

# ***Estudio de precios y evaluación de rotulación de Agua (Bidón de 20 litros) envasada y comercializada en Iquique.***

“Estudio con perspectiva e información Regional”

DR Tarapacá, Junio 2015

INDICE .....	02
I. RESUMEN EJECUTIVO .....	03
II. INTRODUCCIÓN .....	05
III. DESARROLLO .....	06
a. Contexto Regional .....	06
b. Diagnóstico Regional .....	07
c. Brechas/ Falencias detectadas .....	09
d. Propósito del Estudio .....	09
e. Objetivos .....	09
f. Marco de referencia legal y Marco normativo .....	10
g. Variables y conceptos relevantes del estudio .....	10
h. Metodología .....	12
i. Resultados .....	15
IV. CONCLUSIONES Y HALLAZGOS .....	22
V. ANEXOS .....	23

## I) RESUMEN EJECUTIVO

A continuación se presenta un estudio de precios y rotulado de agua envasada para bidones de 20 lts. El estudio ha sido desarrollado con un enfoque regional, considerando las recargas de bidones de 20 lts. ofrecidos por empresas envasadoras y comercializadoras de la ciudad de Iquique.

El estudio buscó explorar el mercado local de agua envasada de bidones de 20 lts., conocer la diferencia de precios y establecer un diagnóstico sobre los aspectos de rotulación de los bidones, que permita evidenciar las falencias en la información entregada a la comunidad local.

El estudio consideró la realización de un catastro de empresas locales que se dedican al envasado y comercialización de agua. Para esto se recogió información de medios de comunicación escrita y web, cruzando esta información con el listado de empresas registradas y autorizadas por la Seremi de Salud Regional.

Se realizó la compra efectiva de 10 recargas de bidones de agua de 20 lts.

Para el análisis de precios, se tomó el valor cobrado por la recarga a domicilio, como también el valor cobrado en el local del proveedor.

Para la producción de datos respecto al cumplimiento de los requisitos de rotulado, las muestras fueron revisadas y evaluadas considerando si cumplen o no con criterios de rotulación establecidos en normativa vigente considerada.

El levantamiento de la información fue de carácter dicotómico (C: Cumple y NC: No cumple), para los productos en los que los criterios apliquen. Se realizó por medio de un check list<sup>1</sup> en conformidad a los criterios seleccionados.

Luego de recogida, tabulada y analizada la información, se obtuvieron como principales conclusiones:

El mercado de agua envasada de la región de Tarapacá ha sufrido un amplio y sostenido crecimiento en la última década. El número de empresas locales envasadoras y comercializadoras en el año 2007 alcanzaba tan solo 4 empresas, a fines de 2011 ya eran 15, llegando en el 2013 a 25 empresas envasadoras en la región.

Si bien es un mercado sin mucha dispersión en los precios entregados a los consumidores, es posible encontrar una diferencia de precios relativa de un 20% para la recarga de agua a domicilio o para la compra en el local del proveedor. Lo que equivale a una diferencia de \$300 y \$200 respectivamente.

El menor precio encontrado para la recarga de bidones de agua purificada en la ciudad de Iquique, cuando es solicitada a domicilio es de \$1500 y es entregado por las empresas "Aguas de la Península y Agua San Jorge". El precio más alto encontrado es de \$1800.

---

<sup>1</sup> Es importante señalar que el análisis se efectuaría sobre todos los puntos, sin embargo como es probable que no todos los criterios apliquen, el grado de cumplimiento se evaluaría sobre el total de los aspectos aplicables respectivamente.

Las empresas que venden a un precio menor la recarga, cuando el consumidor va directamente a su local son Agua de la Península y Aguadelzar, a \$1000. Las empresas restantes consideradas en el estudio, la entregan a un valor de \$1200.

Respecto al cumplimiento del rotulado de los bidones de 20 lts. por parte de las empresas locales, los principales hallazgos son:

- Se evidenció que el 40% de las empresas locales no cumple con el requisito de entregar información respecto a la duración y/o fecha de vencimiento del agua.
- El 60 % de las empresas no informan el país de origen de su producto, conforme a las normas de rotulación vigente.
- El 40% de las empresas incumplen el requisito respecto a entregar las instrucciones para el almacenamiento.

## II) INTRODUCCIÓN

La demanda por agua envasada se ha visto incrementada en los últimos años tanto a nivel nacional como regional.

A nivel nacional el consumo de agua embotellada llegó a 393 millones de litros. Esto representa 22 litros de consumo per cápita, cifra que hace diez años solo llegaba a 7 litros por habitante.<sup>2</sup> El mercado del agua envasada en bidones familiares ha sido una alternativa que las familias incorporan cada vez más en su canasta de compra mensual.

Hay muchas variables<sup>3</sup> que se han conjugado para este aumento, campañas informativas para promover los beneficios de consumo, políticas nacionales de vida sana, abastecimiento en catástrofes naturales, etc.

En Iquique se ha visto reflejada ampliamente esta nueva tendencia. Hoy es posible observar cómo ha aumentado el número de empresas proveedoras y comercializadoras, hace diez años eran sólo un par y hoy según un último sondeo alcanzan a 13, todo como reflejo del crecimiento de este mercado, actualmente es muy común encontrar en los hogares dispensadores de agua para la familia.

Considerando el crecimiento de este mercado y que el agua envasada es un producto de muy poca o nula diferenciación, se levanta la necesidad de recoger información del mercado local, conocer la diferencia de precios entregada por los distintos proveedores y si éstos están cumpliendo con los requisitos normativos de rotulado, sobre todo en la entrega de información para el consumidor.

Este estudio en el área de precios y rotulado de bidones de 20 lts de agua envasada, se enmarca dentro de la labor de SERNAC, su rol de vigilancia y su constante preocupación de entregar información al mercado, para lograr que este sea cada vez más transparente.

La Seguridad de Productos es una arista del derecho a la seguridad en el consumo y supone que todos los productos que se comercializan en el mercado deben ser seguros, estando libre de riesgos inadmisibles, además los consumidores tienen derecho a tomar una decisión de compra informada tanto en su precio como de las características de los productos ofrecidos en el mercado.

---

<sup>2</sup> Según estudio de la Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (Anber)

<sup>3</sup> Anexo 2

### III) DESARROLLO

#### a) Contexto Regional

La región de Tarapacá, cuya capital es la ciudad de Iquique tiene una población de 300.021 habitantes<sup>4</sup>, 151.084 hombres y 148.937 mujeres.

Provincia	Capital	Comuna
Iquique	Iquique	1 Alto Hospicio
		2 Iquique
El Tamarugal	Pozo Almonte	3 Camiña
		4 Colchane
		5 Huara
		6 Pica
		7 Pozo Almonte

La ciudad que registró mayor crecimiento de población en la región fue Iquique (incluyendo a Alto Hospicio), que alcanzó los 216. 419 habitantes<sup>5</sup>.

Iquique acoge al 69,6% de la población total de la región, de la cuál un 1,09% corresponde a población rural y un 98,91% a población urbana. Actualmente los inmigrantes corresponden al 9,2% de la población total. Las colectividades extranjeras más numerosas son la peruana y la boliviana.

---

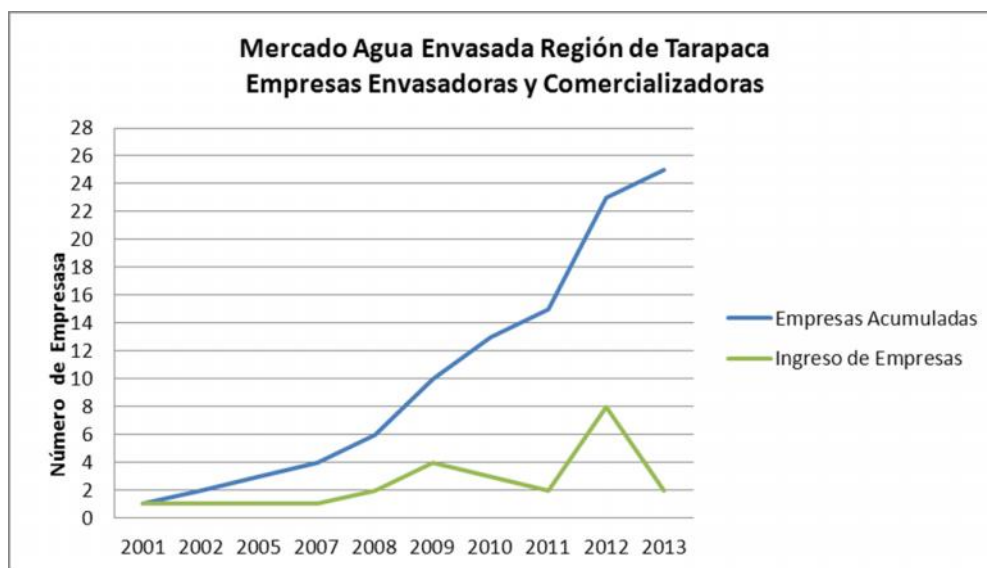
<sup>5</sup> Según los datos aportados por el Censo 2012 del INE

## b) Diagnóstico Regional:

La demanda regional se ha visto influenciada por las mismas variables por las que ha aumentado la demanda por agua envasada del país. Los hábitos de los consumidores locales han cambiado por la tendencia mundial hacia una vida más saludable, las campañas dirigidas a resaltar el beneficio del agua, por abastecerse frente a catástrofes, etc.

No es raro encontrar en la región que las familias y empresas mantengan dispensadores de agua purificada para el consumo diario.

Por simple observación, queda de manifiesto que el número de empresas que envasan y comercializan el producto de agua en bidones familiares ha aumentado considerablemente en la región de Tarapacá. Esto es posible evidenciarlo con el aumento de empresas envasadoras que han adquirido Resolución Sanitaria en nuestra región. En el año 2007 eran 4, al 2011 eran 15, mostrando su mayor crecimiento al el año 2013 que llegaron a 25.



El estudio consideró sólo las empresas de la ciudad de Iquique, ya que este será el mercado considerado.

Lo anterior y frente a que es un producto de muy poca o nula diferenciación, levanta la necesidad de recoger información en este mercado, conocer la diferencia de precios entregada por los distintos proveedores y si estos están cumpliendo con los requisitos normativos de rotulados, sobre todo en la entrega de información hacia el consumidor.

Actualmente en la región de Tarapacá encontramos:

Nº	Nombre Comercial	Razón Social	Representante Legal	Dirección	Comuna	Resolución Sanitaria Nº	Fecha Resolución
1	<b>AGUA CRISTALINA</b>	SOC. COM. CRISTALINA LTDA.	HECTOR ROJAS HIDALGO	LATORRE N 1055	IQUIQUE	3475	14-10-2009
2	<b>AGUA PURA VIDA</b>	COMERCIALIZADORA PURA VIDA LTDA.	EDISON MONCADA CABALLOS	MANUEL PLAZA N°2097	IQUIQUE	3632	27-10-2009
3	<b>AGUAS DE LA CAÑADA</b>	IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE BIENES E INSUMOS CHILE LTDA.	ALVARO VALDES ROJAS	LATORRE N° 2031	IQUIQUE	1028	27-06-2002
4	<b>AGUA DE LA PENÍNSULA</b>	JOSE LUIS PINO OYARZUN	JOSE LUIS PINO OYARZUN	O'HIGGINS N° 1107	IQUIQUE	1969	27-12-2001
5	<b>AGUAS MARYSOL</b>	INFORMACION NO DISPONIBLE AL CATASTRO	AARON ORELLASNA	SALVADOR ALLENDE 1272	IQUIQUE	595	22-02-2012
6	<b>AGUADELZAR</b>	SOC. COM.E INDUSTRIAL R.M.C. LTDA.	RAÚL LÓPEZ ZARATE	VIVAR N°1656-A	IQUIQUE	1764	25-07-2008
7	<b>AGUA PURA</b>	SOC.COMERCIALIZADORA AGUA PURA LTDA.	RODOMIRO GONZALO VELIZ MUÑOZ	PLAYA BLANCA N°2269	IQUIQUE	3423	05-10-2012
8	<b>AGUAS PRICAM</b>	NOLBERTO ANTEZANA MERIDA	NOLBERTO ANTEZANA MERIDA	SERRANO 1640 A	IQUIQUE	1029	24-05-2005
9	<b>AGUA SANTA LUNA</b>	ALEXIS DANIEL PALAPE PALAPE	ALEXIS DANIEL PALAPE PALAPE	MANUEL CASTRO RAMOS N°2247	IQUIQUE	3712	24-11-2010
10	<b>AGUA PURIFICADA DE IQUIQUE</b>	PRODUCCIÓN ELABORACION Y VENTA DE AGUA PURIFICADA	WILFREDO PAOLO RICHARDS PAZ	EJERCITO DE CHILE 2598	IQUIQUE	54	14-02-2012
11	<b>AGUA SAN GABRIEL</b>	CRISTIAN PATRICIO MUJICA OYARZO	CRISTIAN PATRICIO MUJICA OYARZO	O. LABBE 1378 B	IQUIQUE	435	16-02-2010
12	<b>AGUA PURIFICADA DE IQUIQUE</b>	PRODUCCION ELABORACION Y VENTA DE AGUA PURIFICADA	WILFREDO PAOLO RICHARDS PAZ	EJERCITO DE CHILE 2598	IQUIQUE	524	14-02-2012
13	<b>AGUAS YAKU</b>	PEREZ Y MORA LTDA.	MINERVA MORA CAMPODONICO	PASAJE SAN AMBROSIO N° 3604	IQUIQUE	310077	20-11-2012
14	<b>AGUAS DEL ALTO</b>	INFORMACION NO DISPONIBLE AL CATASTRO	CRISTIAN LAGNO FERNANDEZ	SALITRERA LA PALPA N°3541	ALTO HOSPICIO	2338	13-07-2013
15	<b>AGUAS TAMARUGAL</b>	SOC. COM.TAMARUGAL LTDA.	JORGE INOSTROZA ESCOBAR	PAMPA PERDIZ 951 ALTO HOSPICIO	ALTO HOSPICIO	1241	11-04-2012
16	<b>AGUA SAN ANDRÉS</b>	COMERCIALIZADORA AGUA SAN ANDRÉS	PATRICIA CAMPILLAY	LOS ALAMOS 3018, ALTO HOSPICIO	ALTO HOSPICIO	2345	06-10-2007
17	<b>AGUAS DEL NORTE</b>	RENE MONJE LAGOS	RENÉ MONJE LAGOS	AVDA. LOS AROMOS N°2889	ALTO HOSPICIO	775	26-02-2009
18	<b>AGUAS DEL ALTO</b>	COMERCIAL AGUAS DEL ALTO	CRISTIAN LAGNO FERNANDEZ	PJE. SALITRERA LA PALPA 3541	ALTO HOSPICIO	252	23-01-2012
19	<b>AGUA PARADISE</b>	MONTOYA Y CIA. LTDA.	JOSE RIGOBERTO MONTOYA FIGUEROA	AVDA. LOS CONDORES 2875-A	ALTO HOSPICIO	3672	04-11-2011
20	<b>AGUA DE LA ROCA</b>	INFORMACION NO DISPONIBLE AL CATASTRO	MARIA ANGELICA ABRIGO JIMENEZ	CALLE SALITRERA PAN DE AZUCAR N° 3750, CERRO	ALTO HOSPICIO	862	07-04-2008
21	<b>AGUA DEL DESIERTO</b>	RODOMIRO GONZALO MUÑOZ	RODOMIRO GONZALO VELIZ MUÑOZ	21 DE MAYO 471 C	POZO ALMONTE	3682	04-11-2011
22	<b>EL AGUATERO</b>	EL AGUATERO E.I.R.L.	PEDRO ROMERO CONCHA	RUTA A 665 KM.2.5 CAMINO A LA TIRANA	POZO ALMONTE	848	19-03-2013
23	<b>AGUA MINERAL MAMIÑA</b>	EMBOTELLADORA IQUIQUE S.A.	IGOR ALCAYAGA MORAN	CAMINO A HUATAPA SECTOR IPLA DE MAMIÑA	MAMIÑA	3684	06-12-2012
24	<b>AGUA MINERAL VALLE QUISMA</b>	AGRI COLA JESUS MARIA DE PICA S.A.	GUILLERMO PINO BERTINI	PARCELA N° 2 VALLE QUISMA	PICA	4265	24-12-2009
25	<b>OASIS DE PICA</b>	SEGYCRED INTEGRAL LTDA.	CARLOS FARFAN VILALOBOS	ESMERALDA N° 318	PICA	3461	04-11-2010

Fuente: Elaboración Propia, según datos entregados por SEREMI de Salud Región de Tarapacá



c) Brechas/Falencias detectadas:

Se infiere como principal brecha, al no encontrar información disponible de estudios locales del mercado, precios y/o rotulación de agua (Bidón 20 lts), que es necesario explorar este mercado, para entregar a la comunidad los principales resultados de este estudio que aporten a tener un mercado más transparente.

La falta de esta información en este mercado local, refleja un riesgo que puede traducirse en que los consumidores realicen una compra no informada y/ o con proveedores que no estén cumpliendo cabalmente con la normativa y que pueden poner en riesgo su salud y seguridad.

d) Propósito del Estudio

Realizar un estudio de precios de la recarga de agua (Bidón de 20 lts.) envasada y comercializada en la Ciudad de Iquique y establecer un diagnóstico sobre los aspectos de rotulación de estos bidones, que permita evidenciar las falencias en la información entregada a la comunidad local.

e) Objetivos:

- Objetivo General:

Entregar un estudio de precios de la recarga de agua (bidón de 20 lts) para la oferta entregada a la ciudad de Iquique, evaluando el cumplimiento de los requisitos de rotulado de este producto.

- Objetivos específicos y productos:

Vigilar el mercado regional de agua (Bidón de 20 lts) envasada y comercializada en la Ciudad de Iquique, en conformidad a las atribuciones otorgadas al SERNAC en la ley 19.496

Determinar los precios mínimos y máximos entregados por la oferta regional.

Determinar el nivel de cumplimiento de los requisitos de rotulación de los bidones de agua de 20 lts envasados y comercializados en la Ciudad de Iquique, respecto al marco de referencia legal y normativo considerado para el estudio.

f) Marco de referencia legal y marco normativo:

Dentro de la legislación y normativa vigente se identifica y utiliza en el estudio el siguiente marco:

Marco legal:

- Ley 19.496, de protección de los derechos de los consumidores:
  - Título II, Párrafo 1°, artículo 3°, letras b) y d).
  - Título III, Párrafo 1°, artículo 28 letra a) y c).
  - Título III, Párrafo 1°, artículo 29.
  - Título III, Párrafo 1°, artículo 32.
  - Título III, Párrafo 1°, artículo 33.
  - Título III, Párrafo 5°, artículos 44, 45, 46, 47, 48 y 49.
- Decreto Supremo 297/1992, del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción (Reglamento de Productos alimenticios envasados) y sus modificaciones.
- Reglamento Sanitario de los alimentos, DTO. N° 977/96
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 106, números 1, 8, 9, 15, 16, 17, 18, 19, 25 y 28.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 107, letras a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l) y m).
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 108.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 109.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 110.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 111.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 113.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 114.
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 115, letra a).
  - Título II, Párrafo 2°, artículo 120.

g) Variables y conceptos relevantes del Estudio:

Aguas envasadas: Son aguas potables tratadas que pueden ser o no purificadas (destilación, nanofiltración, osmosis inversa o cualquier otro método similar) y podrán ser coloreadas, saborizadas, carbonatadas, mineralizadas, y debiendo estar exentas de edulcorantes naturales y/o artificiales.

Declaración de nutrientes: Relación o enumeración normalizada del contenido de nutrientes de un alimento. (Fuente Reglamento Sanitario de los Alimentos DS 977/96)

Etiqueta: todo rótulo, marbete, inscripción, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, escrita, impresa, marcada, grabada en alto o bajo relieve, adherida o sobrepuesta al juguete, a su envase o embalaje.

**Envase:** cualquier recipiente que contenga alimentos, que los cubra total o parcialmente. (Fuente Reglamento Sanitario de los Alimentos DS 977/96)

**Fecha o plazo de duración mínima:** Aquella fecha o aquel plazo en que expira el periodo en que el fabricante garantiza que el producto, conservado bajo determinadas condiciones de almacenamiento, si las hubiere, mantiene todas las cualidades significativas que se les atribuye, tácita o explícitamente, sin que esto signifique que el producto no puede ser comercializado más allá de esta fecha o plazo. El uso de fecha o plazo de duración mínimo es optativo. (Fuente Reglamento Sanitario de los Alimentos DS 977/96)

**Fecha de elaboración:** Aquella en que el alimento se convierte en el producto descrito en el envase. (Fuente Reglamento Sanitario de los Alimentos DS 977/96)

**Fecha de vencimiento o plazo de duración:** Aquella fecha o aquel plazo en que el fabricante establece que, bajo determinadas condiciones de almacenamiento termina el periodo durable el cual el producto conserva los atributos de calidad esperados. Después de esa fecha o cumplido este plazo el producto no puede ser comercializado. (Fuente Reglamento Sanitario de los Alimentos DS 977/96)

**Producto:** Un producto diseñado y producido principalmente para el uso personal, aunque no limitado a ello, incluyendo sus componentes, partes, accesorios, instrucciones y envase. (Fuente: NCh-ISO 10377:2013, NCh –ISO 10393:2013)

**Producto seguro:** Es aquél que, en un contexto de uso previsto o de un mal uso previsible, está libre de riesgos inadmisibles.

**Rotulación:** conjunto de inscripciones, leyendas o ilustraciones contenidas en el rótulo que informa acerca de las características del producto alimenticio. (Fuente: NCh-ISO 10377:2013, NCh –ISO 10393:2013)

**Rotulación o etiquetado nutricional:** Toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un producto alimenticio. Comprende la declaración de nutrientes y la información nutricional complementaria. (Fuente: NCh-ISO 10377:2013, NCh –ISO 10393:2013)

**Rotulo:** Marbete, etiqueta, marca, imagen u otra materia descriptiva o gráfica, que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado en relieve o hueco grabado o adherido al envase del alimento. (Fuente: NCh-ISO 10377:2013, NCh –ISO 10393:2013)

**Riesgo:** Combinación entre la probabilidad de un acontecimiento perjudicial y la gravedad de ese daño.

**Seguridad:** Ausencia de riesgo inaceptable (inadmisible)(según Guía ISO/IEC 51:1999, NCh-ISO 10377:2013, NCh-ISO10393:2013)

**Uso previsto:** uso de un producto, proceso o servicio de acuerdo con la información proporcionada por el proveedor (Según NCh3251/1-2011: Seguridad de los juguetes –Parte1: Aspectos de la seguridad de las propiedades mecánicas y Físicas)

## h) Metodología:

### 1. Tipo de estudio.

Estudio de diagnóstico a nivel regional, con investigación exploratoria del mercado del agua de bidón de 20 lts., envasada y comercializada en Iquique. El estudio se enmarca en nuestro rol de vigilancia del mercado regional.

### 2. Dimensiones y variables.

Las variables evaluadas son el precio por concepto de recarga de agua de los bidones de 20 lts. entregado a consumidores finales y los requisitos normativos respecto a la rotulación contenida en el Reglamento Sanitario de los alimentos, DTO. N° 977/96 del Minsal y el decreto 297/92 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción

En general el estudio evidencia la información entregada por los productos, en etiquetas y rotulados del producto, información del envase, advertencias destacadas e idioma de la información<sup>6</sup>.

### 3. Universo.

El universo lo componen todos los productos, Bidones de aguas de 20 lts envasadas y comercializada en la ciudad de Iquique.

### 4. Muestreo.

El Muestreo para este estudio consto de las siguientes etapas:

- Sondeo de mercado: El muestreo consistió en un sondeo de mercado realizado por funcionarios de la Dirección Regional de Tarapacá, haciendo un catastro de las empresas de la ciudad de Iquique que ofertaban el producto en estudio. Los medios por los cuales se recogió información fueron: Medios de prensa local, internet. Luego se solicitó a la Seremi de Salud regional listado oficial de proveedores.
- Adquisición de Muestra: Luego de identificado los proveedores regionales que envasan y comercializan este producto en Iquique, se procedió a la compra efectiva de muestras que se utilizaron en este estudio.

---

<sup>6</sup> Check list en Anexo 1

### 5. Muestra.

Para el estudio se contempló una muestra no probabilística e intencionada.

Los productos fueron adquiridos directamente por funcionarios de la Dirección Regional de Tarapacá, solicitando y comprando a cada proveedor del catastro una recarga de bidón de 20 lts de agua. Se adquirió una unidad muestral por marca con un total de 10 marcas, conjunto que constituyó la totalidad de la muestra.

### 6. Antecedentes de la muestra:

La muestra se compuso por 10 marcas<sup>7</sup> (uno por cada proveedor considerado) y su detalle se presentan a continuación.

<b>N° Muestra</b>	<b>Producto Bidón de 20 lts. Nombre Comercial</b>	<b>Proveedor</b>
1	Agua pura vida	Comercializadora Pura Vida Ltda.
2	Agua pura	Sociedad Comercializadora Agua Pura Ltda.
3	Agua de la Península	José Luis Pino Oyarsun
4	Agua Purificada de Iquique	Wilfredo Rochards Paz Comercializadora purificada de Iquique E.I.R.L
5	Agua Del Azar	Sociedad Comercial e Industrial R.M.C Ltda.
6	Agua Cristalina	Sociedad Comercial Cristalina Limitada.
7	Agua de la Cañada	Importadora y Exportadora de bienes e insumos Chile Ltda.
8	Agua Santa Luna	Alexis Daniel Palape Palape
9	Agua San Grabiél	Cristian Patricio Mujica Oyarzo
10	agua San Jorge	Jorge Carlos Luna Hernandez

<sup>7</sup> Si bien según catastro existían 13 empresas proveedoras en Iquique, no fue posible adquirir muestras de 3 de las empresas, por estar inubicables con la información de contacto disponible.

## 7. Metodología analítica: Criterios de investigación y producción de datos.

Para la producción de datos de las marcas adquiridas se recogió el precio cobrado por los proveedores por concepto de la recarga de agua de bidones de 20 lts. Esta variable precio es la utilizada para el estudio.

Para la producción de datos respecto al cumplimiento de los requisitos de rotulado, las unidades muestrales fueron revisadas en su rotulado y evaluadas considerando si cumplen o no con los criterios de rotulación.

El levantamiento de la información será de carácter dicotómico (si: Cumple y no: No cumple), para los productos en los que los criterios apliquen. Se realizaría por medio de un check list<sup>8</sup> en conformidad a los criterios seleccionados.

Los resultados son presentados informando los hallazgos obtenidos y las principales conclusiones que se desprenden de los datos obtenidos, depurados y analizados apoyados de un análisis estadístico y gráfico.

---

<sup>8</sup> Es importante señalar que el análisis se efectuaría sobre todos los puntos, sin embargo como es probable que no todos los criterios apliquen, el grado de cumplimiento se evaluaría sobre el total de los aspectos aplicables respectivamente.

i) Resultados:

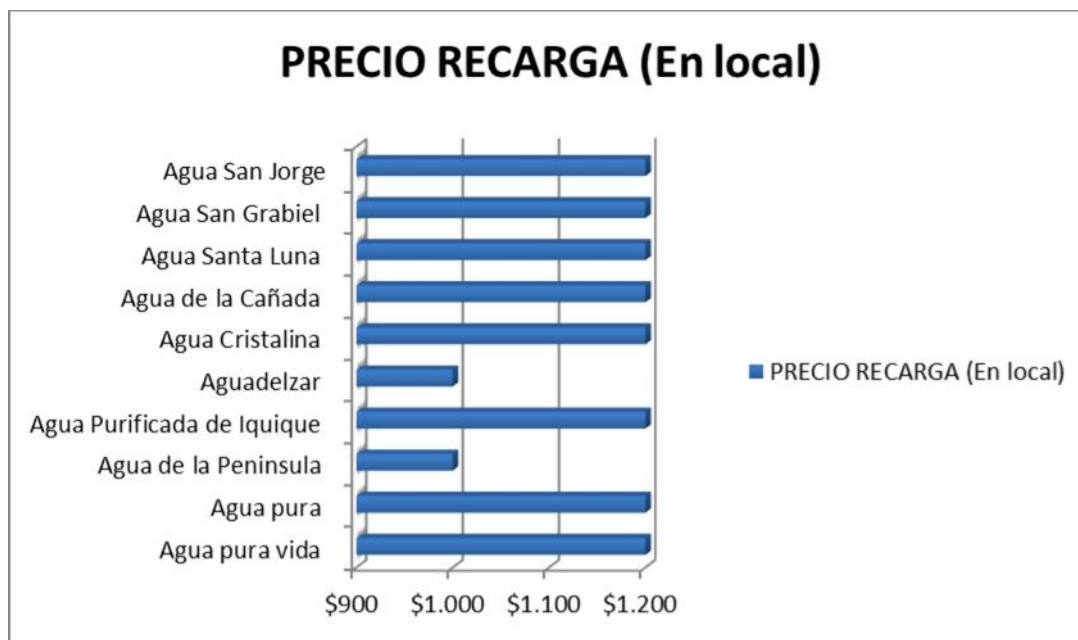
Respecto al Estudio de Precios entregados a los consumidores podemos determinar:

<b>N° Muestra</b>	<b>Producto Bidón de 20 lts. Nombre Comercial</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Precio en Local</b>	<b>Precio a Domicilio</b>
1	Agua pura vida	Comercializadora Pura Vida Ltda.	\$ 1.200	\$ 1.800
2	Agua pura	Sociedad Comercializadora Agua Pura Ltda.	\$ 1.200	\$ 1.800
3	Agua de la Península	José Luis Pino Oyarsun	\$ 1.000	\$ 1.500
4	Agua Purificada de Iquique	Wilfredo Rochards Paz Comercializadora purificada de Iquique	\$ 1.200	\$ 1.800
5	Aguadelzar	Sociedad Comercial e Industrial R.M.C Ltda.	\$ 1.000	\$ 1.800
6	Agua Cristalina	Sociedad Comercial Cristalina Limitada.	\$ 1.200	\$ 1.800
7	Agua de la Cañada	Importadora y Exportadora de bienes e insumos Chile Ltda.	\$ 1.200	\$ 1.700
8	Agua Santa Luna	Alexis Daniel Palape Palape	\$ 1.200	\$ 1.700
9	Agua San Grabiél	Cristian Patricio Mujica Oyarzo	\$ 1.200	\$ 1.800
10	agua San Jorge	Jorge Carlos Luna Hernandez	\$ 1.200	\$ 1.500

- Para la compra de recarga de agua en locales del proveedor, tenemos:

N° Muestra	EMPRESA	PRECIO RECARGA (En local)
1	Agua pura vida	\$ 1.200
2	Agua pura	\$ 1.200
3	Agua de la Península	\$ 1.000
4	Agua Purificada de Iquique	\$ 1.200
5	Aguadelzar	\$ 1.000
6	Agua Cristalina	\$ 1.200
7	Agua de la Cañada	\$ 1.200
8	Agua Santa Luna	\$ 1.200
9	Agua San Grabiél	\$ 1.200
10	Agua San Jorge	\$ 1.200
Precio mas alto		\$ 1.200
Precio mas bajo		\$ 1.000
Moda		\$ 1.200
Diferencia Absoluta		\$ 200
Diferencia Relativa		20%

- A) Diferencia de Precios al adquirir la recarga del bidón de 20 lts en los locales del proveedor ubicado en la Ciudad de Iquique.



- Del total de empresas consideradas, existen dos que presentan el precio menor, que alcanza a los \$1.000 si el consumidor adquiere la recarga en el local de comercialización del proveedor, lo que equivale al 20 % del total de empresas.



- En términos porcentuales, el 80% de las empresas ofertan al precio máximo encontrado de \$1200 la recarga en sus dependencias.
- Las empresas que venden a un precio menor la recarga, cuando el consumidor va directamente a su local son Agua de la Península y Aguadelzar

Para la compra de recarga de agua, bidón de 20 lts con entrega a domicilio tenemos:

N° Muestra	EMPRESA	Precio recarga a domicilio
1	Agua pura vida	\$ 1.800
2	Agua pura	\$ 1.800
3	Agua de la Península	\$ 1.500
4	Agua Purificada de Iquique	\$ 1.800
5	Aguadelzar	\$ 1.800
6	Agua Cristalina	\$ 1.800
7	Agua de la Cañada	\$ 1.700
8	Agua Santa Luna	\$ 1.700
9	Agua San Grabiél	\$ 1.800
10	Agua San Jorge	\$ 1.500
Precio mas alto		\$ 1.800
Precio mas bajo		\$ 1.500
Moda		\$ 1.800
Diferencia Absoluta		\$ 300
Diferencia Relativa		20%

- B) Diferencia de precios de la recarga de agua, bidón de 20 lts con entrega a domicilio.

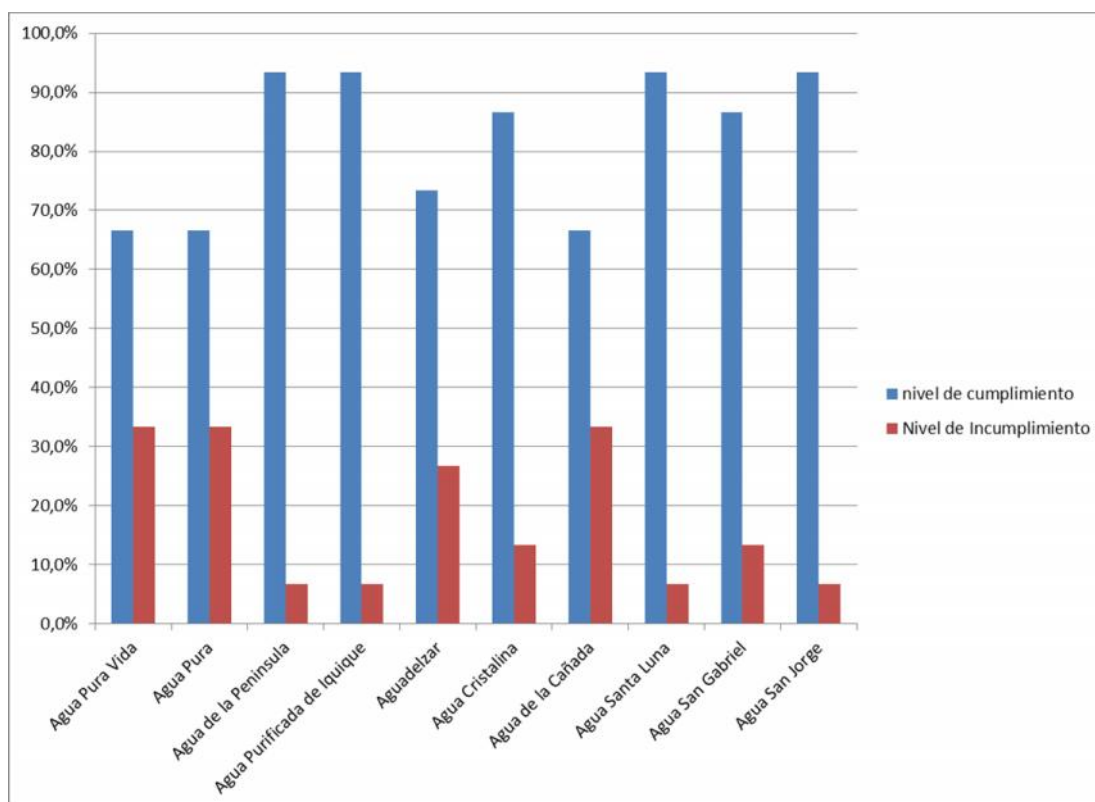


- El precio máximo encontrado para el servicio de recarga de agua, bidón de 20 lts. a domicilio es de \$1800. Siendo el precio mínimo de \$1500. De las 10 empresas cotizadas 6 cobran \$1800, 2 cobran \$1700 y 2 cobran \$1500.
- En términos porcentuales, el 60 % de las empresas cobran \$1800 por la recarga de agua, bidón de 20 lts a domicilio.
- Las empresas que entregan a domicilio la recarga a un precio menor son Aguas de la Península y Agua San Jorge.

- Resultados de los aspectos Rotulación:

Resultados generales:

- Ninguna de las marcas constituyente de la muestra presentó un 100% de cumplimiento a los requisitos de rotulación exigidos por la normativa vigente.
- Del total de 15 criterios con pertinencia, 9 fueron cumplidos es un 100%, 3 fueron cumplidos dentro del rango del 60% al 70% y 3 entre un 40 y 50 %.



Fuente: Elaboración propia, 2015

Resultado por requisito:

- Del total de requisitos evaluados, el 60% fueron cumplidos en un 100%.
- Los mayores incumplimientos se encuentran en los requisitos:

Requisito	Porcentaje de incumplimiento	Empresas
Información del país de origen conforme a las normas de rotulación establecida en el decreto N° 297/1992_y el Decreto 977/96 del Minsal.	60%	Agua Pura Vida, Agua Pura, Aguadelzar, Agua Cristalina, Agua Santa Luna, Agua San Jorge
Informa fecha de elaboración o fecha de envasado del producto.	40%	Agua Pura Vida, Agua Pura, Agua de la Península, Agua de la Cañada
Entrega las instrucciones para el almacenamiento.	40%	Aguadelzar, Agua Cristalina, Agua de la Cañada, Agua San Gabriel
Informa los ingredientes. En el rótulo deberá figurar la lista de todos los ingredientes y aditivos que compone el producto en orden decreciente de proporciones.	50%	Agua Pura Vida, Agua Pura, Agua Purificada de Iquique, Aguadelzar, Agua de la Cañada
La rotulación de las aguas envasadas deberá incluir, la composición y concentración de las sales minerales o electrolitos, según corresponda a su definición, la que será adicional a los requisitos de rotulación establecidos en el Título II Párrafo II del DS 977/96	50%	Agua Pura Vida, Agua Pura, Aguadelzar, Agua de la Cañada, Agua San Gabriel

Fuente: Elaboración propia, 2015

- El 60% de las empresas incumplen el requisito respecto a informar el país de origen conforme a las normas de rotulación establecida en el decreto N° 297/1992 y el Decreto 977/96 del Ministerio de Salud ( Reglamento Sanitario de Alimentos)
- El 40 % de las empresas incumplen el requisito respecto a informar la fecha de elaboración o fecha de envasado del producto.
- El 40% de las empresas incumplen el requisito respecto a entregar las instrucciones para el almacenamiento.

- El 50 % de las empresas incumplen<sup>9</sup> el requisito respecto a Informar los ingredientes empleados en la elaboración del producto, en específico a señalar en el rótulo la lista de todos los ingredientes y aditivos que compone el producto en orden decreciente de proporciones.
- El 50 % de las empresas incumplen el requisito que establece que la rotulación de las aguas envasadas deberá incluir, la composición y concentración de las sales minerales o electrolitos, según corresponda a su definición, la que será adicional a los requisitos de rotulación establecidos en el Título II Párrafo II del DS 977/96

---

<sup>9</sup> Minsal regional tiene el criterio, producto de la naturaleza del producto, de no considerar este resultado dentro de los incumplimientos de alto nivel.

#### IV) CONCLUSIONES Y HALLAZGOS:

El mercado de agua envasada de la región de Tarapacá ha sufrido un amplio y sostenido crecimiento en la última década. El número de empresas locales envasadoras y comercializadoras en el año 2007 alcanzaba tan sólo 4 empresas, a fines de 2011 ya eran 15, llegando en el 2013 a 25 empresas envasadoras en la región.

Respecto a los precios entregados al consumidor de los bidones de 20 lts. de agua envasada y comercializada en la ciudad de Iquique, los principales hallazgos son:

- Si bien es un mercado sin mucha dispersión en los precios entregados a los consumidores, es posible encontrar una diferencia de precios relativa de un 20%.
- Si un consumidor compra una recarga de bidón de 20 lts en el local del proveedor, puede encontrarla a un precio mínimo de \$1000 y el máximo de \$1200. Las empresas que entregan un menor precio son Agua de la Península y Aguadelzar. Traduciéndose en un ahorro de \$200 para el consumidor.
- Para el caso de la recarga a domicilio de agua bidón de 20 lts, el precio mínimo encontrado es de \$ 1500 y el precio máximo es de \$1800. Las empresas que entregan este precio menor son Aguas de la Península y Agua San Jorge. Traduciéndose en un ahorro de \$300 para el consumidor.

Respecto al cumplimiento del rotulado de los bidones de 20 lts. por parte de las empresas locales, los principales hallazgos son:

- Se evidenció que el 40% de las empresas locales no cumple con el requisito de entregar información respecto a la duración y/o fecha de vencimiento del agua bidón de 20 lts.
- El 60 % de las empresas no informan el país de origen de su producto, conforme a las normas de rotulación vigente.
- El 40% de las empresas incumplen el requisito respecto a entregar las instrucciones para el almacenamiento.
- Existen dos requisitos incumplidos en un 50 %, referidos a informar los ingredientes, composición y concentración de las sales minerales o electrolitos, según corresponda a su definición. Estos hallazgos serán informados y trabajados en conjunto con la Seremi de Salud Regional, para su evaluación y revisión definitiva. Lo anterior debido a que SERNAC, desde su función de vigilancia ha desarrollado este estudio para generar un diagnóstico del mercado, levantar alertas y desarrollar posteriormente un trabajo interinstitucional.

## V) ANEXOS

### Anexo 1:

<b>Reglamento Sanitario de Alimentos DS 977/96</b>				
N° Criterio evaluado	ARTICULO 107	Muestra N°1	.....	Muestra N°X
1	Art. 107 letra a) Presenta rotulado o etiqueta con el nombre del alimento. El nombre deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento envasado en forma específica. Sin Perjuicio del nombre podrá indicarse su marca comercial.			
2	Art. 107 letra b) Contenido neto expresado en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, mediante el símbolo de la unidad o con palabras completa. No deberá acompañar a los valores del contenido neto ningún término de significado ambiguo.			
3	Art.107 letra b) Además de la declaración del contenido neto, debe indicarse en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional, el peso drenado del alimento.			
4	Art.107 letra c) contiene nombre o razón social del proveedor			
5	Art. 107 letra c) muestra domicilio del fabricante, elaborador, procesador, envasador o distribuidor según corresponda.			
6	Art. 107 letra d) entrega información del país de origen conforme a las normas de rotulación establecida en el decreto N° 297 de 1992 del ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.			
7	Art 107 e) número y fecha de la resolución y el nombre del Servicio de Salud que autoriza el establecimiento que elabora o envasa el producto o que autoriza su internación			
8	Art. 107 letra f) informa fecha de elaboración o fecha de envasado del producto.			
9	Art. 107 letra g) informa fecha de vencimiento o plazo de duración del producto. Esta información se ubicará en un el envase en un lugar fácil de localizar y con una leyenda destacada. La fecha de vencimiento se indicará en la forma y el orden establecido para la fecha de elaboración.			
10	Art. 107 letra h) informa los ingredientes. En el rótulo deberá figurar la lista de todos los ingredientes y aditivos que compone el producto en orden decreciente de proporciones.			
11	Art. 107 letra k) Entrega las instrucciones para el almacenamiento.			
12	Art. 107 letra k) a)Posee instrucciones para su uso. El rótulo debe contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo de empleo, incluida la reconstitución, si es el caso, para asegurar la correcta utilización del alimento			
	<b>ARTICULO 109</b>			
13	¿La información en el rótulo esta en idioma castellano?			
	<b>ARTICULO 110</b>			
14	¿La rotulación y publicidad contiene palabras, ilustraciones y/o representaciones inducen a equívocos, engaños o falsedades?			
	<b>ARTICULO 111</b>			
15	¿La información se encuentra colocada de manera que no se separe del envase?			
	<b>ARTICULO 115</b>			

16	<p>Contiene el valor energético o energía expresada en calorías, las proteínas, grasas totales, hidratos de carbono disponibles o carbohidratos disponible y azúcares totales , en gramos y el sodio en miligramos</p>			
<b>ARTICULO 487 E</b>				
17	<p>La rotulación de las aguas envasadas deberá incluir, la composición y concentración de las sales minerales o electrolitos, según corresponda a su definición, la que será adicional a los requisitos de rotulación establecidos en el Título II Párrafo II del DS 977/96</p>			



## Anexo 2:

Fuente:

<http://www.emol.com/noticias/economia/2014/02/13/644771/chile-consumo-per-capita-de-agua-embotellada-crece-mas-del-50-en-la-ultima-decada.html>

# Consumo per cápita de agua embotellada crece más del 50% en Chile en la última década

*Según Germán Arellano, director de Vertientes del Pacífico, los chilenos están teniendo más conciencia de que el agua domiciliaria no es buena para la salud, a lo que se suma la sana economía del país.*



**Germán Arellano, director de Vertientes del Pacífico S.A, que incorpora el agua Ocho Vertientes.**

Foto: El Mercurio



**El 2013 el consumo de agua embotellada en Chile llegó a 393 millones de litros.**

Foto: El Mercurio

SANTIAGO.- El 2013 el consumo de agua embotellada en Chile llegó a 393 millones de litros. Esto representa 22 litros de consumo per cápita, cifra que hace diez años sólo llegaba a los 7 litros por habitante, según un estudio de la Asociación Nacional de Bebidas Refrescantes (Anber).

Según Germán Arellano -conocido por su participación en empresas como Aguas Benedictino, y T-Company, y hoy director de Vertientes del Pacífico S.A, que incorpora el agua Ocho Vertientes- la cifra actual se debe a cinco variables que se han estado gestando en la última década pero sobre todo los últimos tres años, explicó a **Emol.com**.

En primer lugar, Arellano explica que en relación a los hábitos de la población, existe una tendencia en las personas de consumir productos más saludables: "quien tomaba bebidas de fantasía azucaradas ha ido migrando al agua".

En segundo lugar, el crecimiento económico del país y la menor tasa de desempleo en los últimos diez años han sido indicadores que han agilizado el acceso a bienes de consumos más sofisticados, como el agua embotellada. "Este tipo de agua en el país aún no es un bien de consumo básico. Aunque tiene mayor valor que un bien de canasta, tampoco es de lujo", agrega el ejecutivo.

El tercer efecto, es la conciencia que se ha tomado respecto de la obesidad. "Los niños comen pan y toman bebida de fantasías. Las mamás están mejorando esos hábitos migrando a aguas libres de azúcar", explica el empresario.

En cuarto lugar, las campañas de los gobiernos como "elige vivir sano" han generado conciencia en los colegios de que los alumnos empiecen a considerar que tomar agua "es rico y ya no es fome".

Como última variable, Arellano -quien dice ser uno de los cuatro en el mundo que tiene el secreto de la purificación del agua-, declara que la gente hoy está más informada, producto de la labor de las redes sociales y los medios de comunicación: "Hoy los chilenos están entrando a este mercado porque tienen conciencia de que el agua domiciliaria no es buena para la salud (...) El agua no va a cambiar, la gente se informará más de lo que contiene ésta y la dejará de tomar. Va a entender y asumir que 'lo que queda en la tetera lo tienen que filtrar sus riñones'".

### **2014 y futuro**

"Metiendo en una licuadora las variables recién nombradas, Chile debería llegar a fines de 2014 a un consumo en torno a los 450 millones de litros de agua embotellada. Así en 2016 se alcanzaría un consumo superior a los 500 millones. Así, Chile debería en los próximos años superar los 25 a 30 litros per cápita en consumo", proyecta el director de Vertientes del Pacífico S.A.

### **Escenario externo y latinoamericano**

EE.UU. y Europa consumen sobre los 100 litros per cápita de agua embotellada al año. Según Arellano, esta situación se genera por la conciencia que poseen esos habitantes de que el agua domiciliaria, si bien es potable "no debe ser bebida". "En estos países, su uso va directamente destinado al jardín, lavado de cuerpo o ropa, baño, etc. En este caso, la situación económica permite que parte de la canasta de consumo vaya a productos de mayor valor, como el agua", explica.

"En Europa en general, donde se consumen entre 120 y 125 litros per cápita, han ido sofisticando su nivel de consumo, como por ejemplo, con la existencia del agua de los Alpes. Ya casi miran el agua como de qué 'cepa' es, al igual como sucede con los vinos".

Aun así, en relación a los vecinos latinoamericanos, Chile se ubica entre los países con más consumo de agua envasada. Argentina supera a Chile con 60 litros per cápita. Así, pese al crecimiento del consumo de agua procesada en Chile en la última década, el empresario señaló que el país aún "está en pañales. Nuestro país consume casi un 20% de lo ingieren los otros países desarrollados".