

## ¿Qué busca el consumidor actual en un zumo?

MARTA CASTILLO | 01/08/2018 [Zumos y Mostos](#)



El sector de zumos y néctares sigue su inexorable avance hacia el valor añadido, con **la salud como principal driver de crecimiento**. Así, al igual que está ocurriendo en otros sectores de alimentación y bebidas, el consumidor se decanta por productos más saludables, naturales, que conserven sus propiedades nutricionales y organolépticas y con un proceso de elaboración y envasado más sostenibles.

Estas demandas se traducen en una evolución positiva de las categorías de zumos refrigerados, smoothies y bebidas de frutas y verduras, con un gran número de lanzamientos para posicionarse en estos segmentos, y un incremento de las ventas del sector en valor, si bien prosigue el ligero descenso en cuanto a volumen.

En concreto, según datos de la consultora **Nielsen**, el volumen de zumos y néctares comercializado en el canal de alimentación habría rondado los **549,36 Ml en 2017, un 1% menos** que un año antes, pero alcanzaría los **605,5 M€, un 9,3% más** en valor. Desde Asozumos, su presidente Javier Lorenzo indica un avance de las ventas de zumos refrigerados y smoothies y de aquellos que se consumen recién exprimidos, en el hogar, en horeca y en algunas cadenas de distribución organizada, con un crecimiento de los formatos monodosis, en línea con el estilo de vida urbano, mientras retroceden los zumos ambiente y los formatos familiares.

En este sentido, nos encontramos en los lineales, cada vez más, con zumos que incluyen ingredientes hasta

hace poco impensables (cúrcuma, jengibre, lechuga, etc.), con reclamos que exaltan sus beneficios para nuestro cuerpo y mente (“energy”, “detox”, “relax”, “antiox”, etc.) y con un impulso de los productos ecológicos. Y hay que resaltar, que la innovación no se limita a las marcas de fabricante, sino que **la MDD está demostrando ser capaz de incorporar rápidamente a sus lineales las tendencias más actuales.**

## Los líderes siguen las tendencias

En el **ranking de principales fabricantes**, que se incluye en el Informe 2018 del Sector de Zumos y Néctares publicado por Alimarket, continúa liderando el sector J. García Carrión (junto a su adquirida **Desarrollos Alimentarios Frescos -Dafsa-**, interproveedora de, entre otros productos, zumos y néctares para **Mercadona**, que tras la operación ha reformulado su acuerdo con la cadena valenciana para situarse en la categoría de proveedores). El grupo murciano está llevando a cabo un plan de reorientación de su portfolio y ha presentado novedades, especialmente en su familia ‘La Huerta de Don Simón’.

Le siguen (por volumen de marca propia) Juver, que ha reforzado su posicionamiento de marca y apuesta por nuevos productos siguiendo las grandes tendencias internacionales; Eckes-Granini (el Informe incluye una entrevista exclusiva a Júlia Estafanell, su nueva Directora de Marketing); y Zumos Palma, quien ha alquilado gran parte de su centro productivo de Palma del Río a la brasileña **Citrosuco** (uno de los primeros fabricantes mundiales de zumo de naranja).

El Informe del sector incluye, junto al **ranking de principales fabricantes** y las **cifras de consumo del Mapama, Nielsen y Kantar**, más de una veintena de **novedades** presentadas en el último año y las principales **inversiones** ejecutadas por los operadores del sector; el reparto de la **inversión publicitaria**, según Infoadex, y de las **importaciones y exportaciones**, de la mano del Ices; así como el desarrollo de las principales **tendencias**.

---

# Alimarket