

ESTUDIO DEL MERCADO DE JUGOS DE FRUTA/UVA EN CHILE

ESTUDIO PREPARADO PARA LA
EMBAJADA DE BRASIL EN CHILE
POR
CEO FOOD REGULATION SPA

Mayo 2021

ESTUDIO DEL MERCADO DE JUGOS EN CHILE

INDICE	
1. Resumen Ejecutivo	3
2. Visión general mercado Jugos en Chile	5
3. Tamaño del mercado	8
4. Actores	16
5. Marco legal	36
5.1 Estructura regulatoria	38
5.2 Normas de importación	42
5.3 Pasos importación	43
5.4 Etiquetado	50
6. Tendencias	56
7. Segmentación del mercado de Jugos	70
8. Comercialización	77
8.1 Logística	79
8.2. Canales de Venta	81
8.3 Distribución	88
8.4 Importadores	90
9. Marketing	95
10. Conclusiones	103
11. Evaluación de oportunidades	108

1. Resumen Ejecutivo Estudio del Mercado de Jugos en Chile

ESTUDIO DEL MERCADO DE JUGOS EN CHILE

1. Resumen Ejecutivo

El presente estudio realizado para la Embajada de Brasil en Chile, entrega una visión general mercado de los JUGOS en Chile y está enfocado especialmente al Jugo de Uva elaborado en Brasil.

Por un lado, el estudio analiza el tamaño del mercado, sus actores, el marco legal y las tendencias. A la vez, se realiza una segmentación del mercado de Jugos, se indican sus canales de comercialización, así como los importadores y distribuidores, y se describe el marketing realizado en torno a los jugos.

Finalmente se entregan conclusiones del Mercado Chileno y una Evaluación de oportunidades para el Jugo de Uva Brasiler.

2. Visión General del Mercado de Jugos en Chile

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE JUGOS EN CHILE

En esta sección se analiza el Mercado de los Jugos en Chile



2. Visión General del Mercado de JUGOS en CHILE

- Se distinguen en Chile 2 categorías de productos: **jugos y néctares**. Se diferencian porque este último tiene como base un jugo de fruta al que se le ha agregado agua, azúcares o miel y, aditivos autorizados. Y el jugo es un producto puro.
- El consumo de jugos y néctares en Chile ha tenido una explosiva demanda en la última década, pasando de **16 a 25 litros per cápita**.
- Este segmento era ocupado por las bebidas carbonatadas, que desde la aparición de la Ley de Etiquetados de Alimentos el año 2016, que alerta con un alarmante sello negro a los alimentos y bebidas que son altos en nutrientes críticos, vio disminuida su ingesta.
- La preocupación constante del consumidor por productos más sanos y saludables permitió este cambio.
- Además con esto se masificaron las bebidas “sin azúcar añadida”.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO DE JUGOS EN CHILE

2. Visión General del Mercado de JUGOS en CHILE

- Por otra parte, se reflejó en un constante desafío a la industria de bebidas, el tener que desarrollar productos naturales, sabores y texturas variadas y ofreciendo beneficios adicionales para la salud.
- Esto a la vez, dio un fuerte dinamismo a la industria, que permitió la entrada de numerosas empresas de menor tamaño las cuales se ubicaron en las distintas regiones de Chile.
- Así también aumentaron fuertemente las importaciones que se concentran en aquellos productos en los que Chile no posee condiciones naturales para su producción, y aquellos en los que no es competitivo, como es el caso de jugos de cítricos.



3. Tamaño del Mercado de Jugos en Chile

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

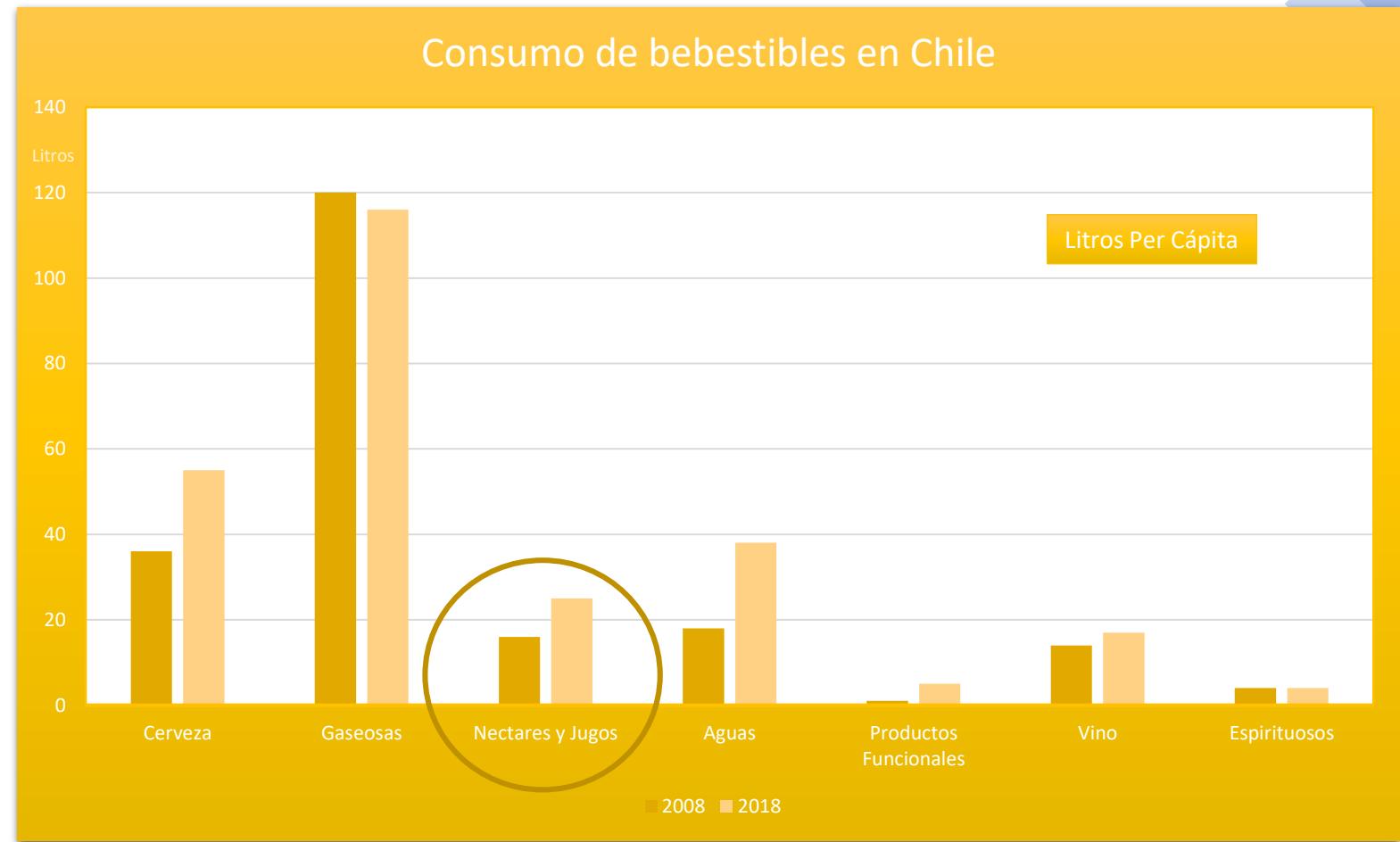
En esta sección se analizan tanto los datos de Participación de Mercado de los jugos como el Consumo del estos en Chile, numerados de la siguiente manera:

3.1. Participación de Mercado

3.2. Consumo

3.1. Participación mercado:

- El consumo de bebestibles en Chile cambió considerablemente en un periodo de 10 años, como se observa en el gráfico adjunto.
- Destaca el aumento en el segmento Néctares y Jugos, al aumentar 9 litros su consumo en este período.



Año 2019 y 2020 no fueron representativos para Chile.
El 2019 en el mes de octubre hubo un problema social interno y el 2020 el COVID.
Fuente: Estimaciones de diversas fuentes mercado Chile bebestibles, entre ellas CCU, CocaColaAndina, Luchetti, ABC Chile.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

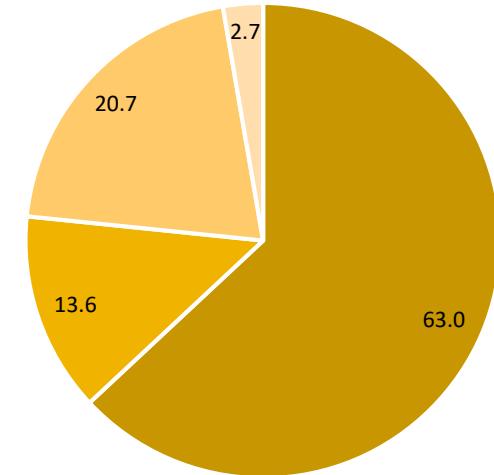
3.1. Participación mercado:

Tamaño Mercado Jugos y Néctares en Chile

Año	Litros pér cápita/año	Millones de Litros
2008	16	280
2018	25	450

Año 2019 y 2020 no fueron representativos para Chile.
El 2019 en el mes de octubre hubo un problema social interno y el 2020 el COVID.
Fuente: Estimaciones de diversas fuentes mercado Chile bebestibles , entre ellas CCU, CocaColaAndina, Luchetti, ABChile..

Participación de las Bebidas Refrescantes en Chile (%)



El segmento de los **Jugos y Néctares**, dentro del conjunto total de bebidas refrescantes que participan del mercado chileno, es el **tercero** más importante, después de las bebidas gasificadas, que representan el 63% del total y las aguas, 20,7%.

3.2. Consumo



- El consumo en Chile está migrando hacia **bebidas naturales, de ingredientes botánicos saludables y funcionales**, el alza en el consumo de este tipo de productos pasó en una década, de 1 litro per cápita a 5 litros, lo que representa un alza de 400%.
- Lo nuevos grandes consumidores son la **Generación Z** (aquellos nacidos entre la segunda mitad de la década del 90 y el año 2010), y los **Millenials**, preocupados por su nutrición.
- También hay una gran gourmerización de los consumidores, buscando nuevos productos, atractivos y diferentes, así como la variedad e innovación de sabores.

3.2. Consumo



- Los consumidores buscan a la vez, productos desarrollados con procesos naturales y artesanales.
- Por otro lado, dan mucha importancia al **Clean Label** ("Etiqueta Limpia")
- Sin embargo, desde Walmart Chile, cadena importante de supermercados, indican "El cliente puede preferir el jugo natural, pero el **precio** sigue siendo importante en la decisión de compra"

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

3.2. Consumo

Sabores de Jugos preferidos por los chilenos

Sabor	% ventas
Naranja	25
Durazno	15
Piña	15
Manzana	9
Otros Berries	8
Frutilla	4
Mango	2,5
Frutas Tropicales	1,5
Otros sabores y mezclas (más de 50 tipos)	20
Total	100%

Fuente: AB Chile con información de INE y Banco Central, 2019.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

3.2. Consumo

Sabores de Jugos preferidos por los chilenos

Si bien los sabores tradicionales siguen siendo consumidos, en los últimos 5 años, la tendencia ha ido hacia la mezcla de sabores, tanto por parte de las empresas que han realizado innovaciones así como por parte de los consumidores que demandan nuevos productos.

Esta mezcla de sabores también incluyen vegetales, como se analiza en la sección 6, tendencias.

Como ejemplo, se indican 2 comentarios de reconocidas empresas chilenas, relacionados con este tema.



Indican desde **Tres Montes Lucchetti**: la gente valora mucho la variedad e innovación de sabores. “Por eso, y a pesar de que el sabor naranja sigue siendo el más vendido, actualmente tenemos una distribución del mix más diversa que en períodos anteriores. Los consumidores se están atreviendo a probar sabores nuevos y en muchos casos los prefieren”.

“Nuestras innovaciones en los últimos años han sido mezclas de frutas. Señalan desde **Carozzi**.



4. Actores del Mercado de Jugos en Chile

4. Actores



- La empresa Watt's domina el mercado de los jugos en Chile con el 40% de participación.
- Tienes un área de Jugos y Néctares que los divide en 4 tipos:

JUGOS Y NÉCTARES



Principales empresas del mercado Chileno



Watt's Línea Premium



Watt's pertenece a CCU, primer embotellador de agua, jugo y néctar del país.

4. Actores



Principales empresas del mercado Chileno

La empresa Coca Cola Del Valle ha sido constituida con la finalidad de producir jugos, aguas y otras bebidas no carbonatas.

Entre sus marcas están:





4. Actores

Livean

Principales empresas del
mercado Chileno

Néctar Livean es una marca reconocida en el segmento wellness quien desde su nacimiento en 2009 ha logrado posicionarse como un néctar de fruta diferente, más liviano, **clarificado** con antioxidantes del té verde en todos sus sabores y que trae a los consumidores sabores atractivos y con 0% azúcar añadida.

Además la empresa se ha distinguido por ser certificada Carbono Neutral.

Livean es parte del holding

tresmontes
lucchetti

Igual que la marca



LIBRE DE
SELLOS

CERTIFIED
CARBON
NEUTRAL®
product
CarbonNeutral.com

4. Actores

Otros Actores Importantes

Existe otro grupo de bebestibles que se consumen en Chile, que compiten en la misma categoría de los jugos de fruta, y es el producto llamado **Néctar**, que tiene como base un jugo de fruta al que se le ha agregado agua, azúcares o miel y, aditivos autorizados, según el Artículo 485 del RSA de Chile*.

Sus fabricantes generalmente son grandes empresas que son las principales del mercado, entre ellos:



Categoría
Néctares



 **carozzi**

Soprole y Colun pertenecen a grandes empresas lácteas de Chile.

Empresa de alimentos de Chile tiene 2 marcas de jugo: Vivo y Sprim

4. Actores

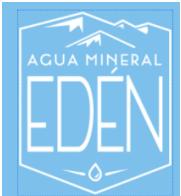
Actores con Menor Participación de Mercado

Existe en Chile un sinnúmero de empresas productoras de jugo de menor tamaño y menor participación en el mercado.

Muchas de ellas son relativamente nuevas, y a la vez, se están incorporando al mercado un significativo número de nuevas empresas.

No existe un análisis de sus ventas a nivel nacional ni de su participación en el mercado por las razones indicadas anteriormente.

Se muestran como ejemplo, algunas marcas.



100%
Arándanos



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

4. Actores

100% fruta

Se presenta en esta lámina y la siguiente, las **empresas elaboradoras** de jugos de fruta en Chile, que están en la categoría 100% fruta.

Ellos se elaboran de acuerdo a la normativa chilena, y corresponde a Jugo puro de fruta, producto sin fermentar, pulposo, turbio o claro, destinado al consumo directo, obtenido por procedimientos mecánicos a partir de frutas.

TAMAYA



GUALLARAUCO



Empresas
elaboradoras de Jugos
de Fruta en Chile



AMA
TIME



4. Actores

GRUPO TAMM



100%
fruta

Bberri



Continuación
Empresas
Elaboradoras de Jugos
de Fruta en Chile



Empresas elaboradoras de jugos 100% fruta en Chile

4. Actores

Jugos Prensados



En esta lámina se presentan algunas marcas de Jugos Prensados, que son aquellos que se obtienen normalmente en baja escala de producción y no es reconstituido.

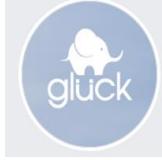
Con este método no se aplica calor, ni aditivos alimenticios, lo que permite obtener un jugo nutritivo, que puede durar hasta 72 horas si se almacena refrigerado.



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

4. Actores

Jugos Prensados



Iquique



Antofagasta



La Serena



Viña del Mar



Valle Las Chilcas,
Valparaíso

Ha sido tal el boom de los jugos prensados que los encontramos produciéndose de norte a sur de Chile. Como ejemplo, se presentan algunas marcas de jugos prensados produciéndose en algunas ciudades importantes de Chile, ordenadas de norte a sur.



Talca



Valdivia



Villarrica

4. Actores

Jugos de Especies Nativas y/o Cultivadas en Chile

Frutos Zona Norte



Copao

Frutos Zona Centro



Mandarina

Papaya



Papaya



Granada



Trigo

Frutos Zona Sur



Cauchao



Rosa Mosqueta



Maqui

La diversidad climática de Chile permite elaborar jugos con especies provenientes de especies únicas y propias, así como también introducidas y cultivadas, en distintas zonas del país.

Ruibarbo



Zarzaparrilla



Calafate



Grosella



Cranberry



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

4. Actores

Jugos Especies Nativas y/o Cultivadas en Chile

Las imágenes de la lámina anterior indican la diversidad de especies existentes en las distintas regiones de Chile, las cuales han dado la oportunidad para la creación de los distintos tipos de jugos que se presentan como ejemplos.

