

---

**ANÁLISIS DE PRECIOS DE VENTA AL CONSUMIDOR DE ALGUNAS MARCAS DE PAN DE MOLDE, OBTENIDOS EN DIVERSOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE SAN MIGUELITO, EL 3 DE JULIO DE 2009**

---

**ANTECEDENTES**

**I. BREVE HISTORIA <sup>1</sup>**

A través de los años el pan se ha constituido como un alimento esencial en la dieta diaria del consumidor panameño. De los componentes de la Canasta Básica de Alimentos después del rubro arroz, el pan viene a ser el alimento de mayor consumo.

Medio Oriente fue el lugar que dio origen al pan. El trigo fue el principal cereal y el pan, la base de alimentación. Se desconoce su verdadera forma, pero se supone que consistía en una harina cocida sin corteza; es decir, una especie de papilla.

El pan de los pueblos nómadas era en forma de hojuelas, las cuales se cocían sobre una especie de cazuela de metal colocada sobre el fuego. Datos arqueológicos revelan la existencia de una variedad de pan, en forma de largas barras aplanadas, que se elaboraba vertiendo la masa sobre piedras previamente calentadas.

Los arqueólogos afirman que por lo menos 10,000 años Antes de Cristo el hombre comía un pan rudimentario. Quizás era compacto o pesado, insípido o quebradizo y quizás salpicado de cenizas. Tenía poco parecido con la esponja y fragante sustancia que el hombre moderno conoce como pan en sus diversas formas. Pero pese a éstas diferencias, tanto las versiones primitivas como las modernas se ajustan a la definición del Pan, “una harina humedecida y amasada que se cuece al horno.

**II OBJETIVO**

La presente recopilación de precios de venta al público tiene como objetivo informar al consumidor sobre las marcas y los precios existentes en el mercado local, al momento de hacer su compra. Por tal motivo, la ACODECO recopiló el día 3 de Julio de 2009, precios de venta al público de algunas marcas de azúcar obtenidos en diversos supermercados del distrito de San Miguelito.

**III. METODOLOGIA**

Se ha utilizado la técnica de muestreo no probabilística de juicios, en la cual con base en la experiencia de visitar los locales (o cadenas) comerciales, al igual que observar las marcas se ha hecho una elección empírica.

Las variables consideradas fueron:

- ◆ Producto
- ◆ Supermercados (6)
- ◆ Sector (San Miguelito)
- ◆ Presentación
- ◆ Precios de Venta al Consumidor

Supermercados visitados:

- ✓ Rey, Villa Lucre
- ✓ El Fuerte
- ✓ El Machetazo
- ✓ Super 99, Entrada
- ✓ Super 99, Los Andes
- ✓ Xtra, Pan de Azúcar

---

<sup>1</sup> [http:// wikipedia.org/wiki/Azúcar](http://wikipedia.org/wiki/Azúcar) - 34k

#### IV. ANÁLISIS DE PRECIOS

El cuadro siguiente revela los supermercados que tienen los precios más bajos y más altos, con el fin de mostrar las diferencias que hay entre uno y otro producto para brindarle al consumidor la mejor opción de compra.

Producto / Marca	Unidad	Cuadro Analítico de Precios			
		Supermercado	Precio más Bajo B/.	Supermercado	Precio más Alto B/.
<b>San Miguelito</b>					
Tasty Choice sin Ajonjoli	13 oz.	Rey, Villa Lucre, El Machetazo, Super 99, Los Andes y Xtra, Pan de Azúcar	0.95	Super 99, Entrada	0.99
Tasty Choice con Ajonjoli	13 oz.	Super 99, Entrada	0.95	Rey, Villa Lucre, El Fuerte y El Machetazo	0.99
Harina Integral Bimbo 100% Integral grande	700 g.	Super 99, Los Andes	1.95	Rey, Villa Lucre	2.16
Bimbo Doble Fibra	530 g.	Super 99, Los Andes	1.59	Rey, Villa Lucre y Super 99, Entrada	1.77
Bimbo Pan Tostado 14 rebanadas	210 g.	El Machetazo	1.15	Rey, Villa Lucre	1.34

#### V. RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR:

Manténgase siempre atento al momento de realizar sus compras. Para hacer una buena elección del producto debe considerar:

- ❖ Las condiciones sanitarias del establecimiento donde realiza sus compras.
- ❖ Compare los precios, marca, peso y calidad de los productos similares a fin de encontrar una mejor opción de precio.
- ❖ No sea un consumidor impulsivo, compre lo que necesite y no se deje manipular por otras personas.
- ❖ Busque la fecha de expiración del producto.

**AUTORIDAD DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA**  
**Departamento de Información de Precios y Verificación**

**PRECIOS DE VENTA AL CONSUMIDOR DE ALGUNAS MARCAS DE PAN DE MOLDE, OBTENIDOS EN DIVERSOS SUPERMERCADOS DEL DISTRITO DE SAN MIGUELITO, EL 3 DE JULIO DE 2009**

Producto / Marca	Unidad	Sector / Supermercado / Precio de venta al Consumidor en Balboas											
		San Miguelito								Precio Promedio		Variación	
		Rey Villa Lucre	El Fuerte	El Machetazo	Super 99 Entrada	Super 99 Los Andes	Xtra Pan de Azúcar	Precio Promedio		Balboas	Porcentaje		
								3 de Julio de 2009	Marzo de 2009				
<b>HARINA DE TRIGO</b>													
<b>MOLDE:</b>													
Ideal Pan Blanco- Pullman	18 oz./510 g.	1.24	1.23	1.24	1.34	-	-	1.26	--	N.A.	N.A.		
Bimbo con Ajonjolí	(8 piezas) 325 g..	-	-	1.00	0.99	-	-	1.00	1.02	-0.02	-1.96		
Tasty Choice sin Ajonjoli	13 oz.	0.95	-	0.95	0.99	0.95	0.95	0.96	0.89	0.07	7.87		
Tasty Choise con Ajonjolí	13 oz.	0.99	0.99	0.99	0.95	-	-	0.98	0.95	0.03	3.16		
<b>HAMBURGUESA:</b>													
Ideal Hamburguesa	10 oz.	0.97	-	-	-	0.85	-	0.91	--	N.A.	N.A.		
<b>PASITAS:</b>													
Rimith de Pasitas	15 oz.	1.80	-	1.75	-	-	-	1.78	1.75	0.03	1.71		
Tasty Choice	16 oz./ 450g.	-	1.75	1.79	-	1.75	1.75	1.76	1.76	0.00	0.00		
<b>TOSTADAS NATURALES:</b>													
Bimbo Pan Tostado 14 rebanadas	210 g.	1.34	-	1.15	1.23	-	-	1.24	1.22	0.02	1.64		
Bimbo Doble Fibra - Pan Tostado	250 g.	1.34	-	1.24	1.28	-	-	1.29	1.26	0.03	2.38		
<b>HARINA INTEGRAL</b>													
Bimbo 100% Integral grande	700 g.	2.16	1.99	2.00	2.05	1.95	-	2.03	1.98	0.05	2.53		
Bimbo Doble Fibra	530 g.	1.77	1.76	1.65	1.77	1.59	-	1.71	1.60	0.11	6.87		
Tasty Choice Integral - Rica Fibra	450 g.	1.05	1.29	-	-	-	-	1.17	--	N.A.	N.A.		

Nota: Estos monitoreos reflejan únicamente una comparación de precios, no así el servicio que preste el agente económico ni la calidad de los productos. Estos precios pueden variar desde el momento en que se realizó el monitoreo y su fecha de publicación.

(-): No había el producto al momento del monitoreo.

(--): No Hay Precio Promedio

N.A.: No Aplicable

Fuente: ACODECO