

Los consumidores optan por este tipo de productos por su practicidad

# Pulpas de fruta, una categoría cada vez con mejor rendimiento



RICHARD SALGADO

Si bien frambuesa y frutilla son las alternativas más clásicas y, a la vez, que concentran buena parte de la demanda, en el último tiempo han ido ganando terreno los sabores tropicales y algunas mezclas.

GIRO COLCHERANA C.

**R**endimiento y practicidad. Esos son dos de los principales elementos que más valoran los consumidores de las pulpas de frutas congeladas. La primera característica la explica Daniela de Pablo, gerente de marketing congelados de Watt's -detrás de la marca Frutos del Maipo-, al decir que se trata de productos que vienen listos para diluir y obtener rápidamente el jugo. "El formato de un kilo rinde, por ejemplo, para tres litros, destacando además por tener solo ingredientes naturales, sin azúcar añadida (stevia más sucralosa)".

El segundo punto lo desarro-

lla Pablo Moreno, sales manager Chile de la categoría frutas y vegetales de Nutrisco. "La pulpa de fruta es, esencialmente, la misma fruta entera que consumimos, pero con un proceso adicional que ofrece una solución práctica a las personas, evitándoles el uso de la juguera. Solo es necesario descongelarla y mezclarla con agua para preparar un jugo. Esto permite que obtengan un jugo de una fruta de calidad y con mayor conveniencia".

El ejecutivo menciona que estamos frente a una categoría que ha crecido a nivel nacional, tanto en el retail como en el canal food service. "Eso sí, cada vez hay más competencia, y en algunos casos frutas de distintos orígenes, lo que genera un mercado más competitivo. A la vez, la demanda ha ido evolucionando. En Chile, los berries como la frutilla, la frambuesa y el arándano tienen una posición fuerte, especialmente en gondolas. Además, han ganado terreno las propuestas con mayor valor agregado, como los mix de frutas y algunos mix

“  
La categoría ha crecido tanto en el retail como en el canal food service  
”

Pablo Moreno  
Nutrisco

Fotografía de la página 6

## Pulpas de fruta, una categoría...

Viene de la pág. 6

que otorgan beneficios funcionales al consumidor".

Angelo Méndez Castillo, dueño de Real Fruit, comenta que el mercado interno está incorporando cada vez más este producto a su mesa. "Los chilenos se han ido atreviendo a probar las pulpas. Antes, las personas pensaban que la fruta era superior en calidad, pero se ha dado cuenta que la pulpa incorpora todos los elementos de la fruta en una forma más práctica y menos costosa. Desde la pandemia en adelante, hemos visto un alza significativa en su consumo, al igual que el de las frutas congeladas".

Por su parte, Daniela de Pablo dice que las pulpas de frutas se han mantenido bastante estable los últimos dos años, creciendo en valor, pero constante en volumen. "Durante el último año ha habido más innovación en los formatos retail. En cuanto a su comportamiento durante el año, si



RICARDO ULLOA

“Una variedad que ha ido ganando preferencias es maracuyá”

”

Daniela de Pablo  
Watt's

bien el producto congelado tiene beneficios de disponibilidad constante todo el año, el consumidor aumenta su demanda en verano, marcándose una estacionalidad entre los meses de octubre y marzo".

La estacionalidad de esta categoría, según dice Angelo Méndez, ha ido desapareciendo. "Hasta hace algún tiempo se notaba claramente, pero hoy en día las personas prefieren usarla durante todo el año".

**En términos generales, ¿el consumo se concentra en las variedades más "clásicas" de frutas o en la actualidad se están prefiriendo las propuestas más novedosas?**

"Siempre, la reina indiscuti-

da ha sido la pulpa de frambuesa, siguiendo luego la de frutilla. Sin embargo, ha ganado mucho terreno la fruta tropical y las personas se han ido atreviendo a consumir la pulpa de mango, piña y maracuyá. También se han ido incorporando otras propuestas como la pulpa de melón y de mix de berries. En nuestro caso, el más reciente lanzamiento ha sido la pulpa de cerezas".

En Frutos del Maipo comentan que los sabores preferidos son algunos clásicos como frambuesa y mango. "Eso sí, en los últimos años se ha incorporado la preferencia por maracuyá".

### Horeca y consumidor final

Sobre su historia en esta categoría, Pablo Moreno cuenta

que Nutrisco integró a Valle Frio en 2022, empresa con una historia de 50 años como exportadores de fruta congelada, que abastece mayoritariamente al mercado estadounidense, desde alimentos para bebés y salsas, hasta productos para retail. "En 2017, esta unidad de negocios de Nutrisco creó BOU, una marca de frutas y purés de frutas para su venta en el canal tradicional, retail y food service, que hoy son distribuidos en Chile junto a las demás marcas de Nutrisco".

El ejecutivo agrega que apuntan con sus pulpas de frutas tanto al canal Horeca como al consumidor final. "Adaptamos los formatos según las necesidades de cada cliente. El formato estándar en el Horeca es de un kilo, que rinde tres litros de jugo. Para el retail utilizamos bolsas tipo stand-up pouch, con gramajes que varían según las necesidades del supermercado y del consumidor. Por ejemplo, en Chile el rango va de 250 a 400 gramos. En Chile, el 10% de nuestras ventas corresponde al retail,

Passa a la pág. 10



MAURICIO OLIVERA

## Pulpas de fruta: una categoría...

Unidad de la pág. 88

mientras que el 90% se concentra en el canal Horeca. Por lo tanto, el desafío que tenemos a corto plazo es aumentar el retail en un 50% y ampliar nuestra oferta".

Real Fruit partió hace diez años, enfocándose en la producción de berries. Hace cinco años, en tanto, incorporaron la pulpa y frutas congeladas. "Para el canal Horeca contamos con formatos de un kilo y de cinco kilos, para la industria ofrecemos formato desde los diez kilos y para el consumo residencial tenemos un formato de un kilo. Pronto incorporaremos el sachet. ¿Y qué porcentaje representa cada canal? El 60% corresponde al Horeca y el 40% el consumidor final", detalla Ángel Méndez.

Frutos del Maipo, en tanto, participa en esta categoría hace más de diez años en el canal Horeca -que representa un 80% de las ventas- y desde el 2024 en el retail, con pulpas enfocadas en repostería. "En este primer canal, nos distinguimos por un mix de seis sabores, con una receta de ingredientes naturales sin azúcar añadida, en formato de un kilo que rinde tres litros. Si bien ese formato también apunta al consumidor final, para ellos tenemos lanzamientos como nuestra pulpa de maracuyá con pepas. Son dos sachets de 200 gramos, enfocados en repos-

tería, y jugo 100% de limón que viene en cuatro sachets de 100 gramos. Es ideal para múltiples preparaciones, tanto saladas como dulces".

En el caso de Nutrisco, los más recientes lanzamientos han sido dos tipos de limonada, que funcionan bien tanto para granizados como para jugos: limonada de frambuesa y limonada con menta y jengibre.

"Además, ofrecemos una solución gastronómica innovadora, que es limón sutil prensado en frío. A diferencia del limón exprimido, este proceso preserva las cualidades del sabor de la cáscara del limón sutil, muy valorado por las personas, especialmente para preparar pisco sour. Se trata de una solución es ideal para restaurantes, ya que facilita la preparación del sour con un producto de alta calidad y gran sabor".

**¿Ustedes cuentan también con fruta congelada? De ser así, ¿se trata de un producto que tiene un uso similar a la pulpa o que se utiliza más bien en la industria pastelera y repostería?**

La fruta y la pulpa congelada son esencialmente lo mismo, pero la pulpa pasa por un proceso adicional para ofrecer mayor conveniencia al cliente. "Nosotros comercializamos desde el producto inicial (IQF o fruta congelada) hasta subproductos de igual calidad, pero ya procesados y con valor agregado, como las pulpas de frutas para jugos y limonadas".

El catálogo de Real Fruit lo conforman tanto frutas congeladas como pulpas de fruta. Según explica Méndez, "en cierto sentido el uso de las primeras es similar a las pulpas. De todas maneras, las frutas las buscan más en la industria pastelera y repostería".

Respecto de este producto, Daniela de Pablo dice que, del mercado total que considera frutas congeladas y pulpas de frutas, la primera pesa 88% y pulpas sólo el 12% (información scantrack supermercados). "Si bien con las frutas puedes hacer un jugo, tiene una versatilidad mayor ya que puedes personalizar la pulpa. Ahora, su uso es principalmente para consumo directo o repostería".

“Pulpas incorporan todos los elementos de la fruta en una forma más práctica y menos costosa”

Ángel Méndez  
Real Fruit