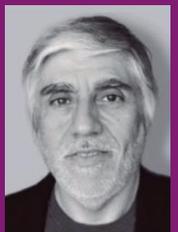


El precio para ser Premium

Análisis comparativo de tres categorías en tres países de Sudamérica

Víctor H. Hernández
Consultor Asociado
Datum Internacional



El precio para ser Premium Análisis comparativo de tres categorías en tres países de Sudamérica

Un análisis comparativo de tres categorías de productos de consumo masivo en Argentina, Chile y Perú, nos muestra cual es “el precio de ser Premium” en cada país.

Qué diferencia de precios respecto del promedio de mercado admite una marca Premium? La respuesta no es única, depende de la categoría en cuestión, del *equity* de la marca en dicha categoría, y del desarrollo de esta en los distintos mercados.

El que sigue es un análisis comparativo de las categorías de leche líquida(1), pan de molde y café soluble(2). Tres categorías de amplia difusión y consumo masivo en casi todos los mercados. Se tomaron los datos de precios para Argentina, Chile y Perú(3).

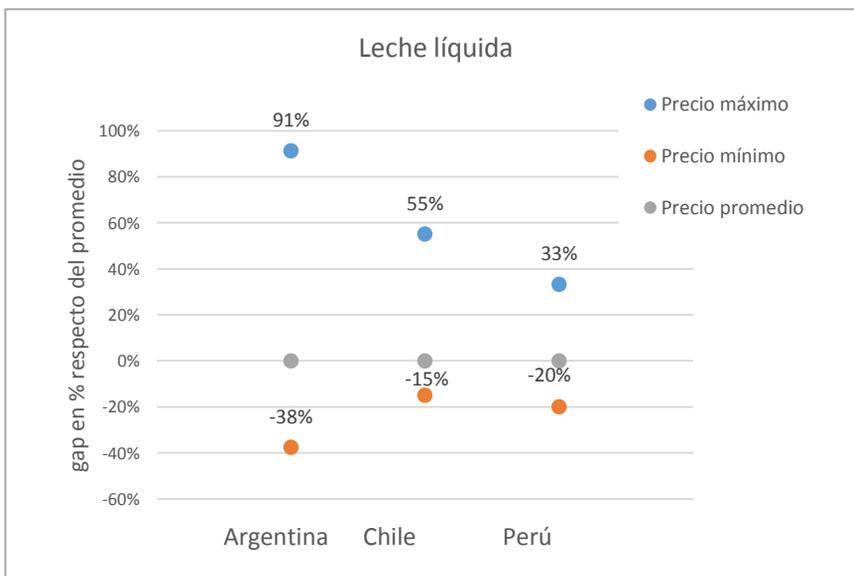
En primer lugar consideremos los precios(4) de leche líquida en los tres países. Se relevaron más de 20 ítems (marca, versión o presentación) en Argentina y Chile, mientras que se analizaron 15 productos en Perú.



El precio promedio por litro detectado es bastante similar, de \$1.63 para Argentina, \$1.45 en Chile y \$1.45 en Perú.

Si bien los promedios guardan similitud, la diferencia se expresa en el mayor rango de precios de Argentina donde las marcas con aditivos de minerales o beneficios específicos para la salud son las que ocupan el *tier 3*, el de precio más alto. En el otro extremo, los productos *value price* son los que se comercializan en presentaciones de *pouch* o *doypack*. Argentina es el mercado que presenta el mayor gap entre el precio máximo y el promedio, siendo casi el doble.

En Chile, los productos que ocupan el *tier 3* son las leches sin lactosa, donde encontramos varias marcas líderes. Algo similar sucede en Perú con las sub-categoría *super light*.



(1) Se excluyeron leches saborizadas y fórmulas infantiles; (2) se excluyeron mezclas preparadas con leche u otros productos en base a cereales; (3) se tomaron para los tres países cadenas de similar perfil propiedad de la empresa Cencosud; (4) los precios se comparan en USD al valor de cambio de abril de 2017 en cada país, se normalizaron a precio por litro en el caso de leche y por kilo para las otras categorías.

En la categoría pan de molde lo primero que nos llama la atención es la diferencia del precio promedio de Argentina versus los otros países. Mientras que en Chile y Perú el valor se encuentra entre los \$4.61 y \$4.46, en el caso argentino se eleva casi al doble con \$8.75. Es el país con precios mayores en todo el rango. El precio mínimo en Argentina es aproximadamente de \$4 mientras que en los otros países está alrededor de \$2.5. Esto empuja hacia arriba a los productos del tier 3 dándoles un precio Premium que prácticamente duplica al de los otros países. Por ejemplo, la marca *Oroweat* del Grupo Bimbo, está en el top de precios con un valor de \$14.97 por kilo.