Esto ha permitido la creación de empresas locales, de distintos tamaños, y que indican la posibilidad de mercado para toda esta variedad de especies de Chile.



Papaya



Rosa
Mosqueta



Maqui



Cranberry



Grosella



Calafate

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

4. Actores

En cuanto a Jugo se Uva, son sólo **3 empresas: TAMAYA, AFE Y TAMM** las que producen este jugo en Chile y corresponden a jugo 100% fruta. Corresponden a empresas de tamaño mediano, con un enfoque de nicho.



Actores Mercado Jugo de Uva



Afe
Jugo de
Uva
1000cc.
\$3.490



100% Fruta



TAMM

Pack 6 Botellas de 1 Litro

Sabor: Uva

\$12.900

Tamaya ha desarrollado una línea única de jugos de uva varietal prensada: **Moscatel, Sauvignon, Malbec y Syrah**. Cada uno de estos jugos se elabora con las variedades de uva correspondiente a su nombre.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

4. Actores

En la línea de néctares, Watt's tiene oferta en uva. Corresponde a una gran empresa con una importante participación de mercado, presencia y distribución a lo largo y ancho del país.



Uva y Frutos Rojos

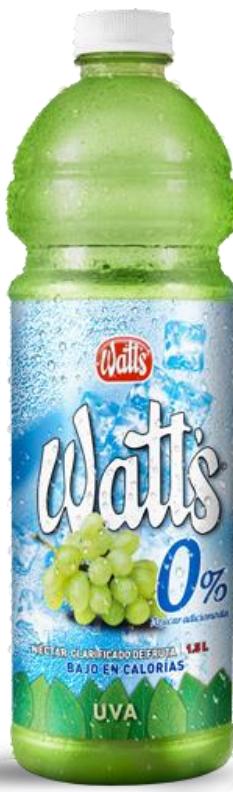
1,75 lt

Actores Mercado
Jugo de uva

Exprimido



Línea Néctares



Si bien, estos jugos se ofrecen en la página web de la empresa, no se encuentran en el mercado retail.

4. Actores

Otros Actores en el Mercado de los Bebestibles

Existe otro grupo de bebestibles que se producen en Chile, que compiten en la misma categoría de los jugos de fruta y que han aparecido en los últimos 3 años. Se dirigen a un público que busca una alimentación saludable en base a productos naturales. Sus precios fluctúan entre los \$1.600 y \$1.990 para envases entre 300 a 475 ml. Entre ellos:

1



Bebidas energéticas elaboradas en Chile con berries.

2



Bebidas de yerba mate adaptadas al gusto de los chilenos
Té helado
Té matcha

4. Actores

Otros Actores en el Mercado de los Bebestibles

3



Limonadas en diversos sabores.

4



TÉ COLD-BREW

Menor cantidad de cafeína que un té infusionado con calor, lo que ayuda a personas sensibles a la cafeína. La infusión en frío permite obtener un té de sabor mas suave y menos astringente, ya que no se extrae el amargor de los taninos, retiene de mejor manera los antioxidantes, vitaminas y minerales propios de la hoja de té.



5. Marco Legal del Mercado de Jugos en Chile

La siguiente sección indica y desarrolla el marco regulatorio para los jugos en Chile.
Considera los siguientes puntos:

- 5.1 Estructura regulatoria**
- 5.2 Normas de importación**
- 5.3 Pasos importación**
- 5.4 Etiquetado**

5. Marco legal

5.1. Estructura regulatoria

- En Chile el Reglamento Sanitario de los Alimentos establece la regulación para los jugos de fruta comercializados en el país. En el artículo 482 se establece la siguiente definición para este producto:

Artículo 482. Jugo o zumo puro de fruta u hortaliza es el producto sin fermentar, pero fermentable, pulposo, turbio o claro, destinado al consumo directo, obtenido por procedimientos mecánicos a partir de frutas u hortalizas maduras en buen estado y conservados exclusivamente por medios físicos. El jugo podrá haber sido concentrado y luego reconstituido con agua para conservar la composición esencial y los factores de calidad del mismo.



5. Marco legal

5.1. Estructura regulatoria

Establece además en el **Artículo 483** los siguientes requisitos para el **jugo o zumo puro de frutas**

- a. El contenido de sólidos solubles, con exclusión de los azúcares añadidos, será igual al contenido de sólidos solubles de la fruta u hortaliza madura de la que provenga;
- b. El producto deberá tener el color, aroma y sabor característicos de la fruta u hortaliza de origen. Se permitirá la restitución de los componentes volátiles naturales del jugo cuando hayan sido extraídos, con componentes volátiles exclusivamente naturales;
- c. Cuando el producto lo requiera podrá añadirse uno o más de los azúcares sólidos definidos en este reglamento, en una cantidad total que no exceda los 50 g/kg, excepto para frutas muy ácidas, en cuyo caso no deberá exceder de 200 g/kg de producto terminado.

5. Marco legal

5.1. Estructura regulatoria

- Entre las indicaciones menciona los siguientes límites de metales pesados permitidos para jugos de fruta.



LIMITES DE METALES PESADOS EN JUGOS DE FRUTA

METAL PESADO	LIMITE MÁXIMO (mg/kg de producto final)
Cobre	5
Estaño	150
Hierro	15
Plomo	0.3
Selenio	0.05
Zinc	5

5. Marco legal

5.1. Estructura regulatoria

- El Reglamento Sanitario de los Indica además límite para la Micotoxinas según el siguiente cuadro.



LIMITES DE MICOTOXINAS PARA JUGOS DE FRUTA

MICOTOXINA	ALIMENTO ASOCIADO	LIMITE
PATULINA	Jugo o zumos	50 ppb
OCRATOXINA	Jugos, zumos, néctares y concentrados de uva	5 ppb

5. Marco legal

5.2. Normas de importación

Se encuentran en el:

Reglamento Sanitario de los Alimentos (D.S. 977/96 del Minsal),

<http://www.dinta.cl/documentos-de-interes/reglamento-sanitario-de-los-alimentos-actualizacion-febrero-2021/>

El procedimiento de importación se inicia realizando los trámites ante la **Autoridad Sanitaria Región Metropolitana** (SEREMI de Salud R.M.), que son explicados en las siguientes láminas.

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

5.3.1. PROCEDIMIENTOS GENERALES

El procedimiento de importación se inicia realizando dos trámites ante la **Autoridad Sanitaria Región Metropolitana** (SEREMI de Salud R.M.):

- 1.- En primer lugar, solicitar un Certificado de destinación aduanera (**CDA**)
- 2.- Luego, solicitar la Autorización de uso y disposición de alimentos importados

Ambas solicitudes pueden ser autorizadas o rechazadas, dependiendo de si los productos que conforman la partida de importación, cumplen o no los requerimientos o exigencias de la reglamentación sanitaria vigente.

Se debe considerar:

1. Rechazo de la solicitud de internación de alimentos
2. Autorización para rotular en origen
3. Reingreso de alimentos

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

1.- CERTIFICADO DE DESTINACIÓN ADUANERA (CDA)

El Certificado Destinación Aduanera debe ser solicitado en la SEREMI de Salud coincidente con la jurisdicción de la oficina de Aduana por la cual hace ingreso el o los productos, mediante el formulario para tales efectos.

En la SEREMI de Salud R.M. existen dos vías para realizar este tipo de procedimientos:

1. Trámite en Línea
2. Personalmente en las Oficinas de Atención de Usuario

Cualquiera que sean las vías para obtener el CDA en la Región Metropolitana, la Autoridad Sanitaria solicita los siguientes:

- Factura del producto
- Copia de Resolución Sanitaria de la bodega destino autorizada
- Guía Aérea

2.- AUTORIZACIÓN DE USO Y DISPOSICIÓN

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

En la SEREMI de Salud R.M. existen dos vías para realizar este tipo de procedimientos:

- 2.1. Trámite en Línea.
- 2.2. Dirigiéndose a la Oficina de Atención de Usuario.

Se requerirá la siguiente documentación:

- Certificado de Destinación Aduanera
- Copia de Factura de Compra
- Copia de Resolución Sanitaria de la Bodega o Depósito autorizado
- Certificado Sanitario del país de origen del producto, válido para cada partida de importación o Certificado de libre venta de los productos
- Ficha Técnica emitida por el fabricante del producto en español, para los productos importados por primera vez al país o con cambio de formulación respecto a los importados previamente
- Rótulo o proyecto de rotulación con el formato que permita dar cumplimiento a lo dispuesto en el Reglamento Sanitario de los Alimentos (Decreto 977/96 Minsal)

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

5.3.3. PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS

Considerando el riesgo epidemiológico y la composición del Alimento, el historial de importaciones anteriores y posibles denuncias de infracciones de alimentos importados, se determina el trámite a seguir, pudiendo este ser:

Trámite directo

Una vez informado por parte del importador el arribo de la mercancía al país y analizados los antecedentes, la Autoridad Sanitaria de la jurisdicción donde se encuentra la bodega destino resuelve emitir la Resolución de autorización, sin mediar inspección del producto.

Trámite con inspección sin toma de muestra

Se realiza una inspección presencial de los productos en su lugar de almacenaje, para verificar y consignar, a lo menos, lo siguiente:

- Identificación del producto, incluyendo el CDA
- Características físicas al momento de la inspección
- Rotulación
- Condiciones de estiba
- Inspección de los registros de temperatura y medición de la temperatura del producto, cuando corresponda

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

5.3.3. PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS

De acuerdo al resultado de la inspección practicada la Autoridad Sanitaria, está facultada para proceder a la toma de muestra y su posterior análisis.

TRÁMITE CON INSPECCIÓN CON TOMA DE MUESTRA

Corresponde al procedimiento descrito en el punto anterior, al cual se agrega la toma de muestra de la mercancía para ser analizada de acuerdo a los parámetros establecidos. Las muestras deberán ser tomadas por personal técnico capacitado de la Autoridad Sanitaria R.M. y analizadas en los laboratorios de Salud Ambiental u otro laboratorio de análisis reconocido por la Autoridad Sanitaria.

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

5.3.3. PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS

AUTORIZACIÓN PARA ROTULAR EN ORIGEN

Conforme a lo estipulado en el artículo 107 letra m) del Reglamento Sanitario de los Alimentos (D.S. 977/96 del Minsal), los alimentos de importación habitual, podrán ser rotulados en el país de origen con el número y fecha de una resolución de autorización de uso y consumo anterior elegida para este propósito. Para estos efectos, se considerará importación habitual, aquel producto con tres importaciones previas sucesivas autorizadas.

A solicitud del interesado, expresada mediante carta al Secretario Regional Ministerial de Salud R.M., la Autoridad Sanitaria podrá emitir, si los antecedentes así lo ameritan, una resolución que autorice para rotular en origen y que sirva como referencia para importaciones posteriores. Sin embargo, cada una de las partidas de importación deberá ser autorizada de acuerdo a los procedimientos descritos precedentemente.

Para obtener esta autorización el importador deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Carta solicitud enviada por el interesado
- Copia de la Resolución de Autorización de Uso y Consumo del alimento que se quiere adoptar como referencia
- Etiquetas, envases o proyecto de rotulo de los productos con el formato que permita dar cumplimiento a la normativa nacional
- Cancelación del ítem respectivo establecido en el Arancel de Prestaciones de Salud Ambiental (ítem. 2.2.3. otras certificaciones).

5. Marco legal

5.3. Pasos de importación

Procedimiento para importación de jugos a Chile

Mayor Información

5.3.4. Glosario

CDA CERTIFICADO DE DESTINACIÓN ADUANERA

Consiste en una Resolución emitida por la SEREMI de Salud, correspondiente al lugar en que se encuentra ubicada la Aduana por la cual ingresaron los productos, la que autoriza el retiro y transporte de las mercaderías, desde los recintos aduaneros a la bodega o depósito autorizado donde serán almacenados los productos.

Dicho Certificado de Destinación Aduanera debe indicar la dirección de la bodega debidamente autorizada, ruta y condiciones de traslado de las mercaderías.

AUTORIZACIÓN DE USO Y DISPOSICIÓN DE ALIMENTOS IMPORTADOS

Consiste en una Resolución emitida por la SEREMI de Salud, correspondiente a la jurisdicción donde se encuentra ubicada la bodega que almacena las mercaderías, instrumento en virtud del cual se autoriza o rechaza al importador el uso, venta, consumo, cesión y disposición de los productos importados. Previo a tal autorización la Secretaría Regional Ministerial de Salud R.M., inspeccionará y/o someterá a análisis de laboratorio dichos productos para comprobar que cumplan con la normativa sanitaria vigente.

<http://www.dinta.cl/documentos-de-interes/reglamento-sanitario-de-los-alimentos-actualizacion-febrero-2021/>

5. Marco legal

5.4. Etiquetado

El Reglamento Sanitario de los Alimentos de Chile (RSA) establece los requisitos de:

- 1.- Etiquetado general
- 2.- Etiquetado frontal y
- 3.- Etiquetado nutricional

5. Marco legal

5.4. Etiquetado

1.- Etiquetado General

Es la información relacionada con la identificación del:

- productor (nombre o razón social, domicilio, etc.),
- las condiciones productivas (lote, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, etc.), y
- la información propia del producto (nombre del alimento, contenido neto, etc.).

Los productos deben rotular obligatoriamente la siguiente información:

1. Nombre del Alimento.

2. Contenido Neto

del alimento (sin considerar el peso del material de empaque/envase).

3. Nombre o razón social y domicilio
del fabricante, procesador, envasador o distribuidor, según sea el caso.

4. País de origen.

5. Número y fecha de la resolución
y nombre del Servicio de Salud que autoriza al establecimiento que elabora o envasa el producto o que autoriza su internación.

6. Fecha de elaboración o envasado:
se sugiere el formato día, mes y año (dd/mm/aa), aunque puede estar en otro formato según lo indica el RSA.

7. Número de lote de producción
o cantidad determinada de un alimento/ producto producido en condiciones esencialmente iguales clasificable dentro de un mismo grupo.

8. Fecha de vencimiento
se sugiere el formato día, mes y año (dd/mm/aa), aunque puede estar en otro formato según lo indica el RSA, o bien se puede indicar el plazo de duración.

9. Instrucciones de almacenamiento.

10. Instrucciones para su uso.

11. Listado de ingredientes, incluidos los aditivos.



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

5. Marco legal

5.4. Etiquetado

2.- Etiquetado Frontal

La regulación Chilena establece en Artículo 120 bis, directrices para el etiquetado frontal.

Este etiquetado aplicara al jugo de uva, cuando se le adicione azúcar o azúcares y supere el límite por 100 ml de producto indicado en la Tabla 3 para alimentos líquidos esto es 5g/100ml.

Si el producto supera el valor límite, se debe indicar con un octógono negro con letras blancas la leyenda ALTO EN AZÚCARES en la cara principal de la etiqueta siguiendo las directrices gráficas indicadas por el Ministerio de Salud.

Tabla N°1: Límites de contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos.¹¹²

111 Artículo agregado, como aparece en el texto, por el Art. 1º, N° 6) del Dto. 13/15 del Ministerio de Salud, publicado en el Diario Oficial de 26.06.15

112 Nota: El artículo 2º transitorio del Decreto N° 13/15 del Ministerio de Salud, dispone:

Artículo 2º. Sin perjuicio de lo indicado en el artículo 1º transitorio de este decreto, los límites de contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas indicados en la Tabla N° 1 del artículo 120 bis entrarán en vigencia en forma progresiva, según se indica en las Tablas N° 2 y N° 3 siguientes:

Tabla N°2: Límites de contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos sólidos:

Nutriente o Energía	Fecha de entrada en vigencia *	24 meses después de entrada en vigencia **	36 meses después de entrada en vigencia***
Energía kcal/100 g	350	300	275
Sodio mg/100 g	800	500	400
Azúcares totales g/100 g	22,5	15	10
Grasas saturadas g/ 100 g	6	5	4

* Fecha de entrada en vigencia: 27.06.2016

** Fecha de entrada en vigencia: 27.06.2018

*** Fecha de entrada en vigencia: 27.06.2019

Tabla N°3: Límites de contenido de energía, sodio, azúcares totales y grasas saturadas en alimentos líquidos:

Nutriente o Energía	Fecha de entrada en vigencia *	24 meses después de entrada en vigencia**	36 meses después de entrada en vigencia***
Energía kcal/100 ml	100	80	70
Sodio mg/100 ml	100	100	100
Azúcares totales g/100 ml	6	5	5
Grasas saturadas g/ 100 ml	3	3	3

* Fecha de entrada en vigencia: 27.06.2016



5. Marco legal

5.4. Etiquetado

3.- Etiquetado Nutricional

Comprende toda la información sobre las características nutricionales del alimento.

