



Estudio de rotulación y aspectos de sustentabilidad de agua embotellada comercializada a nivel nacional.

Febrero 2026



1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mercado ofrece a los consumidores una gran variedad de marcas de aguas minerales embotelladas, tanto nacionales como importadas. Dentro de esta oferta, existe una multiplicidad de tipos de aguas minerales denominadas naturales, purificadas con gas y sin gas, entre otras, donde, además, la percepción de un mejor sabor y de una mayor seguridad sanitaria han aumentado la demanda de estos productos.

El agua es esencial para muchos procesos de nuestro cuerpo, es un componente esencial de todos los tejidos, y juega un rol fundamental en los procesos de digestión, absorción y excreción; también es un medio de transporte y participa en reacciones metabólicas del organismo, además de mantener la temperatura corporal, entre otros. Por ende, el no tomarla en las cantidades adecuadas, puede significar una alteración en las variadas funciones de nuestro organismo¹ y la hace un pilar fundamental para la salud.

En la última década, el mercado del agua embotellada ha experimentado un crecimiento exponencial por los beneficios antes mencionados y además se ha realizado difusión de estos beneficios a nivel mundial, mediante redes sociales, estudios de investigación, recomendaciones de profesionales de la salud, etc. Es por ello, que cada vez los consumidores de este tipo de productos están más conscientes de la importancia de su consumo.

Además, los proveedores de agua embotellada mediante el marketing han logrado posicionar el agua no solo como un bien esencial, sino también como un producto diferenciado en términos de calidad y estilo de vida.

Por su parte, en Chile, se ha incentivado el consumo de agua mediante la campaña nacional del programa "Elige Vivir Sano" y además se han incluido políticas públicas que promueven la hidratación como base de una vida saludable.

Por lo anterior, SERNAC, a través del presente estudio, ha pretendido abordar información relevante de estos productos, incluyendo aspectos normativos, antecedentes de mercado y aspectos de sustentabilidad de su proceso de producción y etiquetado, con la finalidad de conocer a nivel estratégico como los proveedores de este rubro están incorporando dicha información en las diversas marcas de agua embotellada que comercializan, generando información relevante para los consumidores

¹ Página Web. Visitada con fecha:06.01.2026. Recuperada de <https://www.ccdm.cl/noticia/agua-esencial-elemento-para-nuestro-bienestar/>



2. CONTEXTO

El agua, es un elemento vital que cubre más del 70% de la superficie de nuestro planeta, es mucho más que una simple combinación de hidrógeno y oxígeno. Su importancia trasciende más allá de ser la fuente de vida y un recurso natural imprescindible para el desarrollo de la vida en la Tierra². Este recurso es crucial en todas las actividades que se desarrollan a nivel industrial, el uso poblacional y para la calidad de la conservación del medio ambiente.

Existen diferentes tipos de agua en función de sus características químicas, físicas o biológicas. Algunos tipos de agua son³:

1. Agua potable

Este es un tipo de agua apta para el consumo humano, que tras un tratamiento adecuado, puede ser consumida sin que exista peligro para la salud. Es limpia, transparente, sin olores o sabores desagradables y está libre de contaminantes. Este tratamiento incluye procesos como la filtración, la desinfección y la eliminación de contaminantes químicos y biológicos para garantizar su seguridad.

La calidad del agua potable que consumimos depende del lugar de donde provenga. Por ejemplo, si es agua de la zona norte, su composición tiene mucha mayor concentración de minerales que el agua de la zona sur.

2. Agua dulce

Es aquella que se encuentra naturalmente en la superficie de la tierra en capas de hielo, humedales, lagunas, lagos, ríos y arroyos, y bajo la superficie como agua subterránea en acuíferos y corrientes bajo tierra. Se caracteriza generalmente por tener una baja concentración de sales y sólidos disueltos, generalmente menos de 1.000 mg/l de sales disueltas.

El agua dulce proviene de 3 fuentes principales⁴: aguas superficiales, aguas subterráneas, precipitaciones de lluvia y nieve.

3. Agua salada

También se denomina agua de mar, siendo la que se encuentra en los océanos y los mares de la Tierra. Se caracteriza por tener una concentración de sales minerales disueltas en torno al 35%, compuestas principalmente por cloruro de sodio, sulfato de magnesio y bicarbonato de calcio. Esta composición varía ligeramente en función de factores como la ubicación geográfica y la profundidad.

4 . Agua dura

Es aquella que contiene un alto nivel de minerales disueltos, en particular, sales de magnesio y calcio. En química, también se denomina agua calcárea. Esta característica puede influir en la formación de depósitos de cal en tuberías y sistemas de calentamiento, y afectar la eficacia de jabones y detergentes. La dureza se mide en grados alemanes (°dH), donde el agua se considera dura a partir de 8,4 °dH.

² Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.iagua.es/respuestas/cuantos-tipos-agua-hay>

³ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.iagua.es/respuestas/cuantos-tipos-agua-hay>

⁴ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://escenarioshidricos.cl/noticia/usos-del-agua-en-chile-medir-para-gestionar/>



5. Agua blanda

El agua blanda es el agua en la que se encuentran disueltas mínimas cantidades de sales. Se consideran aquellas que tienen menos de 50 mg/l de carbonato cálcico. Este tipo de agua es preferido en aplicaciones industriales y domésticas donde la dureza del agua puede ser problemática, como en sistemas de calderas y en la limpieza.

6. Agua ultrapura

Es agua que ha sido purificada a un grado extremo, eliminando casi todos sus minerales y contaminantes. Se utiliza en industrias y laboratorios donde la presencia de impurezas puede afectar los resultados, como en la fabricación de semiconductores y en la investigación científica.

7. Agua destilada

Es aquella que ha sido purificada o limpiada mediante destilación. Este proceso implica la evaporación del agua seguida de la condensación, eliminando así la mayoría de sus impurezas y sales disueltas. El agua destilada se utiliza ampliamente en laboratorios, en la fabricación de productos farmacéuticos y en aplicaciones donde se requiere agua de alta pureza.

8. Agua mineral

Es agua que contiene minerales u otras sustancias disueltas que le confieren valores terapéuticos o alteran su sabor. A menudo se extrae de manantiales o fuentes subterráneas, y se caracteriza por su pureza original, la que contiene minerales y otros componentes, que son buenos para nuestro organismo.

9. Agua alcalina

Esta agua tiene un pH superior a 7, debido a la presencia de minerales alcalinos como el calcio, el magnesio y el potasio. A veces se promociona por sus posibles beneficios para la salud, aunque estas afirmaciones no siempre están respaldadas científicamente.

10. Agua Purificada

Este tipo de agua ha sido sometida a distintos procesos para eliminar microorganismos, impurezas y contaminantes, de esta forma es segura para el consumo humano. Estos procesos pueden incluir ósmosis inversa, filtración y desinfección para garantizar su inocuidad.

El levantamiento de mercado de este estudio incluye **agua alcalina, mineral y purificada**.

El agua destinada al consumo humano y a otras actividades productivas proviene de diversas fuentes:

- **Las aguas superficiales**, son los ríos, lagos, lagunas y embalses, y constituyen una fuente accesible pero que está sujeta a variaciones estacionales y a una mayor exposición a la contaminación que otras fuentes.
- **Las aguas subterráneas**, se obtienen de pozos y acuíferos y suelen presentar una calidad más estable, pero tienen riesgos como la sobreexplotación y la presencia natural de minerales o elementos nocivos para la salud, como arsénico o flúor.
- También existen **fuentes transferidas o importadas**, que se tratan de trasladar agua desde otras cuencas a través de acueductos, o cuando es necesario, aplicar tecnologías como la desalinización del agua de mar⁵.

⁵ Página Web. Visitada con fecha: 26.08.2025. Recuperada de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/rcsl/v10n21/2007-8846-rcsl-10-21-00004.pdf>



Por otra parte, el agua tiene un rol esencial para las personas, esta permite llevar a cabo las funciones metabólicas del cuerpo humano.

En este sentido es importante hacer mención al **agua corporal total (ACT)** es la cantidad total de agua contenida en el cuerpo humano⁶.

El **agua corporal total se define como la suma de todos los compartimentos de agua en el organismo**. Representa entre un **50%** y un **70%** del peso corporal, variando según la edad, el sexo, la composición corporal y el estado fisiológico del individuo⁷.

El agua corporal total desempeña **funciones esenciales para los procesos fisiológicos del cuerpo humano**, tales como⁸:

- Transporte de nutrientes y oxígeno a las células a través del plasma.
- Eliminación de productos de desecho mediante el sistema urinario y sudoración.
- Mantenimiento de la temperatura corporal por medio de la evaporación y el sudor.
- Lubricación de articulaciones, tejidos y órganos internos.
- Regulación del volumen sanguíneo y la presión arterial.
- Participación en reacciones bioquímicas intracelulares como medio disolvente y reactivo.

Las Academias Nacionales de Ciencias, Ingeniería y Medicina de Estados Unidos **recomiendan de 3,7 litros de líquidos al día para los hombres y sobre 2,7 litros de líquidos al día para las mujeres**⁹. Los valores antes mencionados son aproximados, ya que es importante beber agua según requerimientos de cada persona, algunas consideraciones son: beber líquidos en función del peso, edad, salud, temperaturas externas y nivel de actividad¹⁰.

Es por ello, **en Chile se promueve una adecuada hidratación a través del programa Elige Vivir Sano**¹¹, una política pública que busca fomentar hábitos saludables en la población, por ejemplo incentivando la preferencia por el consumo de agua por sobre bebidas azucaradas como parte de un estilo de vida equilibrado y orientado al bienestar integral.

Sin embargo, es necesario considerar que las personas deben beber agua con estándares de calidad específicos, estas pueden ser: agua potable o agua embotellada y/o envasada. En este sentido cuando se comercializa envasada, pasa de ser un bien básico a un producto alimentario regulado que **debe cumplir con la normativa vigente para garantizar la seguridad y la calidad necesaria para los consumidores**.

La regulación chilena, al tipificar el agua envasada como alimentos, **establece normas de inocuidad y rotulación**, y específicamente para el agua mineral, se establecen normas en cuanto al origen, protección del manantial, tratamientos permitidos y parámetros de calidad químicos y microbiológicos.

Es por ello, que uno de los objetivos más relevantes de este estudio será analizar la calidad de algunos productos comercializados en Chile de agua embotellada, mediante variables fisicoquímicas analizadas en el laboratorio de referencia de Química Ambiental del Instituto de Salud Pública de Chile.

⁶ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/agua-corporal-total>

⁷ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/agua-corporal-total>

⁸ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/agua-corporal-total>

⁹ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/nutrition-and-healthy-eating/in-depth/water/art-20044256>

¹⁰ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/agua-corporal-total>

¹¹ Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://eligevivirsano.gob.cl/>

Para abordar este tema es necesario contemplar una serie de variables y conceptos de la normativa vigente para este tipo de producto y que se describirán a continuación¹²:

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.

Rótulo: 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).

A continuación, se puede visualizar en la imagen 1 una aproximación del proceso de purificación de agua. Este diagrama fue elaborado a partir de información enviada por distintos proveedores del mercado de agua embotellada, utilizando inteligencia artificial.



Fuente: SERNAC 2026, Ilustración IA de Esquema representativo del Proceso de Purificación del Agua a partir de referencias nacionales.

A grandes rasgos, el agua purificada contiene los siguientes pasos, pero cada empresa elabora sus productos según sus lineamientos de calidad, estratégicos del negocio y segmentos de consumidores a los cuales desean llegar:

Sedimentación: Ocurre al inicio en los tanques de recepción, donde el agua se estabiliza y las partículas más pesadas pueden asentarse antes de entrar al sistema de bombeo.

Filtración: El agua atraviesa filtros de arena, carbón u otro material que remueva materiales para eliminar sedimentos, cloro y olores.

Osmosis Inversa: Donde el agua se purifica a nivel molecular mediante alta presión y membranas.

¹²Página Web. Visitada con fecha:26.08.2025. Recuperada de: <https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-4240.html>



Distribución: El producto terminado se coloca en los bidones para su salida.

Almacenamiento: El agua ya purificada se deposita en el grupo de tanques.

La información antes revisada se hace necesaria para comprender los antecedentes conceptuales y técnicos asociados en la producción de este tipo de productos.

Antecedentes de Mercado

El consumo de agua embotellada como sustitución del agua de la llave para beber es un fenómeno que comenzó a aparecer y a discutirse al inicio de la década de los noventa. Este aumento del consumo ocurre en todo el mundo, independiente de que en las localidades se tenga un buen servicio en la red pública¹³.

El mercado de agua purificada ha encontrado una oportunidad de arraigo en la necesidad de los usuarios de contar con agua segura, los cuales están dispuestos a pagar por el agua que se ofrece embotellada, principalmente, en contenedores reutilizables de 20 litros mejor conocidos como botellones¹⁴.

Las estimaciones mundiales recientes sitúan el mercado del agua embotellada en un valor de cientos de miles de millones de dólares variando entre USD 270 millones en 2024 según distintas fuentes¹⁵.

Las proyecciones de la tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) que se estiman para los periodos 2025 a 2030 es en torno al 6,4¹⁶.

Este aumento puede estar atribuido a diversos factores, tales como conveniencia para el consumidor y preocupaciones por la salud que llevan a la sustitución de bebidas azucaradas¹⁷.

Por otro lado, algunas tendencias de Mercado y Perspectivas Claves¹⁸ en 2024, indican que:

- El mercado de agua embotellada en la región de Asia Pacífico tuvo un porcentaje de ingresos del 45.65%
- En función de producto, se tuvo un porcentaje de ingresos del 75.5%
- En función de empaquetado, las botellas PET presentaron un porcentaje de ingresos del 80.1%
- En función del tamaño del empaquetado, las botellas de aguas medianas presentaron un porcentaje de ingresos del 72.7%

La tasa de crecimiento anual compuesta del mercado de agua embotellada en Estados Unidos pretende crecer un 5.7% desde 2025 hasta el 2030.

En la imagen 2 se puede observar el crecimiento global del mercado de agua embotellada, el cual ha ido en aumento a lo largo de los últimos años y además se espera un crecimiento de mercado para los próximos 5 años:

¹³ Página Web. Visitada con fecha: 02.09.2025. Recuperada de: www.scielo.org.mx/pdf/rcsl/v10n21/2007-8846-rcsl-10-21-00004.pdf

¹⁴ Página Web. Visitada con fecha: 02.09.2025. Recuperada de: <https://www.scielo.org.mx/pdf/rcsl/v10n21/2007-8846-rcsl-10-21-00004.pdf>

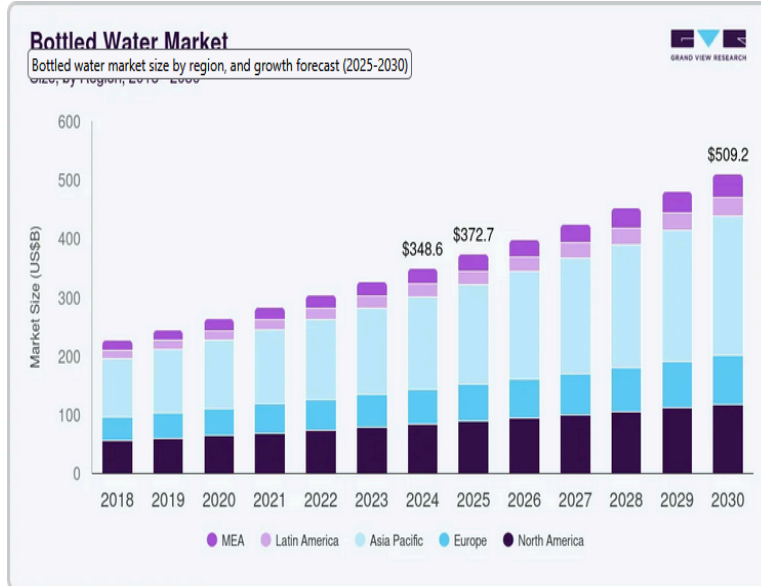
¹⁵ Página Web. Visitada con fecha: 02.09.2025. Recuperada de: <https://www.imarcgroup.com/bottled-water-market>

¹⁶ Página Web. Visitada con fecha: 02.09.2025. Recuperada de: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/bottled-water-market>

¹⁷ Página Web. Visitada con fecha: 02.09.2025. Recuperada de: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/bottled-water-market>

¹⁸ Página Web. Visitada con fecha: 02.09.2025. Recuperada de: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/bottled-water-market>

Imagen 2: Crecimiento global del mercado de agua embotellada.



Fuente: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/bottled-water-market>, 2026.

Este aumento puede estar asociado a una mayor conciencia de los beneficios del agua por encima de las bebidas azucaradas, además de considerarse una forma más conveniente de mantener hidratado al hacer ejercicio y el día a día.

En cuanto a la segmentación global, el mayor volumen corresponde al agua sin gas, tanto mineral como purificada, pero el segmento con gas se posiciona como una categoría de mayor valor en muchos mercados por el potencial de mostrarse como producto Premium y su uso en restaurantes y bares. Además, en los últimos años han crecido subsegmentos tales como aguas vitaminadas, saborizadas sin azúcar y premium que coexisten con formatos grandes para consumo doméstico y oficinas¹⁹.

En cuanto a América Latina muestra comportamientos mixtos: hay países donde la confianza en el agua de la llave es suficiente y el agua embotellada compite por conveniencia, y otros donde la preocupación por calidad impulsa consumo habitual de agua embotellada.

Sudamérica muestra un crecimiento moderado, con una relevancia notable de aguas purificadas en zonas urbanas y de aguas minerales en mercados que valoran el origen. Las olas de calor, cambios de hábitos por salud y políticas contra bebidas azucaradas han reforzado la demanda regional²⁰.

A nivel nacional, el tamaño del mercado de agua embotellada en Chile alcanzó un valor de 1,71 mil millones de dólares en 2024. Durante 2025-2034, se prevé que el mercado objetivo aumente a una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) del 5,10% hasta alcanzar los 2,68 mil millones de dólares en 2034²¹. Este dinamismo responde tanto al posicionamiento del agua embotellada como producto saludable, como a un aumento de la demanda derivada de la sustitución de bebidas azucaradas, la disponibilidad de formatos accesibles y la consolidación de segmentos premium en el mercado local. Empresas líderes como CCU, destacan en sus memorias anuales la importancia estratégica del agua dentro de su portafolio de bebidas no alcohólicas, con innovaciones en empaques y diversificación de marcas²².

¹⁹ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. Recuperada de: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/south-america-bottled-water-market>

²⁰ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. Recuperada de: [South America Bottled Water Market Size, Analysis | Share & Growth Report 2030](https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/south-america-bottled-water-market)

²¹ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. Recuperada de: <https://www.informadexperitos.com/informes/mercado-de-agua-embotellada-en-chile>

²² Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. Recuperada de: https://www.ccu.cl/wp-content/uploads/2024/04/memoria_anual_CCU_2023.pdf



Datos Relevantes consumo

Según revisión sistemática de este estudio el mercado de las aguas embotelladas en Chile está liderado por CCU (Cachantún, Manantial y Nestlé) y Coca-Cola (Vital, Benedictino) que cubren desde formatos individuales hasta bidones. Estas marcas comercializan aguas con gas, sin gas, saborizadas y formatos familiares.

A nivel global, Chile está entre los mayores consumidores de agua embotellada y a nivel mundial apenas el 9% de envases se recicla²³, de ahí toma relevancia que este estudio también se revisen aspectos relacionados a la sustentabilidad, siendo un tema de preocupación para el gobierno y además es una línea de trabajo que busca potenciar el SERNAC en distintos productos informativos y trabajo intersectorial.

En este estudio Chile aparece noveno en el listado de ventas per cápita, el que es dominado por Singapur, Australia y Canadá²⁴.

De acuerdo al Instituto para el Agua, el Medio Ambiente y la Salud de la Universidad de Naciones Unidas, esta industria oculta un problema global: el fracaso de sistemas públicos de proveer agua potable de calidad para todos²⁵.

Un dato interesante es que de 150 a 1.000 veces más puede ser el costo del agua embotellada en comparación al agua de la llave²⁶.

Chile es el país de Sudamérica que tiene el índice de agua potable más segura para beber, además de ser el único de la zona donde es recomendable ingerirla desde la llave.

Antecedentes de mercado de sustentabilidad asociado a agua embotellada.

El análisis de los aspectos de sustentabilidad en el mercado de aguas embotelladas constituye un insumo fundamental para la evaluación de la información que se entrega al consumidor mediante la rotulación. La producción y consumo de este producto involucran no solo la extracción de un recurso hídrico de creciente escasez en el contexto de la crisis climática nacional, sino también el uso de materiales de envasado, principalmente plástico, cuya gestión post-consumo presenta importantes desafíos.

Respecto de los tipos de envases y su impacto, es posible mencionar que, los envases plásticos, particularmente aquellos fabricados en **polietileno tereftalato (PET)**, constituyen la opción predominante en el mercado²⁷. Según datos de la industria internacional, el material plástico representa el 97,3% del total de envases utilizados para agua embotellada, correspondiendo aproximadamente el 78,8% a botellas de PET²⁸. Si bien este polímero presenta características técnicas favorables, peso reducido, transparencia, barrera adecuada y reciclabilidad teórica, su ciclo de vida implica externalidades ambientales significativas.

²³ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. <https://www.emol.com/noticias/Economia/2023/03/22/1090076/agua-embotellada-consumo-chile-mundo.html>

Recuperada de:

²⁴ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. <https://www.emol.com/noticias/Economia/2023/03/22/1090076/agua-embotellada-consumo-chile-mundo.html>

Recuperada de:

²⁵ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. <https://www.emol.com/noticias/Economia/2023/03/22/1090076/agua-embotellada-consumo-chile-mundo.html>

Recuperada de:

²⁶ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. <https://www.emol.com/noticias/Economia/2023/03/22/1090076/agua-embotellada-consumo-chile-mundo.html>

Recuperada de:

²⁷ Página Web. Visitada con fecha:10.09.2025. Recuperada de: <https://bottledwater.org/packaging/>

²⁸ Página Web. Visitada con fecha:10.09.2025. Recuperada de: <https://bottledwater.org/packaging/>



Investigaciones recientes han documentado la presencia de partículas micro plásticas en aguas envasadas en PET, planteando interrogantes sobre la idoneidad de la información proporcionada en los rótulos respecto a la composición del envase y sus potenciales interacciones con el contenido.²⁹

De acuerdo con antecedentes oficiales, en Chile la tasa de reciclaje de plásticos post-consumo se mantiene en torno al **7 %** del total generado, lo que implica que la gran mayoría de los envases de un solo uso, incluyendo botellas de agua que terminan en rellenos sanitarios o disposición final no controlada, contribuyendo a la generación de residuos y contaminación por microplásticos³⁰. En particular, el **polietileno tereftalato (PET)**, material predominante en las botellas de agua, representa aproximadamente entre el **20 % y el 25 %** del plástico efectivamente reciclado a nivel nacional³¹, lo que lo convierte en uno de los polímeros con mayores tasas de valorización dentro del país.

Estos antecedentes revelan que, para avanzar hacia un mercado más sustentable y alineado con los principios de la Ley N° 20.920 de Responsabilidad Extendida del Productor, resulta necesario que la rotulación de aguas embotelladas incorpore información clara y verificable sobre la **reciclabilidad del envase**, incluyendo el tipo de material y las recomendaciones de disposición final, entre otros aspectos. Esta información es indispensable para facilitar un consumo informado, disminuir la asimetría de información y contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente el **ODS 6** (agua limpia y saneamiento) y el **ODS 12** (producción y consumo responsables).

En el caso de Chile, la situación adquiere un carácter especialmente crítico. El país atraviesa una de las crisis hídricas más graves de su historia, lo que ha llevado a un aumento en el consumo de agua embotellada como alternativa cotidiana. No obstante, este hábito no está exento de consecuencias: la producción, distribución y disposición de envases plásticos genera una significativa carga ambiental, intensificando los desafíos en materia de sostenibilidad. Frente a ello, el Estado chileno se ha adherido a compromisos internacionales, como los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030**, con énfasis en el **ODS 6 (Agua limpia y Saneamiento)**, que promueve la gestión sostenible del agua. Asimismo, se han implementado instrumentos regulatorios como la **Ley N° 20.920 de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje**, y los **Acuerdos de Producción Limpia (APL)**, orientados a optimizar el uso eficiente de recursos hídricos y energéticos en el sector productivo, ambas acciones son promovidas por el **Ministerio del Medio Ambiente (MMA)**.

En este sentido el marco institucional chileno ha desarrollado instrumentos de certificación orientados a promover prácticas productivas más sustentables. Entre estos destacan el **Certificado Azul**, de la Dirección General de Aguas (DGA), reconoce a las empresas que reducen su huella hídrica.

Siguiendo la misma línea existe el **Acuerdo de Producción Limpia de Eco-Etiquetado**³², que establece los criterios para la utilización del sello **#ElijoReciclar**. Este sello se puede visualizar en los envases de agua embotellada (entre otros productos), y permite identificar cuales cumplen con las condiciones técnicas de reciclabilidad, facilitando la toma de decisiones informadas por parte de los consumidores, contribuyendo a la gestión integral de residuos post-consumo.

²⁹ Página Web. Visitada con fecha:10.09.2025. Recuperada de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026974912301120X?via%3Dihub>

³⁰ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. Recuperada de: <https://investchile.gob.cl/wp-content/uploads/2021/07/esp-e-book-pactoplastico-corto.pdf>

³¹ Página Web. Visitada con fecha:02.09.2025. Recuperada de: https://pactodelosplasticos.cl/wp-content/uploads/2024/12/REPORTABILIDAD_PCP_2024.pdf

³² Página Web. Visitada con fecha:10.09.2025. Recuperada de: <https://elijoreciclar.mma.gob.cl/>



Imagen N°3: Sello #ElijoReciclar



Fuente: Ministerio del Medio Ambiente, 2026.

Además, las declaraciones ambientales en el rotulado de productos han generado preocupación respecto a la veracidad y fundamentación de dichas afirmaciones. El fenómeno del **Greenwashing**, práctica mediante la cual se comunican atributos ambientales exagerados o carentes de sustento técnico, representa un desafío significativo para la protección de los derechos del consumidor.

Según el estudio "Informe Patrones de Consumo Sustentable en Chile 2025" realizado también por SERNAC, los consumidores chilenos manifiestan una creciente preocupación por los aspectos ambientales de los productos que adquieren. El mismo estudio revela que existe una brecha importante entre las expectativas de los consumidores respecto a la sustentabilidad de los productos y la información efectivamente disponible en los rótulos.



3. MARCO DE REFERENCIA LEGAL Y NORMATIVO

- **Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.**

Tabla N° 1: Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores

Origen	Nombre	Descripción
Título I artículo 1°, número 3	Información básica comercial	Que corresponde a los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor, debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica.
Título II, Párrafo 1°, artículo 3°, letras b) y d).	Derecho a la información y seguridad en el consumo	Corresponde al derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos. La seguridad en el consumo de bienes o servicios, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles.
Título II, Párrafo 5°, artículo 23 inciso 1°	Deber de profesionalidad.	En la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio.
Título III, Párrafo 1° artículo 28 letra a)	Publicidad engañosa.	Comete infracción a la presente ley el que, a través de cualquier tipo de mensaje publicitario, produce confusión en los consumidores respecto de la identidad de empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores.
Título III, Párrafo 1° artículos 29 y 32	29 rotulación y 32 información básica comercial.	El que estando obligado a rotular los bienes o servicios que produzca, expendea o preste, no lo hiciera, o faltare a la verdad en la rotulación, la ocultare o alterare, será sancionado con multa de cinco a cincuenta unidades tributarias mensuales.
Título III, Párrafo 1° artículo 33	Comprobabilidad de la información	La información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor.
Título VI, artículo 58 inciso segundo letra b)	Función de realizar estudios.	El Servicio Nacional del Consumidor deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor, realizar acciones de información y educación del consumidor.

Fuente: SERNAC, 2026.

Para visualizar la Ley completa ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=61438>



- **Decreto Supremo 297/1992 del Ministerio de Economía**, Aprueba Reglamento de Rotulación de Productos Alimenticios Envasados

Para visualizar el decreto completo ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=86018>

- **Código Sanitario, DFL 725/1968 del Ministerio de Salud. Código Sanitario**

Para visualizar el decreto completo ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=5595>

- **Decreto Supremo Nº 735 de 1969, del Ministerio de Salud, Aprueba el Reglamento de los Servicios de Agua destinados al consumo humano.**

Para visualizar el decreto completo ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=197226>

- **Decreto Supremo Nº 106, del Ministerio de Salud, Reglamento de Aguas Minerales.**

Para visualizar el decreto completo ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=73577&idParte=8303846&idVersion=2021-08-23>

- **Decreto 567 Exento, del Ministerio de Salud, Declara fuente curativa el agua mineral de las vertientes nº 1 y nº 2 de la fuente denominada aguacilara del castillo del agua, ubicada en el Fundo San Luis de Manantiales, comuna de Placilla, Provincia de Colchagua, VI Región.**

Para visualizar el decreto completo ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=232473&idVersion=2004-11-15>

- **Ley 20920 Ley REP (Responsabilidad Extendida del Productor). Del Ministerio del Medio Ambiente, Establece marco para la gestión de residuos, la responsabilidad extendida del productor y fomento al reciclaje.**

Materias: Gestión de Residuos, Comisión Nacional del Medio Ambiente, Política de Gestión Integral de Residuos Sólidos, Medio Ambiente, Reciclaje, Responsabilidad Extendida del Productor.

Para visualizar la Ley completa ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1090894>



Normas técnicas

- **NCh409/2 Agua potable** - Parte 2: Muestreo.
- **NCh410 Calidad del agua** - Vocabulario.
- **NCh1620/1 Agua potable** - Determinación de bacterias coliformes totales. Parte 1: Método de los tubos múltiples (NMP).
- **NCh1620/2 Agua potable** - Determinación de bacterias coliformes totales. Parte 2: Método de filtración por membrana.
- **NCh2043 Aguas - Método de determinación simultánea de bacterias coliformes totales y Escherichia coli mediante la técnica del sustrato cromogénico.** Indicar mantenciones preventivas-correctivas para las máquinas de envasado, enviar respaldo documental y/o certificados de mantenciones realizadas.