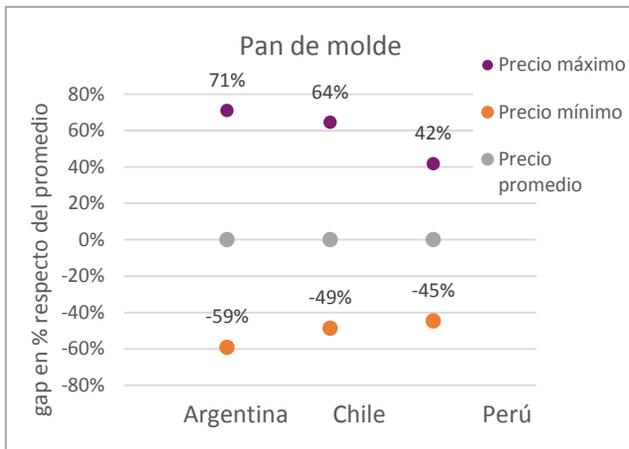
Un mismo producto del Grupo Bimbo, su variedad "artesano", tiene un precio de \$8.86 en Argentina, \$7.05 en Chile y \$5.22 en Perú, por kilogramo y en usd.

gráfico de pan de molde, ser Premium en Argentina permite un mayor gap de precio respecto del resto del mercado, un poco menor en Chile y menos aún en Perú.



La tercera de las categorías analizadas es quizás la más diferente entre los países. Mientras que en Chile está relativamente más desarrollada (en este mercado contabilizamos 46 productos diferentes), en Argentina parece ser poco relevante, tanto por la variedad (18 productos contabilizados) como por la sofisticación de versiones y marcas. Perú se comporta de manera más parecida a Chile en cuanto a variedad (41 productos) aunque en rangos de precios bastante más bajos.

Los precios promedios detectados para los tres países son para el caso de café soluble: Argentina \$55.17; Chile \$61.12 y Perú \$43,78. por kilogramo.



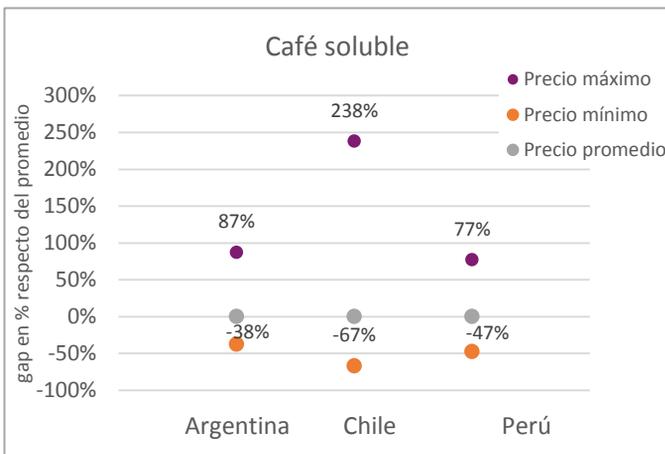
En líneas generales, el tier 3 en los tres países está conformado por variedades de panes especiales, integrales o con semillas.

Un rasgo a destacar es que mientras en Argentina y Perú se contabilizaron 29 y 34 productos respectivamente, en Chile se pudieron evaluar 46 productos. El 35% de estos ítems corresponden a versiones y presentaciones de la marca Castaño.

Finalmente, por lo que podemos observar en el

En Chile el concepto de Premium está muy asociado a algunas marcas internacionales, lo que les permite un gap de precio muy significativo. Por ejemplo la marca Juan Valdez de origen colombiano. Esta marca ofrece su café soluble *Juan Valdez liofilizado* en frasco de 190 grs, a \$140,90 (usd por kilo) en las góndolas del supermercado, en tanto en Perú, misma marca, tipo y presentación se observó a \$55.58.

Otro ejemplo de las diferencias de precio que se le permite a una marca con posicionamiento Premium lo podemos ver en la variedad Gold de Nescafé en su versión de frasco de 100 grs. Mientras que el precio por kilogramo de este producto es de \$103,25 en Argentina, el mismo producto cuesta \$51.66 en Perú, exactamente la mitad.



Una mirada general al *tier 3* en Chile nos permite ver que las presentaciones con precio *premium* son aquellas que vienen principalmente en frascos.

Un aspecto también a destacar es la diferencia de packs que podemos observar en los países. Mientras que en Chile está muy difundida la lata, esta es prácticamente inexistente en los otros países. En Argentina, y sobre todo en Perú, vemos opciones de *value price* con presentaciones de *doypack*.

Finalmente, un signo que nos demuestra el desarrollo de esta categoría en Chile es el amplio rango de precios dado que este mercado tiene los ítems de menor y mayor valor de los tres países.

		Argentina	Chile	Perú
leche líquida	precio promedio	\$ 1,63	\$ 1,45	\$ 1,61
	desvío std	\$ 0,53	\$ 0,23	\$ 0,24
pan de molde	precio promedio	\$ 8,75	\$ 4,61	\$ 4,46
	desvío std	\$ 2,08	\$ 1,36	\$ 1,09
café soluble	precio promedio	\$ 55,17	\$ 61,12	\$ 43,78
	desvío std	\$ 22,19	\$ 51,40	\$ 12,86

En síntesis, en todos los casos los productos *Premium* construyen un espacio propio en todas la categorías, de manera relativa, y aprovechan las oportunidades específicas que brinda cada mercado siendo reflejadas en sus precios.