

## Comportamiento de precios al consumidor de productos agroalimentarios

Adriana Faba Oteiza

### Presentación

La Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa), por medio del Departamento de Información Agraria, monitorea sistemáticamente los precios de productos agroalimentarios en distintos puntos de venta ubicados en Santiago.

El principal objetivo es contribuir a la transparencia del mercado, informando a los distintos actores de la cadena productiva, especialmente a los consumidores finales.

El análisis de precios se realiza en cuatro zonas de la capital, a saber: oriente, poniente, sur y norte. Las mediciones se efectúan en supermercados, panaderías, carnicerías y ferias libres,

puntos de venta que se orientan a distintos perfiles y hábitos de consumo. No se consideran los precios de ofertas especiales.

A continuación se presenta una descripción del comportamiento de precios a consumidor de pan, carne, frutas y hortalizas en el período comprendido desde julio a octubre del presente año, según el lugar de comercialización.

### Pan

El pan es un alimento que ha acompañado a la humanidad desde sus orígenes, donde la relación costo – aporte nutricional es bastante favorable. De ahí que en épocas de crisis económica se observe mayor consumo de pan.

La ingesta de pan ha ido decreciendo a nivel mundial; sin embargo, en Chile se mantiene un elevado consumo, estimándose una media de 98 kilos per cápita anuales. Nuestro país es el segundo mayor consumidor de pan después de Alemania.

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE)<sup>1</sup> establece una lista de productos habituales de consumo en los hogares, donde las ponderaciones más altas las tendría el pan. En el año 2007 dicho producto ocupó el primer lugar entre los alimentos.

El consumo de pan es un hábito bastante arraigado en nuestra cultura. Estudios realizados por Odepa, que indagaron en las percepciones de los consumidores chilenos,<sup>2</sup> señalan que el pan es considerado básico e indispensable, parte de una tradición: «no me imagino una once sin pan».

No obstante, la mayoría de los consumidores no le atribuyen beneficios nutricionales, sino lo consideran « un placer culpable», asociado al incremento de peso. Sin embargo, este alimento puede llegar a ser un excelente complemento para una dieta equilibrada, como es la mediterránea.

Los sondeos realizados por Odepa incluyen pan especial (hallulla) y corriente (hallulla y marraqueta), siendo este último el más demandado.

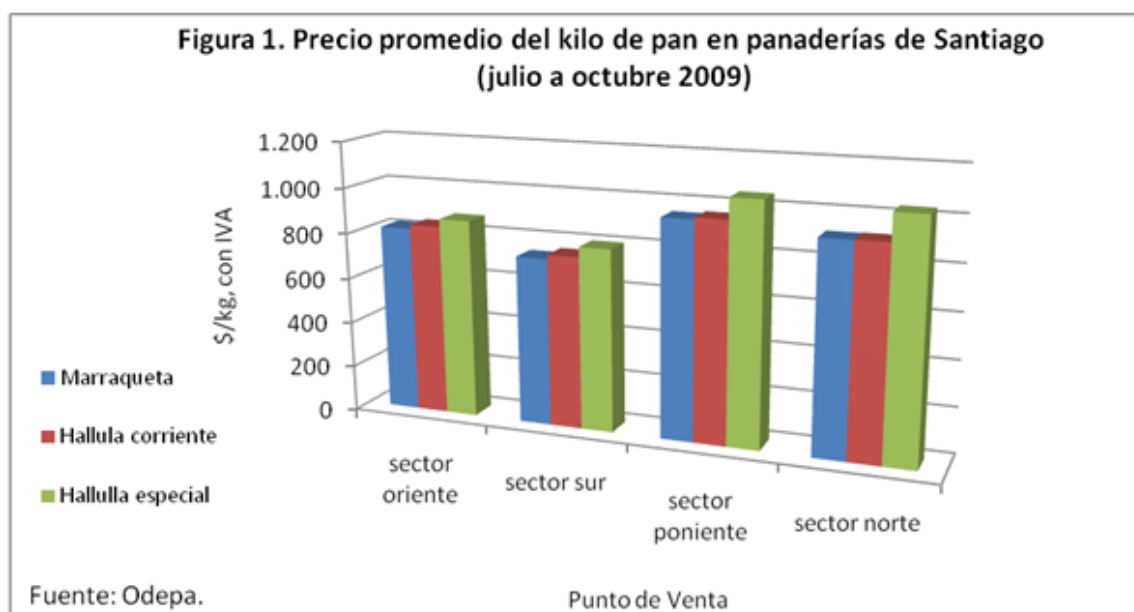
En cuanto a la adquisición del pan, los principales puntos de venta son los supermercados y panaderías. En términos generales, el precio del pan en panaderías -incluyendo marraqueta, hallulla corriente y especial -presenta una diferencia cercana al 7% sobre el valor promedio estimado en supermercados.

