

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Nuevo Lanzamiento en Retail

Trozos crocantes de mango liofilizado



NUEVO LANZAMIENTO

Trozos crocantes de mango liofilizado en Colombia

1. Producto

De acuerdo con el portal Product Launch, la marca colombiana Drycol S.A.S., ha lanzado un nuevo snack que consiste en trozos de mango liofilizado¹ empaquetados. El producto es descrito como 100% natural, libre de grasas, libre de gluten y fuente de vitaminas A y C. A su vez, no contiene aditivos ni conservantes, tratando de respetar una imagen de productos saludables y de fruta fresca. El producto tiene como objetivo ser una comida de media mañana y un acompañamiento para postres, yogures, entre otros productos.

Con respecto a la presentación, los trozos de mango vienen en una bolsa de color blanco con bordes de color naranja (haciendo referencia a la fruta). El color blanco le da una idea al consumidor que está frente a un producto saludable. Además, la presentación incluye un sello de producto 100% natural, al igual que la tabla nutricional al centro inferior de la bolsa.

Según el portal de la empresa distribuidora, Drycol es una compañía colombiana que se dedica a la fabricación de liofilizados y deshidratados desde el 2006. Cuentan con el certificado de HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) y producen los siguientes alimentos y servicios: frutas, vegetales, cárnicos, lácteos, snacks de fruta y el servicio de liofilización y deshidratación².

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Frutli
	Empresa manufacturera	Drycol S.A.S.
	Precio	16 gr. – No especificado
	País de fabricación	Colombia
	País de distribución	Colombia
	Fecha de lanzamiento	Agosto 2016

Fuente: Product Launch

¹ Según la Real Academia Española, liofilizar consiste en separar el agua de una sustancia, o de una disolución, mediante congelación y posterior sublimación a presión reducida del hielo formado, para dar lugar a un material esponjoso que se disuelve posteriormente con facilidad.

² Información extraída de: DRYCOL. “Drycol: Quiénes somos” En: <http://drycol.co/quienes-somos> (12/09/2016 6:34 p.m.)

2. Mercado de distribución: Colombia

Dentro de todas las economías latinoamericanas, Colombia ha sido una con las mayores tasas de crecimiento; sin embargo, cada vez crecen a menor ritmo. Según el portal Euromonitor, después de haber crecido 3.1% en el 2015, se espera un crecimiento de 2.3% al final del 2016. Una de las razones del menor crecimiento (Desde el año 2013) fue el precio de los commodities, que aún se encuentran en niveles bajos. Por otro lado, una menor inversión, tanto privada como pública, y una menor producción agrícola arrastraron el crecimiento hacia atrás. Según el portal Euromonitor, se espera una mejora de la situación colombiana en un mediano plazo, lo que les permitirá tener una tasa de crecimiento del PBI real de 3.7% para el año 2020.

Con respecto a indicadores macroeconómicos, la inflación estuvo por encima del rango meta, a pesar de la intervención de su Banco Central. Si bien su rango meta está ubicado entre el 2% y 4%, en el 2015 el nivel de precios fue de 5% y se proyecta un 7.3% al cierre del 2016. Para combatir el problema inflacionario, el Banco Central de Colombia subió su tasa de interés a 7.5% en junio del 2016, siendo la décima subida consecutiva. Sobre la deuda pública, ha crecido significativamente en los últimos 5 años. En el 2012, la deuda fue equivalente al 34% del total del PBI, mientras que en el 2016 fue de 49.6%. Según Euromonitor, en términos reales, la deuda creció 12.9% en el 2015.

Sobre las exportaciones e importaciones colombianas, las primeras contribuyeron al 12.2% del PBI colombiano en el 2015, pero cayeron en 34.9%. Esto se debió a los bajos precios del petróleo y su alta dependencia de exportaciones minerales, representando un 66.5% del total de las exportaciones. Como menciona Euromonitor, esto demuestra que su base exportadora no está muy diversificada y hay una alta dependencia de los Estados Unidos, socio al que exportaron el 27.2%. Por debajo de los Estados Unidos se encuentran Panamá, China, España y Ecuador³. Con respecto a las importaciones, en el 2015 compraron el 29% los Estados Unidos. Por debajo de este se encuentran China y México. Entre sus principales importaciones se encuentran los equipos industriales, los equipos de transporte y bienes de consumo.

Sobre el mercado laboral, el sector agropecuario, la producción industrial y el sector servicios ocupan a la gran mayoría de la población colombiana. Según CIA World Factbook, las participaciones son del 17, 21 y 62% aproximadamente. Entre el sector servicios y el sector manufacturero, estos aportaron al PBI con 58.1 y 11.9% respectivamente. El sector agropecuario se encarga de la producción de café, azúcar, plátanos, algodón y carnes.

Con respecto a los niveles de empleo e informalidad, la tasa de desempleo fue del 8.9% en el 2015 y se pronostica que incrementará a 9.3% en el 2016. Según Euromonitor, uno de los grandes problemas asociados al desempleo es un salario mínimo elevado, lo que impide el desarrollo

³ Según Euromonitor, Perú se ubicó en el octavo lugar de los destinos exportadores de Colombia y décimo como socio al que le compran.

formal al generar sobre costo a las empresas. Como consecuencia, el sector informal en Colombia oscila entre el 20 y 40% del PBI.

En el ámbito demográfico, la población colombiana fue de 48.2 millones en el 2015, casi 8 millones más que en el 2000. La edad media fue de 30 años y se espera que para el 2030 el total crezca a 57.2 millones. La tasa de fertilidad se ha reducido a casi a la mitad desde los años 80 y en el 2015 esta fue de 1.9 nacimientos por mujer. En lo que corresponde a la composición demográfica, bebés y niños entre 0 y 14 años representaron el 27% del total, mientras que la población mayor a los 65 años de edad solo el 6.6%.

En lo que respecta al mercado de snacks (dulces, barras y frutas), este creció en 4%, llegando a 1.1 trillones de pesos colombianos (Aproximadamente 380 millones de dólares). Según Euromonitor, en el caso colombiano existe una preferencia por los productos nacionales. Se espera que el mercado de snacks tengan un crecimiento constante de 4% al año y, para el 2021, llegar a ventas equivalentes a 1.3 trillones de pesos.

Según Euromonitor, los grandes productores de snacks están comenzando a ofrecer una mayor gama de productos saludables, mas no de la magnitud con la que se realiza en países como Estados Unidos. Las barras de cereal, y otro tipo de snacks colombianos, aún están distantes de ser completamente saludables. Por otro lado, hay un potencial mercado en lo que corresponde a los snacks de frutas para frutos más exóticos, como lo es el mango. Colombia es conocida por tener una gran variedad de frutas, las cuales se adaptarían perfectamente a este mercado y tener un buen grado de aceptación.

3. Estadísticas de exportación

Según las estadísticas de Business Intelligence, Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones peruanas de mangos, con una participación de alrededor de 32% durante los primeros 7 meses del 2016. Le siguen Países Bajos (26%), Reino Unido (7%), Canadá (5%) y Corea del Sur (4%), dentro de los cinco primeros compradores. En estos siete primeros meses, el total de exportaciones de mango cayeron en 8% con respecto al año pasado. Cabe resaltar que las caídas de los tres principales socios fueron mucho más altas al promedio, cayendo en 13.6, 21 y 11% respectivamente. Colombia aún no se encuentra como potencial socio exportador de mangos. En lo que va del 2016, sus compras han sido de 144,000 USD.

Por otro lado, los mangos frescos fueron la presentación que mayores montos de exportación registró, con 123 millones de US\$ durante los siete primeros meses. Los mangos congelados fueron la segunda presentación más popular (64 millones de USD), mientras que la pulpa (8 millones USD), el mango deshidratado (2.8 millones de USD) y la conserva (1 millón USD) tuvieron participaciones menores. De estas presentaciones, el mango deshidratado y la conserva tuvieron los mayores crecimientos frente a los 7 meses del año anterior, con variaciones de 112% y 44% respectivamente.

Exportaciones de Mango por Tipo de Presentación (millones de US\$)		
Presentación	Ene-Jul 2015	Ene-Jul 2016
Fresco	148.4	123.5
Congelado	60.5	64.5
Pulpa	6.4	8.4
Deshidratado	1.4	2.9
Conserva	0.7	1.1

Fuente: Business Intelligence. Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú