



**ENEXPRO**

**MERMELADAS  
MERCADO INTERNACIONAL  
ESTUDIO ENEXPRO**



**ProChile**  
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

**INFORMACIÓN COMERCIAL  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS  
DIRECON-PROCHILE  
2017**

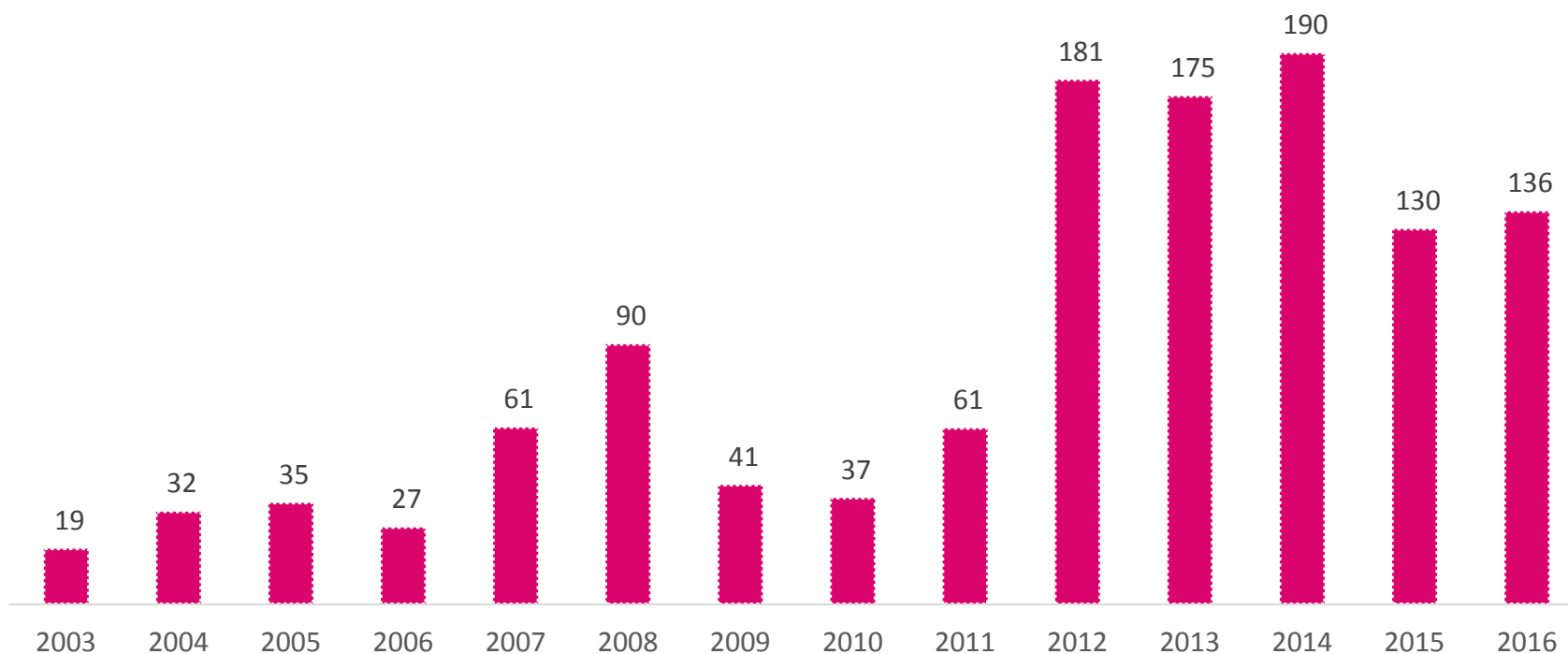
# Mermeladas

## Exportaciones Chilenas en 2016 (US\$ Millones)

Las **exportaciones de mermeladas** sumaron US\$136 millones en el último año. Estos envíos llegaron a 56 mercados, liderados por Estados Unidos que representó un 29% del total exportado. Otros destinos relevantes fueron México, Rusia y Brasil.

**46** Exportadoras  
en 2016

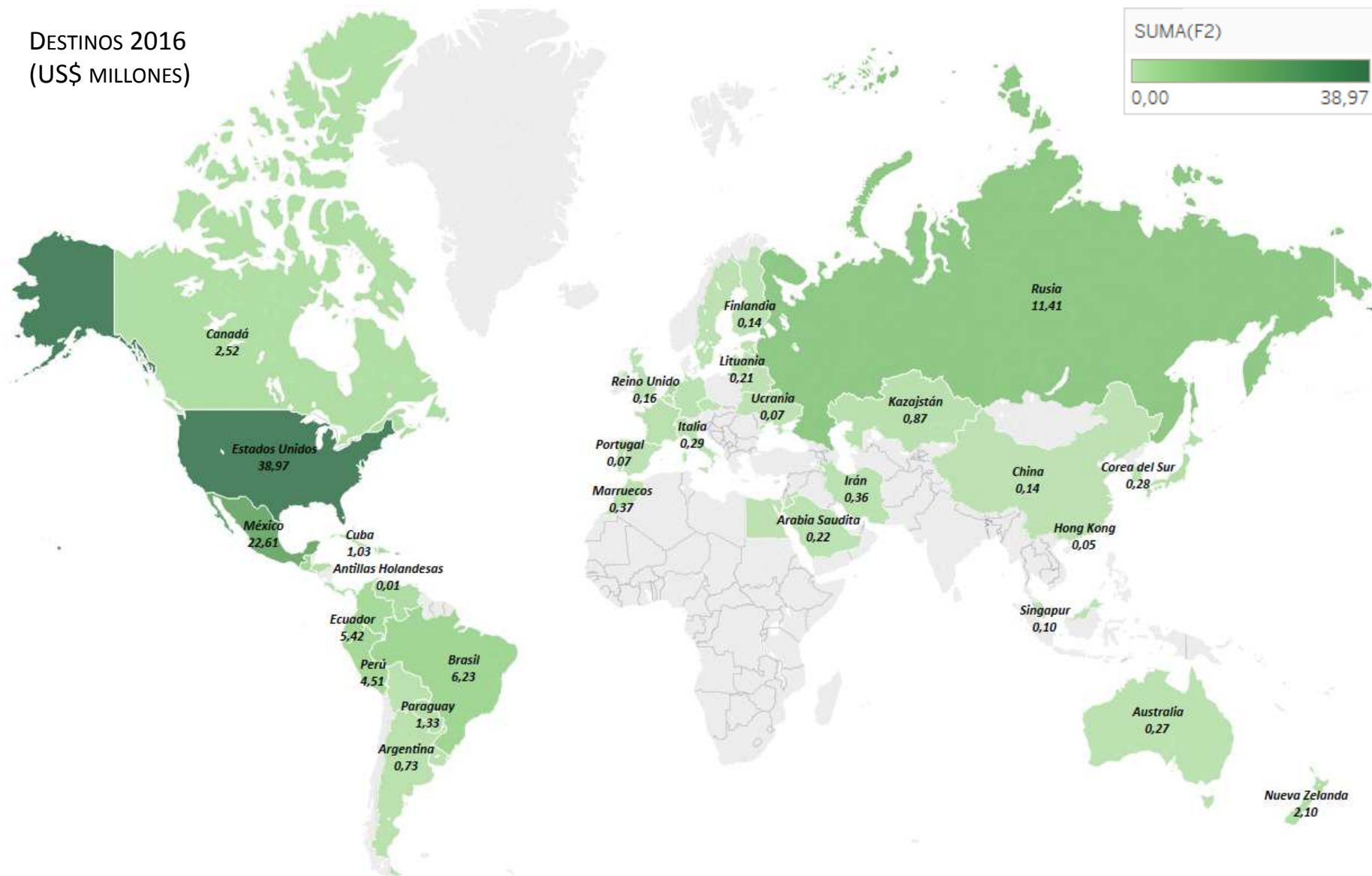
US\$ MM



Fuente: Información Comercial, Departamento Estudios, DIRECON-ProChile, con cifras del Banco Central de Chile.

# Mermeladas Exportaciones Chilenas en 2016

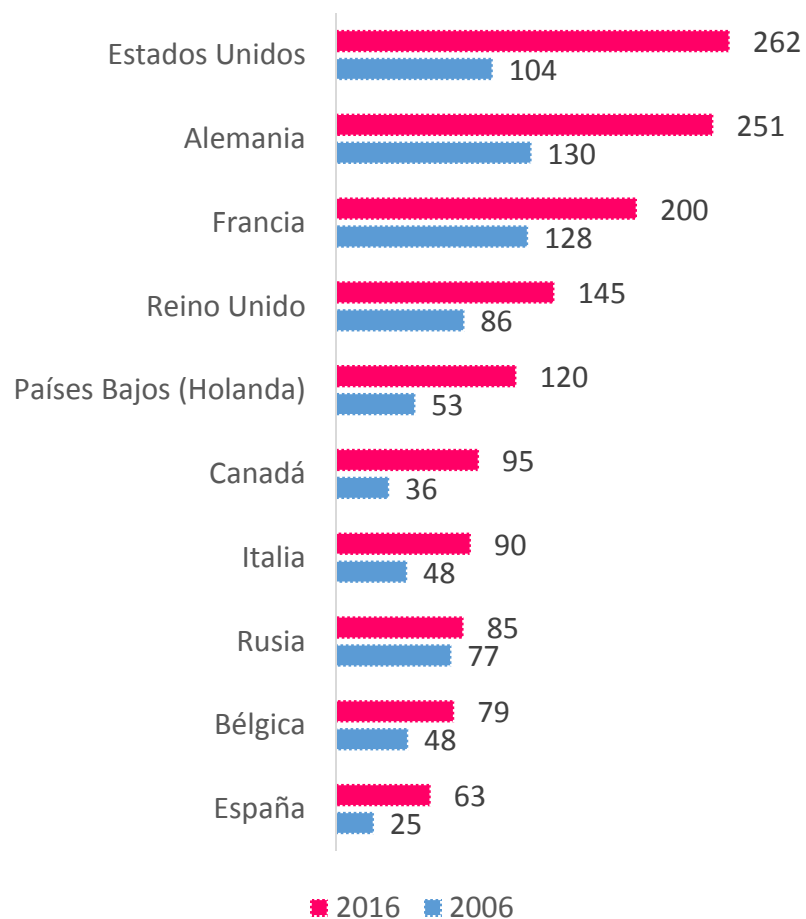
DESTINOS 2016  
(US\$ MILLONES)



