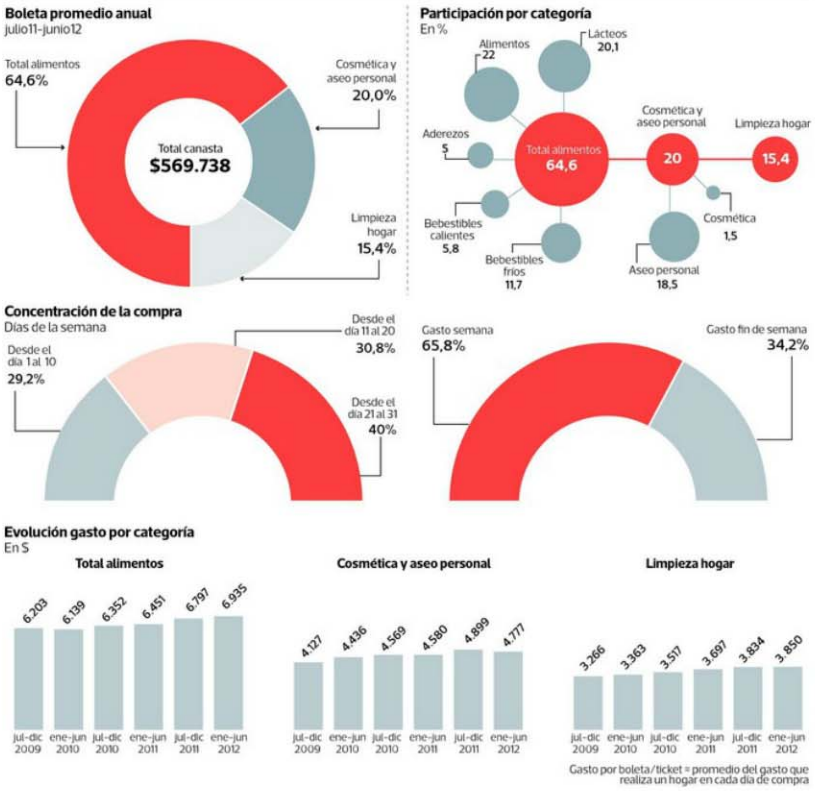
ANALISIS GASTO POR BOLETA



FUENTE: Kantar Worldpanel

Infografía: Heglar Fleming • LA TERCERA

PRODUCTOS RELEVANTES

Consumo de pan

Según Kantar Worldpanel, durante el primer semestre de este año, los chilenos consumieron 78,8 kilos de pan, a un precio promedio de $ 1.088 por kilo. El 96,3% de los kilos vendidos (77,1 kilos) corresponde a pan a granel, mientras que el 3,7% (4,4 kilos), a pan envasado. En cuanto a la participación en valor, el granel representa el 92,7% de la venta y el envasado el 7,3%.

Bebestibles

Los bebestibles fríos representan el 11,7% del gasto total. Según cifras de la Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (Anber), durante el período enero-septiembre, la industria vendió 1.912 millones de litros, con un incremento de 10,1%. La venta de gaseosas creció 7,5%, la de aguas 20,9%, jugos y néctares 16,7%, las bebidas en base a té, en 13,9% y las bebidas para deportistas, en 51,3%.

Alcances del estudio

La metodología de Kantar Worldpanel para elaborar el estudio contempla 2.000 hogares, con muestras representativas de todas las regiones del país y de los estratos socioeconómicos. La información se registra mediante la recolección de las boletas de supermercados, contabilizando sólo las categorías mencionadas.

EN DETALLE

18,5

por ciento gastan los chilenos en artículos de aseo personal, cerca de $ 4.575 por día.

569 mil

pesos alcanza el gasto anual por boleta en supermercado de las tres categorías.

1,5

por ciento del gasto se realiza en la subcategoría cosmética. El segmento en total representa el 20% del gasto por boleta.

6

mil novecientos pesos fue el gasto diario en alimentos durante el primer semestre, el más alto desde el mismo período de 2010.

Ultimos diez días del mes concentran el 40% de las compras en supermercados

- El 34,2% de las visitas a estos recintos se realiza durante el fin de semana. El porcentaje restante se divide en los días laborales.
- Clientes apuntan a mejorar el mix de compra, por lo que tienden a adquirir productos de mejor calidad, con valor agregado.

Tamara Flores Toledo

Al momento de decidir dónde hacer las compras del mes para abastecer la despensa familiar, los chilenos optan por acudir a los supermercados, canal que concentra el 70% de las ventas, versus el 16% de preferencia por el canal tradicional (almacenes).

Según un estudio de Kantar Worldpanel, empresa multinacional dedicada a la investigación y caracterización del consumidor, en los últimos 10 días del mes (coincidentes con fechas de pago) los hogares concentran el 40% de los gastos en supermercados.

Mientras que el 30,8% opta por comprar entre los días 11 y 20 de cada mes, el 29,2% restante se inclina por realizar la compra durante los 10 primeros días **(ver infografía)**.

Durante el fin de semana se efectúa la mayoría de las compras, que llegan al 34,2% de la preferencia. El otro 65,8% se divide entre los cinco días de la semana.

El *country manager* de Kantar Worldpanel Chile, Alfredo Hasslocher, explica que este comportamiento "tiene que ver con la búsqueda de eficiencia en las compras, es decir, los hogares van menos veces a comprar, pero hacen compras más grandes, lo que en parte se ve reflejado en un aumento del ticket, especialmente en aquellas cadenas que trabajan fuertemente el formato híper".

Hasslocher agrega que esta tendencia "ha hecho que las misiones de compra, que tienen la función de ser compras de despensa (compras grandes mensuales), se hagan cada vez más importantes".

Otro fenómeno relevante que se aprecia en el comportamiento del consumidor está relacionado con lo que denomina la "premiunización de las compras": esto es que los hogares dejan de preferir *commodities* y buscan mejorar su mix de artículos mediante productos con mayor valor agregado.

"Esto es transversal a la mayoría de las canastas y se ven con más fuerza en la base de la pirámide. Incluso, los supermercados a través de sus marcas propias cada vez han ido privilegiando la calidad para que la ecuación calidad/precio sea beneficiosa para los compradores", afirma Hasslocher.

Gasto por boleta

En promedio, los hogares chilenos gastan $ 47.478 al mes en las compras de alimentos, cosmética y aseo personal y limpieza del hogar, cifra que coincide con las estimaciones que manejan algunos actores de la industria.

La información fue recogida de la consulta por hogar, boleta en mano, tomando sólo estas tres categorías, a diferencia de otros estudios de mercado que también incorporan subcategorías como vestuario y artículos electrónicos.

La categoría alimentos (compuesta por la subcategoría alimentos, lácteos, aderezos y bebestibles calientes y fríos) es la que tiene mayor participación en el total de la compra, alcanzando el 64,6%. Cosmética y aseo personal, y limpieza del hogar llegan a 20% y 15,4%, respectivamente **(ver infografía)**.

Analizando el gasto promedio por boleta se obtiene que en alimentos, los chilenos gastaron en el primer semestre de este año $ 6.935 por día de compra.

A cosmética y aseo personal destinaron $ 4.777 (siendo aseo personal la subcategoría con más gasto promedio) y para limpieza del hogar, el gasto fue de $ 3.850 **(ver infografía)**.

Todas las categorías muestran el mejor resultado desde el primer semestre de 2010. Sólo cosmética tiene una leve caída, en comparación con el segundo semestre de 2011.●