Los parámetros obligatorios que se deben declarar en la información nutricional son los siguientes:

- **Energía**, expresado en calorías (Kcal).
- **Proteínas**, expresado en gramos (g).
- **Grasas totales**, expresadas en gramos (g).
Si el alimento contiene 3 o más gramos de grasas totales por porción de consumo habitual, deberá declararse además los siguientes parámetros:
 - *Ácidos grasos saturados, expresados en gramos (g).
 - *Ácidos grasos monoinsaturados, expresados en gramos (g).
 - *Ácidos grasos poliinsaturados, expresados en gramos (g).
 - *Ácidos grasos trans, expresados en gramos (g).
 - *Colesterol, expresado en miligramos (mg).
- **Hidratos de carbono disponibles**, expresados en gramos (g).
- **Azúcares totales**, expresados en gramos (g).
- **Sodio**, expresado en miligramos (mg).

5. Marco legal

5.4. Etiquetado

3.- Etiquetado Nutricional

La tabla nutricional de **Chile** debe estar expresada en 2 columnas una por **100 ml** y otra por **porción de consumo habitual**, que generalmente para los alimentos tipo jugo de uva es de **200 ml**

Considerando que la tabla nutricional de **Brasil** es diferente, se debe adaptar a norma chilena.

Tabla Nutricional exigida por norma Chilena

Porción: 1 vaso (200ml)

Porciones por envase: 5

	100ml	1 Porción
Energía (kcal)	20	40
Proteínas (g)	0g	0g
Grasa Total (g)	0g	0g
H de C Disp. (g)	4.7	9.4
Azúcares Totales (g)	4.6	9.2
Sodio (mg)	≤18	≤36

Tabla Nutricional exigida por norma Brasilera

Tabela Nutricional

	% VD (*)
Calorias (valor energético)	101,64 kcal
Carboidratos líquidos	24,92 g
Carboidratos	24,92 g
Proteínas	0,50 g
Gorduras totais	0,00 g
Gorduras saturadas	0,00 g
Fibra alimentar	0,00 g
Sódio	0,00 mg

(*) % Valores Diários de referência com base em uma dieta de 2.000 kcal ou 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas.

5. Marco legal

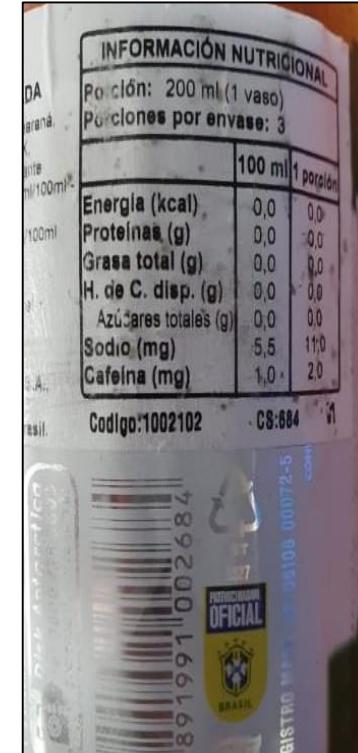
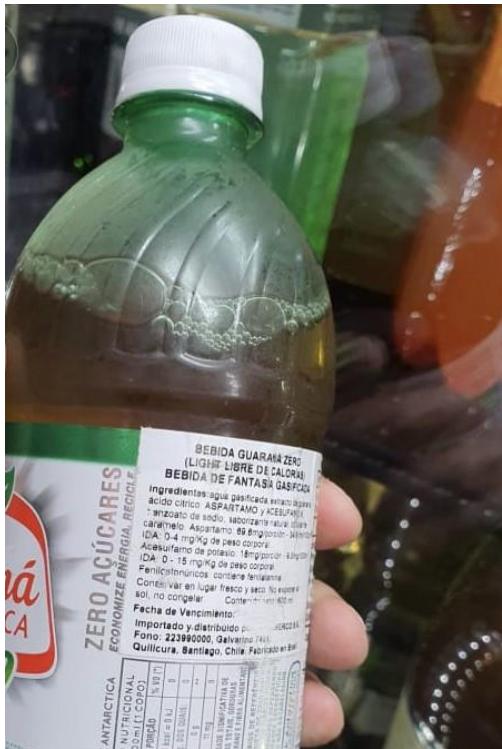
5.4. Etiquetado

Proyecto de Rótulo

El Artículo 108 establece la obligatoriedad para productos importados que contengan información en la etiqueta en un idioma distinto al español.

La regulación indica colocar una etiqueta adhesiva blanca al dorso de la etiqueta principal con toda la información solicitada por regulación chilena.

Ejemplo Proyecto de Rótulo de una bebida brasilera comercializada masivamente en Chile.





6. Tendencias del Mercado de Jugos en Chile

6. Tendencias

Dentro de las tendencias en los jugos se destacan las siguientes:

En esta sección se analizan las tendencias relacionadas con los jugos en Chile.



Jugos Sin



Jugos Funcionales



Aguas saborizadas



Batidos de fruta



Jugos Exóticos



Jugos Prensados



Nuevos Envases



Diferenciación



Economía circular

6. Tendencias

6.1. Jugos Sin



En esta categoría se encuentran los jugos sin:

- Azúcar
- Agua añadida
- Preservantes
- Aditivos
- Saborizantes
- Colorantes
- Alergenos
- Sodio
- Lactosa
- Gluten
- Sellos



100% jugo, 100% natural, 100% fresco

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

6. Tendencias



Tremo: primera línea de jugos en base Colágeno Hidrolizado

6.2. Jugos Funcionales

En esta categoría se encuentran los jugos que además de nutrir, entregan una funcionalidad relacionada a alguno de sus componentes. Se citan como ejemplos, las siguientes:

Además de su funcionalidad, las distintas marcas se han encargado de entregar mensajes alusivos a sus efectos.



6. Tendencias



Otra categoría que ha marcado tendencias son las Kombucha.

Corresponde a una bebida fermentada de los antiguos chinos, que es naturalmente rica en prebióticos y probióticos.

6.3. Aguas Saborizadas

6. Tendencias



Agua saborizada y a la vez, funcional.



Se encuentran en el mercado chileno bebestibles en base a agua purificada con adición de concentrados de jugos de diversos sabores, que han tenido una excelente acogida por los consumidores.



Sachet de concentrados de fruta para preparar aguas saborizadas.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

6. Tendencias

6.4. Batidos de frutas

Dentro de las nuevas alternativas de bebibles, se encuentran los Batidos o Smoothies, de diversos sabores, combinaciones y formatos.

Los más solicitados son en base a los berries producidos en Chile: frutillas, frambuesas, moras y arándanos.



6. Tendencias

6.5. Jugos Exóticos

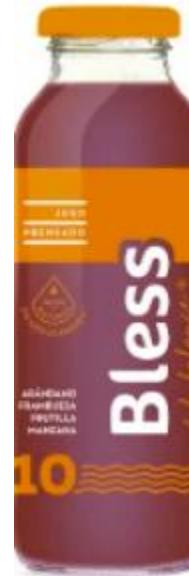
El consumidor no quiere el típico jugo de naranjas, ahora da preferencia a las frutas exóticas, las hortalizas y hasta las hierbas. En todas sus posibles combinaciones!



Estos productos responden como respuesta al creciente número de personas con dietas flexitarianas y veganas.

6.6. Jugos Prensados

6. Tendencias



La mayor línea de crecimiento de los jugos en Chile, ha estado en esta categoría, apareciendo un sinfín de marcas y combinaciones de sabores, que además hacen alusión a los estados de ánimo.



6. Tendencias

6.7. Nuevos Envases

Los envases son un elemento fundamental a la hora de llamar la atención del consumidor...tanto desde la funcionalidad como del cuidado al medio ambiente.



Envases
reciclables



Nuevo
plástico
RPET



Envases con
dispensadores



Envases
familiares

6.7. Nuevos Envases

6. Tendencias



Tamaya, con su línea premium de jugos de Empresas Iansa, lanzó recientemente el formato **Mini Latas de 200 ml**, con un tamaño y precio más convenientes orientado a un consumo “*on the go*” o de conveniencia, al ser la lata un envase que, es seguro, no se rompe, pesa menos que el vidrio y es 100% recicitable.

Este innovador envase, le permitió a Jugos Tamaya establecer un modelo donde exportará y comercializará en forma directa todo su catálogo de productos en la plataforma de Amazon en los Estados Unidos.

Este nuevo formato, permite vender de manera competitiva y segura los jugos en plataformas de E-Commerce a nivel nacional e internacional.

6.8. Diferenciación

6. Tendencias

Cada marca quiere entregar al consumidor un sello diferenciador, mostrando sus cualidades y atributos.



Libre de
Lactosa



Apto para
APLV



Libre de
Soya



Vegano



Vegetariano



ALTA
DENSIDAD
NUTRICIONAL



100%
RAW



6. Tendencias

6.9. Economía Circular

Las empresas de jugos están realizando un conjunto de acciones de sustentabilidad.



Por ejemplo, la empresa **Green Beats**, apoya a Cáscara Foods, entregando manzanas post prensado, quienes las utilizan para la producción de prebióticos a base de fibra de manzana; asegurando de esta forma una producción libre de desperdicios.

Asimismo, en alianza con la chocolatería La Fete, Green Beats recibe las cáscaras de las naranjas que desecha la tienda de chocolates, de sus famosas naranjitas, y las transforma en frescos jugos de naranja.

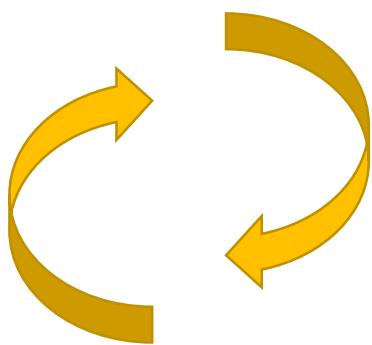
También tienen el primer envase recicitable del mercado nacional de jugos.



Fuente: Estudio
Economía Circular
UC Davis para
ODEPA, 2019.

6. Tendencias

6.9. Economía Circular



La mayoría de estas acciones aún son de carácter voluntario por las empresas, atendiendo a las exigencias de los consumidores.

Existen algunas legislación al respecto que constituye un avance para facilitar la economía circular, como:

- Ley REP: donde las empresas deben hacerse cargo de sus envases y embalajes.
<https://mma.gob.cl/wp-content/uploads/2017/03/acuerdo-N-5-ley-20920.pdf>
- Decreto Supremo N°148/2003 del Ministerio de Salud, Reglamento Sanitario de Manejo de Residuos Peligrosos
<https://economiacircular.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2021/03/Estrategia-Nacional-de-Residuos-Organicos-Chile-2040.pdf>
- DIA: Declaración de impacto ambiental, Si el proyecto no genera ni presenta ninguno de los efectos, características o circunstancias establecidas en el art. 11 de la [Ley sobre las Bases de Medio Ambiente](#).



7. Segmentación del Mercado de Jugos en Chile

7. Segmentación

La segmentación para los jugos en Chile se puede realizar de acuerdo con las siguientes categorías:

Tipo de Consumidor

- Categoría Salud y Bienestar

Tipo de Producto

- 100% naturales
- Néctares
- Jugos prensados

Rango de Precio

- Según categoría
- Formatos
- Tipo de productos

En esta nueva sección, se realiza una caracterización por segmento de los jugos en Chile.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

7. Segmentación

Tipo de Consumidor

Público objetivo principalmente orientado a una mayor preocupación por la alimentación saludable.



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

7. Segmentación



7. Segmentación

Segmentación Socio Económica

- Los **jugos 100% fruta** son consumidos preferentemente por el segmento que posee un mayor poder adquisitivo en Chile. Este grupo tienen una orientación muy marcada a buscar productos de mayor calidad. Es un consumidor más exigente, mejor informado y que sabe que tiene derechos y exige a las empresas que se les respete. Se venden en retail y toda tienda de alimentos saludables, así como en los canales on line.
Existe otro tipo de consumidor que es el que compra este tipo de jugos en sus formatos individuales, en tiendas del tipo de conveniencia (OK Market, Oxxo, Pronto, como ejemplos), y consiste en una compra de oportunidad. En este caso no se rige por una segmentación socio económica.
- El **Néctar** apunta a un segmento masivo, con un producto de menor precio pero no así de menor calidad, si no es otro tipo de producto que se reconstituye a partir de un jugo concentrado. Venta principalmente en retail y tiendas de conveniencia.
- Los **Jugos Prensados** también apuntan a un nicho con mayor poder adquisitivo y busca la alimentación saludable, y generalmente adquiere este producto a través de la web y en tiendas saludables, como de conveniencia.
- Los **Otros Bebestibles** que han aparecido en los últimos 3 años, se dirigen al público que busca una alimentación saludable, por lo que comparten el nicho de los jugos 100% fruta, así como sus canales de venta.

7. Segmentación

Rango de Precio

100% Naturales

Precios entre \$2.500 y \$3.600

Néctar

Valores en el rango de \$900 y \$1600

Jugos Prensados

Precios sobre \$4.000

Otros bebestibles

No existen formatos de 1 lt. Sólo menores.

Para tener una referencia de los precios de los jugos de fruta, se realiza una comparación entre las distintas categorías para 1 litro de producto.

Esta segmentación se realiza en base al mercado de los jugos en Chile, en función de antecedentes previos, análisis de los precios del retail y de sitios on line, información secundaria y entrevistas a especialistas.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

7. Segmentación

Rango de Precios

En la siguiente tabla se indican precios de los distintos bebestibles en sus diversos formatos.

Formato	Jugos 100% Fruta	Néctar	Prensados	Otros bebestibles
Precios en \$ Chile				
190 ml	-	290	-	-
200 ml	900 - 1600	260 - 350	1600	-
300 ml	1100 - 1350		2250	1700 – 1990
340 ml	2000		-	-
475 ml	-		2600	1600
500 ml				2700 – 3200
900 ml	2100			-
1,5 lt.	3700	1300 - 1500	4600	-
1,75 lt.	3450		-	-
2 lt.	-	1400 - 1500	-	-
3 lt.	5800	-	-	-
5 lt.	12000	-	-	-

8. Comercialización del Mercado de los Jugos en Chile

8. Comercialización



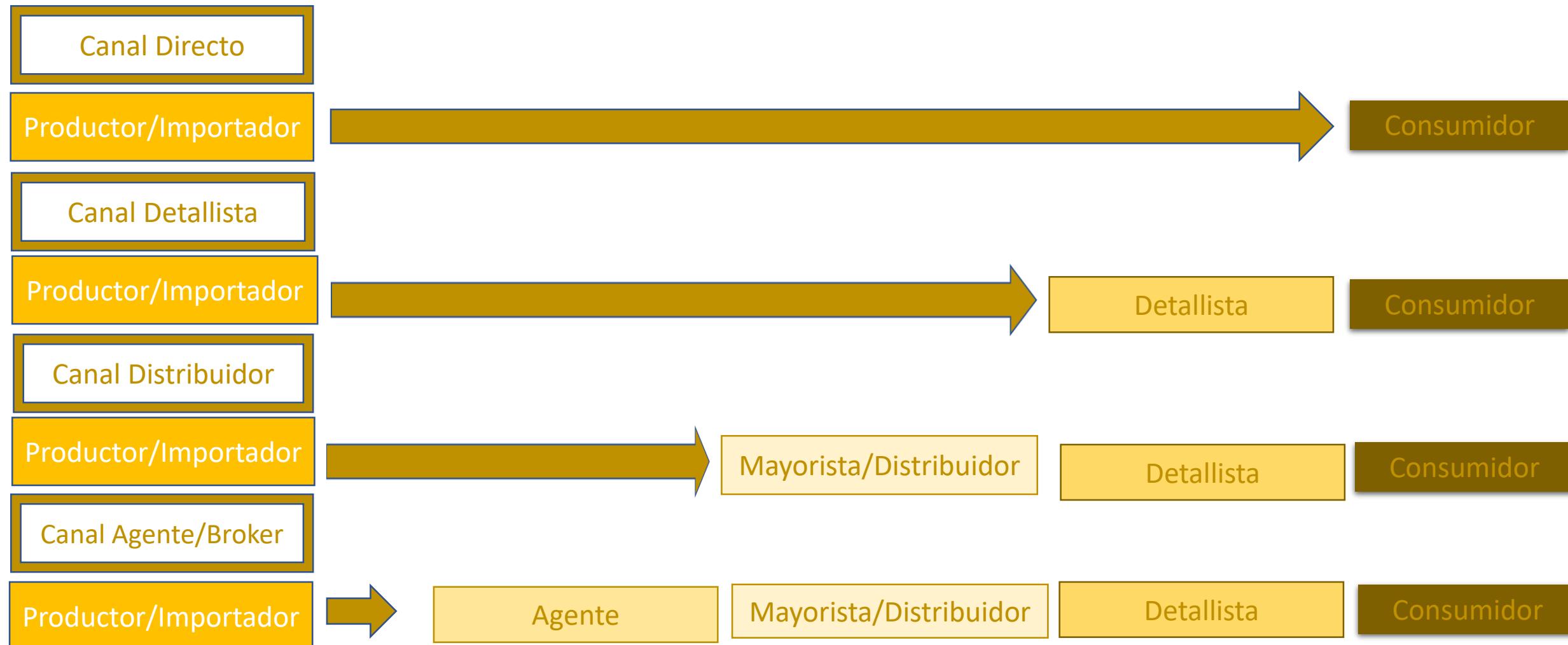
La sección 8 analiza la comercialización de los Jugos en Chile.

Incluye los puntos de:

- 8.1. Logística
- 8.2. Canales de venta
- 8.3. Distribución
- 8.4. Importadores

8. Comercialización

Esquema de Distribución Agentes involucrados en la cadena de valor



8. Comercialización

Agentes y rol de los involucrados en la cadena de comercialización

Canal Directo

Es quien produce el jugo

Canal Detallista

Es el canal que vende directo al consumidor, se refiere a tiendas pequeñas y supermercados

Detallista

Canal Distribuidor

Es el que vende por mayor, es decir en volúmenes mayores para ser vendidos a tiendas menores o quien quiera comprar por mayores cantidades

Mayorista/Distribuidor

Canal Agente/Broker

Agente

Es un intermediario entre el productor y el distribuidor

8. Comercialización

8.2. Canales de venta de jugos en Chile

En esta lámina se presentan los canales de venta de los jugos en Chile

- Supermercados
- Minimarkets
- Tiendas de bienestar (venta de alimentos saludables)
- Tiendas gourmet
- Tiendas de conveniencia
- Empresas regalos corporativos
- Farmacias
- Mayoristas

- Cafeterías
- Restaurantes
- Bares
- Hoteles
- Clubes
- Gimnasios
- Peluquerías

- Ventas On Line

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

8. Comercialización

8.2. Canales de venta de jugos en Chile

Supermercados

Walmart



SMU



TOTTUS



Cencosud



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

8. Comercialización

8.2. Canales de venta de jugos en Chile



Supermercado Organisk



Tiendas de bienestar
(venta de alimentos
saludables)
Tiendas gourmet

Este segmento de tiendas representa una gran vitrina para la comercialización de jugos en Chile. Son numerosas las tiendas de esta categoría que existen a lo largo del país. Todas además, realizan ventas on line.



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

8. Comercialización

8.2. Canales de venta de jugos en Chile



Tiendas de conveniencia

8. Comercialización

8.2. Canales de venta

Ventas
On Line



<https://www.supermercadodiez.cl/>



<https://www.labarra.cl/>



<https://www.centroabasto.cl/>



<https://larosasofruco.cl/collections/jugos-1>

En cuanto a la comercialización on line, existen numerosos sitios que ofrecen estos productos.

Tanto sitios de las mismas empresas productoras de jugos, como tiendas especializadas en bebéstibles, intermediarios y distribuidoras.

En el último tiempo también los importadores están vendiendo directamente sus productos a través de sus páginas.

Refrescos.cl

AriZona ORIGINAL BRAND

<https://www.arizone.cl/>

Coca-Cola ANDINA

<https://www.cocacoladechile.cl/productos/andina-del-valle>

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

8. Comercialización

Se destaca una interesante forma de comercialización por Suscripción Mensual que han desarrollado algunas empresas de jugos prensados.



Y la empresa Living Juice dio un paso más, creando un Club de Beneficios para sus suscriptores que abarca:



Descuentos



Facilidad de pago



Sorpresas y regalos



Nuevos productos



Despacho gratis

SUSCRIPCIÓN MENSUAL (24UN DE 355ML)

~~\$62.400~~ \$46.900

Si has incorporado tus Jugos del Paraíso® a tu alimentación diaria esta suscripción es para ti.

Elige tus 24 botellas, entrega semanal de 6 exquisitos Jugos del Paraíso durante 4 semanas:



break of point
NATURAL ATTITUDE



8. Comercialización



Los jugos también se venden en máquinas expendedoras ubicadas en lugares estratégicos como metro y hospitales.

Máquina de Snacks Saludables

8. Comercialización

8.3. Distribución

Se presenta como ejemplo, la distribución de las ventas por distinto tipo de canal, para una importante empresa de Chile.

Año 2020

Canal	Mix
Supermercados	60%
Tradicional (Tiendas de conveniencia, botillerías y tiendas bienestar y gourmet)	15%
On line	20%
Mayorista	5%

Esta empresa se encuentra poniendo foco en el desarrollo de distribuidoras y el canal tradicional, donde el trabajo de ventas deben realizarlo punto por punto y una vez captado el cliente, ya logran su fidelización.



Destaca el cambio en las formas de ventas el año 2020 producto de la pandemia.

8. Comercialización



8.3. Distribución

El principal canal de distribución en Chile, corresponde a los supermercados quienes concentran entre el 60% y 65% de las ventas totales de jugos y en especial de los néctares en Chile.

Este canal tiene la ventaja que permite la exhibición masiva de los jugos y néctares, sin embargo, los costos asociados para estar visible son importantes, y los debe asumir la empresa productora.

El canal on line de los supermercados ha presentado en el año 2020 y lo que va del 2021 un significativo crecimiento por efectos de la pandemia.



8. Comercialización

8.4. Importadores

Existen en Chile una gran cantidad de importadores y distribuidores manejando marcas de distintos orígenes y cada vez se incorporan nuevos al mercado.

Se indican como ejemplos:

Cabe destacar que estos importadores debido a la pandemia, desarrollaron la venta on line directa a consumidor final.



Amerindia Foods
Tesoros gastronómicos



8. Comercialización

8.4. Importadores

En cuanto a importadores y distribuidores de **jugos de uva**, se encuentran:

worldberries



Importa :
Jugo Néctar
Concentrado de Uva
Juss
330 ml
(caja x 12 und.)
\$ 7,800
Origen: Turquía

JUMBO

Importa :

Jugo orgánico uva 1.89 L

1 un Londa

\$ 2.999

Origen: Perú



KIOS Club
AMERICAN SUPERMARKET



Importa :
Jugo 100%
Uva
2,84 lt.
\$ 9,900
Origen: USA

Escocia

Importa :
Bebestible con jugo de
uva y semillas de
albahaca
\$ 600
Origen: UK



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

8. Comercialización



Importa :

Jugo Sac's de uva OFK
Origen: Corea

\$990 **\$690**

Distribuidores y Detallistas de Sac's



238 ml
\$510

8.4. Importadores

Big Chile Ltda.



Importa :
Néctar de uva
680 ml
Origen: Estados Unidos
\$ 1.180 y \$1.410
\$ 14.000 precio por 12 Latas

<https://www.arizone.cl/products/nectar-sabor-uva-lata-680ml>

Algunos Distribuidores y Detallistas de Arizona



8. Comercialización

8.4. Importadores

La empresa



ya importa **marcas brasileras** de jugo de uva a Chile.



JUGO DE UVA ALIANÇA
PREMIER TINTO INTEGRAL
VD 450MLS

\$1.584



JUGO DE UVA ALIANÇA
PREMIER BLANCO
INTEGRAL VD 450 ML

\$1.584



JUGO DE UVA ALIANÇA
PREMIER TINTO INTEGRAL
TP 1.000MLS

\$2.375

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

8. Comercialización



Comercializa directamente en su página web y a través de Tremus.

Orgánico

1 lt.
\$4.600



FAMILIA SALTON
\$5.900

1.5 lt.

Distribuidor





9. Marketing del Mercado de los Jugos en Chile

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

9. Marketing

La sección número 9 realiza un detallado análisis del Marketing de los Jugos en Chile.

El marketing es fundamental en el segmento **Jugos**.

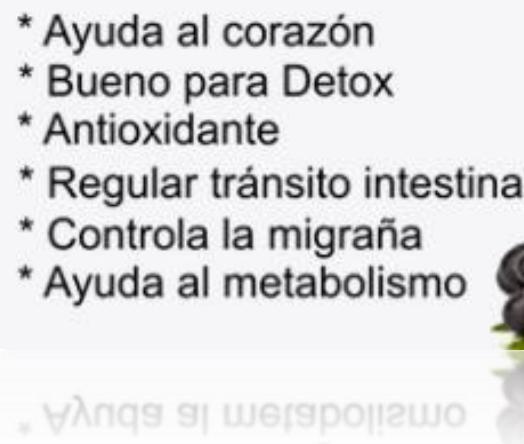
Las campañas publicitarias para comunicarse con los clientes usan diversas plataformas como TV Cable, TV Abierta, RRSS, E-commerce, puntos de venta y vía pública.

Existen 2 palabras que se repiten en la publicidad para los jugos y son **“Natural”** y **“Fruta”**. Las campañas se orientan a destacar las propiedades naturales de los productos.



Textos Originales
de Publicidad

9. Marketing



Con relación a la publicidad de los **Jugos de Uva**, no existe una campaña específica para ellos, sólo se centran en destacar sus propiedades saludables, como lo hacen muchas otras frutas.

Beneficios: El jugo de uva natural Relaja los vasos sanguíneos. Las uvas incrementan la secreción de bilis, fortalecen la circulación, estimulan los centros nerviosos y proporcionan vigor y pureza a la sangre. Son ricas en ácidos libres, poseen propiedades antiinflamatorias y son buenas reguladoras de las secreciones.

9. Marketing



Es el segmento de las redes sociales donde actualmente se realizan las diferentes promociones a lo largo del año, usando diversas herramientas para llamar la atención de los consumidores, entre ellas, formatos, presentaciones, indicando orígenes, apostando a la sustentabilidad. También son muy frecuentes los regalos adicionales y los concursos.

PROGRAMAS DETOX

30% OFF
por la compra
de 2 cajas o más
(formato 1 litro)



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

9. Marketing

Una de las formas que han usado las empresas de Jugos para llamar la atención de los consumidores, ha sido la contratación de “rostros de tv”, deportistas de alto rendimiento, modelos e influencers.



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

9. Marketing

El perfil de los influencers para los Jugos de Fruta han sido de preferencia profesionales involucrados con la salud, como nutricionistas, profesores de educación física y pilates e instructores de yoga. Ellos dan testimonio de los saludable y nutritivo de este tipo de productos.



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

9. Marketing

Todas las empresas de jugo realizan diversas campañas de oferta de jugos, realizando descuentos por volumen principalmente.



Caja embalaje 12 x 300 ml

12 botellas de 300ml c/u

Diversidad de ofertas y formatos



JUGOS
Pack Love Orange 475 ml Original
\$14.280



-14%



PACK ACTIVA TUS
DEFENSAS 12 X 473 ML

\$34.990 **\$29.990**



MERCADO DE JUGOS EN CHILE

9. Marketing

Diversidad de ofertas

Las empresas de jugos realizan diversas campañas de marketing para atraer al consumidor. Algunas entregan premios y otras incentivan al consumidor con diferentes motivos y a través de ofertas dirigidas a cierto grupo de consumidores.



10. Conclusiones del Mercado de los Jugos en Chile

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

La sección número 10, presenta las conclusiones del mercado de los jugos en Chile.

10. Conclusiones Mercado Chileno:

Consumidor cada vez es más exigente e informado, apunta a lo natural y a la calidad de lo que compra, preocupado por su salud.

Uno de los factores de decisión de compra, actualmente son los sellos en los productos, que indican si son altos en nutrientes críticos.

La oportunidad que han tenido los chilenos de viajar hacia nuevas latitudes los llevó a conocer nuevas frutas y marcas de jugos extranjeros.

La compra de jugos *on line* es una nueva forma de acceder a una amplia gama de oferta, en especial a los jugos que se producen en las regiones de Chile.

Hay gran inversión en publicidad en especial de las principales marcas de Chile, donde el consumidor ha respondido positivamente con su consumo.

Las redes sociales son el principal medio para acercar a un nuevo público consumidor.

La visibilización de marcas ha sido realizada por los “influencers de Chile”, en especial en el segmento de deportistas de alto rendimiento y modelos publicitarias, más personajes de televisión local.

10. Conclusiones Mercado Chileno:

Ha existido una interesante explosión en la producción de jugos locales, con una gran variedad en cuanto a las especies, sus mezclas, calidad, orígenes y formatos.

Los envases son clave en el mercado de los jugos, tanto por lo atractivo por su practicidad. Muchos apuntan a lo amigable con el medioambiente.

Con relación a los jugos importados, han aportado con interesantes productos y variedad en cuanto a especies y formato y contribuyen a la diversidad de la oferta nacional.

Los jugos de berries y sus combinaciones con otras frutas, han sido muy apetecidos por los chilenos en los últimos años, tanto por el sabor como por los antioxidantes que ofrecen.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

10. Conclusiones Mercado Chileno:

Siendo Chile un gran productor de uva fresca, vino, jugo concentrado de uva a granel, la participación de mercado a nivel de consumidor final en Chile de jugos de uva es menor.

Ha habido varias iniciativas de las empresas grandes de llevar el jugo de uva a un volumen mayor y sacarla de su condición de nicho, y no han sido exitosas.

Las razones, usos y costumbres de la población que pueden ver en la uva un producto que se consume fresco o como vino.

El jugo de uva no está dentro de los preferidos de los chilenos, quienes prefieren una buena copa de vino, frente a un vaso de jugo de uva.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

10. Conclusiones Mercado Chileno:

Relacionada a los jugos de uva de Brasil



- Los jugos de uva de Brasil que están presentes en Chile, no se diferencian de su competencia desde la mirada de transmitir un mensaje característico y especial.
- No tienen ningún tipo de publicidad asociada.
- Se encuentran en pocas tiendas y entre una gran variedad de oferta, tanto de Chile como importada.

11. Evaluación de Oportunidades del Mercado de Jugos en Chile

11. Evaluación de oportunidades

Aunque los ingresos de los chilenos se han visto afectados por el impacto de Covid-19, están aprovechando la oportunidad de cambiar sus preferencias de consumo hacia la calidad de los alimentos, de acuerdo a la encuesta Customer Trigger, lo que muestra una interesante oportunidad para productos naturales con un atractivo fresco, como lo son los jugos de fruta.

Y si bien el consumo de jugos de fruta en Chile ha ido en franco aumento, y hay una clara preferencia de los consumidores hacia lo natural y 100% fruta, es tan grande la oferta chilena tanto en diversidad y calidad, tanto por los jugos producidos en el país como por lo importados, que ofrecer una gamma de jugo de uva de Brasil sería una gran apuesta.

MERCADO DE JUGOS EN CHILE

11. Evaluación de oportunidades

Una de las opciones para el jugo de uva de Brasil, podría darse con la exportación del jugo a granel y envasar en Chile con una marca especial de Brasil.

Otra interesante alternativa podría darse para el segmento de marcas propias, que se encuentran desarrollando algunas empresas del retail chileno.

11. Evaluación de oportunidades

El jugo de uva de Brasil deberá competir con:

- Otros jugos 100% frutas
- Bebidas energéticas
- Isotónicas
- Bebidas colas
- Aguas saborizadas
- Té helado
- Jugos prensados
- Infusiones
- Pulpas congeladas
- Smoothies
- Kombuchas
- Limonadas
- Bebidas Aloe
- Jugos frutas nativas de Chile

Los que están presentes en una gran variedad de:

- **Sabores**
- **Formatos**
- **Precios**
- **Ofertas**

Considerar una relevante competencia local





MERCADO DE JUGOS EN CHILE

11. Evaluación de oportunidades

Se seleccionaron dentro de las alternativas de jugos existentes en Chile, a los 2 principales competidores con el jugo de uva de Brasil serían:



Que si bien no se trata del mismo producto, ocupan el mismo nicho de mercado, y se destacan en Chile por su calidad y características organolépticas, dentro de la gran oferta existente.

11. Evaluación de oportunidades

El costo oportunidad es alto, considerando las inversiones en conocimiento del mercado local, aspectos regulatorios, logística, y sobre todo en publicidad.

Será necesario demostrar que el jugo de uva de Brasil, es diferente a los jugos de uva que se han comercializado en Chile, indicando fuertemente sus atributos en sabor y aroma. Sería interesante usar para una campaña de publicidad, los estudios de las universidades brasileras que demuestran los beneficios de su jugo de uva .

Entendiendo que se debería cambiar el concepto del consumidor de Chile sobre el jugo de uva, lo que llevará tiempo y un elevado costo.

ESTUDIO DEL MERCADO DE JUGOS DE FRUTA/UVA EN CHILE

ESTUDIO PREPARADO PARA LA
EMBAJADA DE BRASIL EN CHILE
POR
CEO FOOD REGULATION SPA

Mayo 2021