



MINI
BOOK
eureka

BEBESTIBLES

N° 58

MAYO - JUNIO 2015



Desde 2004 expertos en información secundaria estratégica

NUMERO 58

Bebestibles

Mayo - Junio 2015

Temario

Bebidas refrescantes

Aguas envasadas

Bebidas Energizantes y Deportivas

Jugos, néctares y bebidas
con sabor a jugo

Productos lácteos líquidos

Bebidas alcohólicas

Vinos

Cervezas

Otras bebidas alcohólicas

contacto@eurekadt.com

www.eurekadt.com

Bebidas refrescantes

“Los grandes amores comienzan con champán y terminan con una infusión”

Honoré de Balzac

El año 2012, habían 204 empresas que se dedicaban a la elaboración de bebidas refrescantes o no alcohólicas, las cuales contaban con **9.821** trabajadores y ventas por **UF 85 millones**.

I Fuentes: Fundación Chile, SII I

Consumo nacional de bebidas refrescantes

Año 2013 **2.815 millones de litros**

(crecimiento **4,7%** respecto al año anterior)

Según categoría

Gaseosas	73,8%
Agua envasada	13,9%
Jugos y néctares	10,9%
Bebidas para deportistas	1,0%
En base a té	0,1%

I Fuentes: ANBER, La Tercera I

Participación bebidas refrescantes En las ventas de cada canal

60%	Almacenes
21%	Supermercado
17%	Hipermercado
16%	Mayoristas
16%	Bodega de descuento
13%	Ferias

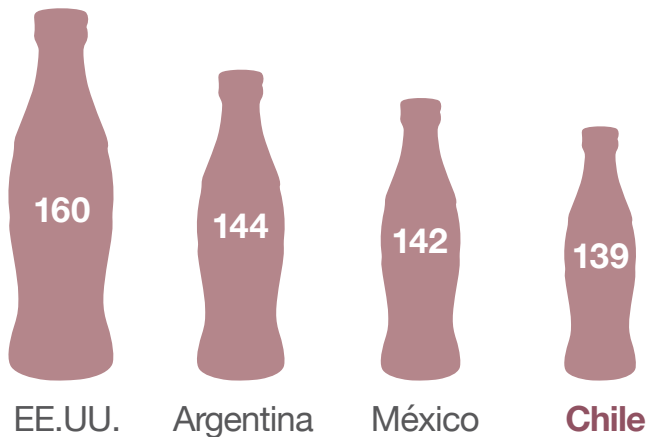
I Fuente: Kantar WorldPanel, ene-mar. 2014 I

Ventas de las principales embotelladoras

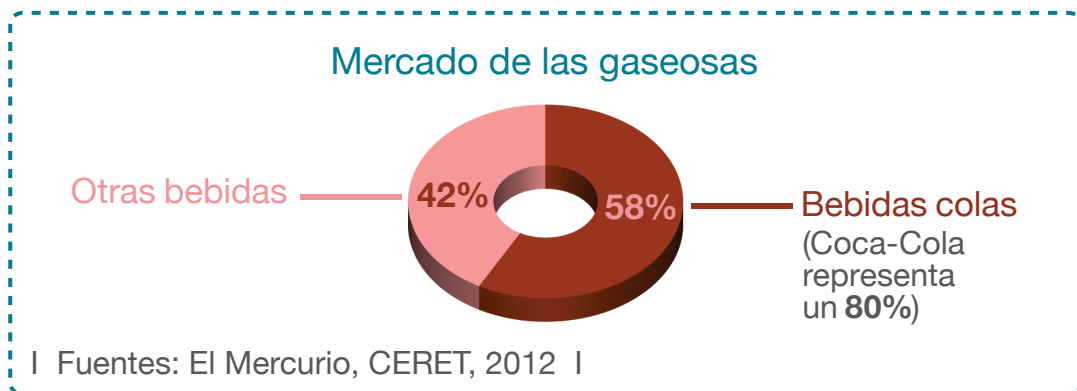
	en millones US\$	Crecimiento anual
1. Andina	2.901	30,0%
2. CCU	2.282	11,0%
3. Embonor	774	6,7%

I Fuentes: ANBER, La Tercera, 2013 I

Países con mayor consumo de gaseosas En litros per cápita al año



I Fuentes: Euromonitor International, ANBER, La Tercera, 2013 I



Coca-Cola es la marca con mayor presencia, entre todas las categorías de productos.

- ▶ Fue comprada por **98,1%** de las familias (declarado).
- ▶ Frecuencia promedio de compra: **32,5 veces** último año.
- ▶ Es embotellada por dos empresas: Andina y Embonor.

