

**SERVICIOS AL
EXPORTADOR**

información

2015

Nuevo Lanzamiento en Retail



**Bebida Energética a base
de Arándanos Orgánicos y
Coco en Estados Unidos**

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO

Bebida Energética a base de Arándanos Orgánicos y Coco en Estados Unidos

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, en Estados Unidos la empresa DD EE.UU. Orgánica LLC distribuidora de una gama de productos de Dark Dog Organic (<http://www.darkdog-organic.com/>), compañía dedicada al desarrollo y producción de bebidas energéticas orgánicas que se adaptan a la necesidad de los consumidores, ha ampliado la comercialización de su línea de bebidas funcionales a través de un nuevo producto, “Dark Dog”. Se trata de una bebida energética orgánica listo para consumir con coco.

Este producto libre de ingredientes artificiales, y sodio disponible en sabores de arándanos, sauco, yerba mate, té verde, etc. se viene comercializando en latas de aluminio de 12 onzas. A un precio de venta introductorio de US\$ 2,9.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Dark Dog
	Empresa manufacturera	DD EE.UU. Orgánica LLC
	Precio	US\$ 2,9
	País de fabricación	Estados Unidos
	País de distribución	Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Abril 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

2. Mercado de distribución

En Estados Unidos, el deseo de los consumidores por una mayor diversidad de bebidas ha generado un excesivo crecimiento en la demanda de refrescos que influyen en el incremento de los precios unitarios y mantienen el valor del consumo interno en crecimiento. La combinación de nuevos lanzamientos y una mayor disponibilidad de los consumidores crea una oportunidad para que los pequeños comerciantes adopten esta nueva tendencia desarrollando nuevas bebidas acondicionadas a las preferencias locales.

Por otro lado, la caída en las ventas de bebidas carbonatadas en EE.UU., que han disminuido en volumen en cerca de 3,4 mil millones de litros desde 2009, a menudo se atribuye a una combinación de problemas de salud de los consumidores y el aumento de la competencia de las categorías como el té y las bebidas energéticas.

Talking Rain’s Sparkling Ice, una bebida dirigida a deportistas, es un buen ejemplo de una bebida en movimiento con éxito de nicho a la corriente principal, que registro cerca de US\$ 550 millones en ventas en 2014, sin embargo muchos otros productos tienen la suerte de seguir siendo rentables en sus mercados más pequeños y grupos de consumidores objetivo.

Monster Beverage Corp, otra empresa del giro con ventas de US\$ 4 mil millones en 2014, cuyo producto “Monster” es el de mayor crecimiento en Estados Unidos. En los últimos tres

años, el nivel de ventas de esta marca ha crecido en casi US\$ 780 millones, seguido de Red Bull con US\$ 537 millones. La empresa ha tenido éxito en la columna vertebral de interés del consumidor universal en las bebidas energéticas y un bombardeo de nuevos productos. Sólo el año pasado, Monster tenía cuatro grandes nuevos lanzamientos innovando constantemente: Monster muscular, Monster Ultra Negro, Monster sin plomo, Monster Amanecer y Monster Citron.

El aumento de la demanda de los consumidores de nuevos productos en base a insumos naturales crea una gran oportunidad. El consumo per cápita de arándanos en Estados Unidos es 790 gr, entre su público objetivo se encuentra parte de la población entre jóvenes y adultos que llevan una vida saludable y preocupados por la calidad de alimentos que consumen.

Por otro lado, a parte de los puntos de venta tradicionales para las bebidas energéticas como gimnasios, tiendas de deporte, supermercados entre otros se ha ido desarrollando el comercio al por menor por Internet para los cuales los minoristas Forecourt y tiendas de conveniencia han visto su cuota de volumen del comercio minorista salto de 15,4% en 2009 al 16,6% en 2014. De esta manera, los consumidores pueden probar nuevos productos sin comprometerse con porciones más grandes como dos litros o 12 paquetes.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de coco superaron US\$ 360 mil, de los cuales el 46% se envió en seco, el 18% en presentaciones no definidas, el 16% en fresco, el 15% en deshidratado y el 3% restante en pulpa, aceite, pasta, etc. El principal destino de este producto fue Brasil (46% de participación), seguido por Chile (17%), Ecuador (16%), Australia (8%) y Hong Kong (3%). En tanto a Estados Unidos solo se han registrado envíos de muestras.

Por otro lado, según las mismas estadísticas, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de Arándanos superaron US\$ 31 millones, de los cuales el 95% se envió en fresco, el 3% en jugo, el 1% en presentaciones no definidas y el 1% restante en congelado, mermelada, esencias, etc. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (41% de participación), seguido por Países Bajos (23%), Hong Kong (19%), Reino Unido (10%) y Colombia (2%).

Dado el elevado crecimiento en las exportaciones de este producto el 2014 y las grandes oportunidades que brinda dicha actividad, para el mismo año se registraron 6 nuevos mercados y 19 nuevas empresas exportadoras de arándanos de los cuales Hortifrut-tal S.A.C., Exportadora Fruticola del Sur S.A. y Mondelez Perú S.A. alcanzaron un alto impacto al lograr ventas por encima de US\$ 1 millón, US\$ 326 mil y US\$ 147 mil respectivamente.

Exportaciones de Coco				Exportaciones de Arandano			
US\$ Miles				US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13	Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
Seco	25	167	561.5%	Fresco	17 225	29 801	73.0%
NO DEFINIDO	145	64	-56.2%	Jugo	981	958	-2.3%
Fresco	65	59	-9.2%	NO DEFINIDO	327	393	20.2%
Deshidratado	48	54	11.1%	Congelado	224	54	-75.8%
Coco	0	9	-	Bebible	52	21	-58.7%
otros	0	8	-	otros	218	17	-92.3%
Total	284	360	26.7%	Total	19 026	31 244	64.2%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación