

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2013

# Nuevo Lanzamiento en Retail



Puré de mango, plátano y  
manzana en Chile

*prom*  
perú

**NUEVO LANZAMIENTO**  
**PURÉ DE MANGO, PLÁTANO Y MANZANA EN CHILE**

**1. Producto**

De acuerdo a Product Launch, la empresa Purefruit Chile S.A., formada hace dos años bajo la inversión de Purefruit France, una de las más destacadas compañías europeas que lideran la industria de alimentos procesados, y Surfruit, importante empresa agroindustrial chilena, ha lanzado al mercado un nuevo producto bajo su nueva marca Fruty GO. Se trata de una interesante propuesta de puré de mango, plátano y manzana.

Para la elaboración de este novedoso producto se utilizan frutas cultivadas bajo altos estándares de calidad. La empresa promociona el producto como 100% natural, ya que son hechas de pura fruta, sin preservantes. . En cuanto al empaque y presentación, el producto es presentado en una caja de cartón de cuatro envases plásticos la cual contiene el puré. Cada bolsa plástica tiene la particularidad de ser resellable. El peso neto del producto es de 400 gramos.

Cabe indicar que Purefruit Chile, sigue las estrategias de posicionamiento de Purefruit France, con el objetivo de posicionarse en todo el territorio chileno, para luego abrir nuevos mercados aledaños.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Marca</b>	Fruty GO
	<b>Empresa manufacturera</b>	Purefruit Chile S.A.
	<b>Precio</b>	1,690 CLP ≈ 3.56 US\$
	<b>Contenido Neto</b>	400 gr.
	<b>País de fabricación</b>	Chile
	<b>País de distribución</b>	Chile
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	Febrero 2013

Fuente: Product Launch

Por las características del producto y la estrategia de la empresa, el producto se viene distribuyendo en los principales supermercados e hipermercados chilenos. El precio promedio al que se ofrece es 1,690 pesos chilenos, equivalentes a 3.56 dólares por cada unidad.<sup>1</sup>

## 2. Mercado de distribución

De acuerdo a datos de Euromonitor<sup>2</sup>, la demanda de comidas preparadas viene experimentando un alza considerable. En los últimos cinco años, las ventas de este tipo de alimentos mostraron un incremento total de 23.6%. Esto se debió principalmente, a que las comidas preparadas se vienen mostrando como una importante alternativa para ahorrar tiempo, en especial, para aquellos que trabajan en oficinas y poseen horarios apretados. En 2012, el crecimiento mostrado alcanzó los 6.33%, con un crecimiento de 7% en los precios promedio finales. Por otro lado, se prevé que para el año 2013, la demanda de comidas preparadas en general se incremente en 2.6% aproximadamente.

La subcategoría de “alimentos preparados refrigerados”, en la cual se encuentra el producto analizado, se muestra como la más dinámica dentro de la categoría de comidas preparadas. De esa manera, se tiene que estas ventas crecieron 87.5% en los últimos cinco años. El mayor incremento se registró en 2008, cuando la demanda de estos productos tuvo un alza de 687.9% respecto del período anterior. En los últimos tres años, esta demanda se mantuvo en una tasa promedio constante de 8.9% y se prevé que para los próximos cinco años, este crecimiento ascienda a 7%.

Las tendencias señalan que los consumidores chilenos continuarán optando por comprar alimentos preparados que se caractericen por su naturaleza innovadora y por poseer altos contenidos nutricionales. Aunado a ello, se sabe que mientras la economía chilena se mantenga sólida y estable, el consumidor promedio no escatimará en pagar un precio más elevado si es que la propuesta de valor ofrecida en estos productos corresponde a comidas gourmet, premium y de alta calidad. Por estas razones, un alimento como el analizado posee una alta probabilidad de éxito y posicionamiento dentro del mercado, debido a que cumple con los principales requerimientos del consumidor: calidad, innovación y propuesta saludable.

El canal moderno (supermercados e hipermercados) mantiene el liderazgo como el formato de distribución más potente e importante dentro de la categoría de comidas preparadas con una participación de alrededor de 81% en 2012. A pesar de ello, no se deben dejar de lado a las tiendas de abarrotes medianas que han recuperado importancia. Las cadenas de supermercados e hipermercados líderes en Chile son: Walmart Chile, Jumbo

---

<sup>1</sup> Según xe.com (Mid-market rates: 2013-04-24 15:30 UTC)

<sup>2</sup> Estudios analizados:

- Ready meals in Chile
- Grocery Retailers in Chile
- Chilled Processed food in Chile

(<http://www.jumbo.cl>), Santa Isabel (<http://www.santaisabel.cl/>) y Unimarc (<http://www.unimarc.cl/>).

### 3. Estadísticas de exportación

Actualmente, el Perú registra altos volúmenes de exportación de mangos, plátanos y en menor medida manzanas. En 2012, se exportó un poco más de 123 mil toneladas de mangos, 125 mil toneladas de plátanos y 721 toneladas de manzanas en todas sus presentaciones, con un valor cercano a los 160 millones, 89 millones y 580 mil dólares respectivamente.

Los principales destinos para el mango peruano son Holanda y Estados Unidos. Cabe destacar que ambos mercados concentran cerca del 70% del producto enviado al exterior. Un escenario similar se da con nuestros compradores de plátanos, ya que Holanda y Estados Unidos reciben el 75% de los envíos realizados. Por último, los principales importadores de manzanas peruanas son Ecuador, Chile y Haití. En su mayoría, estas frutas son enviadas frescas o congeladas sin ser procesadas. Sólo los plátanos suelen enviarse además en forma de snacks.

#### Exportaciones peruanas de mangos por su presentación (US\$ Miles)

Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Fresco	111,205	117,861	5.99%
Congelado	26,059	29,608	13.62%
Pulpa	10,019	6,716	-32.97%
Seco	2,386	3,059	28.23%
Jugo	4,040	1,653	-59.08%
Conserva	516	493	-4.44%
N.C.	18	108	501.68%
Mermelada	40	68	73.05%
Bebidas	5	19	264.34%
Licor	5	18	245.79%
Otros	74*	13	-82.52%
<b>Total</b>	<b>154,366</b>	<b>159,616</b>	<b>3.40%</b>

Fuente: MAPEX. SUNAT

\* El monto más importante es representado por envío de muestras.

N.C.: No clasificado

#### Exportaciones peruanas de plátanos por su presentación (US\$ Miles)

Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Fresco	70,280	84,614	20.40%
Snack	2,593	3,850	48.47%
Seco	376	456	21.18%
Congelado	370	195	-47.31%
N.C.	51	158	210.73%
Harina	21	10	-53.80%
Polvo	29	9	-70.95%
Conserva	-	8	100.00%
Chocolatada	-	6	100.00%
Otros	19	4	-80.63%
<b>Total</b>	<b>73,741</b>	<b>89,310</b>	<b>21.11%</b>

Fuente: MAPEX. SUNAT

\* El monto más importante es representado por envío de muestras.

N.C.: No clasificado

#### Exportaciones peruanas de manzanas por su presentación (US\$ Miles)

Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Jugo	559	304	-45.66%
N.C.	106	220	107.88%
Pasta	-	26	100.00%
Bebidas	24	24	2.50%
Pulpa	-	2	100.00%
Otros	29	3	-90.12%
<b>Total</b>	<b>718</b>	<b>579</b>	<b>-19.28%</b>

Fuente: MAPEX. SUNAT

\* El monto más importante es representado por envíos de caramelos, manzanas frescas y secas

N.C.: No clasificado