

Grupo de empresas
EQUIFAX



ANÁLISIS DETALLADO DE **SUPERMERCADOS EN ECUADOR**

Manta es la ciudad con el mayor número de supermercados por habitante.



Manta es la ciudad con el mayor número de supermercados por habitante

El Grupo de Empresas Equifax, reconocida firma mundial líder en data y analítica, ha realizado un análisis detallado de supermercados en Ecuador, ofreciendo perspectivas valiosas para la expansión de negocios y la atención de la población en el país. Para el estudio, se han considerado las principales 15 ciudades con el mayor número de habitantes, aquellas con una población mayor a 200,000 habitantes, así como las cadenas de supermercados más representativas del país, totalizando 671 locales, de los cuales **439 son supermercados y 232 son minimercados**.

Guayaquil encabeza la lista con 269 locales, seguida por Quito con 178, y Manta con 44. En el resto de ciudades se obtuvo como resultado: Portoviejo (30), Durán (28), Cuenca (18), Milagro (17), Machala (16), Quevedo (16), Santo Domingo (14), Ambato (13), Esmeraldas (9), Riobamba (8), Ibarra (7) y Loja (4).

Según Iván Medina, Designer Geobusiness del Grupo de Empresas Equifax, *"Los datos geográficos y los procesos de análisis son un insumo y las herramientas poderosas para identificar oportunidades de expansión empresarial y satisfacer las necesidades de la población con una estrategia de focalización territorial. Este análisis nos permite comprender la distribución y densidad de los supermercados en diferentes regiones, así como las características socioeconómicas de los hogares en esas áreas, en correlación con variables territoriales"*.

Análisis de Locales - Supermercados:

Entre los hallazgos más destacados, se observa que Guayaquil cuenta con la **mayor densidad de supermercados** del país, con 166 locales y una ratio de 8 supermercados por cada 10 km². Asimismo, los hogares en Guayaquil presentan un ingreso mensual promedio de \$799, con un gasto promedio de \$666, destinando el 31% de este a la alimentación. De acuerdo con Medina, el cálculo del ingreso promedio se realiza mediante una herramienta de la firma conocida como predictor de ingresos, que estima lo que una familia percibe en términos financieros de forma mensual.

Quito, por su parte, ocupa el segundo lugar en número de locales (**130 supermercados en total**), con una densidad de 3 supermercados por cada 10 km²; sin embargo, registra el mayor porcentaje de población perteneciente a los niveles socioeconómicos A y B¹ (30%), con un ingreso promedio mensual por hogar de \$958 y un gasto de \$746, destinando el 28% a la

¹ La clasificación A y B corresponde a la estratificación del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) mediante características como: vivienda, nivel de educación, afiliación a la seguridad social, tipos de bienes que poseen, acceso a tecnologías de información y hábitos de consumo. Los niveles A y B son aquellos colocados en la punta de la pirámide y muestran mejores condiciones de vida.

alimentación, lo que podría interpretarse como un mercado con un potencial interesante para este tipo de negocios.

En cuanto a Manta, cuenta con 21 locales de supermercados y tiene el mejor ratio de población atendida por supermercado, con 13,361 habitantes por local. La ciudad registra un ingreso promedio mensual por hogar de \$763 y un gasto de \$644, con un 32% destinado a la alimentación.

Finalmente, Loja se destaca como la ciudad con menor número de supermercados en la lista de las 15 urbes analizadas, con solo 4 locales; sin embargo, sus 75,240 hogares tienen un ingreso promedio mensual de \$902 y un gasto de \$665, con un 30% destinado a la alimentación, lo que la convierte en una interesante opción de expansión para este tipo de negocios, pues un 26% de su población pertenece a los niveles socioeconómicos A y B.

De este modo, los datos geográficos y los procesos de análisis se revelan como herramientas fundamentales para detectar oportunidades de expansión empresarial y atender las necesidades de la población mediante una estrategia de focalización territorial. Este enfoque analítico permite una comprensión profunda de la distribución y densidad de todo tipo de negocios y servicios, y sus aplicaciones cubren a todo tipo de industria.