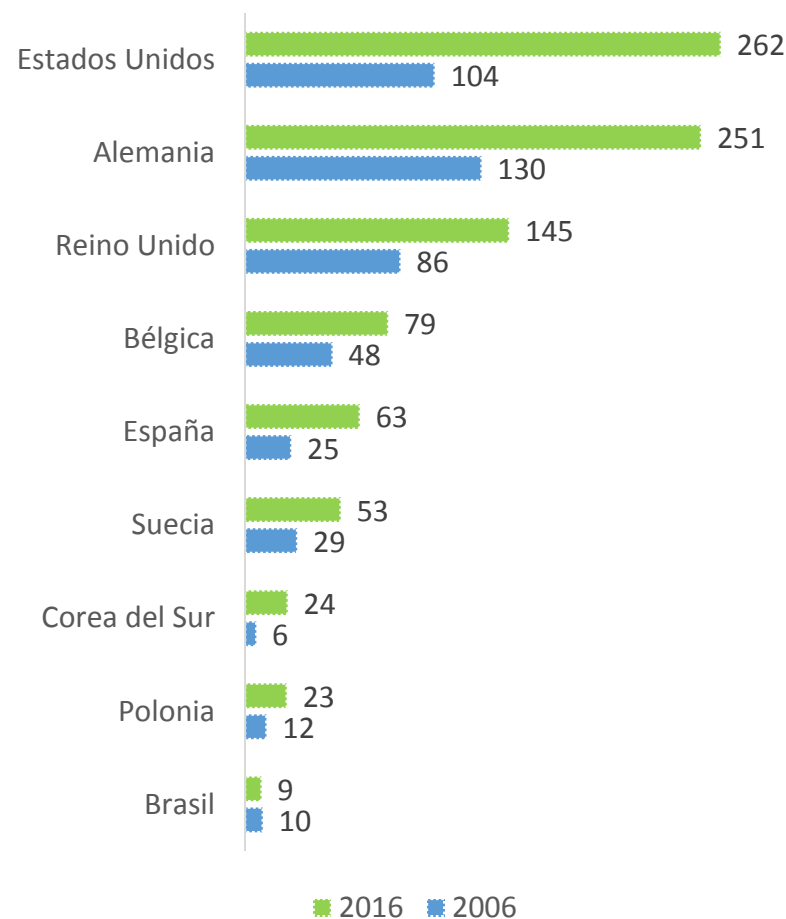
Fuente: Información Comercial, Departamento Estudios, DIRECON-ProChile, con cifras del Banco Central de Chile.

# Mermeladas Importaciones Mundiales

10 PRINCIPALES IMPORTADORES  
(US\$ MILLONES)



IMPORTADORES ENEXPRO  
(US\$ MILLONES)



# Mermeladas

## Aranceles de Importación

### Pulpa de Durazno

País Importador	Arancel Promedio para Chile <sup>(1)</sup>	Arancel Promedio para Terceros Países <sup>(2)</sup>
Estados Unidos	0%	7%
Alemania	0%	24% - (24% + 23 EUR/100 kg)
Reino Unido	0%	24% - (24% + 23 EUR/100 kg)
Bélgica	0%	24% - (24% + 23 EUR/100 kg)
España	0%	24% - (24% + 23 EUR/100 kg)
Suecia	0%	24% - (24% + 23 EUR/100 kg)
Corea del Sur	0%	30%
Polonia	0%	24% - (24% + 23 EUR/100 kg)
Brasil	0%	14%

### Pulpa de Manzanas, no orgánicas

País Importador	Arancel Promedio para Chile <sup>(1)</sup>	Arancel Promedio para Terceros Países <sup>(2)</sup>
Estados Unidos	0%	12%
Alemania	0%	24% - (24% + 4.2 EUR/100 kg)
Reino Unido	0%	24% - (24% + 4.2 EUR/100 kg)
Bélgica	0%	24% - (24% + 4.2 EUR/100 kg)
España	0%	24% - (24% + 4.2 EUR/100 kg)
Suecia	0%	24% - (24% + 4.2 EUR/100 kg)
Corea del Sur	0%	30%
Polonia	0%	24% - (24% + 4.2 EUR/100 kg)
Brasil	0%	14%

Fuente: Información Comercial, Departamento Estudios, DIRECON-ProChile, con aranceles del Market Access Map y Trade Wizards.