Para visualizar el decreto completo ingresa al link:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1090894&idParte=9705129&idVersion=2016-06-01>

4. OBJETIVOS

Antes de abordar los objetivos trazados en esta investigación es necesario indicar que este estudio es una actualización del mercado de aguas embotelladas comercializadas a nivel nacional. En esta línea el servicio ha realizado: Estudio detectó importantes diferencias en precios de agua envasada en Antofagasta, Análisis de precios y rotulación de agua envasada (Bidón de 20 litros) comercializada en Copiapó, Estudio de precios y evaluación de rotulación de Agua (Bidón de 20 litros) envasada y comercializada en Iquique, entre otros que se pueden revisar con mayor profundidad en la página web del servicio.

4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio exploratorio para caracterizar el mercado de las aguas embotelladas, con el fin de detectar posibles brechas de información y mejorar el conocimiento para un consumo seguro.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar análisis de la información contenida en la rotulación según exigencias del Reglamento Sanitario de los Alimentos y los requerimientos de la Norma Chilena para agua embotellada, aludidos por dicho Reglamento.
2. Realizar un levantamiento de información de aspectos de sustentabilidad asociados a las aguas embotelladas.
3. Informar respecto de algunos aspectos de mercado relevantes de este tipo de productos.



5. METODOLOGÍA

Estudio de investigación exploratoria y diagnóstico, de carácter descriptivo, inserto en el mercado de agua embotellada, enmarcado en un sistema de vigilancia activa de la calidad y seguridad de productos.

5.1 UNIVERSO

El universo del estudio está constituido por la oferta de todas los productos catalogados como "Agua embotellada" determinadas por la Unidad de Seguridad y Sustentabilidad en el Consumo (USSC) y considerando los siguientes aspectos:

1. Comercializadas en el mercado formal del territorio nacional.
2. Aquellos de mayor oferta a través de un sondeo web realizado a nivel nacional mediante
3. Disponibles en supermercados, locales comerciales, tiendas especializadas y distribuidoras con venta al detalle de las regiones: Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Región Metropolitana, O'Higgins, Maule, Ñuble, Biobío, La Araucanía, Los Ríos, Los Lagos, Aysén, Magallanes.

5.2 MUESTREO

El muestreo se entiende como el conjunto de operaciones encaminadas a determinar la selección de una muestra, para este caso el muestreo se construyó en base a las etapas que se detallan en la tabla N° 2 :

Tabla N° 2: Etapas del Levantamiento de información de rotulación de agua embotellada que se comercializa a nivel nacional.

Etapas	Descripción
Levantamiento de información	Etapas 1 Diagnóstico Web Se realizó una extracción de datos por método de web scraping (recolección de datos automatizada) en el sitio Google Maps, buscando los términos "agua embotellada + comuna", donde se fueron extrayendo para cada sitio identificado "Comuna", "Nombre Empresa", "N° Teléfono", "Dirección", "Web", "Latitud", "Longitud", "Nota" (de 0 a 5 en escala de estrellas), "N_comentarios" (de la empresa en el sitio), "Link". A partir de la base de datos recopilada en la automatización se realizó una depuración de ésta, considerando los siguientes parámetros básicos para la selección: • Empresas de mayor presencia regional. • Productos con mayor frecuencia. • Formatos y tipos de productos que ofrece el mercado. • Comercio formal Esta primera etapa permite tener una visión general de los proveedores y marcas que se están comercializando a nivel nacional, a fin de conocer de forma aproximada este mercado y la concentración de esta por regiones. Etapas 2 Levantamiento de productos • Cada dirección regional según presencia en el mercado realizó un levantamiento de proveedores y marcas de agua embotellada.

	- Desde nivel central del servicio se realizó un levantamiento de los proveedores con mayor participación de mercado nacional de agua embotellada. Etapas 3 Levantamiento de información del mercado - Revisión de términos técnicos y económicos de agua embotellada. - Revisión de las bases de datos MAC para analizar reclamos asociados a agua embotellada. - Oficio a muestra de proveedores para conocer procesos asociados a sustentabilidad.
Consulta a proveedores aspectos sustentabilidad	Entre los meses de noviembre y diciembre 2025 , se consultó mediante oficio a proveedores de agua embotellada con mayor participación de mercado a nivel nacional y en regiones, información referida a aspectos de sustentabilidad relacionada a: - Sellos y certificaciones alusivas a la sustentabilidad de los productos que comercializan, entregando documentos que respalden dichas certificaciones. - Informar las acciones vinculadas a la sustentabilidad implementadas por la empresa a lo largo de su ciclo productivo. (por ejemplo: uso eficiente de recursos, energías limpias, reducción de emisiones, programas comunitarios, entre otros), junto con los mecanismos de transparencia utilizados para dar cuenta de estos compromisos y su cumplimiento. Es importante destacar que todos estos aspectos consultados en materia de sustentabilidad, son verificados mediante los documentos de respaldo que envían los proveedores.
Visitas en terreno	Para el análisis de rotulación se realizó un trabajo en terreno de captura de las fotografías e información contenida en la etiqueta de los productos de diferentes marcas y tipos de agua embotellada definida según levantamiento inicial realizado por cada región. La información antes mencionada fue levantada por la Unidad de Seguridad y Sustentabilidad en el Consumo (USSC) y las direcciones regionales de: Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, Valparaíso, Región Metropolitana, O'Higgins, Maule, Biobío, Los Ríos, Aysén, Magallanes. Nota: por motivos de fuerza mayor, las regiones de Ñuble y la Araucanía no realizaron toma de muestra local específica, sin embargo, el resto de las marcas incluidas en la muestra de consumo y distribución a nivel nacional, siguen aplicando de igual forma a su mercado.

Fuente: SERNAC, 2026.

5.3 MUESTRA

La muestra se conformó por las marcas definidas según el sondeo de mercado y el trabajo en terreno realizado, desde nivel central y regional.

Se consideró una muestra no probabilística, intencional y única, que fue seleccionada por la Unidad de Seguridad y Sustentabilidad en el Consumo (USSC) y las direcciones regionales, que están presentes en el mercado formal de proveedores a nivel nacional. Lo que permitió construir una muestra conformada por 84 proveedores y 100 productos, pertenecientes a la categoría aguas embotelladas:

Tabla N°3: Criterios de selección de la muestra.

Criterios de selección de muestra	Descripción
Presencia	Se realizó un barrido web de distintas aguas embotelladas y una vez identificados los proveedores con mayor presencia en el mercado se solicita mediante oficio información referente a este tipo de producto que comercializan y aspectos de sustentabilidad considerados en todo el proceso. Tipo de proveedor: Se considerará sólo en el mercado formal con venta física.
Exclusiones	Agua embotellada comercializada en el mercado informal no está considerada.

Fuente: SERNAC, 2026.

En la tabla N° 4 se puede visualizar la muestra y sus antecedentes, como se detalla a continuación:

Tabla N° 4: Tabla resumen de la muestra

	Descripción
Total muestra	100
Número regiones consideradas	14 regiones más nivel central o nacional
Cantidad de muestras levantadas por las distintas direcciones regionales	Arica y Parinacota: 9 Tarapacá: 3 Antofagasta: 7 Atacama: 11 Coquimbo: 10 Valparaíso: 6 Metropolitana: 4 O'Higgins: 4 Biobío: 4 Los Ríos: 4 Los Lagos: 6 Magallanes: 14 Aysén: 4 Marcas con presencia a nivel Nacional: 13
Contenido Neto(L)	20, 10, 12, 6.5, 6, 3, 2.5, 1.8 , 1.5, 1, 0.625 y 0.5 litros.
Formatos	Bidones para uso con y sin dispensadores. Botellas.

Fuente: SERNAC, 2026.

5.4 ASPECTOS INFORMATIVOS PARA EVALUACIÓN

Se revisó si los productos seleccionados de la muestra contienen o no los siguientes aspectos considerados de mayor criticidad en su rotulación:

Tabla N° 5: Información evaluada.

	Descripción
Análisis de rotulación	El diagnóstico se efectuará de acuerdo a los requisitos especificados en la normativa vigente que se detalló en dicho apartado, en base a esto la información analizada será la siguiente: • Número de muestra • Nombre Producto • Marca • Nombre comercial • Razón social • Presenta rotulado o etiqueta con el nombre del alimento. • Palabras adicionales para evitar error o engaño respecto a la naturaleza y condición física auténtica del alimento. • La información en el rótulo está en idioma castellano. • La rotulación y publicidad contiene palabras y/o representaciones que inducen a equívocos o engaños.

	• La información se encuentra colocada de manera que no se separe del envase. • Contiene valor energético o energía expresada en calorías, proteínas, grasas totales, hidratos de carbono disponibles y azúcares totales, en gramos y el sodio en mg. • Información nutricional • Lista de todos los ingredientes y aditivos. • Contenido neto en unidades del sistema métrico decimal o del sistema internacional. • Domicilio del elaborador o distribuidor según corresponda. • Contiene nombre o razón social del proveedor. • Fecha de vencimiento o plazo de duración del producto. • Fecha de elaboración o fecha de envasado del producto. • Entrega información del país de origen. • Entrega las instrucciones para el almacenamiento. La información básica comercial considerada en La Ley de Protección al consumidor fue: Nombre o razón social del proveedor, idioma español, domicilio del elaborador o distribuidor e información del país de origen.
Análisis de calidad e información general	• Valores energéticos en unidades de medida correctas. • Información nutricional. • Lista de todos los ingredientes y aditivos. • Contenido neto en unidades correctas. • Publicidad.
Otra información recopilada para este estudio fue la siguiente:	• Levantamiento web de información de los productos en investigación. • Análisis normativo vigente para agua embotellada. • Análisis de reclamos del modelo de atención al consumidor (MAC), del SERNAC. • Levantamiento de información cualitativa y cuantitativa solicitada mediante oficio a proveedores de agua embotellada a nivel nacional. ◦ En este aspecto, se oficiaron a seis grandes proveedores con presencia a nivel nacional, reconociéndolas como empresas de mayor tamaño y presencia en el mercado: ▪ Walmart Chile S.A. ▪ Embotelladora Agua Mineral Puyehue S.A. ▪ Compañía Cervecerías Unidas S.A. (CCU) ▪ Cencosud S.A. ▪ Aguas Santa Amalia S.A. ▪ Embotelladora Andina S.A. De igual manera, se ofició a varias empresas a nivel regional, debido principalmente a la percepción de predominio en el mercado local. De las empresas que sí respondieron a estas consultas (9) podemos mencionar a: ◦ Antofagasta: Pronor ◦ Arica y Parinacota: Aguadelzar. ◦ Aysén: Amansi, Aquanav. ◦ Coquimbo: La Herradura, Agua Río Cristal, Aguas Puclaro. ◦ Los Ríos: Fuente Nativa ◦ Magallanes: Q3, Nozumo, Fresca de la Patagonia, Mater, Sima. ◦ Tarapacá: Agua Pura Vida. ◦ Biobío: Aguas Concepción. ◦ O'Higgins: Agua Turquesa La solicitud de información detallada se centró en los siguientes aspectos: Sustentabilidad y certificaciones (sellos y acciones sustentables en todo el ciclo productivo), composición y rotulado (niveles de sodio, flúor y otros minerales críticos), veracidad y publicidad (autodeclaraciones, campañas de publicidad)



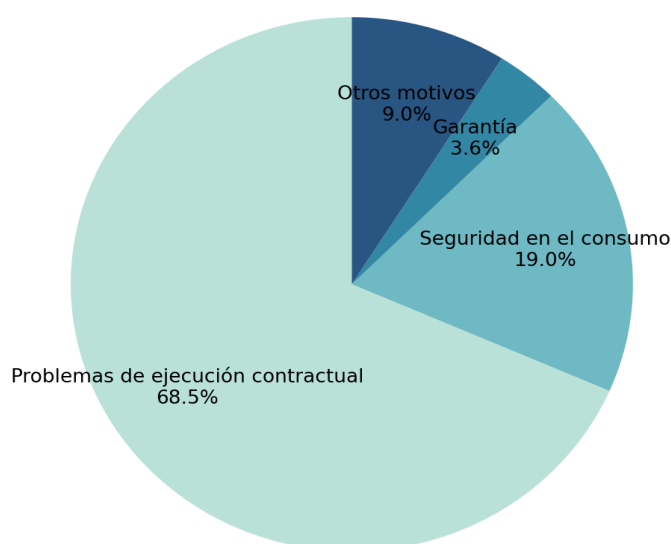
6. RESULTADOS

6.1 RECLAMOS

Para el análisis de reclamos de agua embotellada el periodo comprendido fue entre el 01 de enero del 2020 al 31 de diciembre del 2025. Las categorías de estos productos consideraron agua embotellada purificada, servicios de dispensadores de agua en Chile y bidones.

El total de reclamos fue de 279 ingresados para el periodo antes mencionado. Como se muestra en el gráfico N°1 los motivos legales con mayor representatividad fueron: problemas de ejecución contractual, seguridad en el consumo, garantía y otros que se agruparon al representar menor cantidad respecto al total analizado.

Gráfico N°1: Porcentaje (% de reclamos por motivo legal para agua embotellada.



Fuente: SERNAC, 2026.

Los reclamos fueron analizados por diversos motivos legales según se puede visualizar en el **gráfico N°1**, donde los motivos que lideran los reclamos son **problemas de ejecución contractual (68,5%)** y **seguridad en el consumo (19,0%)**, en este último punto los consumidores hacen alusión a problemas en los procesos del producto.

Los reclamos asociados a **problemas de ejecución contractual** hacen alusión en la descripción de los reclamos que ingresaron los consumidores al Servicio por:

- Incumplimientos en despacho y entrega, donde para algunos casos presentan retrasos hasta de un mes, o re-agendamientos constantes sin aviso previo.
- Entregan pedidos incompletos o falta de stock al momento de la entrega presencial.
- Algunos consumidores ante la necesidad de los productos se ven obligados a comprar agua en supermercados a precios más altos debido a la falta de suministro contratado.



- También, en algunos reclamos relacionados a dispensadores de agua o agua en bidones, se reportan inconvenientes en el término del contrato y siguen recibiendo facturas por meses o años, considerando que los productos no han sido entregados y en algunos casos la empresa demora meses en retirar los dispensadores, utilizando esto como excusa para seguir facturando el arriendo.
- En algunos casos se asocian cobros duplicados, donde descuentos automáticos (PAT/PAC) que continúan tras la renuncia al servicio o cobros por productos que el repartidor volvió a cobrar en efectivo pese a estar pagados vía web.

En cuanto a los reclamos asociados a **seguridad en el consumo (19,0%)**, según descripción de los reclamos ingresados se relacionan a:

- Presencia de objetos extraños y contaminación física (insectos, larvas, partículas, hongos, sedimentos) al interior de envases sellados de agua embotellada.
- Un caso que llamó la atención se debe a que un consumidor encontró un chicle al interior de un bidón de 20 litros tras ser vaciado.
- Algunos reclamos asocian un aspecto distinto al color del agua, que debería ser transparente.
- Algunos dispensadores presentan una contaminación del dispensador, donde los consumidores deben solicitar a los proveedores limpiezas profundas o cambios de máquinas dispensadoras.
- También, cambios en aspectos sensoriales de olor y sabor, que se percibe al momento de consumir.

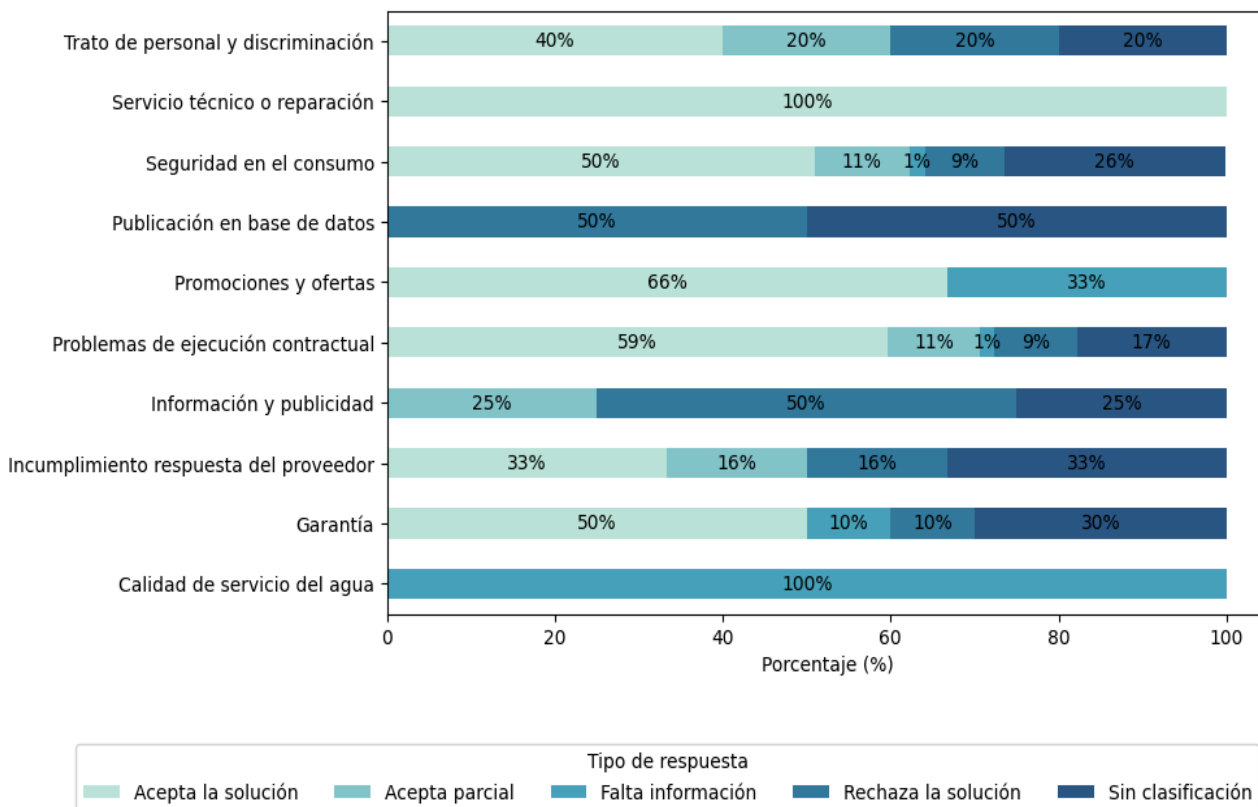
Debido a lo antes descrito algunos consumidores reportaron problemas de salud, con cuadros gastrointestinales, tales como, dolores estomacales, vómitos y diarreas severas tras beber el producto, entre otros. De ahí surge la importancia de realizar una actualización de este tipo de productos para que los consumidores estén informados y tomen decisiones importantes a la hora de comprar.

De forma paralela, se realizó un análisis del comportamiento de los proveedores en el gráfico N° 2 donde para **problemas de ejecución contractual y la seguridad en el consumo**, los consumidores tienen una aceptación superior al 50% a la solución entregada por los proveedores en, donde a modo general las soluciones de los proveedores a los consumidores están relacionadas a:

- Realizan reposiciones de bidones defectuosos y visitas a domicilio para cambiar equipos o realizar inspecciones técnicas.
- Para productos con problemas de calidad los proveedores realizan análisis de calidad para verificar inocuidad de los productos y/o detectar brechas en este aspecto.
- Se realizan capacitaciones a los consumidores, porque la presencia de hongos y algas, en algunos casos se atribuyó el problema a la limpieza del equipo o a su ubicación (luz directa).



Gráfico N°2: % Aceptación de respuesta entregada del proveedor al consumidor

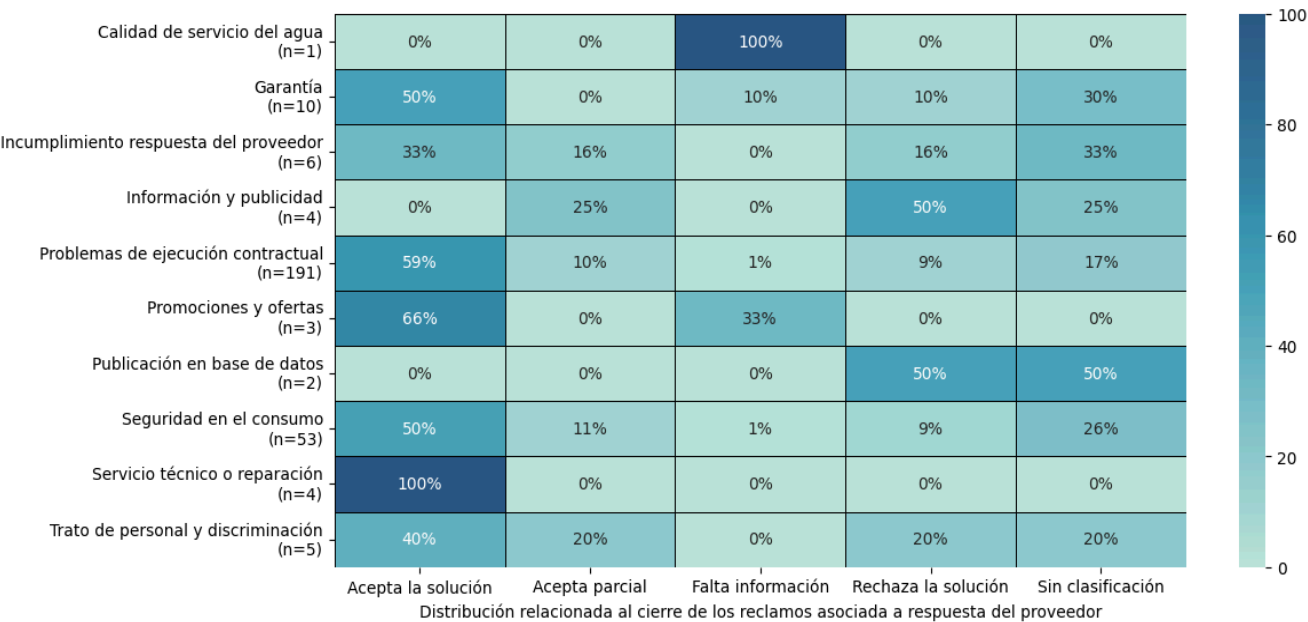


Fuente: SERNAC, 2026.

Además, se realizó un análisis de la distribución asociada al cierre de los reclamos por categoría de motivo legal como se muestra en el gráfico N°3, donde se puede observar que los reclamos por **problemas de ejecución contractual y la seguridad en el consumo** tienen una respuesta satisfactoria por parte de los proveedores de un 50% aproximadamente.



Gráfico N°3: Porcentaje Distribución asociada al cierre de los reclamos asociada a respuesta del proveedor.



Fuente: SERNAC, 2026.

Las empresas con mayor representación de mercado y que tienen reclamos ingresados en SERNAC, en sus respuestas hacen mención que todos sus procesos están sujetos a estándares internacionales, auditorías, certificaciones de calidad y análisis de control de calidad en sus procesos. Este aspecto se pudo verificar mediante información solicitada por medio de oficio, donde enviaron antecedentes de los controles de calidad y procedimientos estandarizados en la elaboración de los productos analizados en este estudio.

6.2 SONDEO DE MERCADO: NACIONAL Y REGIONAL

6.2.1 ANÁLISIS GENERAL DE LAS VARIABLES CRÍTICAS.

Para realizar el análisis general se consideraron un total de **100 productos de agua embotellada** comercializada en supermercados, distribuidoras y/o tiendas especializadas.

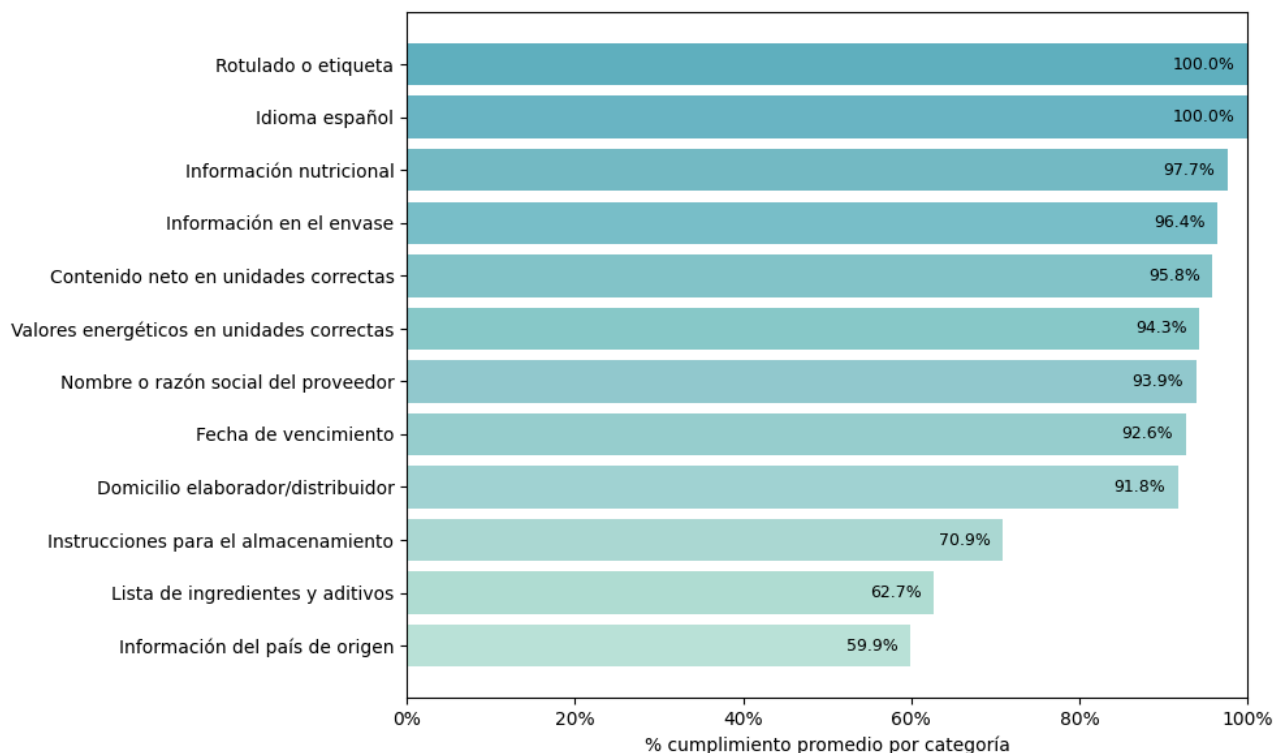
Con los datos obtenidos del levantamiento realizado en terreno, se efectuó una revisión sistemática de la información contenida en las etiquetas de los 100 productos considerados en la muestra de este estudio. Donde **13 de los productos corresponden a marcas comercializadas a nivel masivo en todo el país y 86 a marcas levantadas por las distintas direcciones regionales y comercializadas principalmente a nivel local.**

A continuación, se realizará un análisis general según las exigencias estipuladas en **la Ley 19.496** que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, **Decreto Supremo 297/1992** Reglamento de Rotulación de Productos Alimenticios Envasados del Ministerio de Economía, **Código Sanitario, DFL 725/1968, Reglamento Sanitario de los Alimentos (RSA)** y **Reglamento de los Servicios de Agua** del Ministerio de Salud.



En el gráfico N° 4 se aprecia el cumplimiento general de las variables críticas según normativa vigente donde se consideran aspectos de información básica comercial, nutricional y de rotulado

Gráfico N°4: Distribución del análisis general de las variables críticas según normativa vigente



Fuente: SERNAC, 2026.

A modo general según gráfico N° 4, se pueden apreciar brechas en el escenario actual, respecto a los estándares exigidos en la normativa vigente antes mencionada, con un **ajuste promedio general de un 88,0%** de las variables críticas evaluadas.

Las variables con **menor brecha** con ajustes superiores a **95%**, considerando la muestra completa analizada son las siguientes: rotulado o etiqueta, idioma español, información nutricional, información en el envase, contenido neto en unidades correctas.

La variable con **menor ajuste** es **“país de origen”** sólo un **59,9%**, esto quiere decir que sólo 67 productos presentan dicha información. Las aguas embotelladas que presentan mayor deficiencia en este aspecto son las comercializadas en las regiones de Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Región Metropolitana, O’Higgins, Biobío, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes.

Le sigue lo relacionado a los **“Ingredientes y Aditivos”** presentando un **62,7%**, en este sentido la regulación vigente indica que se debe mencionar de forma clara el ingrediente agua y adiciones si aplica en algún caso. Son 37 productos de aguas embotelladas que no presentan esta información y que están siendo comercializadas localmente en las regiones de Antofagasta, Atacama, Metropolitana, O’Higgins, Biobío, Los Ríos, Los Lagos, Magallanes y también en algunas marcas que se comercializan a nivel nacional.



La tercera variable con menor ajuste son las **"Instrucciones para el almacenamiento"** con un ajuste de un **70,9%**. Este aspecto es bien relevante de analizar, ya que de los reclamos ingresados en este servicio correspondientes a problemas de calidad y seguridad de los productos, los proveedores en su respuesta y como parte de la solución por supuesta contaminación hacen mención que estaría relacionada a temas de almacenamiento, ahí cobra importancia esta variable para que los consumidores tengan cuidado en este aspecto y evitar posibles riesgos de salud. Además, las botellas de formatos pequeños generalmente no incluyen esta información.

Además, como se muestra en la tabla N°6 se muestra un porcentaje de ajuste promedio por cada dirección regional según levantamiento en terreno y sólo considerando la muestra específica de cada una de ellas.

Tabla N°6: Porcentaje ajuste promedio según muestra a nivel regional.

Dirección Regional	Productos	Marcas	Promedio ajuste muestra
Arica y Parinacota	9	Agua Awka Uma Agua Luna Agua San Gabriel Agua San Sebastián Agua Suprema Agua Zero Aguadelzar Cielo	94,4%
Tarapacá	3	Agua Pura Vida Agua Urracas Aguas de la Península	94,4%
Antofagasta	7	Agua Yo AguaFresh ASAM AWA Belén Pronor Valti	86,9%
Atacama	11	Agua FDV Agua Potrerillos Agua Purificada de la Peña Agua Purificada y Hielos del Desierto Agua Vida Agua y Hielo Candela AquaBella Kaukari Los Andes Mozart Nueva Andes	90,9%

Coquimbo	10	Baikal Candor Genuine H2OASIS Leben Los Mantos Manantial de Vida Nativa San Agustín Serena	85,8%
Valparaíso	6	Aguas de la Bahía Aurora Katty Marina	93,1%
Metropolitana	4	Aguas Purificadas H&N Manutara Mas It San Sebastián	72,9%
O'Higgins	4	Aguas Mega Aguas Millaray Boike Wellness H2O Machalí	87,5%
Biobío	4	Aguas Concepción Be water Bio Pura DOS-O Las Vertientes	91,7%
Los Ríos	4	Delanoria Fuente Nativa Luna Aguas	77,1%
Los Lagos	6	Agua Cero Chile Agua Mongenko Casa del Agua Soda Montt Sur Aguas Trayenco Patagonia	80,6%
Aysén	3	Aguas Cordillera Amansi Patagonia AQUANAV SODA	93,8%
Magallanes	14	Agua Fresca de la Patagonia Austral Agua Nozomu Aguas Tehuelche MATER Q3 Sima	88,7%
Comercializadas a Nacional	13	Benedictino Cachantun Cuisine & Co Evian Fiji Great Value Jahuel Manantial Nestlé Pura Vida Perrier Puyehue S. Pellegrino Vital	94,2%



Revisando los datos el promedio de ajuste varía significativamente entre regiones, reflejando brechas de información en aspectos de rotulado para los productos considerados en la muestra.

Las regiones que presentan un mejor ajuste son los productos comercializados en las regiones de **Arica y Parinacota y Tarapacá** con un **94,4%** y las marcas comercializadas a nivel nacional (**como Benedictino, Cachantun, Vital y Nestlé Pura Vida**) mantienen un alto nivel de ajuste de **94,2%**.

Sin embargo, al analizar las **marcas comercializadas por empresas proveedoras de agua embotellada de la región Metropolitana**, éstas registran el promedio más bajo de la muestra con un **72,9%**, seguida por los **productos comercializados en la región de Los Ríos** con un **77,1%**.

Las mayores brechas de información en el envase referente de estas muestras regionales son: información nutricional, ingredientes, contenido neto, domicilio, fecha de vencimiento, país de origen y almacenamiento.

En otros aspectos de información tales como la naturaleza y condición física auténtica del producto, los nombres que se asignan frecuentemente a esta muestra son: **agua gasificada, agua purificada, agua purificada con gas, agua gasificada, agua alcalina y agua mineral con gas**. Sólo el Agua Mater de Magallanes no indica que es agua en la parte frontal, y sólo dice gasificada.

Adicionalmente, y tras una revisión sistemática de todos los productos, encontraron algunos atributos especiales como: **"Fuente Curativa"**, las marcas son las siguientes:

- **Agua Mineral Boike**, menciona y respalda su afirmación en el decreto 493 (1997) Designa las vertientes en Rengo como fuente curativa, estableciendo protección y reconociendo sus propiedades.
- **Puyehue**, Decreto Supremo N° 684 la frase hace alusión al agua natural Puyehue, reconocida legalmente por sus beneficios para la salud, siendo un producto emblemático de la zona.
- **Jahuel**, decreto 350 del año 1945 aparece mencionado en su envase, y estaría relacionado con el DFL 237 del año 1931, que hace alusión al concepto de "fuente curativa". Sin embargo, dada la antigüedad del documento, se deberá oficiar a la empresa a fin de validar la información.

Además, en su mayoría las empresas comercializadoras de agua embotellada en su estrategia de publicidad refuerzan y entregan información que diferencia este tipo de agua de la potable, en términos de calidad y seguridad.

Lo anterior, hace necesario reforzar el trabajo conjunto intersectorial para disminuir estas brechas, a fin de entregar información veraz y oportuna del rotulado del agua embotellada que están comprando los consumidores, ya que hay un costo asociado a una percepción de seguridad que supuestamente entrega este tipo de productos.



A partir de la revisión general se pudo evidenciar que existen mayores brechas en aguas embotelladas producidas en regiones y que son comercializadas a nivel local en comparación con aquellas que son comercializadas a nivel nacional y de forma masiva. Estas últimas tienen procesos estandarizados, certificaciones que acreditan su calidad y menores brechas en las variables.

Es por ello, que se realizó un análisis por separado para aguas embotelladas comercializadas a nivel nacional y de forma paralela se revisó el comportamiento de aquellas comercializadas regiones, con la finalidad de detectar las brechas asociadas en aspectos de rotulación y gestionar posibles acciones estratégicas que se pueden ir trabajando en regiones para fomentar la estandarización de la información.

6.2.2 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES CRÍTICAS MUESTRA NIVEL CENTRAL O NACIONAL

La Tabla N°7 muestra el comportamiento en las variables críticas de rotulación de aquellas marcas de agua embotellada que se comercializan a nivel nacional, ya sea en supermercados, tiendas especializadas, kioscos, entre otros. Es importante mencionar que sólo fue una fotografía del mercado y se consideraron sólo formatos de ventas en botella para dicho análisis con el fin de simplificar dicho análisis, ya que en revisión en terreno se pudo observar que todos tenían la misma información independiente del formato y tipo de agua por marca.

Para el análisis de rotulación se consideraron 13 productos, las marcas en cuestión fueron: **Benedictino, Cachantun, Cuisine & Co, Evian, Fiji, Great Value, Jahuel, Manantial, Nestlé Pura Vida, Perrier, Puyehue, S. Pellegrino y Vital** las cuales tienen un ajuste promedio general de **94,2%**.

Las marcas **S. Pellegrino, Nestlé Pura Vida, Cuisine & Co, Jahuel, Manantial y Evian, de origen** nacional e internacional, cumplen con todos los parámetros de rotulado evaluados (**100%**). Este nivel de cumplimiento promueve que el consumidor reciba toda la información estipulada en el marco normativo vigente.

Posteriormente, las marcas **Fiji, Puyehue, Great Value, Cachantun, Vital y Benedictino** tienen un **ajuste al cumplimiento normativo del 91.7%**, concentrando sus brechas en rotulación asociadas a lista de ingredientes e información nutricional.

Finalmente, el agua **Perrier (75.0%)** es la marca con el **menor índice de cumplimiento**, donde presenta ausencia de lista de ingredientes, valor energético e información nutricional.



Tabla N°7: Distribución Análisis comportamiento de variables críticas en marcas distribuidas a nivel nacional

Variable \ Marca	Benedictino	Cachantun	Cuisine & Co	Evian	Fiji	Great Value	Jahuel	Manantial	Nestlé Pura Vida	S. Pellegrino	Perrier	Puyehue	Vital
Rotulado o etiqueta	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Idioma español	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Información en el envase	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Valores energéticos en unidades correctas	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	100%	100%
Información nutricional	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	100%	100%
Lista de ingredientes y aditivos	0%	0%	100%	100%	0%	0%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%
Contenido neto en unidades correctas	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Domicilio elaborador/distribuidor	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Nombre o razón social del proveedor	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Fecha de vencimiento	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Información del país de origen	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Instrucciones para el almacenamiento	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: SERNAC, 2026.

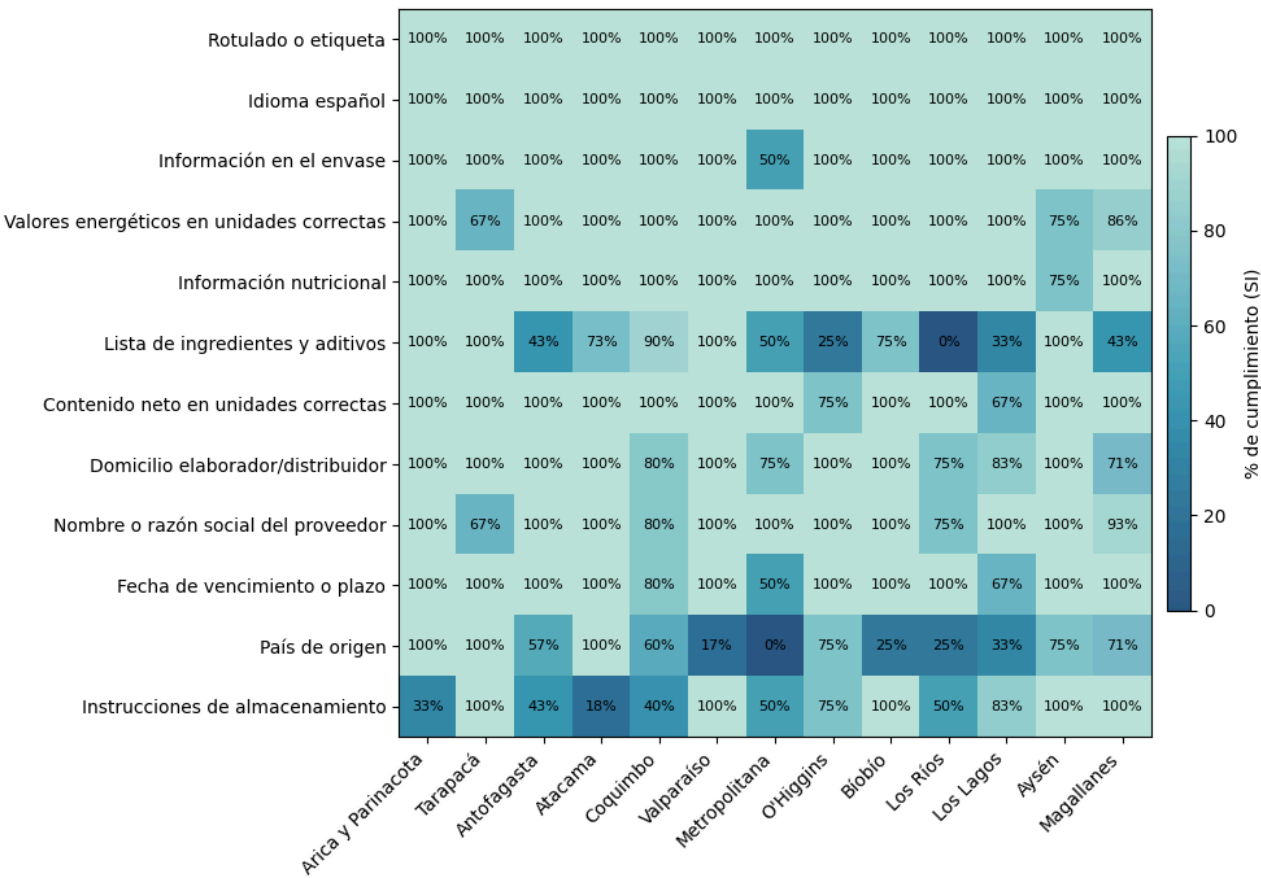
Según, este análisis las variables críticas de rotulación solicitadas en la regulación vigente, tienen un estándar elevado de cumplimiento en la industria de aguas embotelladas comercializadas de forma transversal en el país. Se puede destacar, que marcas nacionales superan a las internacionales, en estas últimas como mejora se sugiere una revisión más exhaustiva cuando se hace la homologación al mercado nacional.

6.2.3 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES CRÍTICAS MUESTRA NIVEL DE REGIONES

En el gráfico N°5 muestra el comportamiento en las variables críticas de rotulación de aquellas marcas de agua embotellada levantadas por las distintas direcciones regionales. Es importante mencionar que sólo fue una fotografía del mercado y se consideraron formatos de ventas en de bidones y botellas con distintos contenidos netos.

Para el análisis de rotulación se consideraron **86 productos**, con marcas comercializadas en la región y excluyendo aquellas marcas masivas que se comercializan a nivel nacional, alcanzando un **ajuste promedio general de 87,5%**.

Gráfico N°5: Distribución del análisis general de las variables críticas en productos regionales



Fuente: SERNAC, 2026.

Según gráfico N°5, los productos comercializados en la región de **Arica y Parinacota** y en la región de **Tarapacá** son los que presentan mayor ajuste a la normativa vigente en aspectos de rotulación, con un valor que supera el **94%** (promedio general según Tabla N°6), donde sólo presentan brechas en la información referida a instrucciones de almacenamiento. En este sentido, recordar que es importante que el agua se encuentre almacenada según indicaciones del fabricante para evitar contaminaciones y posibles riesgos a la salud.

También, se pueden destacar los productos comercializados en la región de **Atacama, Valparaíso, Biobío y Aysén**, con nivel de ajuste en los parámetros de rotulación superior a **90%**, en estas regiones las mayores brechas se presentan en: instrucciones de almacenamiento, país de origen y lista de ingredientes.



Una segunda categorización en nivel de ajuste que se encuentra entre el **80% a 90%**, corresponde a las aguas embotelladas que se comercializan en las regiones de **Antofagasta, Coquimbo, O'Higgins, Los Lagos y Magallanes**, donde los aspectos a trabajar en temas de rotulado se relacionan a instrucciones de almacenamiento, ingredientes, domicilio y nombre proveedor, valor energético, contenido neto, país de origen (en algunos productos sólo indican región) e información nutricional.

En este análisis regional la **Región Metropolitana y los Ríos** son las que presentan menores ajustes de rotulación en temas informativos, alcanzando un ajuste promedio en rotulación de un **73% y 77 %** respectivamente. Las mayores brechas de información están relacionadas a: lista de ingredientes, domicilio, fecha vencimiento, país de origen e instrucciones de almacenamiento.

Respecto a los datos que entrega la región Metropolitana es interesante de analizar considerando que en esta concentra la mayor cantidad de población, y potenciales consumidores que compren este tipo de productos. En este sentido se deberían abordar las brechas de información para realizar un trabajo sectorial conjunto con la industria y que las estrategias de marketing de calidad y seguridad que apelan las empresas que comercializan estos productos aborden de manera adecuada la información que se solicita en el rotulado.

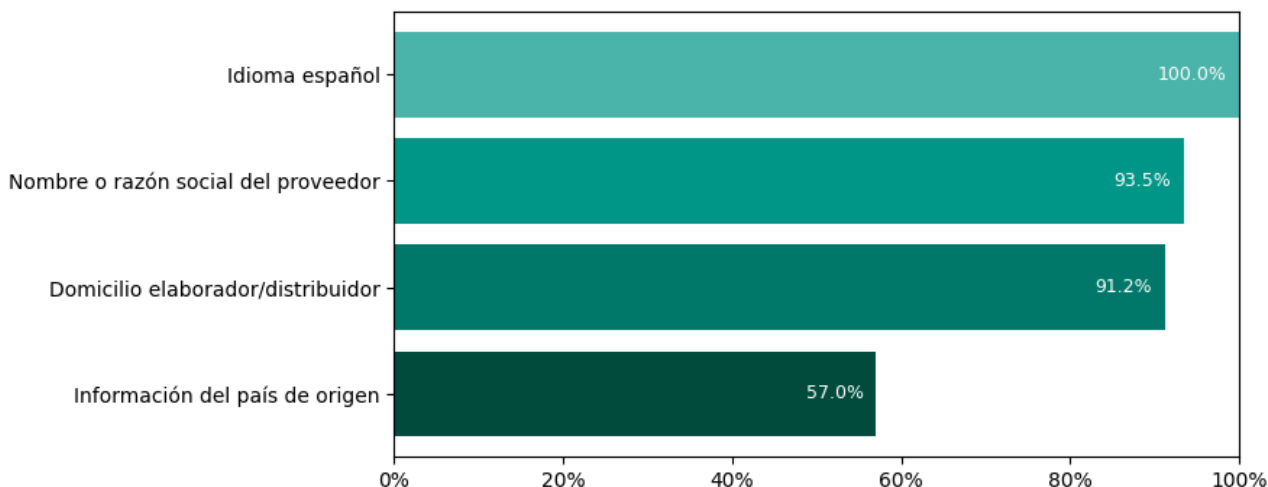
6.3 ANÁLISIS DE INFORMACIÓN BÁSICA COMERCIAL

Los elementos que se analizarán en este punto son: **nombre proveedor o razón social, país de origen, domicilio del elaborador e idioma español**, según directrices de La Ley de Protección al Consumidor.

Las **13 marcas** comercializadas a **nivel nacional** que fueron analizadas en este estudio fueron Benedictino, Cachantun, Cuisine & Co, Evia, Fiji, Great Value, Jahuel, Manantial, Nestlé Pura Vida, S. Pellegrino, Perrier, Puyehue y Vital, donde se evidenció un **100% de ajuste normativo en información básica comercial**. Es decir, contiene en sus etiquetas todas las variables mencionadas, información que es altamente relevante tanto para los consumidores como para las autoridades, ya que permitiría contactar a la empresa para gestionar un reclamo u otro tipo de consulta referente a los productos revisados.

A continuación, se presenta el **análisis de la información básica comercial realizado a partir del levantamiento regional de los 86 productos**, en casi la mayoría se encontraron brechas en la información básica comercial. A modo general, los resultados se presentan a continuación:

Gráfico N° 6: Porcentaje (%) ajuste normativo de la información básica en productos regionales.



Fuente: SERNAC, 2026.

De los 86 productos analizados el 100% de los productos contienen la información de la rotulación en español. En cambio, para el nombre o razón social del proveedor, domicilio elaborador/distribuidor y país de origen los ajustes son 93.5%, 91,2% y 57% respectivamente, la falta de estos datos impide realizar una gestión correcta en caso de reclamo u otro tipo de consulta referente a los productos que comercializan.

Complementando los resultados antes mencionados del porcentaje de ajuste general de la información básica comercial, se realizó una revisión más detallada de los productos levantados a nivel regional, para identificar de forma precisa los productos que tienen falta de información respecto al aspecto antes mencionado. A continuación, se detallan los resultados:

Las **aguas embotelladas comercializadas que presentan un 100% de ajuste normativo en información básica comercial** son las siguientes:

- Arica y Parinacota: Agua Cielo, Aguadelzar, Agua Suprema, Agua Zero, Agua San Sebastián, Agua Awka Uma, Agua San Gabriel y Agua Luna
- Atacama: Agua Vida, AquaBella, Agua Purificada de la Peña, Agua Fuente de Vida, Agua Candela, Agua Kaukari, Agua Natural Purificada Los Andes SpA, Agua purificada Mozart Hielo, Agua Purificada Nueva Andes, Agua Potrerillos y Agua Hielos del Desierto

Para **nombre o razón social del proveedor** la **región Tarapacá, región Coquimbo y región de Los Ríos**, los productos que presentan ausencia de dicha información son:

- Región Tarapacá: Agua Urracas.
- Región Coquimbo: Agua Candor y H2OASIS.
- Región Los Ríos: Agua Fuente nativa.

Para la variable **domicilio elaborador/ distribuidor** las regiones que presentan brechas en las aguas embotelladas **Coquimbo, Metropolitana, Los Ríos, Los Lagos y Magallanes**; esta variable adquiere una relevancia, ya que en caso que se necesite oficiar al proveedor se debe disponer de dicha información y muchas veces esta falta de información entorpece gestiones para temas relacionados a reclamos. Los productos que no contienen la información antes mencionada son:



- Región Coquimbo: Agua San Agustín y Manantial de Vida.
- Región Metropolitana: Agua Manutara.
- Región de Los Ríos: Agua Fuente Nativa.
- Región de Los Lagos: Agua Mongenko.
- Región de Magallanes: Agua Fresca Patagonia Austral.

Para la variable **país de origen** los productos comercializados en las regiones de Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Biobío, Los Ríos, Los Lagos, Aysén y Magallanes, con ausencia de esta información son:

- Región Antofagasta: Agua Yo, Agua AWA y Agua Belén.
- Región Coquimbo: Agua San Agustín, Agua Serena, Agua Candor, Agua H2OASIS.
- Región Valparaíso: Agua Marina y Aurora.
- Región Metropolitana: Agua Más IT, Agua Manutara, Agua H & N SUMINISTROS SpA y Agua San Sebastián.
- Región O'Higgins: Agua Millaray
- Región Biobío: Agua Concepción, Agua Bio- Pura y Agua DOS - O.
- Región Los Ríos: Luna Agua y Fuente Nativa.
- Región Los Lagos: Casa del Agua, Agua Mongenko, Soda Montt y Agua Trayenco Patagonia.
- Región Aysén: AQUANAV SODA
- Región Magallanes: Agua Fresca de la Patagonia Austral.

6.4 ANÁLISIS INFORMACIÓN NUTRICIONAL Y DE ROTULACIÓN

6.4.1 Análisis comportamiento de información nutricional y de rotulación de agua a nivel central o nacional

Los elementos que se analizarán en este punto son: **rotulado o etiqueta, información en el envase, fecha de vencimiento o plazo de duración del producto, instrucciones para el almacenamiento, información nutricional, valores energéticos en unidades de medida correctos, información nutricional, lista de todos los ingredientes y aditivos y contenido neto en unidades correctas**, según normativa sectorial vigente.

De las marcas consideradas en este estudio los productos comercializados a nivel nacional que se ajustan en un 100% al marco normativo vigente en aspectos de información nutricional son: **Cuisine & Co, Evian, Jahuel, Manantial, Nestlé Pura Vida y S. Pellegrino**. Es decir, la información entregada al consumidor cumple con las exigencias tanto de la normativa sectorial y de la Ley 19.496 de consumidor, así les permite tomar decisiones de compra informados a los consumidores.

Los productos que presentan brechas en su rotulación respecto a información nutricional son: **Benedictino, Cachantun, Fiji, Great Value, Perrier, Puyehue y Vital** las cuales **no contienen la lista de ingredientes**. En este punto es importante destacar que si bien, las marcas indican claramente en la parte frontal que es agua, no poseen un apartado en la etiqueta que explicita de manera concreta "Ingredientes: agua".

De los productos comercializados principalmente en grandes supermercados la marca **Perrier**, de origen Francés es la que presenta mayores brechas de información nutricional: no indica en la etiqueta valor energético, información nutricional y lista de ingredientes. Este producto al ser importado, tiene exigencias distintas al país de elaboración, por ende es necesario hacer ajuste en la homologación de la rotulación a nivel nacional en la empresa que representa o comercializa marcas extranjeras.



6.4.2 Análisis comportamiento de información nutricional y de rotulación de agua a nivel regional

Para el análisis de la **información nutricional y de rotulación a nivel regional** se consideraron 86 productos levantados por distintas direcciones regionales del servicio en formato de botellas y bidones.

El gráfico N°8 muestra el comportamiento en las variables críticas de rotulación de aquellas marcas de agua embotellada levantadas por las distintas direcciones regionales. Es importante mencionar que sólo fue una fotografía del mercado, considerando formatos de ventas de bidones y botellas con distintos contenidos netos, arrojando un nivel de ajuste promedio de 91,4%.

Tabla N°8: Distribución Análisis de comportamiento de información nutricional y rotulación en regiones

		ZONA NORTE						ZONA CENTRO					ZONA SUR					TOTAL REGIONES	
Información de la Rotulación	Rotulado o etiqueta	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
	Información en el envase	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	50%	100%	100%	88%	100%	100%	100%	100%	100%	96%	
	Fecha de vencimiento o plazo de duración del producto	100%	100%	100%	100%	80%	96%	100%	50%	100%	100%	88%	100%	67%	100%	100%	92%	92%	
	Instrucciones para el almacenamiento	33%	100%	43%	18%	40%	47%	100%	50%	80%	100%	83%	50%	83%	100%	100%	83%	69%	
Información nutricional	Valores energéticos en unidades de medida correctos	100%	67%	100%	100%	100%	93%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	75%	86%	90%	94%
	Información nutricional	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	75%	100%	94%	98%
	Lista de todos los ingredientes y aditivos	100%	100%	43%	73%	90%	81%	100%	50%	20%	75%	61%	0%	33%	100%	43%	44%	64%	
	Contenido neto en unidades correctas	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	75%	80%	100%	89%	100%	83%	100%	100%	96%	95%	
		Arica y Parinacota	Tarapacá	Antofagasta	Atacama	Coquimbo	Total Zona	Valparaíso	Metropolitana	O'Higgins	Biobío	Total Zona	Los Ríos	Los Lagos	Aysén	Magallanes	Total Zona		

Fuente: SERNAC, 2026.

Como se puede visualizar en la tabla 8, las aguas comercializadas en Valparaíso consideradas en este estudio presentan un 100% de ajuste normativo en aspectos de información nutricional y de rotulación.

La variable con **mayor brecha** es la **lista de todos los ingredientes y aditivos** (ajuste de sólo un 64% en promedio). Los productos que presentan ausencia de dicha información son:

- Región Antofagasta: Agua AWA, Belén, Valti Premium Spa y AguaFresh
- Región Atacama: AquaBella, Agua FDV y Agua Purificada y Hielos del Desierto.
- Región Metropolitana: Agua H & N SUMINISTROS SpA y Agua San Sebastián.
- Región O'Higgins: Agua Wellness H2O Machalí.
- Región Biobío: Agua Bio Pura.
- Región Los Ríos: Luna Agua, Agua Fuente Nativa y Agua DelaNoria.
- Región Los Lagos: Agua Cero Chile, Agua Mongenko, Agua Trayenco Patagonia, Soda Montt.
- Región de Magallanes: Agua Fresca de la Patagonia Austral, Agua Nozomu ,Aguas Tehuelche y Sima.



La **segunda variable con mayor brecha**, corresponde a **Instrucciones para el almacenamiento** (ajuste del 69%). Los productos que presentan ausencia de dicha información son:

- Región Arica y Parinacota: Aguadelzar, Agua Suprema, Agua Zero, Agua San Sebastián y Agua Awka Uma.
- Región Antofagasta: Agua Yo, Agua AWA y Agua Belén.
- Región Atacama: AquaBella, Agua Purificada de la Peña, Agua FDV, Agua y Hielo Candela, Agua Kaukari, Agua Los Andes, Agua Mozart, Agua Nueva Andes, Agua Potrerillos, Agua Purificada y Hielos del Desierto.
- Región Coquimbo: Agua Candor, Agua Genuine, Agua H2OASIS, Agua Manantial de Vida y Los Mantos Agua Purificada.
- Región Metropolitana: Agua H & N SUMINISTROS SpA y Agua San Sebastián.
- Región O'Higgins: Agua Wellness H2O Machalí.
- Región Los Ríos: Luna Agua y Fuente Nativa.
- Región Los Lagos: Sur Aguas.

6.5 ANÁLISIS DE PRECIOS

Tabla N°9: Medidas de tendencia central de los diferentes formatos de venta.

Formato (agrupados)	<i>Mínimo (\$)</i>	<i>Mediana (\$)</i>	<i>Máximo (\$)</i>	<i>Precio Promedio Por litro (\$)</i>
<i>Menos de 1 lt.</i>	600	625	4.000	1.420
<i>10 lts.</i>	1.800	3.600	11.500	533
<i>12 lts.</i>	2.500	7.000	13.500	625
<i>20 lts.</i>	1.400	2.500	14.150	173

Observaciones: Se agrupó en una sola categoría llamada "Menos de 1 lt." a las botellas de 0,5 y 0,625 lts, las cuales sumaban 6 elementos. Las categorías de 10, 12 y 20 lts., se consideraron los precios del levantamiento tanto de precios con bidón, como recarga de bidón. Se excluyeron los precios en paquetes de más de una unidad y los bidones de 6 litros, al tener características no comparables con el resto de la muestra.

De acuerdo con la Tabla 9, existen bastantes diferencias de precio dentro de los diferentes formatos, siendo los bidones de 10 a 20 litros los que tienen una diferencia más significativa de su mínimo con su máximo. Podemos evidenciar en la siguiente lista, que los precios van a depender en una parte importante, de la región:

Precios mínimos:

- ★ Mínimo categoría *Menos de 1 lt.*: Región de Valparaíso, Marca Aurora 0,5lt \$550.
- ★ Mínimo categoría *10 lts.*: Región de Magallanes, Marca Sima, \$1800.
- ★ Mínimo categoría *12 lts.*: Región de Magallanes, Agua Fresca de la Patagonia Austral, \$2.500.
- ★ Mínimo categoría *20 lts.*: Región de Arica y Parinacota, Agua San Gabriel, \$1400.

Precios máximos:

- Máximo categoría *Menos de 1 lt.*: Región de Magallanes, Marca MATER, Botella 0,5 lts \$990.
- Máximo categoría *10 lts.*: Región de Magallanes, Marca Tehuelche, \$11.500.
- Máximo categoría *12 lts.*: Región de Magallanes, Marca Q3, \$13.500.
- Máximo categoría *20 lts.*: Región de Magallanes, marca Tehuelche, \$14.150.

**Al igual que en la Tabla 9, se excluyeron los precios en paquetes de más de una unidad y los bidones de 6 litros, al tener características no comparables con el resto de la muestra.*

En relación a lo anterior, es preciso comentar que, si bien la región de Magallanes aparece en las categorías de mínimos y máximos, esto se debe a un contexto de la muestra en sí misma, ya que sólo en esta región, se levantó la presencia de formatos de 10 y de 12 litros, respectivamente. Sólo en Aysén se detectó de forma adicional el formato de 10 litros. No obstante, en términos generales, en esta región (Magallanes), es dónde se observan los precios máximos para casi todos los rangos de formato.

Además, del rango general de precios promedio por litro, podemos destacar que existe evidencia de una relación de ahorro en escala, ya que al comprar un formato de mayor tamaño, en general el precio por litro desciende.

6.6 ASPECTOS DE SUSTENTABILIDAD ASOCIADOS A LAS AGUAS EMBOTELLADAS

El mercado del agua embotellada no sólo se relaciona a pureza, calidad e inocuidad, sino que este recurso se conecta al posible impacto medioambiental que pueda tener su producción. Los proveedores con mayor participación de mercado en Chile están incluyendo este último aspecto a nivel estratégico y con ello cumplir con los estándares internacionales y nacionales.

Es por ello, que para esta investigación se solicitó mediante oficio información referente a sustentabilidad en sus procesos para la elaboración de agua embotellada a los proveedores con mayor participación de mercado, con la finalidad de tener mayor detalle de estos aspectos a nivel institucional, conocer las buenas prácticas en este ámbito y como estos se conectan con los objetivos trazados a nivel internacional.

Lo anterior, adquiere relevancia considerando que el marco regulatorio chileno se alinea con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas**, específicamente el N°12, para garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Este esfuerzo se articula a través del **Programa Nacional de Consumo y Producción Sustentables 2025-2030 (PNCPS)**, cuya coordinación recae en el **Comité de Consumo y Producción Sustentables (CCPS)**, liderado por el Ministerio del Medio Ambiente y con la participación estratégica del SERNAC en materia de información al consumidor.

Por su parte, un avance jurídico fundamental es la **Circular Interpretativa sobre Consumo Sustentable (2024)** del SERNAC, que integra el principio de consumo sostenible en la Ley N° 19.496, enfatizando la obligación de los proveedores de entregar información clara, veraz y suficiente sobre aspectos como la durabilidad y el impacto ambiental del ciclo de vida del producto. Esta exigencia es clave para evitar prácticas de *greenwashing*, donde la información confusa puede inducir a error.

Finalmente, es importante mencionar que, como complemento práctico a esta estructura normativa, destaca la existencia de los **Acuerdos de Producción Limpia (APL)**, convenios voluntarios entre sectores productivos y organismos públicos coordinados por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático.



Estos acuerdos buscan hacer más eficientes los procesos productivos, reducir impactos ambientales y estandarizar la información ambiental mediante procesos de certificación técnica. Esto permite que atributos como la reciclabilidad, ejemplificada con el sello **#ElijoReciclar**, sean fidedignos y verificables, reduciendo así la asimetría de información y facilitando decisiones de consumo conscientes.

En conclusión, el rol del Estado, ejercido por el SERNAC, es crucial para alcanzar estas metas, ya que tiene la responsabilidad de fiscalizar las prácticas comerciales y velar por el derecho de la ciudadanía a contar con información veraz y oportuna.

En este contexto, para conocer en profundidad las prácticas sustentables de los principales proveedores de agua embotellada, **se solicitó información detallada sobre los sellos y certificaciones vinculados a la sustentabilidad del producto, así como también sobre las acciones de sostenibilidad implementadas** de manera transversal a lo largo de todo su ciclo productivo.

A continuación se entrega un compilado resumen de la información levantada a partir de las respuestas de los proveedores oficiados para conocer más de la integración de aspectos de sustentabilidad en sus procesos y productos, que incluye a las 6 empresas de presencia nacional y 9 de nivel regional (identificados previamente en la muestra), en relación a las siguientes dimensiones consultadas:

- **Sello Elijo Reciclar** (imagen n°4), el cual forma parte del **Acuerdo de Producción Limpia (APL)** de Eco-etiquetado de envases y embalajes³³.

Imagen N°4: Acuerdo de Producción Limpia (APL) de Eco-etiquetado de envase y embalaje



Fuente: Sitio web del MMA - Elijo Reciclar, 2026.

A nivel general, y a partir de las respuestas de las empresas incluidas en el levantamiento se observa una baja adhesión al **Acuerdo de Producción Limpia (APL)** sobre Ecoetiquetado, ya que solo una de las empresas analizadas cuenta con el sello oficial que respalda la reciclabilidad del envase y envía la información que confirma este antecedente.

No obstante, es necesario señalar que la sola presencia del sello no resulta suficiente y que existe la necesidad de fortalecer la educación hacia la ciudadana, dado que, si bien el sello es reconocido por las personas consumidoras (a nivel de imagen), existe un bajo nivel de conocimiento respecto de su significado y alcances.

³³ Página Web. Visitada con fecha:10.09.2025. Recuperada de: <https://elijoreciclar.mma.gob.cl/>



Este sello podría adquirir relevancia desde la perspectiva de los consumidores, si se logra comprender su proceso, entendiendo que la adhesión a un APL muestra que la empresa ha tomado medidas concretas para reducir su impacto ambiental, cuyos datos sobre desempeño ambiental pueden ser verificables, y que promueven la eficiencia en recursos y reducción de residuos.

Se observa también que existen otras simbologías utilizadas por las distintas marcas para indicar que el material es reciclable. Sin embargo, esta es la única que cumple con los criterios del proceso de certificación mediante APL y que puede ocupar el logo descrito en la imagen N°4.

- Símbolos reciclaje

Imagen N° 5: Simbología para reciclar y tipo de materiales botellas.



Fuente: SERNAC, 2026.

Algunos proveedores como buena práctica están utilizando símbolos de reciclaje. Donde identifican con la numeración correspondiente el material que se está utilizando para botella, tapa y etiqueta, de esta manera facilitar su reciclaje o reutilización. Estos símbolos ofrecen al consumidor y al gestor del residuo información relevante sobre el producto para su disposición.

- Economía Circular

Es importante destacar que una de las empresas consultadas tiene integrada la sustentabilidad al negocio utilizando como estrategia a nivel corporativo la economía circular. Es decir, reducen los desperdicios donde se involucran distintos procesos, desde la captación y tratamiento del recurso hídrico, pasando por los procesos de elaboración, envasado, distribución y trazabilidad que logran la recuperación de agua.

Para medir los resultados asociados a esta gestión cuentan con indicadores relacionados con la cantidad de residuos industriales, recuperación del ciclo del agua, material reciclado, plásticos recuperados, reducción de desechos, entre otros.

- Reducción emisiones y energía renovable

Una de las empresas informa que está trabajando en un proyecto para la transición hacia el uso de energías limpias renovables, con la meta de implementar este cambio para marzo de 2026. Esta optimización busca reducir significativamente la huella de carbono dentro del proceso productivo.



- **Cuantificación gases efecto invernadero**

De las gestiones que se pueden destacar en la recopilación de información es la cuantificación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) definidos por el protocolo de Kyoto del cuál algunas empresas se están haciendo cargo, con el fin de disminuir el impacto negativo que tienen en el ecosistema.

Para medir esta gestión cada cierto periodo de tiempo realiza un reporte de gestión que contiene los registros de los gases de efecto invernadero categorizados por proceso.

- **Captación de agua**

Una de las empresas informa que tiene un enfoque de sustentabilidad basado principalmente en el ciclo productivo, indicando que sólo extraen un 2,6% del acuífero, permitiendo que el 97,4% del recurso siga su curso natural para la biodiversidad local.

Además, realizan diversas acciones de protección para mantener este recurso libre de contaminación, mediante monitoreos de calidad.

- **Desechos generados en planta**

En el ámbito de sustentabilidad y sostenibilidad algunas empresas consultadas informan tener incorporada la gestión de residuos asociados a: riles (residuos industriales líquidos), rises (residuos sólidos industriales), aguas servidas y reciclaje mediante proveedores autorizados. Los proveedores tienen distintas herramientas para registrar su gestión y posteriormente hacer su declaración.

- **Trabajo con comunidades**

También resulta importante destacar el trabajo comunitario que están realizando algunos proveedores a fin de impulsar la sustentabilidad y sostenibilidad, mediante acciones tales como: programas educativos para incentivar el cuidado del agua, acciones de reciclaje con comunidades entre otras iniciativas de trabajo colaborativo con la comunidad.

6.7. Revisión general de declaraciones, certificaciones de calidad y de gestión de los proveedores

Habiendo realizado una revisión de las declaraciones del rotulado de los productos de agua embotellada a lo largo del país, en general es posible hacer referencia a las siguientes declaraciones: **asociadas al proceso productivo, gestión y aspectos de sustentabilidad.**

Por un lado, las declaraciones asociadas al proceso productivo y de gestión tienen que ver con premios o declaraciones de calidad, tales como: **normas ISO, HACCP o de asociaciones**, lo cual sería una buena práctica de las empresas, considerando estos aspectos como una mejora continua y además herramientas que permiten hacer trazabilidad de los productos en caso de posibles inconvenientes de calidad asociados a los productos terminados (agua embotellada lista para comercializar).

Entre ellas, se encontraron declaraciones como **"Agua Purificada Premium"** o sellos de **"Agua Premium 100% Garantizada"** que no guardan relación con categorizaciones según normativa vigente.

En el levantamiento se encontraron también algunas aguas que, en su etiqueta declaran aspectos tales como **"Certificada S.N.S"** sin referenciar el nombre del órgano o la resolución que valide dicha certificación; o declaraciones en torno a **beneficios para la salud no respaldados**, tales como que beber agua alivia la fatiga o mejora el sistema inmunológico.

Imagen N° 6: Imagen Sellos Sustentabilidad



Fuente: SERNAC, 2025.

Adicionalmente, la revisión de la muestra de productos de agua embotellada levantada a nivel regional evidenció una diversidad de declaraciones y/o sellos relacionados con la sustentabilidad como se puede revisar en la imagen N°6.

Estas indicaciones van en torno a que el producto es: "premium", que cuenta con premios internacionales, que es genuina, cumplimiento de normas, etc.

También se observaron frases adicionales detectadas en la rotulación general como **"reciclable"**, **"recíclame"**, hasta afirmaciones más amplias y cualitativas como **"ecoamigable"** o **"amigable con el medio ambiente"**.

Por otro lado, se observó una buena práctica en la implementación de **símbolos de reciclaje** en los envases de algunas marcas que se comercializan a nivel nacional, dicha información fue respaldada con informes de laboratorio que indican claramente el material utilizado para la botella, la tapa y la etiqueta mediante la numeración de los símbolos de reciclaje correspondientes, facilitando al consumidor y al gestor de residuos la correcta disposición final del producto.

No obstante, esta tendencia **coexiste con la presencia de declaraciones ambientales sin respaldo técnico visible, lo que podría caer dentro del fenómeno del greenwashing**. En estos casos, las afirmaciones como "Amigable con el medio ambiente" carecen de la información detallada o las certificaciones necesarias que corroboren la veracidad de los atributos ambientales comunicados indicados en la etiqueta, lo que genera asimetría de información para el consumidor.



7. HALLAZGOS

A nivel general los hallazgos de este estudio, revelan un ajuste promedio general aceptable, pero se identifican brechas críticas de información en el mercado de agua embotellada, especialmente en productos de origen regional, así como problemas persistentes en la relación contractual y la seguridad del producto, acorde a los reclamos recibidos en este mercado.

Particularmente, se puede destacar que:

Ajuste Normativo General y Desempeño Regional:

- El nivel de ajuste general de las variables de rotulación consideradas críticas en este levantamiento, según la normativa vigente, es del **88,0%**.
- Las marcas comercializadas a nivel nacional (13 marcas: Benedictino, Cachantun, Cuisine & Co, Evian, Fiji, Great Value, Jahuel, Manantial, Nestlé Pura Vida, Perrier, Puyehue, S. Pellegrino y Vital) presentan un alto ajuste promedio del **94,2%**.
- La Región Metropolitana registra el ajuste promedio más bajo de la muestra, con solo un **72,92%** de cumplimiento en la rotulación de sus aguas embotelladas locales, seguida por la región de los Ríos con un **77,1%** de promedio de ajuste general.
- Como hallazgo adicional en la etapa de procesamiento de datos, se puede destacar, que marcas nacionales superan a las internacionales, por lo que se sugiere una revisión más exhaustiva de estas últimas cuando se hace la homologación al mercado nacional

Variables Críticas con Mayor Incumplimiento:

- País de origen: Solo un **59,90%** de los productos incluyen esta información.
- Lista de ingredientes y aditivos: El ajuste es de solo **62,71%**.
- Instrucciones de almacenamiento: Presentan un ajuste de **70,91%**. Esta falta de información es crítica, ya que los proveedores la citan como una posible causa de contaminación (hongos o algas) reportada en los reclamos de seguridad.

Reclamos al SERNAC (Periodo 2020-2025):

Los 279 reclamos recibidos se concentran principalmente en:

- Problemas de ejecución contractual (68,3%): Incluye deficiencias logísticas como retrasos de hasta un mes en despachos, entregas incompletas y prácticas abusivas, tales como cobros duplicados o facturación indebida de arriendos de dispensadores tras el término del contrato.
- Fallas en la seguridad en el consumo (19,25%): Se reportan casos de mala calidad del agua, presencia de objetos extraños (insectos, larvas, partículas, y un chicle en un caso) y dispensadores contaminados.

Sustentabilidad, Greenwashing y otras declaraciones.

- De las respuestas aportadas por las empresas oficiadas, se detectó una baja adhesión al sello oficial **#ElijoReciclar**, parte del Acuerdo de Producción Limpia (APL) de Eco-etiquetado, lo cual podría ser una herramienta positiva para la información a los consumidores, toda vez que se realice una educación más intensiva sobre su alcance y respaldo técnico.



- También es importante destacar que, de las empresas consultadas en materia de sustentabilidad, existen varias iniciativas para abordar la temática, entre las cuales se pueden mencionar: la implementación de símbolos de reciclaje autorizados, avances en materia de Economía Circular, gestiones para la reducción emisiones y uso energía renovable, cuantificación gases efecto invernadero, gestiones en relación a la captación de agua, acciones para la reducción de desechos generados en planta, y trabajo con comunidades.
- Por su parte, en lo que respecta a la revisión de sellos y otros aspectos de rotulación de los envases, se evidenció el uso de declaraciones ambientales no certificadas ni respaldadas técnicamente, como **"Ecoamigable"** o **"amigable con el medio ambiente"**, lo que podría inducir a engaño al consumidor y caer en la práctica conocida como *Greenwashing*.
- En este levantamiento se pudo evidenciar además que, varios productos sobre todo a nivel regional incluyen **sellos y algunas declaraciones que no tienen respaldo** (tales como premios, cumplimiento de normas, calidades premium, entre otros), por ende pueden generar confusión en los consumidores.

En razón de lo anterior, todos los hallazgos en materia de declaraciones y uso de sellos sujetos a comprobabilidad, han sido derivados a la Subdirección de Fiscalización de este Servicio, a fin que pueda realizar las acciones correspondientes para aclarar su uso y veracidad.

Rangos de precio

- Se observan diferencias significativas por formato: Existen grandes diferencias de precio entre los distintos formatos, siendo los bidones de 10 a 20 litros los que presentan la brecha más marcada entre su precio mínimo y máximo. Por ejemplo, el **bidón de 20 litros tiene un mínimo de \$1.400 y un máximo de \$14.150.**
- Ahorro por Volumen (Economía de Escala): Existe una clara evidencia de que, al comprar un formato de mayor tamaño, el precio promedio por litro desciende, lo que representa un ahorro para el consumidor:
 - El formato "Menos de 1 lt." tiene un Precio Promedio por litro de \$1.420.1
 - **El formato de "20 lts." tiene el Precio Promedio por litro más bajo, de \$173.**
- Dependencia Regional de los Precios: Los precios varían de manera importante según la región de comercialización.
 - La **Región de Magallanes registra los precios máximos** para casi todos los rangos de formato analizados.
 - Los precios mínimos se encuentran dispersos, por ejemplo, el mínimo para la categoría de 20 litros se detectó en la Región de Arica y Parinacota (\$1.400).

Respecto de estas diferencias recién comentadas, es importante considerar que la muestra de formatos regionales es acotada, por lo que constituyen sólo precios referenciales.



8. CONCLUSIONES

El análisis general del mercado de agua embotellada permite concluir que, si bien el sector presenta un buen nivel de ajuste general a la normativa del **88,00%**, es necesario realizar un trabajo sectorial en aquellas empresas que producen a nivel regional distintas aguas embotelladas, a fin de mejorar las brechas detectadas tanto a nivel de rotulación de información nutricional, como a nivel de declaraciones, especialmente en el comercio de agua en bidones a nivel regional como las aguas importadas.

La falta de información en el etiquetado de los productos levantados, que deriva en un bajo ajuste a nivel normativo, deja espacios de dudas respecto del nivel de cumplimiento de estándares de calidad de los productos analizados.

Esto es importante si se considera que el consumidor elige este formato buscando inocuidad y seguridad en su consumo, entre otros aspectos; y por ello, las posibles brechas en el etiquetado podrían generar grietas en la confianza respecto que el producto cumpla con su expectativas y con las normativas aplicables.

Por otra parte, si bien **Chile es el país de Sudamérica que tiene el índice de agua potable más segura para beber**, además de ser el único de la zona donde es recomendable ingerirla desde la llave, el nivel de consumo de agua embotellada ha incrementado de manera sustancial en los últimos años, lo cual, puede reflejar un mejor hábito de consumo por su potencial impacto en la ingesta de agua, pero también podría ser reflejo de cierta inseguridad respecto del agua potable regular.

Es por ello que el agua embotellada adquiere una relevancia desde el punto de vista del consumo, que exige monitorear su comportamiento por parte de las autoridades, no sólo desde lo referente a la rotulación e información de precios, sino que también desde sus aspectos de desempeño físico químico.

Por todo lo anterior, **los hallazgos de este informe** han sido derivados internamente al área de Fiscalización de este Servicio, y **serán también compartidos con las autoridades sectoriales** correspondientes a fin que puedan evaluar las medidas que estimen pertinentes en el ámbito de sus facultades.



9. RECOMENDACIONES

A la **hora de comprar y consumir** este tipo de productos, sigue los siguientes consejos:

- Cotiza y compara las opciones disponibles en tu región.
- Compra siempre en comercio establecido
- Prioriza formatos grandes para el ahorro: Considera la compra de bidones de mayor volumen (10 o 20 litros), ya que el precio promedio por litro es significativamente menor en comparación con las botellas de menos de un litro .
- Revisa la rotulación de ingredientes y almacenamiento. Un mal almacenamiento puede ser causa potencial de contaminación (hongos o algas) que puede afectar la seguridad del producto.
- Prefiere productos que aportan a disminuir el impacto ambiental; sin embargo se cauteloso con las declaraciones de Greenwashing si no están respaldadas por certificaciones visibles y verificables.
- Exige y verifica información contractual: Si opta por servicios de bidones a domicilio, revise minuciosamente las condiciones de servicio y los contratos, especialmente las cláusulas relativas a los plazos de despacho, cobros automáticos (PAT/PAC) y los procedimientos de término de contrato. Esto ayuda a prevenir problemas de ejecución contractual y cobros indebidos.
- Verifica la información del proveedor: Ante cualquier problema de calidad o seguridad, asegúrese de que el envase contenga el Nombre o Razón Social del proveedor y el Domicilio del elaborador/distribuidor para facilitar cualquier reclamo o gestión con las autoridades correspondientes.

Tomar agua es importante para tu salud:

- Es esencial para nuestro organismo, la mayoría de los procesos que nos permiten vivir y hacer nuestras actividades necesitan de ella.
- Recupera el agua que pierdes: ¡No olvides tomar 6 a 8 vasos de agua diariamente!
- Prefiere tomar agua en lugar de bebidas o jugos.
- Bebe agua de la llave, envasada, o en infusiones.
- Para ayudar a cuidar el medioambiente, intenta tener una botella de agua reutilizable a mano.
- El agua es uno de los recursos naturales más escasos e importantes que tenemos en el mundo: No dejes el agua corriendo. Arregla las llaves que gotean. Enjabona los platos con la llave cerrada. Trata de tomar duchas cortas. Lava la ropa en tu lavadora con cargas completas. Riega las plantas y tu jardín en la noche.

El agua es vida, no la desperdices

ANEXOS

Tabla N° 10: Tabla detalle muestra

N° de muestra	Dirección Regional	Nombre comercial	Nombre Producto	Marca	Formato/ Contenido Neto (L)
1	Arica y Parinacota	Agua Cielo	Agua Purificada	Cielo	Botella 0.625 lts.
2	Arica y Parinacota	Aguadelzar	Agua Purificada	Aguadelzar	Bidón 20 lts.
3	Arica y Parinacota	Agua Suprema	Agua Purificada	Agua Suprema	Bidón 20 lts.
4	Arica y Parinacota	Agua Zero	Agua Purificada	Agua Zero	Bidón 20 lts.
5	Arica y Parinacota	Agua Zero	Agua Purificada Alcalina	Agua Zero	Bidón 20 lts.
6	Arica y Parinacota	Agua San Sebastián	Agua Purificada	Agua San Sebastián	Bidón 20 lts.
7	Arica y Parinacota	Agua Awka Uma	Agua Purificada	Agua Awka Uma	Bidón 20 lts.
8	Arica y Parinacota	Agua San Gabriel	Agua Purificada	Agua San Gabriel	Bidón 20 lts.
9	Arica y Parinacota	Agua Luna	Agua Purificada	Agua Luna	Bidón 20 lts.
10	Tarapacá	Agua Pura Vida	Agua Purificada	Agua Pura Vida	Bidón 20 lts.
11	Tarapacá	Agua Urracas	Agua Purificada	Agua Urracas	Bidón 20 lts.
12	Tarapacá	Aguas de la Península	Agua Purificada	Aguas de la Península	Bidón 20 lts.
13	Antofagasta	Pronor	Agua Purificada	Pronor	Bidón 20 lts.
14	Antofagasta	AWA	Agua Purificada Alcalina	AWA	Bidón 20 lts.
15	Antofagasta	ASAM	Agua Purificada	ASAM	Bidón 20 lts.
16	Antofagasta	Agua Yo	Agua Purificada	Agua Yo	Bidón 20 lts.
17	Antofagasta	Belén	Agua Purificada	Belén	Bidón 20 lts.
18	Antofagasta	Valti Premium Spa	Agua Purificada	Valti	Bidón 20 lts.

19	Antofagasta	AguaFresh	Agua Purificada	AguaFresh	Bidón 20 lts.
20	Atacama	Agua Vida	Agua Purificada	Agua Vida	Bidón 20 lts.
21	Atacama	AquaBella	Agua Purificada	AquaBella	Bidón 20 lts.
22	Atacama	Agua Purificada de la Peña	Agua Purificada	Agua Purificada de la Peña	Bidón 1.5 lts.
23	Atacama	Agua Fuente de Vida	Agua Purificada	Agua FDV	Bidón 20 lts.
24	Atacama	Agua Candela	Agua Purificada	Agua y Hielo Candela	Bidón 20 lts.
25	Atacama	Kaukari	Agua Purificada	Kaukari	Bidón 20 lts.
26	Atacama	Agua Natural Purificada Los Andes SpA	Agua Purificada	Los Andes	Bidón 20 lts.
27	Atacama	Mozart Hielo y Agua Purificada	Agua Purificada	Mozart	Bidón 20 lts.
28	Atacama	Agua Purificada Nueva Andes	Agua Purificada	Nueva Andes	Bidón 20 lts.
29	Atacama	Agua Potrerillos	Agua Purificada	Agua Potrerillos	Bidón sin información de contenido
30	Atacama	Agua Purificada y Hielos del Desierto	Agua Purificada	Agua Purificada y Hielos del Desierto	Bidón 20 lts.
31	Coquimbo	Baikal	Agua Purificada Alcalina	Baikal	Bidón 20 lts.
32	Coquimbo	Candor	Agua Purificada	Candor	Bidón 20 lts.
33	Coquimbo	Genuine	Agua Purificada	Genuine	Bidón 20 lts.
34	Coquimbo	H2OASIS	Agua Purificada	H2OASIS	Bidón sin información de contenido
35	Coquimbo	Leben	Agua Purificada Alcalina	Leben	Bidón 20 lts.
36	Coquimbo	Manantial de Vida	Agua Purificada	Manantial de Vida	Bidón sin información de contenido
37	Coquimbo	Agua Nativa SpA	Agua Purificada	Nativa	Bidón sin información de contenido
38	Coquimbo	Los Mantos Agua Purificada	Agua Purificada	Los Mantos	Bidón sin información de contenido
39	Coquimbo	Aguas San Agustín	Agua Purificada Alcalina	San Agustín	Bidón sin información de contenido
40	Coquimbo	Agua Purificada Serena	Agua Purificada	Serena	Bidón 20 lts.
41	Valparaíso	Aguas Katty	Agua Purificada	Katty	Bidón 20 lts.

42	Valparaíso	Agua Marina	Agua Purificada	Marina	Bidón 20 lts.
43	Valparaíso	Agua Marina	Agua Purificada Alcalina	Marina	Bidón 20 lts.
44	Valparaíso	Aguas de la Bahía	Agua Purificada	Aguas de la Bahía	Bidón 20 lts.
45	Valparaíso	Aguas Aurora	Agua Purificada	Aurora	Bidón 20 lts.
46	Valparaíso	Aguas Aurora	Agua Purificada	Aurora	Botella 0.5 lts.
47	Metropolitana	AGUAS PURIFICADAS H & N	Agua Purificada	H & N SUMINISTROS SpA	Bidón 20 lts.
48	Metropolitana	Agua Premium Manutara	Agua Purificada	Manutara	Bidón 20 lts.
49	Metropolitana	Agua Mas It	Agua Purificada	Mas It	Bidón 20 lts.
50	Metropolitana	San Sebastián	Agua Purificada	San Sebastián	Bidón sin información de contenido
51	O'Higgins	Boike Los Andes	Agua Mineral Natural	Boike	Pack 6 Botellas 1,6 lts.
52	O'Higgins	Boike Los Andes	Agua Mineral Natural	Boike	Pack 12 Botellas 0,5 lts.
53	O'Higgins	Aguas Mega	Agua Purificada	Aguas Mega	Bidón 20 lts.
54	O'Higgins	Aguas Millaray	Agua Purificada	Aguas Millaray	Bidón 20 lts.
55	O'Higgins	Wellness	Agua Purificada Premium	Wellness H2O Machalí	Bidón 20 lts.
56	Biobío	BIOPURA	Agua Purificada	Bio Pura	Bidón 20 lts.
57	Biobío	DOS-O	Agua purificada	DOS-O	Bidón 20 lts.
58	Biobío	Aguas Las Vertientes	Agua purificada	Las Vertientes	Bidón 6 lts.
59	Biobío	Aguas Concepción	Agua purificada	Aguas Concepción Be water	Bidón 20 lts.
60	Los Ríos	Fuente Nativa	Agua Purificada	Fuente Nativa	Bidón 20 lts.
61	Los Ríos	Luna Aguas	Agua Purificada	Luna Aguas	Bidón 20 lts.
62	Los Ríos	Luna Aguas	Agua Purificada Sin gas	Luna Aguas	Botella 0.5 lts.
63	Los Ríos	Aqua Delanoria	Agua Purificada	Delanoria	Bidón 20 lts.
64	Los Lagos	Agua Cero	Agua Purificada Sin gas	Agua Cero Chile	Bidón 20 lts.
65	Los Lagos	Mongenko agua de la vida	Agua Purificada	Agua Mongenko	Bidón 20 lts.
66	Los Lagos	Casa del Agua dale vida a tu vida	Agua Purificada	Casa del Agua	Bidón 20 lts.
67	Los Lagos	Trayenco Patagonia	Agua Purificada	Trayenco Patagonia	Bidón 20 lts.
68	Los Lagos	SurAguas	Agua Purificada	Sur Aguas	Bidón 20 lts.
69	Los Lagos	Soda Montt	Agua purificada	Soda Montt	Bidón 20 lts.
70	Aysén	Amansi Patagonia	Agua Purificada	Amansi Patagonia	Bidón 20 lts.

71	Aysén	Amansi Patagonia	Agua Purificada	Amansi Patagonia	Botella 0.5 lts.
72	Aysén	Comercial los cipreses	Agua Sin Gas	AQUANAV SODA	Bidón 20 lts.
73	Aysén	Aguas Cordillera	Agua Purificada	Aguas Cordillera	Bidón 10 lts.
74	Magallanes	Q3	Agua Purificada	Q3	Bidón 20 lts.
75	Magallanes	Q3	Agua Purificada	Q3	Bidón 12 lts.
76	Magallanes	Agua Fresca de la Patagonia Austral	Agua Purificada	Agua Fresca de la Patagonia Austral	Bidón 10 lts.
77	Magallanes	Agua Fresca de la Patagonia Austral	Agua Purificada	Agua Fresca de la Patagonia Austral	Bidón 12 lts.
78	Magallanes	Agua Fresca de la Patagonia Austral	Agua Purificada	Agua Fresca de la Patagonia Austral	Bidón 20 lts.
79	Magallanes	Agua Nozomu	Agua Purificada	Agua Nozomu	Bidón 20 lts.
80	Magallanes	Aguas Tehuelche	Agua Sin Gas	Aguas Tehuelche	Bidón 20 lts.
81	Magallanes	Aguas Tehuelche	Agua Sin Gas	Aguas Tehuelche	Bidón 10 lts.
82	Magallanes	SIMA	Agua Purificada	Sima	Bidón 20 lts.
83	Magallanes	SIMA	Agua Purificada	Sima	Bidón 10 lts.
84	Magallanes	Mater	Agua Gasificada	Mater	Botella 0.5 lts.
85	Magallanes	Mater	Agua Sin Gas	Mater	Botella 0.5 lts.
86	Magallanes	Mater	Agua Sin Gas	Mater	Bidón 20 lts.
87	Magallanes	Mater	Agua Sin Gas	Mater	Bidón 10 lts.
88	Nacional	Agua Benedictino	Agua Natural Sin Gas	Benedictino	Bidón 6.5 lts / Botella 1.5 lts.
89	Nacional	Agua Mineral Cachantun	Agua Mineral Natural Sin Gas	Cachantun	Botella 2.5 lts.
90	Nacional	Pura Agua Cuisine & Co	Agua Purificada Con Gas	Cuisine & Co	Botella 0.5 lts.
91	Nacional	Agua Mineral Evian	Agua Mineral Natural Sin Gas	Evian	Botella 1 lts.
92	Nacional	Agua Mineral Natural Sin Gas Fiji	Agua Mineral Natural Sin Gas	Fiji	Botella 0.5 lts.
93	Nacional	Agua Purificada Sin Gas Great Value	Agua Purificada Sin Gas	Great Value	Botella 0.5 lts.
94	Nacional	Agua Mineral Jahuel	Agua Mineral Con Gas	Jahuel	Botella 0.33 lts.
95	Nacional	Agua Purificada Manantial Gasificada	Agua Purificada Con Gas	Manantial	Botella 3 lts./Botella 0.6 lts.
96	Nacional	Agua Purificada Sin Gas Nestlé Pura Vida	Agua Purificada Sin Gas	Nestlé Pura Vida	Bidón 6 lts.

97	Nacional	Agua Mineral Natural Gasificada San Pellegrino	Agua Mineral Natural Con Gas	San Pellegrino	Botella 0.75 lts.
98	Nacional	Agua Mineral Natural Carbonatada	Agua Mineral Natural Con Gas	Perrier	Botella 0.33 lts.
99	Nacional	Agua Mineral Natural Puyehue	Agua Mineral Natural Sin Gas	Puyehue	Botella 0.5 lts.
100	Nacional	Agua Mineral Natural Vital	Agua Mineral Natural	Vital	Botella 1.6 L