I Fuentes: Kantar WorldPanel, El Mercurio, La Tercera, oct. 2013 I

Bebidas refrescantes

Consumo de bebidas light

El consumo de esta categoría se duplicó en una década en el país: mientras que en 2002 se bebían **7,2** litros per cápita, en 2012 esta cifra subió a **13** litros.

Consumo per cápita en Latinoamérica

País	Litros
Uruguay	22,5
Argentina	22,4
Chile	13,0

226 millones de litros de bebidas light consumieron los chilenos en 2012.

| Fuentes: Euromonitor International, La Hora |

Impuestos

Todas las bebidas no alcohólicas naturales o artificiales, jarabes y las aguas minerales o termales que hayan sido adicionadas con colorante, sabor o edulcorante, están afectas al impuesto IABA. Es decir, el Impuesto Adicional a las Bebidas Analcohólicas, que rige de 1933, y que las grava con un **13%** adicional al IVA.

En 2012, el IABA recaudó \$ 104.448 millones.

| Fuente: La Tercera |

En octubre de 2014, tras la implementación de la reforma tributaria en el país, el impuesto a este segmento se modificó así:

Tipo de bebida	Tasa anterior	Tasa nueva
Azucaradas	13%	18%
No azucaradas	13%	10%

| Fuente: 24horas.cl |

Consumo nacional de agua embotellada 2013

393 millones de litros

(crecimiento **12,6%** anual, respecto al año anterior)

| Fuentes: ANBER, El Mercurio, La Tercera |

Consumo nacional por persona Según tipo de agua

Agua mineral	13 litros
Agua saborizada	7 litros
Botellones para casas y oficinas	7 litros
Agua purificada	5 litros



| Fuente: El Mercurio, 2013 |

Participación de mercado Según categoría

56,5%	Aguas minerales
23,9%	Aguas saborizadas
10,5%	Aguas purificadas
9,1%	Otras

| Fuentes: Nielsen, La Tercera, 2012 |

Participación de mercado Según marca (volumen en retail y restaurantes)

49,0%	Cachantun (CCU)
16,8%	Vital (Coca-Cola)
9,8%	Next (Soprole)
24,4%	Otras

| Fuentes: Euromonitor International, La Tercera, 2012 |

Cachantun es una de las marcas con mayor presencia, según lo declarado por los hogares chilenos: fue adquirida por **77,6%** de las familias, con una frecuencia de **5,2** veces en el último año.

| Fuentes: Kantar Worldpanel, El Mercurio, año móvil a oct. 2013 |

Aguas emvasadas

Consumo de aguas emvasadas per cápita

En litros, con y sin gas, saborizadas, según país

México	177
Rep. Dominicana	128
Guatemala	128
Argentina	122
Uruguay	59
Ecuador	47
Brasil	36
Chile	24
Colombia	21
Perú	20



En 2003, los chilenos consumían **7 litros por habitante al año**, cifra que se triplicó en una década.



I Fuentes: Euromonitor International, elpais.com.uy, ANBER, 2013 I

Aguas saborizadas

Consumo anual país

50 millones de litros

(agua sin gas o ligeramente gasificada)

Consumo per cápita

En litros, según país

28,4	Argentina
12,4	México
7,2	Uruguay
5,6	Canadá
2,8	Chile

I Fuentes: Euromonitor International, La Tercera, 2013 I

Aguas funcionales

El mercado alcanzó a **US\$ 54,6 millones**, luego de que las ventas de esta categoría* crecieran **65%** en los últimos cinco años.

*Se incluyen todas las aguas embotelladas fortificadas con nutrientes, vitaminas, oxígeno o hierbas, con y sin sabor.

Los chilenos gastan **US\$ 3,1 per cápita al año**, liderando en Latinoamérica.

I Fuentes: Euromonitor International, Estrategia, 2012 I

Consumo nacional 2013

29,4 millones de litros

(incremento de **33,9%** en comparación al año anterior)

| Fuentes: ANBER, La Tercera |

Consumo per cápita

En litros, según país

EE. UU.	5,8
Costa Rica	1,8
Canadá	1,6
Rep. Dominicana	1,3
Chile	1,2

| Fuentes: Euromonitor International, La Tercera, 2013 |

Energizantes

También llamadas estimulantes, estas bebidas provocan una mayor sensación de alerta debido a su alto contenido de cafeína. Una lata contiene en promedio 80 mg de cafeína, el máximo diario para un adulto es 300 mg, aunque se recomienda no superar los 200 mg.

Sustancias como ginseng, taurina, efedrina o guaraná son incorporadas para acelerar los procesos cerebrales. No son aptas para menores de 18 años, personas con problemas cardíacos, renales o diabéticos, ni se deben mezclar con alcohol.

Entre 2006 y 2012, su comercialización creció en promedio **80%**.

Ventas 2013

US\$ 243,7 millones

Gasto per cápita

US\$ 13,8

Este segmento se destaca como una de las cinco principales tendencias de bebidas no alcohólicas entre los consumidores.

Principales actores del mercado

Red Bull

Dark Dog

Burn

| Fuentes: SOFOFA, OMS, Estrategia, La Tercera, Euromonitor International, El Mercurio |

Bebidas Energizantes y Deportivas

Deportivas

a) Isotónicas

Reponen agua y sales minerales (sodio, potasio, cloro, calcio) al deportista, tras un ejercicio intenso por más de una hora o expuesto a altas temperaturas, contribuyendo a mejorar su rendimiento físico y recuperación.

Las principales marcas son: Gatorade, fabricada por PepsiCo (**65%** del mercado) y Powerade, de Coca Cola (**32%**).

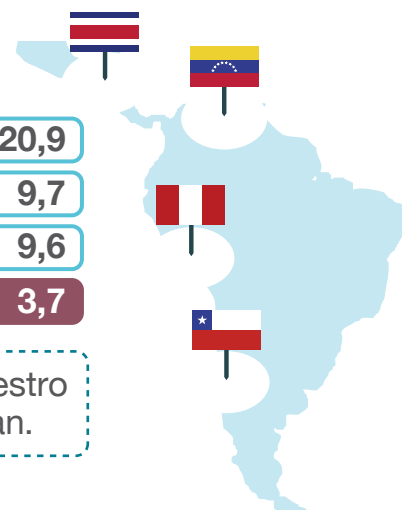
I Fuentes: Euromonitor International, El Mercurio 2011, La Tercera 2013 I

Comparación internacional del mercado

Venezuela	US\$ 633,6 millones
México	US\$ 589,8 millones
Brasil	US\$ 414,4 millones
Chile	US\$ 65,0 millones

Gasto per cápita

Venezuela	US\$ 20,9
Costa Rica	US\$ 9,7
Perú	US\$ 9,6
Chile	US\$ 3,7



Este tipo de refrescos tiene un consumo muy focalizado en nuestro país, y representa el **1%** del total de bebidas que se comercializan.

I Fuentes: ANBER, Euromonitor International, Sofofa, Estrategia, 2013 I

b) Proteicas

Su uso está orientado a deportistas que requieran aumentar fuerza y desarrollo muscular. Son concentrados de aminoácidos y proteínas, que intensifican el rendimiento muscular, aceleran su crecimiento y recuperación, tras una actividad de mediana y alta intensidad. Existe un sinnúmero de marcas, las que pueden ser adquiridas en farmacias, por catálogo y online.

I Fuente: La Tercera, 2013 I

Ventas mundiales productos deportivos con proteínas

Año 2007	Año 2012	Estimado año 2017
US\$ 3.800 millones	US\$ 7.400 millones	US\$ 12.000 millones

I Fuentes: Euromonitor International, Cooperativa, 2013 I

Jugos, néctares y bebidas con sabor a jugo

26 litros Consumo nacional per cápita

| Fuente: El Mercurio, 2013 |

Mercado de jugos 2012: US\$ 873 millones

(representan **9,9%** en la industria de bebidas refrescantes)

Los chilenos bebieron **268 millones de litros** de jugos, lo que equivale a un crecimiento de **15,7%**, respecto a 2011.

| Fuentes: Euromonitor International, ANBER, Estrategia |

Marcas preferidas en hogares Según declaración

	% que compró la marca	Frecuencia compra N° veces en el año
Watt's	96,0%	8,6
Sprim	79,2%	8,0
Zuko	84,6%	7,2
Andina	77,9%	4,8



| Fuentes: Kantar WorldPanel, El Mercurio, año móvil a oct. 2013 |

Gasto per cápita anual

Chile	US\$ 56,3
Costa Rica	US\$ 55,9
Venezuela	US\$ 52,0

Chile lidera el gasto por habitante en néctares y jugos en Latinoamérica.

| Fuentes: Euromonitor International, ANBER, Estrategia, 2014 |

Productos lácteos líquidos

Mercado de la leche 2012: US\$ 1.052 millones

(60% de incremento en relación al año 2007)
Incluye leche líquida, leche en polvo, leche de soya, con y sin saborizante.

| Fuentes: Euromonitor International, Estrategia, 2012 |

Los chilenos consumen **140 litros de leche** por persona al año: 30 litros menos que lo recomendado por la FAO y la Organización Mundial de la Salud.

| Fuente: La Tercera, 2012 |

Consumo de productos lácteos líquidos (808 millones de litros)

Leche blanca	65,5%
Leche saborizada	16,5%
Yogurt bebible	7,4%
Leche infantil	4,5%
Crema líquida	3,0%
Leche cultivada	1,9%
Condensada / evaporada	0,8%

| Fuente: Índice Lácteo Chile, 2012 |

Gasto per cápita anual

Brasil	US\$ 73,2
Chile	US\$ 63,4
México	US\$ 44,2

| Fuentes: Euromonitor International, Estrategia, 2012 |

40,2% de la leche líquida y 44,9% de la leche en polvo que se comercializa en supermercados es light.

| Fuentes: Nielsen, El Mercurio, 2012 |

Leches saborizadas

Consumo per cápita 7,8 litros

70% de su consumo se concentra en menores de 10 años.

83% del consumo corresponde al sabor de chocolate, seguido por frutilla y vainilla.

85% se comercializa en envases de 200 ml; 15% restante corresponde a envases de un litro.

El envase de cartón representa 96% de la venta de leches saborizadas.

| Fuente: Índice Lácteo, 2012 |

Marcas preferidas

Según declaración

	% de hogares que compró la marca	Frecuencia de compra N° de veces en un año
Soprole	99,6%	23,3
Colun	98,5%	16,5
Nestlé	97,7%	10,1
Calo	93,7%	8,0

I Fuentes: Kantar WorldPanel, El Mercurio, año móvil a oct. 2013 I



La Industria Láctea cuenta con **5.800 proveedores** industriales a nivel nacional. El precio promedio real pagado a productor por litro fue de **\$ 208**, el cual conlleva un alza de **\$ 7,9** respecto al año anterior. El valor es considerado muy bajo por los proveedores, que exigen que debiese ajustarse a la realidad del mercado local.

I Fuentes: INE, ODEPA, FEDELECHE, radio.uchile.cl, 2013 I

Recepción de Leche Fresca (2.149 millones de litros)

Según empresa

Colun	24,7%
Soprole	22,6%
Nestlé	21,9%
Loncoleche	12,4%
Surlat	6,2%
Quillayes	2,6%
Danone Chile	2,4%
Otros	6,7%

Elaboración de productos lácteos En millones de kilos o litros

Leche fluida	398,1
Yogur	228,6
Leche en polvo	96,0
Quesos	89,0
Leche Condensada	36,3
Crema	29,5
Leche cultivada	12,3

I Fuentes: FEDELECHE, ODEPA, 2013 I

Bebidas alcohólicas

Mercado total 2013

93.851.200 litros

Los hombres chilenos consumen **13,9** litros de alcohol al año, las mujeres **5,5** litros.

I Fuentes: OMS, El Mercurio, 2014 I

Consumo según producto

Per cápita anual, en litros

Pisco	3,6
Ron	0,7
Vodka	0,5
Whisky	0,5

I Fuentes: CCU, El Mercurio, 2013 I

Gasto en bebidas alcohólicas

Peso según producto, en supermercados

	Volumen	Valor
Cerveza	70,5%	47,8%
Vino	21,8%	28,7%
Cóctel	2,7%	5,5%
Pisco	2,6%	6,9%
Ron	1,4%	5,0%
Whisky	0,6%	4,2%
Vodka	0,4%	1,8%

Casi la mitad del gasto que realizan los chilenos en bebidas alcohólicas, se destina a cerveza. El vino ocupa el segundo lugar de las preferencias. Ambos suman **76,5%** del gasto en bebestibles con alcohol.

I Fuentes: Nielsen, El Mercurio, año móvil sept. 2013 I

Consumo de alcohol per cápita

Litros promedio al año, desde 15 años

País	
Bielorrusia	17,5
Lituania	15,4
Rusia	15,1
Croacia	12,2
Irlanda	11,9
España	11,2
Sudáfrica	11,0
Chile	9,6
Argentina	9,3
EE.UU.	9,2
Brasil	8,7
Perú	8,1
México	7,2

Estudios internacionales muestran que las mujeres tienen a su cargo, entre 65% y 70%, de las decisiones de compra de alcoholes. En el país, **55%** de las compras de licores en supermercados las realizan ellas.

I Fuentes: New England Consulting Group, Viña Santa Rita, El Mercurio, 2014 I

Ley de Alcoholes

La Ley 20.580 también llamada "**Tolerancia Cero**", vigente desde marzo de 2012, estableció sanciones más severas por la conducción en estado de ebriedad y bajo la influencia del alcohol. A dos años de su implementación, los fallecidos en accidentes de tránsito por el consumo de alcohol disminuyeron **28%**, la cifra más baja en los últimos 12 años.

Cuando se cumplió un año de su aplicación, los consumidores señalaban:

- ▶ **21,5%** no bebe nada cuando maneja.
- ▶ **16,1%** opta por dejar de beber en exceso.
- ▶ **8,1%** deja de beber.
- ▶ **5,4%** deja el auto en casa cuando va a beber.
- ▶ **1,3%** escoge la cerveza sin alcohol.

Otro efecto que tuvo la Ley de Alcoholes en el mercado, fue aumentar la participación del segmento premium en la venta de bebidas alcohólicas, pues las personas al tener que disminuir su consumo, optaron por consumir productos de mayor calidad.

| Fuentes: UDD, Aprocór, El Mercurio, La Tercera, SENDA |

Impuestos

Como parte de la reforma tributaria, en octubre de 2014 entraron en vigencia mayores tasas impositivas a las bebidas alcohólicas:

	Tasa anterior	Tasa nueva
Cervezas y vinos	15%	20,5%
Destilados	27%	31,5%

| Fuente: 24horas.cl |

Vinos

La actividad vitivinícola en Chile comenzó con la llegada de los colonizadores españoles, quienes ingresaron la vid para producir el vino de misa. En 1854, se importaron las principales variedades europeas, entre ellas cabernet sauvignon, sauvignon blanc, semillón, pinot noir y riesling, cuyo cuidado quedó en manos de expertos franceses, contratados por familias aristocráticas.

A fines del siglo XIX, los vinos se comercializaban y exportaban con éxito, y su calidad fue destacada en las exposiciones de Burdeos (1882), Liverpool (1885) y París (1889).

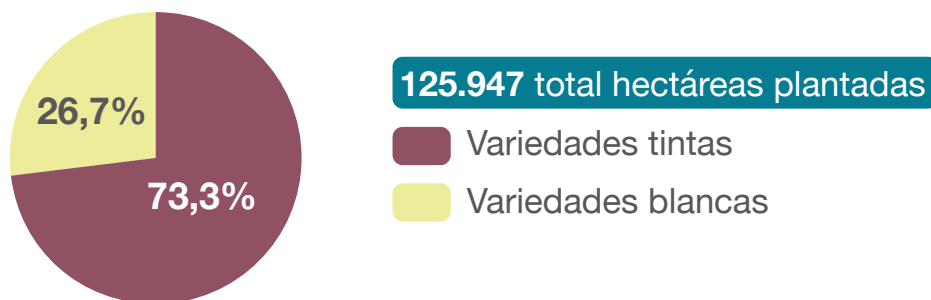
| Fuente: U. de Chile |



El consumo de vino llega a **12 litros** por persona al año.

| Fuente: El Mercurio, 2012 |

Principales cepas



Tipos de cepas
Según hectáreas

Cabernet Sauvignon	32,4%
Sauvignon Blanc	11,0%
Merlot	9,0%
Chardonnay	8,7%
Carménère	7,9%
Otros	30,7%

Regiones productoras
Según superficie con uva vinífera

Maule	39,9%
O'Higgins	32,7%
RM	10,0%
Valparaíso	7,6%
Biobío	6,7%
Coquimbo	2,7%

I Fuentes: SAG, La Tercera, 2013 I

Los principales 10 países productores
En miles de hectolitros

Italia	44.900	China	14.880
Francia	44.082	Australia	13.500
España	40.000	Chile	12.821
EE.UU.	22.000	Sudáfrica	10.954
Argentina	14.984	Alemania	9.011

I Fuentes: Financial Times, OIV, La Tercera, 2013 I

Vinos sustentables

La industria del sector cuenta con un Programa de Sustentabilidad que impulsa una producción segura para el medio ambiente, socialmente equitativa y económicamente viable. La meta es que su sello "Certified Sustainable Wines of Chile" sea valorado internacionalmente.

Existen **43** viñas certificadas en las tres áreas del Código de Sustentabilidad del sello, las cuales son:

1. Verde: contempla el manejo sustentable de los viñedos.
2. Roja: engloba la gestión en bodegas y plantas de embotellado.
3. Naranja: compromiso social.

I Fuentes: Vinos de Chile, El Mercurio, 2013 I

Premiación nacional

El reconocimiento más importante de la industria vitivinícola se llama "Annual Wines of Chile Awards" (AWOCA), y se realiza cada año en el país con la convocatoria de jueces internacionales. En la última versión (XI), compitieron 665 vinos y 98 viñas.

Los mejores según categoría

Mejor Vino del Concurso	Don Maximiano 2011, Viña Errázuriz
Mejor Super Premium Tinto	Don Maximiano 2011, Viña Errázuriz
Mejor Super Premium Blanco	Sauvignon Gris Estero Vineyard 2013, Viña Casa Marín
Mejor Cabernet Sauvignon	1865 Single Vineyard 2011, Viña San Pedro
Mejor Carménère	Tributo Carménère 2011, Viña Caliterra
Mejor Chardonnay	Amplus Chardonnay 2012, Viña Santa Ema

| Fuente: El Mercurio, 2013 |

Las 10 marcas de vino más poderosas del mundo

Esta lista fue confeccionada en base a criterios tales como: Participación de mercado por volumen, Crecimiento de marca, Posicionamiento de precios, Conocimiento de marca por parte de los consumidores, Percepción de marca, entre otros.

Lugar	Marca	Origen	Propietario	Año previo
1	Concha y Toro	Chile	Concha y Toro	3
2	Gallo	California	Gallo	1
3	Robert Mondavi	California	Constellation	4
4	Hardys	Australia	Accolade Wines	2
5	Barefoot	California	Gallo	-
6	Yellowtail	Australia	Casella Wines	5
7	Sutter Home	California	Sutter Home Winery	6
8	Beringer	California	Treasury Wine Estates	8
9	Jacob's Creek	Australia	Pernod Ricard	9
10	Lindeman's	Australia	Treasury Wine Estates	7

| Fuentes: Intangible Bussines, thedrinkbussines.com, El Mercurio, 2014 |

Exportaciones 2013

US\$ 1.879 millones (5% más que el año anterior) Incluye granel, embotellado, espumoso, envasado y vino pulpa fruta.

Chile es el cuarto mayor exportador de vinos del mundo, después de Francia, Italia y España, superando por primera vez a Australia y EE.UU.

Principales destinos vino embotellado

En millones de US\$

EE.UU.	201,2	Canadá	80,8
Reino Unido	190,7	Rusia	42,6
Japón	112,6	Dinamarca	42,6
Brasil	92,7	Irlanda	41,8
China	91,9	Otros	458,6
Holanda	89,9		

El segmento de vinos finos representó 52% del total exportado. En 2012, constituyó el 49,5% del total de envíos.

Exportaciones de vino embotellado
US\$ 1.445,9 millones (alza de 1,8%, respecto a 2012)

Mercado más relevante en vinos sobre **US\$ 30** la caja: Reino Unido (incremento de 72% en este segmento).

Envíos de vino a granel

Aumento de 50% en volumen

Principales destinos: China, Reino Unido, Alemania y España.

I Fuentes: Vinos de Chile, OIV, El Mercurio, 2013 I

Mercado interno

En 2012, la industria de la elaboración de bebidas malteadas, cervezas y maltas declaró ventas por **UF 22.650.873**.

| Fuente: SII |

720 millones de litros
comercializados

176 marcas

471 variedades distintas

Crecimiento según segmento

Último año

Cervezas sin alcohol	142% (supermercados)
Cervezas premium	15%
Cervezas masivas	3%

| Fuentes: Euromonitor International, Nielsen, ACECHI, cervezas.us, El Mercurio, La Tercera, 2013 |

Empresas cerveceras (125)

Según región

45% Región Metropolitana

13% Valparaíso

7% Región de los Lagos

7% Maule

28% Otras



La primera cervecería en el país surgió en 1822 y fue bautizada como "La Chimba".

| Fuentes: ACECHI, El Mercurio, 2013 |

Consumo de cerveza

Según país

	Litros/habitante al año	Participación en segmento Premium
Venezuela	86,7	10,0%
Brasil	68,9	12,0%
Perú	61,0	15,0%
Colombia	47,0	5,2%
Argentina	44,0	17,2%
Chile	40,0	18,0%

| Fuentes: E-Press, El Mercurio, U. de Chile, 2013 |

En la última década, el consumo nacional aumentó **60%**. El producto se clasifica convencionalmente en tres segmentos, dependiendo de su precio: Descuento, Mainstream y Premium, dentro de este último se posiciona la cerveza artesanal.

Importaciones



El ingreso de marcas mundiales ha aumentado **970%** entre 2005 y 2013.

Países de origen

Participación en el total importado, enero-agosto

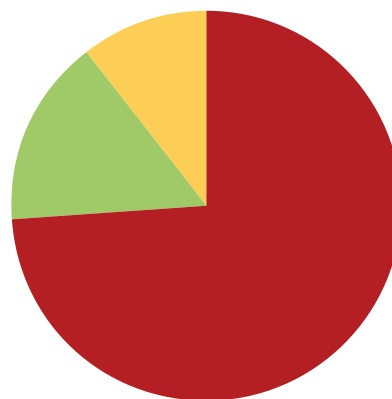
México	43%
EE. UU.	36%
Argentina	9%

Principales importadoras

- Cervecerías Chile
- Distribución y Excelencia
- Viña Concha y Toro
- CCU Chile
- Cencosud Retail
- Comercial Chacao

I Fuentes: CCS, ACECHI, El Mercurio, 2013 I

Participación de mercado



- 74,1%** CCU
- 15,6%** Anheuser-Busch Inbev (Stella Artois, Beck's, Báltica, Becker, Brahma, Malta del Sur y Quilmes)
- 10,3%** Otras

I Fuentes: Euromonitor International, Estrategia, 2011 I

Familias de cerveza

Según tipo de fermentación

- Ale
- Lager
- Lambic

Además, existe una convergencia de estilos (híbridas), que nacen a partir de los ingredientes específicos (tipos de malta, lúpulos, levaduras, etc.) y el procedimiento usado en su elaboración.

I Fuente: U. de Chile, 2014 I

Las 4 marcas más consumidas

1. Cristal (nacional)
2. Escudo (nacional)
3. Becker (importada)
4. Corona (importada)

Formatos más populares:
botellas de 330 ml. y 750 ml.

Perfil del consumidor chileno

En 2011, un **38,5%** de la población bebía cerveza regularmente. Dentro de este grupo, **50,9%** de los hombres y **26,8%** de las mujeres se declaraba consumidor habitual.

I Fuentes: Ipsos, Estrategia I

Los principales consumidores tienen de 22 a 24 años y de 35 a 40 años.

Los jóvenes universitarios toman Escudo y Becker

Las mujeres, Corona

Los hombres adultos de clase media / baja, Cristal

Los jóvenes / adultos profesionales prefieren Heineken y Stella Artois

I Fuentes: Mundo Cervecerero, Euromonitor International, La Tercera, 2013 I

Ferias de Cerveza

- ▶ **Bierfest / Llanquihue:** con tres décadas de antigüedad.
- ▶ **Oktoberfest / Malloco:** desde 2004, tiene una duración de 11 días. En 2014, participarían 58 cervecerías nacionales y 11 internacionales, convoca a 120.000 personas.
- ▶ **Bierfest / Santiago:** desde 2009, tiene una duración de 4 días, participan unos 80 expositores y convoca a 22 mil personas, se caracteriza por realizarse en enero.
- ▶ **Bierfest de Kunstmann / Valdivia:** desde 2002, tiene una duración de 4 días durante los cuales convoca a unas 10.000 personas.
- ▶ **ValpoBier / Valparaíso:** desde 2012, y tiene una duración de 3 días, participan más de 20 cervecerías.

I Fuentes: La Tercera, La Hora, La Nación, soychile.cl, almacerveza.cl, valpobier.cl I

Cervezas Artesanales

No utilizan aditivos ni preservantes, son producidas a baja escala, respetando los procesos naturales de elaboración y contempla varias tareas manuales.

| Fuentes: U. de Chile, betazeta.com, 2013 |

Consumo 2013

3.437.159 litros

(abarca **2%** del mercado nacional aprox.)

Existen **14** marcas reconocidas, no obstante, hay muchas empresas cuyo volumen de producción mensual representa menos del **0,5%** de participación de mercado.

Participación de mercado Según volumen de producción

Cervecería Capital	13,3%
Cervecería Kross	11,8%
Cervecería Mestra	11,8%
Cervecería Valbier	11,8%
Cervecería Szot	5,9%
Cervecería Rothhammer	4,4%
Cervecería Colonos	4,4%
Otros	36,2%

Valor que pagarían los consumidores por una buena cerveza artesanal

Según tramo etario

18 a 25	\$ 1.698
26 a 40	\$ 2.545
40 o más	\$ 3.088

Según nacionalidad del consumidor

Chileno	\$ 2.435
Extranjero	\$ 4.014

| Fuentes: ACECHI, U. de Chile, La Tercera, 2013 |

Cursos de cerveza artesanal

Existe una amplia gama de cursos para la elaboración de cerveza, y sus costos varían entre **\$ 15.000** y **\$ 250.000**. Entre quienes asisten a estos cursos:

70% lo hace para producirla en casa y ahorrar.

30% lo hace porque desea llevar a cabo un emprendimiento (sólo la mitad lo concreta).

| Fuentes: Wittwer, La Tercera, 2013 |

Otras bebidas alcohólicas

Pisco

Producción nacional 2012

36,5 millones de litros

Existen **2.700 productores** de uva pisquera: **89%** en Coquimbo y **11%** en Atacama.

Consumo per cápita

2012	2013
2 litros	3,6 litros

El segmento Premium y súper Premium representan **53%** del total del mercado de pisco puro, en términos per cápita.

Premium destilados con un valor de mercado de entre **\$ 4 mil y \$ 7 mil.**

Súper Premium pueden alcanzar hasta **\$ 250 mil** por botella.

Perfil del consumidor categoría Premium

Principalmente son hombres ABC1 y C2, de entre 25 y 39 años, quienes consumen el pisco no sólo en la clásica combinación con bebida cola o pisco sour, también lo toman como bajativo, en coctelería o en maridaje con postres, chocolates y puros.

I Fuentes: ODEPA, Asociación de Productores de Pisco, El Mercurio, 2013 I

Ron

Consumo per cápita

2012	2013
1 litro	0,7 litros

La importación de ron cayó **12%** en 2013, dando paso al whisky y vodka que están creciendo en el mercado.

I Fuentes: Euromonitor International, El Mercurio I

Vodka

Consumo per cápita

0,5 litros

Representa **1,8%** de valor en el gasto de los chilenos en bebidas alcohólicas, adquiridas en supermercados.

396% incremento de la marca rusa Stolichnaya.

173% crecimiento de la marca Vodka.PL, de origen polaco.

35% de aumento en las importaciones en 2013.

I Fuentes: Nielsen, El Mercurio, Aduanas, Cooperativa I

Whisky

Entre 2007 y 2012, su consumo subió casi **60%**, pasando de 3,3 millones de litros a **5,3 millones**.

Ventas año 2012 - 2013

800 mil cajas comercializadas.

85% correspondió al segmento Premium, cuyas marcas con más crecimiento son aquellas con valor superior a \$ **15 mil** por botella.

| Fuentes: Euromonitor International, El Mercurio, 2013 |

Las 5 marcas de whisky más poderosas del mundo

Esta lista fue confeccionada en base a criterios tales como: Participación de mercado por volumen, Crecimiento de marca, Posicionamiento de precios, Conocimiento de marca por parte de los consumidores, Percepción de marca, entre otros.

1 Johnnie Walker

2 Jack Daniel's

3 Chivas Regal

4 Ballantine's

5 Jim Beam

| Fuente: Intangible Bussines, 2014 |

Chicha

Producción 2012

890 mil litros

Principales regiones productoras

Maule **64,9%**

Valparaíso **16,8%**

La chicha más conocida y prestigiosa se fabrica en Curacaví, cuyo nombre en mapudungún significa "**piedra del festín**". Combina buen clima y un proceso consistente en la fermentación no destilada de la uva, su factura es artesanal y libre de productos químicos. En el lugar existen 15 productores que fabrican en pequeños volúmenes.

| Fuentes: diariopyme.cl, Municipalidad de Curacaví, 24horas.cl, 2012 |

Otras bebidas alcohólicas

Espumantes

El mercado en 2012 superó los **US\$ 60 millones**

La variedad Brut, con menos azúcar (96 calorías/100 ml) es la más vendida en supermercados.

12,5 grados de alcohol tienen en promedio los espumantes

US\$ 3,7 gasto per cápita de los chilenos

Consumo: 8 millones de litros.

4% Participación en el volumen total del mercado de vinos

Zona de cultivo: Coquimbo a Biobío.

Principales cepas: Chardonnay y Pinot

Igualmente hay variedades en base a Sauvignon, Riesling y Viognier.

En la producción total de la industria de los alcoholes, **0,5%** corresponde a los espumantes.

Representan el **1%** de las exportaciones, por debajo del **7%** del mercado internacional.

I Fuentes: Euromonitor International, Vinos de Chile, tecnomercado.cl, Valdivieso, rutadelvinocurico.cl, El Mercurio, La Tercera, 2013 I