063	35.148	35.795	1.945	5,7%
Centro	38		33.829	35.345	33.923	34.782	36.398	2.569	7,6%
Poniente	38	34.126	33.995	34.765	34.782	34.930	35.196	1.201	3,5%
Sur	38	34.165	34.020	35.041	34.494	34.860	35.270	1.250	3,7%

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.

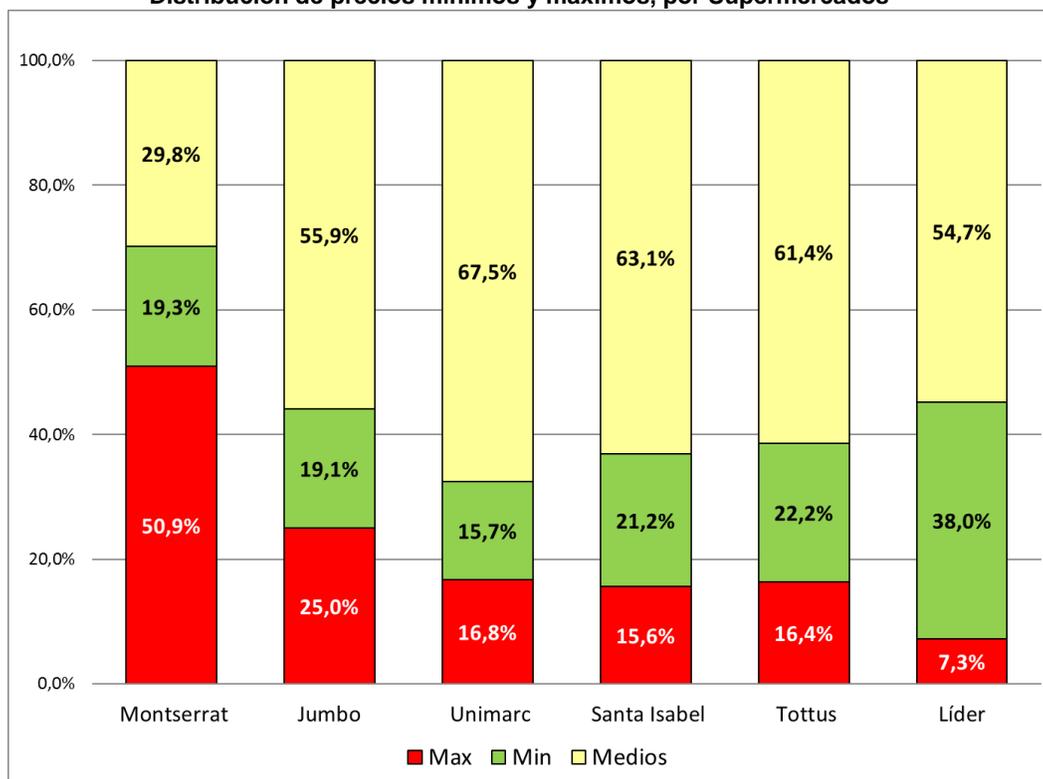
Al comparar la valorización del listado de **38** productos⁶ con presencia en todos los supermercados de la muestra, **Líder** presenta el listado más económico en 5 sectores. Por el contrario, Supermercados **Unimarc** presentan el listado más caro en los 5 sectores (Norte, Centro, Oriente, Poniente y Sur).

La mayor diferencia se observa en el sector **Centro** donde el ahorro puede alcanzar un **7,6% (\$2.569)**. Los precios más económicos se registraron en supermercado **Líder** (\$33.829) y los más caros en supermercado **Unimarc** (\$36.398).

La mayor diferencia entre el supermercado más caro y el más barato en todos los sectores, se detecta entre **Líder** del sector **Norte (\$33.789)** y **Unimarc** del sector **Centro (\$36.398)** alcanzando un **7,72% (\$2.609)**.

⁶ : 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 distribución⁷ de los precios mínimos y máximos, Supermercados **Líder** concentraron la mayor cantidad de precios mínimos con un **38%**. Por el contrario, la mayor cantidad de precios máximos se agruparon en Supermercados **Montserrat** con un **50,9%**.

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

⁷ 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.

Grupo de productos	Más Económico	Más Caro	Dif \$	Dif %
Aceite y Grasas	Montserrat	Tottus	2.177	8,5%
	25.593	27.770		
Pan y Cereales	Lider	Montserrat	3.447	9,0%
	38.225	41.672		
Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Jumbo	Montserrat	1.773	24,3%
	7.284	9.057		
Otros Productos Alimenticios	Lider	Unimarc	958	7,5%
	12.802	13.760		
Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Jumbo	Unimarc	2.101	5,2%
	40.751	42.852		
Pescados y Mariscos	Jumbo	Montserrat	708	17,0%
	4.166	4.874		
Frutas	Montserrat	Jumbo	436	10,0%
	4.360	4.796		
Café, Té y Cacao	Lider	Montserrat	3.940	13,6%
	28.995	32.935		
Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulce de Azúcar	Lider	Unimarc	728	16,0%
	4.540	5.268		
Carnes	Tottus	Unimarc	2.136	9,6%
	22.360	24.496		
Cecinas	Tottus	Unimarc	320	17,5%
	1.827	2.147		
Agua Mineral, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta	Lider	Montserrat	2.552	9,9%
	25.650	28.202		
Productos para el Cuidado e Higiene Personal	Lider	Unimarc	2.401	4,3%
	55.690	58.091		
Bienes no Duraderos para el Hogar	Tottus	Santa Isabel	1.210	3,1%
	39.475	40.685		

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 **Lider** resultan más económicos en **6** de los **14** Grupos de Artículos y Alimentos. Por el contrario, Supermercados **Unimarc** resultan ser los establecimientos más caros en **6** de **14** Grupos.

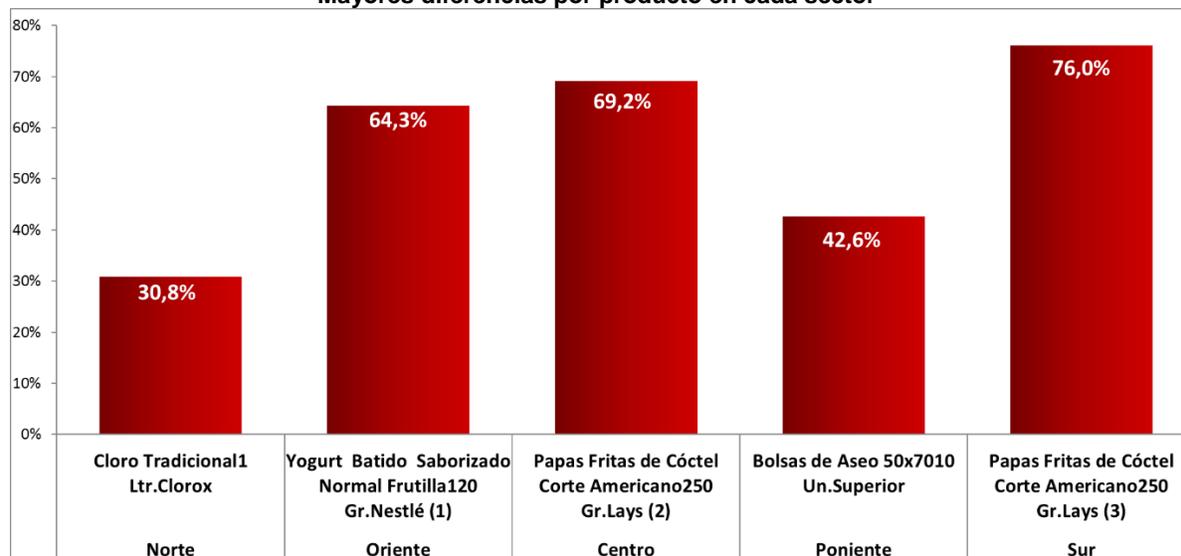
La mayor diferencia de precios en términos porcentuales se produce en el listado del Grupo “**Hortalizas, Legumbres y Tubérculos**”, con **24,3%** o una diferencia de **\$1.773**. Supermercados **Jumbo** es el más económico con un total de **\$7.284** y supermercados **Montserrat** el más caro, con **\$9.057**.

Por otra parte, en la categoría “**Café, Té y Cacao**”, se registra la mayor diferencia absoluta de **\$3.940** correspondiente al **13,6%**. Supermercados **Lider** con un total de **\$28.995** es el más barato, mientras que Supermercados **Montserrat** con un total **\$32.935** es el más 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

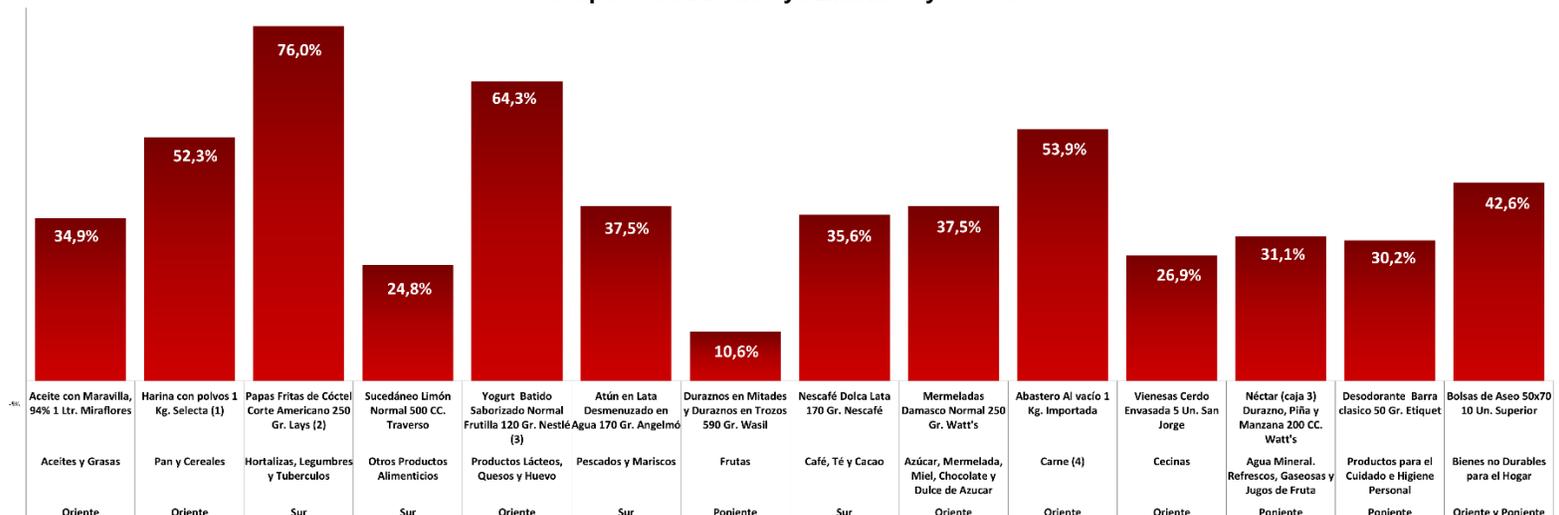


Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

- (1) Oferta Lider
- (2) Oferta Santa Isabel
- (3) Oferta 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 **76% (\$730)** . El precio mínimo para este producto fue de **\$960** en Supermercados **Unimarc** (Producto en oferta). A su vez, el precio máximo fue de **\$1.690** en Supermercado **Montserrat**.

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 en Lider
- (2) Oferta en Unimarc
- (3) Oferta en Santa Isabel
- (4) No hay presencia en supermercados Montserrat y Jumbo, donde coinciden los demás supermercados.

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 **76%** o **\$ 730** de ahorro. El menor precio fue registrado en Supermercado **Unimarc (\$960)** y el mayor en supermercado **Montserrat (\$1.690)**.

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	Lider	Unimarc	1.057	16,2%
	Pan y Cereales	Lider	Santa Isabel	479	5,2%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Santa Isabel	Montserrat	291	10,7%
	Otros Productos Alimenticios	Lider	Montserrat	435	18,4%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Lider	Montserrat	785	4,4%
	Pescados y Mariscos	Lider	Montserrat	168	8,9%
	Frutas	Lider	Unimarc	310	14,8%
	Café, Té y Cacao	Lider	Montserrat	939	11,2%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Lider	Unimarc	219	11,5%
	Cecinas	Tottus	Montserrat	100	16,9%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta	Lider	Tottus	612	5,0%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Lider	Montserrat	1.321	4,4%
	Bienes no durables para el hogar	Tottus	Montserrat	612	4,3%
	Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)	Dif (%)
Oriente	Aceites y Grasas	Lider	Santa Isabel	863	8,4%
	Pan y Cereales	Lider	Montserrat	1.298	11,9%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Jumbo	Montserrat	591	24,3%
	Otros Productos Alimenticios	Tottus	Unimarc	554	13,9%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Santa Isabel	Unimarc	1.311	9,2%
	Pescados y Mariscos	Santa Isabel	Montserrat	341	13,7%
	Café, Té y Cacao	Lider	Montserrat	1.393	14,9%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Lider	Unimarc	350	29,4%
	Cecinas	Lider	Unimarc	159	26,9%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta	Jumbo	Tottus	1.097	12,7%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Lider	Unimarc	1.375	6,3%
	Bienes no durables para el hogar	Tottus	Jumbo	540	4,8%
		Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)
Centro	Aceites y Grasas	Santa Isabel	Montserrat	429	6,3%
	Pan y Cereales	Tottus	Unimarc	567	6,1%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Lider	Montserrat	829	37,9%
	Otros Productos Alimenticios	Lider	Montserrat	275	7,7%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Santa Isabel	Unimarc	561	5,6%
	Pescados y Mariscos	Lider	Montserrat	189	15,0%
	Frutas	Montserrat	Unimarc	230	10,6%
	Café, Té y Cacao	Lider	Montserrat	1.299	12,2%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Lider	Tottus	49	7,5%
	Cecinas	Santa Isabel	Montserrat	91	15,2%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta	Santa Isabel	Tottus	1.009	9,2%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Lider	Santa Isabel	140	7,6%
	Bienes no durables para el hogar	Lider	Santa Isabel	753	11,6%

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC).

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	Montserrat	Tottus	889	11,9%
	Pan y Cereales	Lider	Montserrat	1.331	9,4%
	Hortalizas, Legumbres y Tubérculos	Jumbo	Montserrat	591	24,3%
	Otros Productos Alimenticios	Montserrat	Tottus	479	10,2%
	Productos Lácteos, Quesos y Huevos	Jumbo	Montserrat	915	9,0%
	Frutas	Montserrat	Unimarc	230	10,6%
	Café, Té y Cacao	Lider	Montserrat	793	9,1%
	Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar	Tottus	Santa Isabel	350	25,0%
	Cecinas	Lider	Montserrat	100	16,9%
	Aguas minerales, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta	Lider	Tottus	803	7,6%
	Productos para el cuidado e higiene personal	Jumbo y Santa Isabel	Unimarc	1.059	7,5%
	Bienes no durables para el hogar	Tottus	Unimarc	555	4,7%
	Sur	Grupo de Productos	Más Económico	Más Caro	Dif (\$)
Aceites y Grasas		Montserrat	Tottus	979	13,1%
Pan y Cereales		Lider	Santa Isabel	855	6,5%
Hortalizas, Legumbres y Tubérculos		Unimarc	Montserrat	860	39,8%
Otros Productos Alimenticios		Lider	Tottus	472	12,1%
Productos Lácteos, Quesos y Huevos		Jumbo	Unimarc	1.109	7,3%
Pescados y Mariscos		Jumbo	Montserrat	467	29,8%
Frutas		Montserrat	Jumbo	218	10,0%
Café, Té y Cacao		Lider	Montserrat	1.754	16,0%
Azúcar, Mermelada, Miel, Chocolate y Dulces de Azúcar		Lider	Unimarc	199	10,3%
Cecinas		Jumbo	Unimarc	140	23,4%
Aguas minerales, Refrescos, Gaseosas y Jugos de Fruta		Lider	Unimarc	747	7,7%
Productos para el cuidado e higiene personal		Tottus	Unimarc	531	2,8%
Bienes no durables para el hogar	Lider	Santa Isabel	801	4,9%	

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Los resultados permiten señalar que en el grupo “**Hortalizas, Legumbres y Tubérculos**” del sector **Sur**, se observa la mayor diferencia porcentual, correspondiente a un **39,8% (\$860)**, siendo Supermercados **Unimarc** el más barato y Supermercados **Montserrat** el más caro. Así mismo, la mayor diferencia en pesos se observó en el sector **Sur** en el grupo “**Té, Café y Cacao**” con **\$1.754 (16%)**, resultando Supermercados **Lider** el más barato y Supermercados **Montserrat** el más caro.

III.4 Análisis Histórico.

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

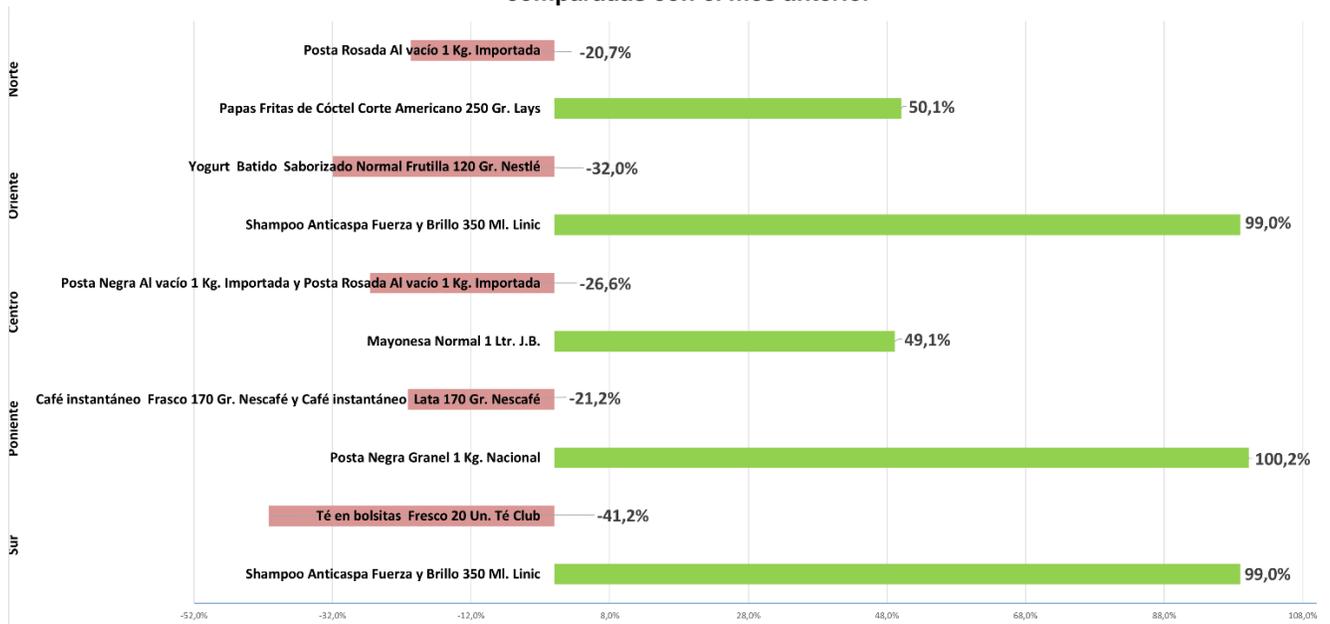
Cuadro N°5
Posición de los supermercados por sector, según listados
más económicos y más caros en el período Enero a Noviembre de 2015.

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
Diciembre	Más Económico	Líder	Líder	Líder	Líder	Líder
	Más caro	Montserrat	Unimarc	Unimarc	Montserrat	Montserrat

Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Al examinar los sondeos mensuales que Sernac ha realizado desde Enero a Diciembre, 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, Para el año 2015 Supermercados **Líder** se presenta como el más económico en el **96,7%** de los casos. Por el contrario, supermercados **Montserrat** han resultado ser los más caros en el **71,7%** de los casos.

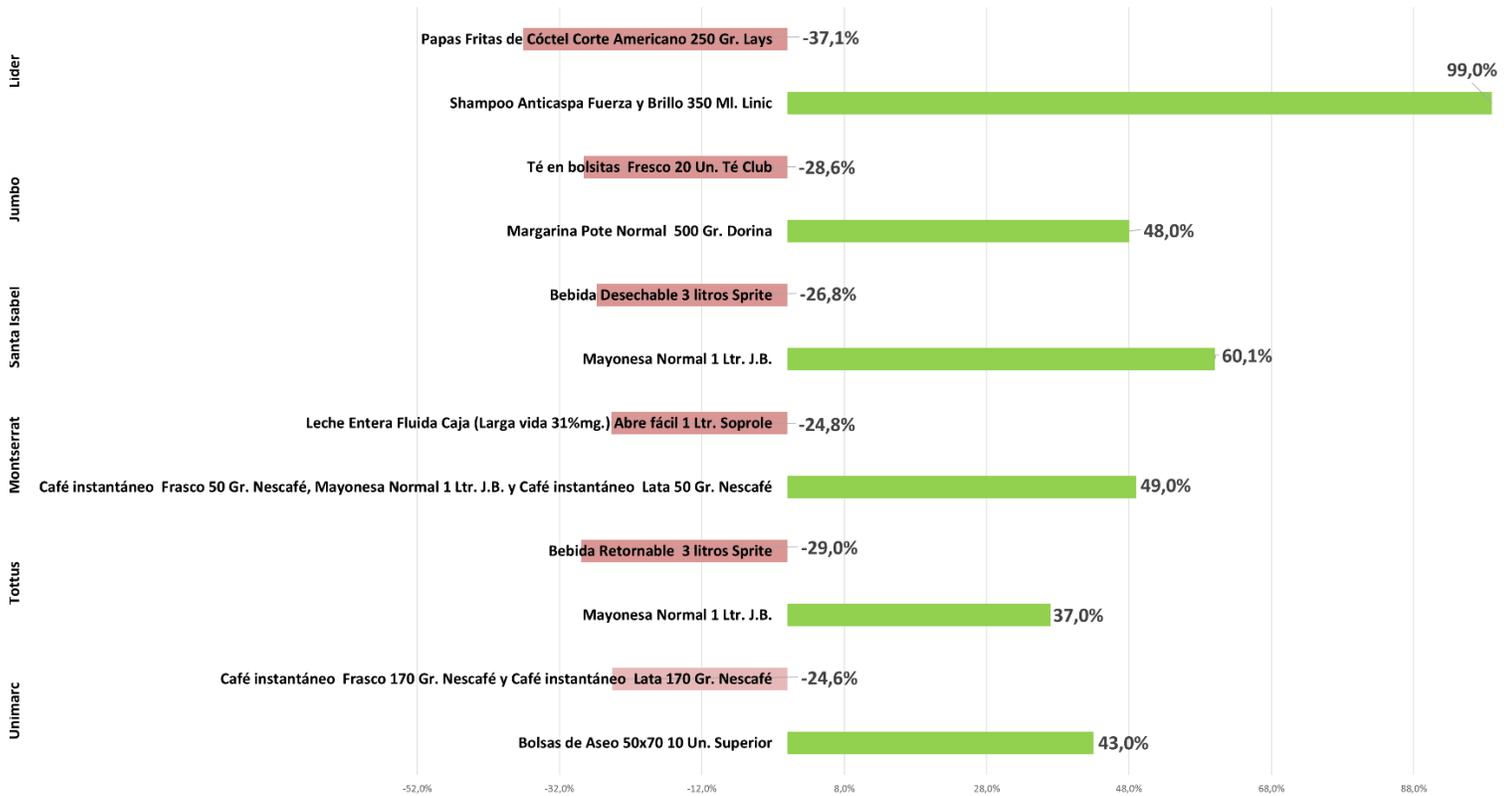
Gráfico N°4
Mayores diferencias relativas de variedades por sector,
comparadas con el mes anterior



Fuente: Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

El gráfico N° 4 señala cuales variedades obtuvieron una gran diferencia porcentual respecto del mes pasado, destaca el **Posta Negra a Granel de 1 Kg. Nacional** con un **100,2% (\$5.000)** en el Sector **Poniente**. Por el contrario la mayor baja en términos de diferencia porcentual respecto de Noviembre del 2015 se encontró en la variedad de **“Té en Bolsita Fresco de 20 Unidades. Marca Té Club”** con un **41,2%** es decir **\$280**.

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 “**Shampoo Anticaspa Fuerza y Brillo de 350 Ml. Marca Linic**” con un **99% (\$990)** en Supermercados **Líder**. Por el contrario, la mayor baja en términos de diferencia porcentual respecto del levantamiento anterior se encontró en la variedad de “**Papas Fritas de Cóctel Corte Americano de 250 Gr. Marca Lays**” con un **37,1%** es decir **\$590**.

IV. ANEXO

Muestra de Supermercados

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