

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Nuevo Lanzamiento en Retail



**Complemento Vitamínico
a base de chía, palta, coco,
cáñamo y pimienta negro
en Estados Unidos**

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO

Complemento Vitamínico a base de súper alimentos en Estados Unidos

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa norteamericana Coromega Co. Inc. (<http://www.coromega.com/>), compañía dedicada al desarrollo y producción de suplementos alimenticios saludables de alta calidad para niños y adultos, ha ampliado su línea de complementos vitamínicos a través de un nuevo producto, "Be Bright". Se trata de una bebida funcional que consiste en una mezcla cremosa de chia, palta, coco, cáñamo y pimienta negra que puede ser consumido en cucharadas o agregar a la preparación de un jugo. Dado que la conciencia del consumidor crece en relación a la importancia de los ácidos grasos esenciales en la dieta y en la salud general, los fabricantes buscan la manera de incluir diversos súper alimentos en sus productos

El producto libre de gluten y de productos lácteos se viene comercializando en envolturas de plástico de 10,6 onzas a un precio de venta introductorio de US\$ 19,9.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Be Bright
	Empresa manufacturera	Coromega Co. Inc.
	Precio	US\$ 19,9
	País de fabricación	Estados Unidos
	País de distribución	Estados Unidos
	Fecha de lanzamiento	Marzo 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

2. Mercado de distribución

En Estados Unidos, el mercado de las Bebidas Funcionales logró un moderado dinamismo el 2014 al registrar un crecimiento en ventas retail del 3% con respecto al 2013 impulsado (según Euromonitor Internacional) por la preocupación de los consumidores sobre la seguridad de las bebidas energéticas y el alto contenido de azúcar en ellas.

Las bebidas fortificadas concentradas que experimentaron el crecimiento en el nivel de ventas más alto el 2012 y el 2013, 77% y 79% respectivamente, fue la categoría estrella y de mayor impacto en el mercado norteamericano para los últimos años al iniciar con una base de sólo US\$ 0,2 millones en el nivel de ventas el 2010, y superar los US\$ 143 millones para el 2014. El crecimiento en 2012 y 2013 fue impulsado por el lanzamiento de nuevos productos. Tras el éxito del lanzamiento del líquido concentrado MiO Energía en 2011, Kraft Foods lanzó Mio Fit en enero de 2013 que es una bebida deportiva cero calorías con electrolitos para ayudar en la hidratación y vitaminas del complejo B.

En términos de posicionamiento privilegiado dentro de los EE.UU., la preocupación por el bienestar general continuó impulsando las ventas de comercio minorista de bebidas

funcionales en 2014. El posicionamiento del bienestar general fue seguido por la categoría de suplementos dietéticos y bebidas energéticas términos de valor de ventas.

Bebidas funcionales como Be Bright se encuentra disponible a nivel nacional en tiendas minoristas de alimentos naturales como Whole Foods, GNC, Vitamin Shoppe, Walgreens; así como en los principales supermercados, farmacias, gimnasios y bodegas minoristas. El público objetivo de estos productos se encuentra a los jóvenes deportistas, así como para el consumidor ocupado quienes dedican poco tiempo a la preparación de sus alimentos.

Asimismo, Coromega Co. Ha lanzado anteriormente diversas presentaciones en sus bebidas funcionales a base de distintos ingredientes como: Coromega Big Squeeze con omega 3 y néctar de limón disponible a un precio de US\$25,7, Coromega Big Squeeze con omega 3, vitamina D3 y néctar de naranjal a US\$ 20,7.

Según Fitseven.net, Estados Unidos alberga la mayor cantidad de gimnasios en el mundo con 30 500 establecimientos que brindan sus servicios a un aproximado de 50,2 millones de deportistas, lo que equivale al 10,2% de la población, este porcentaje hace que este mercado sea el más grande del mundo.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de palta superaron US\$ 328 millones, de los cuales el 90% se envió en fresco, el 4% congelado, el 3% en presentaciones no definidas y el 3% restante en pulpa, aceite, deshidratado, etc. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (40% de participación), seguido por Países Bajos (30%), España (15%) y Reino Unido (6%).

Dado el elevado crecimiento en las exportaciones de este producto en los últimos cinco años, y las grandes oportunidades que brinda dicha actividad para el 2014 se registraron 5 nuevos mercados y 61 nuevas empresas exportadoras de palta de los cuales Incavo S.A.C, Agrícola Alpamayo S.A, Negocios de Distribución y Exportación S.A.C. y Puente Negro S.A. alcanzaron un alto impacto al lograr ventas por encima de US\$ 4 millones, US\$ 1,3 millones, US\$ 1,2 millones y US\$ 1,1 millones respectivamente.

Por otro lado las exportaciones de coco registraron un incremento moderado del 26,7% para el 2014 superando los US\$ 360 mil, este crecimiento fue mayormente influenciado por los mayores envíos de este producto en seco a Brasil. En tanto el 46% de las exportaciones se enviaron en esta presentación, el 18% en presentaciones no definidas, el 16% en fresco, el 15% en deshidratado y el 5% restante en pulpa, aceite, pasta, etc.

Exportaciones de Palta US\$ Miles				Exportaciones de Coco US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13	Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
Fresco	178 694	296 031	65.7%	Seco	25	167	561.5%
Congelado	9 269	14 423	55.6%	NO DEFINIDO	145	64	-56.2%
NO DEFINIDO	5 029	8 414	67.3%	Fresco	65	59	-9.2%
Pulpa	8 153	8 022	-1.6%	Deshidratado	48	54	11.1%
Aceite	833	1 142	37.2%	Coco	0	9	-. ¹
Otros	4	12	205.9%	Otros	0	8	-. ²
Total	201 981	328 044	62.4%	Total	284	360	26.7%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación

Según las mismas estadísticas, la totalidad de exportaciones de Chía el 2014 superaron los US\$ 12 millones, de las cuales el 91% se enviaron en presentaciones no definidas, el 6% en grano y el 3% restante en semillas y pepas, chocolate, fresco, etc. A su vez el 40% de estas exportaciones se enviaron a Estados Unidos, el 30% a Países Bajos, el 15% a España, el 6% a Reino Unido y el 9% restante a Canadá, Chile Japón, etc.

Exportaciones de Chía US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
NO DEFINIDO	10 024	11 491	14.63%
Grano	751	724	-3.56%
Semillas y pepas	8	364	-. ³
Otros	0	82	-. ⁴
Total	10 782	12 660	17.41%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación

¹ US\$ 9 mil adicionales

² US\$ 8 mil adicionales

³ US\$ 356 miles adicionales

⁴ US\$ 82 miles adicionales