Por otra parte, entre julio y octubre del presente año, en panaderías no se observaron mayores variaciones en el valor promedio del pan muestreado. El kilo de marraqueta se vendió en promedio a \$952, el de hallulla corriente a \$965 y el de hallulla especial a \$1.045. En el cuatrimestre indicado los supermercados disminuyeron en 6% el valor del kilo de hallulla corriente, de \$865 a \$815, y en 2% el de marraqueta, de \$910 a \$889. La hallulla especial subió 3%, de \$1.008 a \$1.036.

<sup>1</sup>En documento de trabajo Enfoque estadístico sobre cambios en las pautas de consumo de los chilenos. INE, mayo de 2008. Chile.

<sup>2</sup> Informe final «Percepción de los consumidores sobre productos hortofrutícolas, lácteos, carnes y pan». ICCOM-Investigación de Mercado- Odepa, marzo 2009. Chile.





Al comparar las zonas geográficas, el sector sur de Santiago es el lugar donde se comercializan a menor precio los tres tipos de pan, tanto en panaderías como en supermercados. En los primeros puntos de compra se vendió a \$736 el kilo de marraqueta, a \$755 la hallulla corriente y a \$799 la hallulla especial, mientras que en los supermercados se comercializaron a \$688, \$659 y \$834, respectivamente.

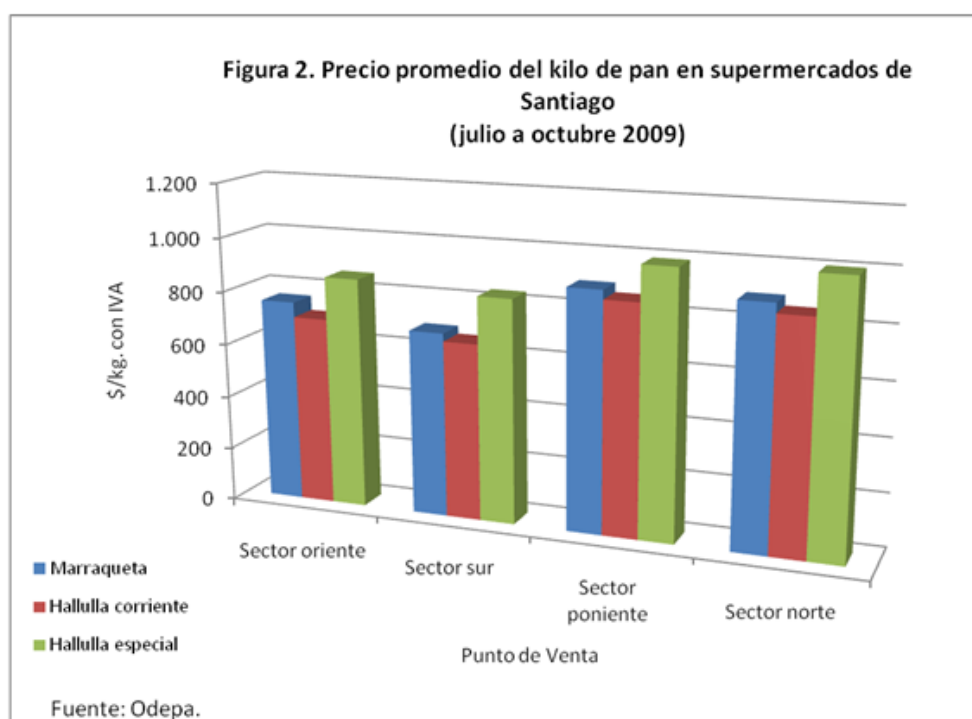
Por otra parte, como muestra la figura 1, de las panaderías muestreadas, los

promedios más altos del período se registraron en aquellas localizadas en la zona poniente. En este sector el kilo de marraqueta se vendió en promedio a \$950, la hallulla corriente a \$958 y la hallulla especial a \$1.050.

Durante julio y octubre la mayor brecha se evidenció entre el pan comercializado en las panaderías de las zonas sur y poniente. Sobre los valores promedio ya mencionados, la hallulla especial se ofertó con una diferencia de 31%; la marraqueta, con 29%, y la

hallulla corriente, con 27%, entre panaderías de estos sectores.

Los supermercados (figura 2) de la zona sur se caracterizan por ofrecer los precios promedio más bajos del pan, en contraposición a los registrados en el poniente y el norte. El precio más alto del kilo de hallulla corriente llegó a \$857 en supermercados del sector poniente, mientras que en aquellos de la zona norte se encontró el de la marraqueta, a \$892 y el de la hallulla especial, a \$1.002.



Durante el período analizado la diferencia entre puntos de venta se acentúa en el pan corriente. En el kilo de hallulla, entre supermercados y panaderías del sector oriente es equivalente a 16% y en la zona sur, a 13%.

Menores son las variaciones en el caso de la marraqueta y aún más en el kilo de hallulla especial, en los que en términos generales se acorta la brecha entre lugares de compra.

### Productos cárnicos

Así como el consumo de pan en Chile forma parte importante de nuestra cultura, la ingesta de distintos tipos de carne también está asociada a costumbres culinarias y tradiciones de nuestro país.

La carne es parte importante de la dieta habitual. Se consume frecuentemente como base de un plato fuerte y en ocasiones sociales. Las festividades como las Fiestas Patrias y Navidad consideran la incorporación de estos productos cárnicos.

Entre los años 1998 y 2008 se estimó un aumento de consumo de carne cercano a 26%. De los tipos de carne incluidos en los sondeos, durante el año

Dada la complejidad y competitividad de este mercado, es importante señalar que lo anteriormente expuesto se basa en los registros de precios a consumidor y no considera volúmenes ni estrategias de venta de uno y otro punto de venta.

Sin embargo, se puede destacar que, de acuerdo a la percepción de los consumidores<sup>3</sup>, independientemente del punto de compra y del grupo socioeconómico, éstos concuerdan en que la

pasado los chilenos consumieron 33 kilos de carnes blancas, 25 kilos de cerdo y 22 kilos de carne bovina.

Los chilenos consumen mayor cantidad de carnes blancas –de preferencia pollo y, en menor medida, pavo-, ya que se aprecian como «más saludable» y de menor costo comparativo. Efectivamente, de las carnes muestreadas, el pollo se observó más económico que el cerdo y el vacuno; sin embargo, es en estos cortes donde generalmente se presentan las mayores diferencias de precios entre puntos de venta.

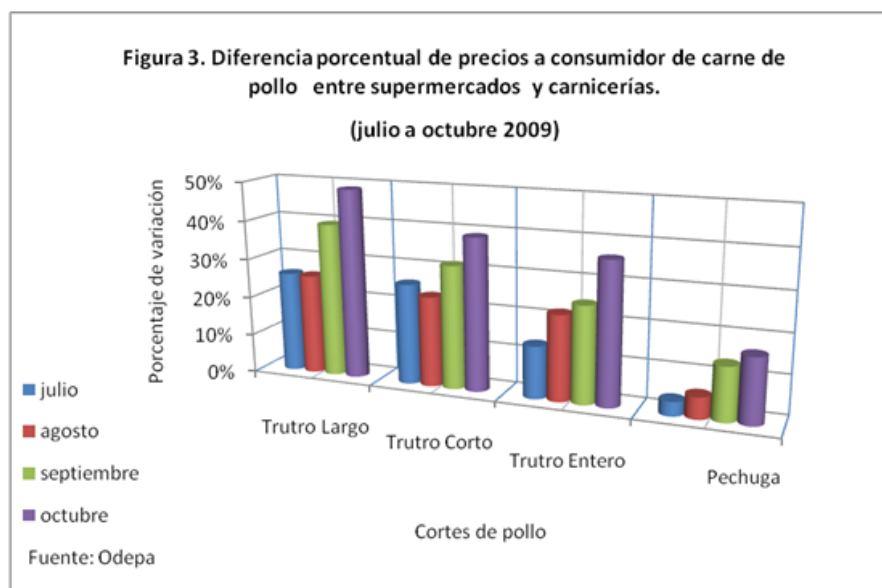
De acuerdo a los sondeos semanales, en carne de ave, las mayores variaciones de precios entre lugares de

calidad del pan en panaderías es mejor que en supermercados.

Cabe destacar además que, de acuerdo a los grupos socioeconómicos (GSE), se observan algunas diferencias respecto al punto donde se compra el pan. El GSE denominado BC1 compra principalmente en supermercados, dada su funcionalidad y la adquisición de variados productos, mientras que los C2, C3 y D prefieren las panaderías, por cercanía, compra diaria y mejor sabor, consistencia y duración del pan.

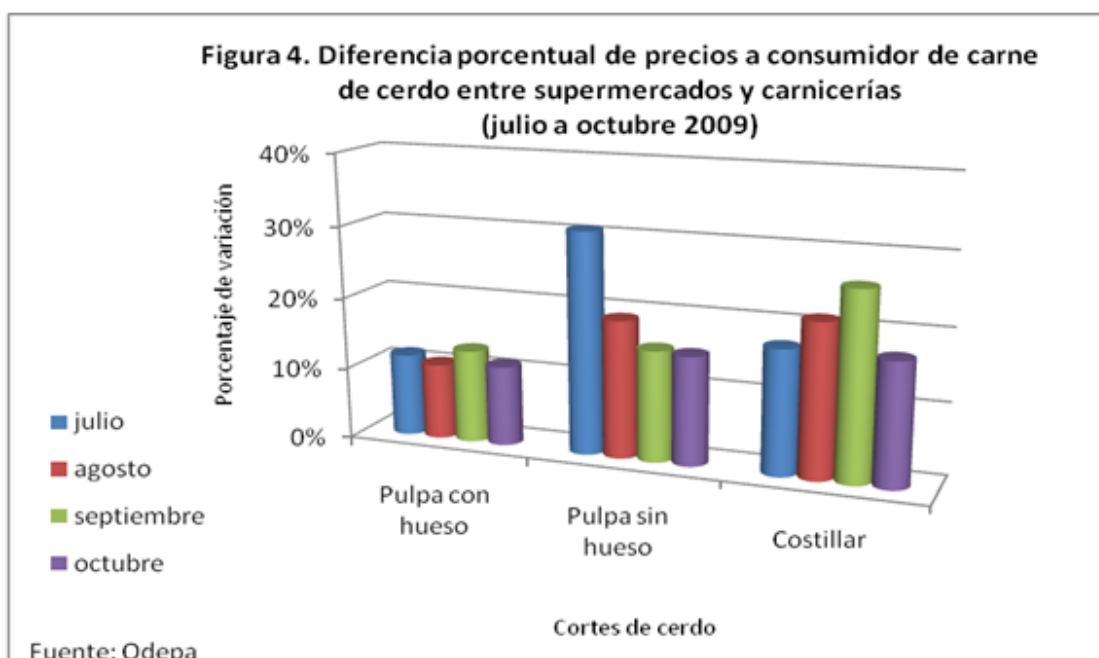
compra se observaron en octubre. Ejemplo de ello es que el kilo de trutro largo alcanzó una variación de 49%, dado que en carnicerías se vendió a \$1.690 y en supermercados, a \$2.514. Similar situación ocurrió en septiembre: aunque en general se mantuvieron estables los valores medios previos a la celebración de fiestas patrias, la brecha de precio en dicho corte fue de 40%.

Por otra parte, como muestra la figura 3, las menores variaciones en este tipo de carne se presentaron en la pechuga de pollo. En julio, los supermercados comercializaron el kilo a un precio 4% más alto que las carnicerías, mientras que en octubre esta diferencia fue de 17%.



<sup>3</sup>Informe final «Percepción de los consumidores sobre productos hortofrutícolas, lácteos, carnes y pan». ICCOM –Investigación de Mercado- Odepa, marzo 2009, Chile.





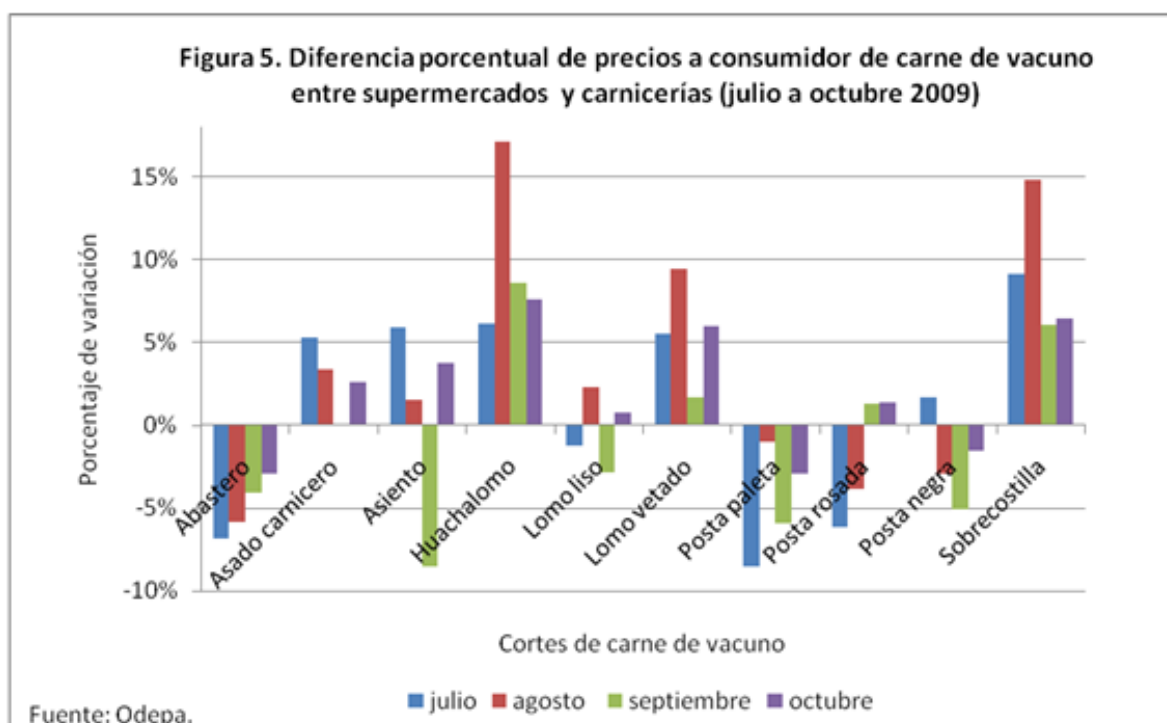
En carne de cerdo, las mayores variaciones de precios entre puntos de venta se registraron en el kilo de pulpa de cerdo sin hueso. En el mes de julio se comercializó 31% más cara en supermercados que en carnicerías, con promedios estimados de \$3.209 y \$2.454 por kilo, respectivamente.

La pulpa sin hueso se vende siempre a mayor precio que la con hueso. En el mes de julio se evidenció la mayor di-

ferencia de precios entre una y otra. En supermercados esta diferencia fue equivalente al 44% sobre el valor promedio estimado: el corte con hueso se vendió a \$2.228 por kilo.

Esta distancia se acorta en carnicerías, donde la mayor brecha se presentó en el mes de septiembre, cuando la pulpa con hueso se vendió en promedio a \$2.293 y la sin hueso, a \$3.035 por kilo.

En el caso del costillar de cerdo (figura 4), en agosto y septiembre la variación observada entre los puntos de comercialización alcanzó a 21% y 26%. En agosto, el corte se vendió en promedio a \$3.852 en supermercados y a \$3.177 en carnicerías y en el mes de fiestas patrias, a \$3.674 y \$2.918, respectivamente.



Queda expuesto, entonces, que tanto los cortes de pollo como los de cerdo se venden con relevantes diferencias entre supermercados y carnicerías, donde estas últimas son las más convenientes, al menos en cuanto a precios.

Sin embargo, esta tendencia no se evidenció en carnes de vacuno. Por el contrario, se ha observado que en los supermercados se muestran precios más bajos en algunos cortes bovinos. Como se observa en la figura 5, tanto el abastero como la posta paleta se han comercializado sistemáticamente a menor valor promedio que en carnicerías. Caso similar ocurre en algu-

nos meses con el lomo liso, la posta rosada y la posta negra.

Por el contrario, el huachalomo y la sobrecostilla, de precios similares por kilo, se presentan más caros en supermercados. Ello se vio acentuado en el mes de agosto: 17% y 15%, respectivamente.

En el período en comento sobresalió el incremento en el precio del kilo de trutro largo de pollo en los supermercados. En julio el valor promedio estimado fue \$2.003 y en octubre \$2.514. También, el trutro largo de pollo subió 23% en carnicerías, de \$1.773 a \$2.186 por kilo.

En ambos puntos de venta, el precio del costillar de cerdo presentó un alza de 19%. En supermercados dicho aumento fue desde \$3.121 a \$3.708 y en carnicerías, de \$2.661 a \$3.167 por kilo.

Cabe señalar que el valor promedio estimado de los cortes de vacuno se mantuvo estable entre julio y octubre. Sin embargo, en supermercados se presentó un alza de 8% en el kilo de posta rosada: de \$4.028 a \$4.357 por kilo.

El mayor descenso se observó en carnicerías, dado que el kilo de pechuga de pollo disminuyó 10%, única baja relevante dentro del período.

# [www.odepa.gob.cl](http://www.odepa.gob.cl)



## Productos hortofrutícolas

Las frutas y las verduras se apropian de los atributos de salud y nutrición de las familias. Estos productos son percibidos como una categoría que otorga beneficios, manteniendo un buen estado de salud, entregando vitaminas, minerales y fibras.

Las frutas se consumen frecuentemente como postres, en preparaciones de jugos y meriendas, mientras que las verduras se prefieren como acompañamientos, sopas y aliños.

Cabe señalar que se observan variaciones en la cantidad de frutas y verduras de acuerdo a la estación del año. Es por esto que las mediciones de precios contemplan la inclusión y exclusión de algunos productos de acuerdo a su disponibilidad y siempre son se-

leccionados aquellos de primera calidad en supermercados y ferias libres.

En cuanto a los precios a consumidor, sistemáticamente las ferias libres se han mostrado como el lugar de compra más barato de productos hortofrutícolas en comparación a los supermercados.

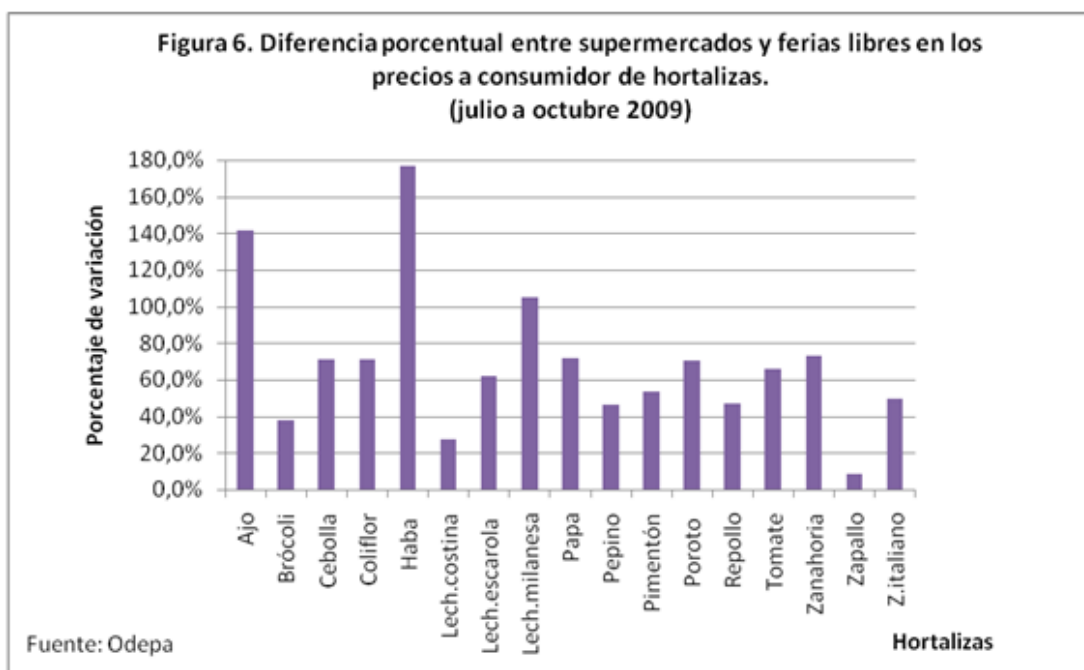
Las ferias libres, además de ofertar productos más baratos - factor relevante de elección según grupo socioeconómico-, se perciben como puntos de venta donde se comercializan variados productos más frescos y con «más sabor».

Por el contrario, los supermercados se valoran por su funcionalidad, comodidad, horarios y limpieza, aparte de concentrar una variedad amplia de todo tipo de productos y disponer de servicios adicionales.

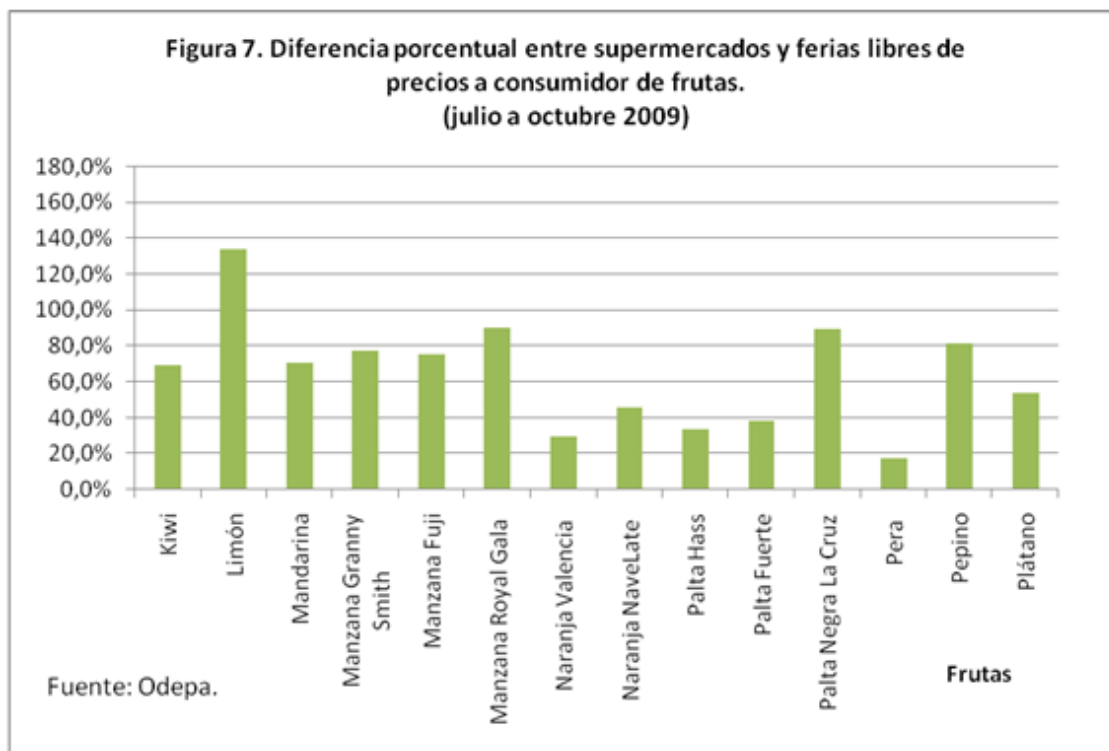
Entre julio y octubre, las mayores diferencias de precios entre puntos de venta se observaron en las habas (176,8%), ya que durante este período los supermercados en promedio las vendieron a \$508 y las ferias libres, a \$183 por kilo (figura 6).

La unidad de ajo se ofertó a \$99 en el canal tradicional y a \$238 en supermercados. Esto podría explicarse, entre otras variables, por la presentación del producto en supermercados (envoltorio-malla).

Dentro de las variedades de lechuga muestreadas, destacó la diferencia en el valor de la milanese, que entre lugares de compra se estima equivalente a 105%. En promedio, este tipo de lechuga se vendió a \$191 y \$391 por unidad, con el menor precio en ferias libres.



# www.odepa.gob.cl



En frutas, como se presenta en la figura 7, destacó el limón, que fue comercializado con una diferencia de 134% entre ferias libres y supermercados: las primeras ofertaron en promedio a \$114 por kilo, mientras que los supermercados a \$266.

Dentro de las variedades de palta sondeadas, la Negra de la Cruz se vendió con mayor distancia entre puntos de comercialización: en el período en cuestión se encontró en promedio a \$883 en ferias libres y a \$1.673 en supermercados.

Al considerar todos los productos hortofrutícolas, el kilo de zapallo camote presentó la menor brecha entre lugares de venta –cercana a 9%– dado que los promedios fueron \$1.370 y \$1.261 por kilo.

En el período julio a octubre se observó que las ferias libres tendieron a in-

crementar los precios medios de la mayoría de los productos sondeados. Por el contrario, en supermercados ocurrieron alzas y bajas en igual cantidad de productos hortofrutícolas.

Lo anterior no modifica el hecho de que el canal tradicional presente precios más bajos que los supermercados.

En ambos puntos de venta, el pimentón cuatro cascotes verde incrementó su valor: 40% en supermercados y 85% en ferias libres. En julio los precios promedio estimados para este producto fueron de \$308 y \$168, mientras que en octubre se cotizaron en \$432 y \$310 por unidad.

En los supermercados se observó un alza de 49% en el kilo de limón amarillo, de \$195 a \$292. Ello se explica porque se trata de un fruto de invierno que, a pesar de estar presente en el mercado durante todo el año, es más escaso durante los meses de prima-

vera y verano, lo que se refleja en su precio.

A pesar de que el ajo es un producto disponible todo el año, se observan variaciones en sus precios medios a consumidor, dado que en algunos meses disminuye la oferta en la zona central. Así, durante este período la unidad de ajo chino subió 61% en ferias libres, transándose a \$72 en julio y \$116 en octubre.

En este mismo punto de venta, se observó un alza de 50% en el precio de la papa Desirée, que se incrementó desde \$300 a \$449 por kilo. Este producto subió también en supermercados (19%), de \$602 a \$715 por kilo.

Dentro de los descensos, destacó la baja en la palta Hass. En supermercados esta disminución fue de 50%: de \$2.092 a \$1.041, mientras que en ferias alcanzó a 31%, bajando de \$1.306 a \$901 por kilo.

[www.odepa.gob.cl](http://www.odepa.gob.cl)