(1) El **Arancel Promedio Aplicado a Chile**, corresponde al impuesto preferencial que se otorga a Chile a través del Tratado de Libre Comercio existente con el país importador

(2) El **Arancel Promedio Aplicado a terceros países**, es un impuesto de importación que se aplica en el país de destino a los países que NO tienen Tratados de Libre Comercio



# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias

### TENDENCIA MUNDIAL

- **Alimentos y bebidas “naturales y saludables”**. Está siendo impulsada por la creciente preocupación de los consumidores que desean alimentarse con productos naturales y saludables.
- **Libre de”**. Es uno de los atributos más buscados por los consumidores.
- **Target Millenials**. Grupo de consumidores que están optando por una **“nutrición positiva”**, estrechamente vinculada a los conceptos **“natural y orgánico”**. Observan un comportamiento sensible por productos sostenibles y un consumo más ético, lo que está potenciando la **tendencia en favor del “desperdicio 0”**.
- Para Mintel, la **preferencia por los alimentos naturales** conducirá al desarrollo de nuevas formulaciones veganas, vegetarianas y, en definitiva, aquellas enfocadas en las plantas.
- La constante preocupación por la salud está disparando el interés por alimentos que incorporan **propiedades saludables personalizadas**, capaces de cubrir las necesidades nutricionales de pacientes que sufren determinadas patologías relacionadas con la dieta.
- **Target Seniors**. Es un nicho en crecimiento; están transformando lo que significa ser mayores en términos de estilo de vida y son más exigentes en sus necesidades de consumo. En 2017, casi una cuarta parte de todos los habitantes del planeta tendrán más de 50 años.

### ALIMENTOS ORGANICOS - TENDENCIAS MUNDIALES

- El mercado mundial de alimentos orgánicos ascendió a 81,6 millones de dólares en 2015.
- Estados Unidos, es el mayor mercado de productos orgánicos del mundo, con un volumen de ventas de 35,9 millones de euros. seguido por Alemania (8,6 millones de euros), Francia (5,5 millones de euros) y China (4,7 millones de euros).
- En 2015, se registraron 2,4 millones de productores orgánicos. India es el país con el mayor número de productores (585.200), seguido de Etiopía (203.602) y México (200.039).
- Australia es el país con la mayor superficie agrícola orgánica (22,7 millones de hectáreas), seguido de Argentina (3,1 millones de hectáreas), y los Estados Unidos de América (2 millones de hectáreas).
- 45% de la superficie agrícola orgánica global se encuentra en Oceanía (22,8 millones de hectáreas), 25% en Europa (12,7 millones de hectáreas) y 13% en América Latina ( 6.7 millones de hectáreas).
- La ventas retail de productos orgánicos bajo el sello de Comercio Justo (Fairtrade) alcanzó los 7,3 millones de euros en 2015 .

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias - Brasil

- Mintel, en el periodo enero 2010 – febrero 2017, registró 218 lanzamientos. De éstos:
  - Más del 46% de los productos son fabricados en el país.
  - Más del 95% son declarados “sin gluten” o “bajo en/sin agentes alérgicos”
  - 39%, “sin aditivos/conservantes
  - **31,7%, “orgánico/biológico”**
  - Un 26%, “bajo en/sin azúcar”
  - Un 23%, “ético/ envase respetuoso con el medio ambiente”
  - Un 74%, contiene azúcar blanca como ingrediente
  - Más del 89% de los envases son frascos de vidrio; un 4,1% se presenta en forma de tubo
  - Más del 55% se venden en supermercados; el resto se reparte en tiendas especializadas, tiendas de conveniencia, canal online (7,3%).
  - El 8,3% de los productos se comercializaron bajo el formato marca propia.
  - Fresa, Mora, Guayaba, Uva y Naranja, los principales sabores de los productos.
  
- Las preferencias de los consumidores brasileños vienen determinadas por su **renta, su edad y su cultura**.
- Los consumidores se inclinan cada vez más por **una alimentación más saludable, nutritiva y controlada** (dietas para la reducción y control del peso).
- **Buscan alimentos “funcionales”**: reducción del estrés, mejora del estado de ánimo, disminución de la fatiga, mejora de la apariencia física.
- **El envase** es uno de los factores que más influencia la compra. En Brasil, el 85% de las compras en supermercados no son planificadas.
- La industria de alimentos brasileña busca elaborar más productos de **“Calidad Premium”**, como una forma de competir con alimentos importados.

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias - Brasil

---

- Los productos importados han despertado el interés por los envases de vidrio, especialmente en productos de gama alta, como aceites especiales, mermeladas, conservas, salsas y condimentos.
- **La tendencia por el consumo de productos orgánicos es alta.** Cada vez son más las ferias y eventos especializados que se realizan, quedando de manifiesto la importancia que tienen estos cultivos para los consumidores. Asimismo, el **canal de venta online es una alternativa para la venta de productos orgánicos-premium-gourmet.**
- Los consumidores optan por productos poco procesados, veganos, suplementos alimenticios, que contengan **antioxidantes, con sellos de garantía de alguna asociación médica o sellos de producción orgánica o limpia**, productos dietéticos, opciones light y alimentos con cero o bajo contenido en sal y grasa.
- Muchos fabricantes están endulzando las jaleas y mermeladas con zumos de fruta y menos azúcar, pero sin renunciar al sabor.



# Mermeladas Orgánicas Principales Tendencias - Brasil



**Queensberry**  
**Geleias Wellness**  
**100% frutas**  
250 gr.

**Ingredientes:**

Mora, Frambuesa, Frutilla, Arándano, Jugos concentrados), Estabilizante Pectina de Fruta

**Atributos de posicionamiento:**

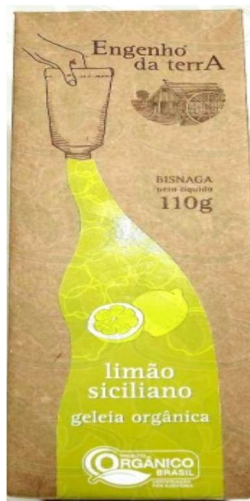
100% Fruta: sin adición de azúcar

100% Natural: sin conservantes

/colorantes/aromatizantes

100% Fitness: 40% menos de calorías

Certificación: sello orgánico EcoCert, Kosher, ISO 22000



**Engenho da Terra**  
**Geleia Orgánica de Limão Siciliano**  
**em Bisnaga**  
110ml - 13 reales

**Ingredientes:**

Limón siciliano orgánico, azúcar orgánica, virutas de limón

**Atributos de posicionamiento:**

Orgánico, listo para servir, variados usos: pastelería, en tostadas, envase práctico para llevar; sin conservantes/preservantes, Sello orgánico brasileño

Certificación: Sello Orgánico Brasil



**Artesanu**  
**Geleia de Morango Chocolate e**  
**Pimenta - Premium**  
230gr. - 17,90 reales

**Ingredientes:**

Frutilla, chocolate orgánico 75% y un toque de pimienta.

**Atributos de posicionamiento:**

Orgánico, para servir con platos salados o dulces

Certificación: Sello Orgánico Brasil

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Europa


---



- **Europa es el mercado más grande para purés, pastas, jaleas y mermeladas en el mundo.** El continente importa alrededor del 50% del total de las importaciones mundiales de los productos mencionados.
- Bayas y algunos productos tropicales (como el puré de mango) están experimentando una creciente demanda, así como pasta de avellana y puré de castaña.
- Otras oportunidades también se pueden encontrar en el suministro de purés a los productores de alimentos infantiles, especialmente en el segmento orgánico.
- **El mayor productor de mermeladas es Alemania**, seguido de Bélgica y Países Bajos (230.000 ton. en 2014).
- **La industria elaboradora de mermeladas europea es una gran importadora de materias primas:** fruta congelada, purés de fruta y jugos concentrados.
- **Francia es el mayor consumidor de mermeladas y jaleas**, representando alrededor del 36% del consumo total europeo. Otros países son Alemania, el Reino Unido, Italia y España.
- El mayor crecimiento anual de consumo de mermeladas y jaleas lo lidera Francia (74%), seguido por Letonia (18%) y Estonia (18%).
- Los productos de **bajo contenido de azúcar están siendo altamente demandados en el mercado europeo.** Los consumidores prefieren jaleas y mermeladas confeccionadas con altos porcentajes de frutas, de "bajo contenido de azúcar" y "bajo en calorías".
- Los "jugos de frutas" reemplazan a los azúcares en la elaboración de mermeladas y jaleas.
- Las declaraciones más frecuentes en el etiquetado de los envases al por menor son: **«orgánico», «sin aditivos/conservantes», «sin alérgenos», «sin gluten».**

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Europa

- **Los recipientes de vidrio son la opción más popular y la tendencia se está moviendo hacia tamaños más pequeños** que satisfacen las necesidades del consumidor, por ejemplo, hogares más pequeños.
  - **Los productos de origen local siguen siendo una tendencia**, y esto también se aplica al mercado de las mermelada de frutas.
  - Los productos que ofrecen valor agregado están ganando adeptos. Ejemplos de estos productos incluyen pastas de frutas con un contenido de fruta particularmente alto, pero que no contienen semillas.
  - Las ventas de alimentos en línea son especialmente relevantes en el segmento de "alimentos saludables".
  - **Los sabores más populares de Europa son las frutas rojas**, especialmente las fresas. Otros sabores populares incluyen frutas cítricas, frambuesas, frutas tropicales (damascos) y cereza.
  - En el año 2015, los sabores predilectos fueron naranja y limón mezclados con ingredientes poco usuales, como jerez o mojito.
  - El consumo de productos gourmet se vuelve cada vez más generalizado y depende menos del nivel de poder adquisitivo de los clientes.
  - La comercialización de productos orgánicos debe contar con la certificación comunitaria  u otros sellos nacionales de los países integrantes de la UE.
- 
- **Mintel**, en el periodo enero 2010 – marzo 2017, registró 590 lanzamientos de nuevos productos para los siguientes países europeos: España (229), Reino Unido (177), Alemania (88), Polonia (61), Bélgica (21) y 14 en Suecia.

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Alemania

- Mintel registró en el periodo enero 2010 – marzo 2017, 88 lanzamientos. De éstos
  - **43,2% - “orgánico/biológico”**
  - 39,8% - “sin aditivos/conservantes”
  - 14,8% - “bajo en/sin azúcar”
  - 12,5% - “ético/envase responsable con el medio ambiente”
  - 11,4% - “bajo en/sin agentes alérgicos”
  - 9,1% - “funcionales”
  - 35,2% se venden en supermercados; solo un 1,1% vía online
  - Un 23,9% corresponden a “marcas propias”
  - Un 4,5% de los productos proviene de Francia
  - Más de 92% está envasado en frascos de vidrio liso
  - Frutilla, damasco y ciruelas, los principales sabores de los productos.
  
- Alemania es el mayor mercado de productos orgánicos en Europa. En 2014, el valor del mercado aumentó un 4,8% y representó el 6,7% de las ventas minoristas de frutas (en relación al año anterior).
- Mermeladas y miel son parte integral de la cocina y del espectro culinario alemán.
- En Alemania no puede ser etiquetado un producto como "Mermelada", a menos que contenga por lo menos 20% de fruta cítrica. De lo contrario, debe ser rotulado como "Konfitüre".
- El consumidor alemán requiere como parte de su cultura que los productos cumplan con certificaciones ambientales y que aseguren la trazabilidad del producto (HACCP, ISO, GLOBAL GAP, Comercio Justo, entre otros).
- El consumidor alemán busca en la certificación que le garanticen calidad e inocuidad del producto.

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en España

- Mintel registró en el periodo enero 2010 – marzo 2017, 229 lanzamientos. De éstos
  - 49% se rotularon como un producto “sin aditivos/conservantes”
  - **25,1% - “orgánico/biológico”**
  - 22% - “bajo en/sin agentes alérgicos
  - 21,9% - “sin aditivos/conservantes”
  - 21,9% - “bajo en/sin azúcar”
  - 46% se venden en supermercados; un 20% en grandes tiendas
  - Un 18,8% corresponden a marcas propias
  - Un 6% de los productos lanzados proviene de Argentina y un 3,3% de Brasil
  - Más de 90% está envasado en frascos de vidrio liso
  - Durazno y frutilla son los sabores principales de los productos, seguido de frambuesa, ciruelas y damascos
  
- Según datos del año 2015, el **área metropolitana de Madrid es la zona española donde más mermelada se consume**, seguida del área metropolitana de Barcelona.
  
- Desayuno y merienda han sido tradicionalmente los dos momentos de consumo asociados a mermeladas y confituras. No obstante, se observa una baja en el consumo que ha permitido nuevos usos ligados a su utilización en la cocina: nuevos sabores, texturas y mezclas para ser usada en platos salados, gastrobares, etc.

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Reino Unido

- Mintel registró en el periodo enero 2010 – marzo 2017, 177 lanzamientos. De éstos
  - Sobre un 50% se rotuló como “vegetariano”
  - 46,3% - “ético/envase responsable con el medio ambiente”
  - 41,8% - “sin aditivos/conservantes”
  - 31,6% - “bajo en/sin azúcar”
  - **22,6% - “orgánico/biológico”**
  - 24,9% - “bajo en/sin agentes alérgicos y “sin gluten”
  - 21,9% - “sin aditivos/conservantes”
  - 42,9% se venden en supermercados
  - Un 41,2% corresponden a marcas propias
  - Un 3,4% de los productos lanzados proviene de Bélgica
  - Más de 81% está envasado en frascos de vidrio liso
  - Frutilla es el principal sabor, seguido de frambuesa, damasco y grosella.
  
- El consumidor británico pone **especial interés en la etiqueta y en la calidad del producto**. Preferirán productos locales, que no dañen el medio, sin ingredientes genéticamente modificados en su producción y favorecerán productos con prácticas de comercio justo y características saludables.
- La mayoría de los minoristas exigirán a sus proveedores la certificación Global Food Standard del BRC (British Retail Consortium).
- **El mercado británico está siempre abierto a probar nuevos productos** por lo que no hay barreras en cuanto a novedad de ofertas. No obstante, miel y mermeladas siguen gozando de las preferencias de los consumidores. Los adultos de más de 55 años son los principales consumidores (33%).



# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Bélgica y Polonia

### Bélgica

- Mintel registró en el periodo enero 2010 – marzo 2017, 21 lanzamientos. De éstos
  - **66,7% - “Orgánico/Biológico”**
  - 52,4% - “Bajo en/Sin Azúcar”
  - 28,6% - “Funcional – Adelgazante”
  - 19,0% - “Sin Aditivos/Conservantes”
  - 14,3% - “Ético – Humano”
  - 9,5% - “Ético - Producto Respetuoso con el Medio Ambiente”
  - 9,5% - Niños (5-12),
  - 66,7% se venden en supermercados
  - Un 14,3% corresponden a marcas propias
  - Más de 90% está envasado en frascos de vidrio liso
  - Frutilla y Damasco son los principales sabores de los productos

### Polonia

- Mintel registró en el periodo enero 2010 – marzo 2017, 61 lanzamientos. De éstos
  - 82% - “Sin Aditivos/Conservantes
  - 52,5% - “Bajo en/Sin Azúcar”
  - **9,8% - “Orgánico/Biológico”**
  - 8,2% - “Todo natural”
  - 4,9% - “Bajo en/Sin calorías”
  - Más del 75% se venden en supermercados
  - Un 11,5% corresponden a marcas propias
  - 100% está envasado en frascos de vidrio liso
  - Frutilla es el principal sabor de los productos.

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Suecia

- Mintel registró en el periodo enero 2010 – marzo 2017, 14 lanzamientos. De éstos
  - **64,3% - “Orgánico/Biológico”**
  - 50% - “Sin Aditivos/Conservantes”
  - 100% está envasado en frascos de vidrio liso
  - Arándanos rojos y azules son los principales sabores, seguido de las frambuesas
  
- En Suecia, uno de los sellos de mayor aceptación es KRAV (productos orgánicos).

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Europa



### Alemania

Schwartau Kleines Frühstück

45% de frutas.

US\$1.03

Pack de 4 envases de 25 gr. c/u

#### Ingredientes:

frutillas, azúcar, glucose syrup, thickener (pectin), acidifier (citric acid)

#### Atributos de Posicionamiento

Envase Práctico para llevar, Sin Aditivos/Conservantes



### Alemania

Schwartau Kleines Frühstück

45% de frutas.

Envase de vidrio de 250 gr.

#### Ingredientes:

damascos (45%), azúcar de caña, water, gelling agent (citrus pectin), acidifier (citric acid), acidity regulator (calcium citrate\*\*)

\*from controlled organic farming)

#### Atributos de Posicionamiento

Orgánico/Biológico



### España

Helios

50% de frutas.

US\$1.03

Pack de 8 envases de 25 gr. c/u

**Ingredientes:** frutilla, sugar, glucose syrup, fructose syrup, thickener (pectin), acidulant (citric acid), preservatives (potassium sorbate, sodium benzoate), antioxidant (ascorbic acid)

#### Atributos de Posicionamiento

Bajo en/Sin Agentes Alérgicos, Sin Gluten



### España

Mermelada de albaricoque con almendra "sin azúcar

Envase de vidrio de 250 gr.

35 euros

#### Ingredientes:

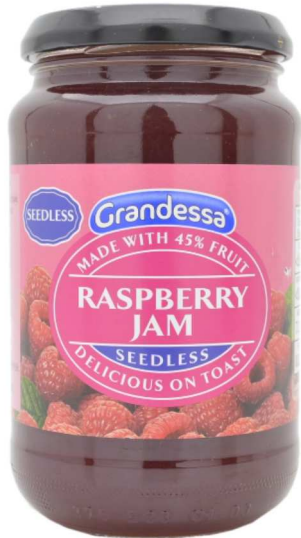
solo fruta, fructosa, almendras y zumo de limón; sin ningún tipo de colorantes, aromatizantes, ni conservantes.

#### Atributos de Posicionamiento

En desayunos, postres o combinar con carnes, quesos

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias en Europa



**Reino Unido**  
**Grandessa**  
 45% de frutas, sin  
 "semillas"  
 US\$0.80  
 Envase de vidrio 454 gr.

**Ingredientes:**  
 glucosa-fructosa syrup,  
 raspberry, sugar, gelling  
 agent (pectin), acidity  
 regulators (citric acid, sodium  
 citrates)

**Atributos de  
 Posicionamiento**  
 Sin Aditivos/Conservantes,  
 Ético - Envase Respetuoso  
 con el Medio Ambiente



**Reino Unido**  
**Clearspring**  
**65% de frutas**  
 3.39 libras  
 Envase de vidrio 290  
 gr.

**Ingredientes:**  
 Frambuesas  
 orgánicas, jugo de  
 limón orgánico,  
 estabilizantes

**Atributos de  
 Posicionamiento**  
 Orgánico



**Reino Unido**  
**Clearspring**  
**100% de frutas**  
 0.99 libras  
 Envase de 120 gr.

**Ingredientes:**  
 Peras orgánicas

**Atributos de  
 Posicionamiento**  
 Orgánico, listo para  
 consumir ("school  
 lunches").



**Polonia**  
**Naleczowskie Sady**  
 US\$ 0.81  
 Envase vidrio de 340 gr.

**Ingredientes:**  
 Grosellas negras, sugar,  
 water, gelling agent  
 (pectins), thickener (guar  
 gum), acidity regulator  
 (citric acid, sodium  
 citrate)

**Atributos de  
 Posicionamiento**  
 Bajo en/Sin Azúcar, Sin  
 Aditivos/Conservantes



**Bélgica**  
**Pur Natur**  
**50% de frutas**  
 2.79 euros  
 Envase vidrio de 370  
 gr.

**Ingredientes:**  
 Higos y azúcar de caña  
 orgánicos,  
 estabilizantes.

**Atributos de  
 Posicionamiento**  
 Orgánico



**Suecia**  
**Torfolk Gård**  
**52% de frutas**  
 31.95 coronas  
 Envase de 330gr.

**Ingredientes:**  
 Moras silvestres  
 orgánicas

**Atributos de  
 Posicionamiento**  
 Orgánico, Sello  
 KRAV

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias – Corea del Sur

- En la región asiática (en general), los consumidores están interesados en alimentos con menos aditivos o conservantes.
  - Productos saludables y orgánicos continuarán creciendo. El mayor desafío para los fabricantes es el desarrollo de productos sanos e inocuos, de buen sabor y apariencia agradable.
  - La mermelada de frutilla es el sabor preferido. Otros sabores que también ganan adeptos: arándanos, mix de bayas y cítricos (especialmente de color amarillo).
  - Productos Premium: Los ingredientes orgánicos y saludables siguen tendiendo a crecer en el mercado coreano.
- 
- Mintel, en el periodo enero 2010-enero 2017, registró 74 nuevos lanzamientos de productos untables dulces. De los cuales:
    - 59,5%, declaró en el rotulado como “Sin Aditivos/Conservantes”
    - **41,9% - “Orgánico/Biológico”**
    - 21,6% - “Bajo en/Sin Azúcar”
    - 17,6% - “Calidad Superior”
    - 71,6% es vendida en supermercados
    - 36,5% corresponden a marcas propias
    - 82,4% de los envases son de vidrio liso; cerca de un 8%, otros envases de plástico
    - 8,1% de los productos importados proviene de Alemania
    - Frutillas y Arándanos son los principales sabores de los productos



# Mermeladas Orgánicas Principales Tendencias – Corea del Sur

## COREA DEL SUR



Mermelada de Mandarina  
Orgánica  
410 gr. - 9.900 wones

Azúcar orgánica importada



Mermelada de Arándanos  
Orgánicos  
300gr - 8.800 wones



Mermelada de Arándanos y Plátanos  
Orgánicos para Niños  
210 gr - 5.700 wones

Ingredientes:  
Frutas orgánicas, azúcar orgánica  
(43%), jugo de limón orgánico (1%),  
pectina (1%)

Atributos de posicionamiento:  
Niños (5-12), Orgánico/Biológico

OBS: Producto importado de  
Alemania



**Pack de Regalo**  
Mermelada Uva / Frambuesa Orgánicos  
410gr cada frasco

Frutas orgánicas coreanas / azúcar  
22.000 wones



# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias – Estados Unidos



### ESTADOS UNIDOS

- Estados Unidos es el mercado más grande en el mundo, en términos de volumen, para la productos untables dulces (jaleas, mermeladas, etc.)
  - El consumidor estadounidense, acorde a la tendencia mundial, demanda productos naturales más saludables, sin ingredientes artificiales (edulcorantes artificiales); se observa una continua disminución en el consumo de azúcar.
  - La miel como edulcorante natural. Para muchos consumidores, la miel es un edulcorante natural que tiene connotaciones más positivas que los endulzantes artificiales.
- 
- Mintel, en el periodo enero 2010-enero 2017, registró 87 nuevos lanzamientos de productos untables dulces. De los cuales:
    - **11,5% - “orgánicos/biológicos”**
    - 6,9% - “éticos y respetuosos con el medio ambiente”
    - Más del 59% - “todo natural”
    - Más del 28% - “sin aditivos/sin conservantes”
    - Más del 25% - “bajo en/ sin agentes alergénicos” o “sin gluten”
    - **4,6% - “antioxidante”**. El año 2016 concentró la mayor cantidad de productos declarados
    - 6,9 - “libre de OMG” (organismos genéticamente modificados)
    - 21% es vendida en supermercados, un 10% en grandes almacenes. Un 4.6% corresponde a ventas por internet.
    - 11,5% del total corresponden a marcas propias
    - 70% de los envases son de vidrio liso; el 1% es de plástico
    - **1,4% de la materia prima proviene de Chile**
    - Frutillas, Frambuesas, Arándanos, Duraznos, Mora y Damascos, los principales sabores.

# Mermeladas Orgánicas

## Principales Tendencias – Estados Unidos



### Maqui Camu Super Berry Sprouted Almond Spread JEM

US\$ 13,99

Envase de vidrio 170 gr.

#### Ingredientes:

mezcla de almendras germinadas y dos bayas antioxidantes de la Patagonia y Andes, maqui y camu

#### Atributos de Posicionamiento

Antioxidante, Bajo en/Sin Agentes Alérgicos, Bajo en/Sin Sodio, Kosher, Libre de OMG, Orgánico/Biológico, Sin Gluten, Sin Ingredientes Animales, Vegan, Ético - Producto Respetuoso con el Medio Ambiente

OBS: Antes se comercializó como **Jam**

**Superfood Series**



### Sutter Buttes Meyer Lemon and Ginger

**Sutter Buttes Olive Oil Co.**

US\$ 5,99

Envase de vidrio 319 gr.

#### Ingredientes:

mezcla de almendras germinadas y dos bayas antioxidantes de la Patagonia y Andes, maqui y camu

#### Atributos de Posicionamiento

Antioxidante, Funcional - Sistema Inmunológico



### Valerie Confections Jam

US\$ 13.00

Envase de vidrio 226 gr.

#### Ingredientes:

Ciruelas y azúcar

#### Atributos de Posicionamiento

Orgánico/Biológico

OBS: edición limitada