

**SERVICIOS AL  
EXPORTADOR**

información

2015

## Nuevo Lanzamiento en Retail

**Oshiruko Latte a base de  
cacao en polvo en Japón**



*prom*  
perú

## NUEVO LANZAMIENTO

### Oshiruko Latte a base de cacao en polvo en Japón

#### 1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa japonesa Imuraya Seika. (<http://www.imuraya.co.jp/>), compañía dedicada al desarrollo y producción de postres, helados y dulces congelados saludables de alta calidad, ha ampliado su línea a través de un nuevo producto, "Oshiruko Latte". Se trata de un prostre tradicional, un concentrado, que contiene frijoles rojos, cacao en polvo y leche. La introducción de una nueva forma y moderna de consumir un producto tradicional hace posible despertar la curiosidad por los consumidores más jóvenes, así como para los mayores.

Actualmente se encuentra disponible en sabores de fresa y chocolate, y se viene comercializando en envolturas de plástico de 81 grs. a un precio de venta introductorio de 198 JPY<sup>1</sup>=US\$ 1,7.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Marca</b>	Oshiruko Latte
	<b>Empresa manufacturera</b>	Imuraya Seika
	<b>Precio</b>	198 JPY / US\$ 1,7
	<b>País de fabricación</b>	Japón
	<b>País de distribución</b>	Japón
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	Marzo 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

#### 2. Mercado de distribución

En Japón hay tres tipos principales de productos concentrados: vinagre, lactobacillus<sup>2</sup> y café y té. Conforme se vienen reduciendo el nivel de ventas del primero, los concentrados lactobacillus que principalmente consisten en productos de Calpis<sup>3</sup> vienen registrando un incremento en las ventas gracias a estrategias de marketing y comercialización innovativas.

Solo los concentrados de polvo conforman el 17% del gasto total de las compras en concentrados en comparación con el 83% de participación que tienen los concentrados líquidos. El mercado de los concentrados está dominado por "Pocari Sweat" de Otsuka y "Aquarius" de Coca-Cola, las marcas deportivas orientados a incentivar un estilo de vida saludable y el mayor bienestar en sus consumidores.

Tanto los concentrados de polvo como los de líquido tienen un conjunto básico de consumidores para sus respectivas categorías. Dentro de polvo, el formato de los concentrados es principalmente consumido por los amantes del deporte y los niños; los

<sup>1</sup> Yen Japonés

<sup>2</sup> Bacterias de Ácido láctico que convierte a la lactosa y algunos monosacáridos en ácido láctico, regulador de acidez.

<sup>3</sup> Bebida japonesa similar al yogurt compuesta por agua, leche desnatada y ácido láctico.

consumidores del formato líquido varían dependiendo del tipo de producto: los concentrados de Lactobacillus tienen una base de consumidores más amplia y son consumidos por los niños y adultos que buscan facilitar la digestión, los concentrados de vinagre son principalmente consumidos por las mujeres quienes guardan un mayor interés por su salud, y los concentrados de Café y té los cuales se encuentran normalmente en envases 18-25ml y bebido diluyendo con agua o leche se consumen en el verano por las mujeres más jóvenes o amas de casa con niños pequeños.

A nivel general se espera que el valor de las ventas totales de los concentrados se contraiga ligeramente en los próximos cinco años, se estima que crecerá el nivel de ventas de los concentrados líquidos gracias a las innovaciones introducidas por las principales compañías.

Los concentrados de vinagre, y café y se te vienen comercializando en las principales bodegas y supermercados en Japón, sin embargo, los centros de comercialización más populares de los concentrados de lactobacillus son los gimnasios y diversas tiendas naturistas. Las principales cadenas de supermercados en Japón son Daiei, Seiyu, Jusco e Itoiyokado, por otro lado la tienda naturista de mayor popularidad en dicho país es la tienda japonesa de los Hermanos Arikato.

La presencia de una fuerte competencia entre compañías fabricantes de concentrados en Japón hace la tendencia la baja de los precios aún más notoria para el 2015. El precio actual del Calpis concentrado grande de 1,5 ml, bebida refrescante de mayor impacto en Japón, US\$ 12,95.

### **3. Estadísticas de exportación**

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de cacao superaron US\$ 224 millones, de los cuales el 66% se envió en grano, el 16% en manteca, el 11% en polvo y el 7% restante en pasta, cascara, chocolate, etc. El principal destino de este producto fue Países Bajos (24% de participación), seguido por Estados Unidos (16%), Bélgica (12%), Alemania (9%) e Italia (7%). En tanto a Japón se registraron envíos por un valor de US\$ 511 mil, cifra superior en 27,5% con respecto al 2013.

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 8 nuevos mercados y 76 nuevas empresas exportadoras de cacao de los cuales Cooperativa Agroindustrial ASPROC - NBT, Coffeeco Peru S.A.C., Cooperativa Agroindustrial Uchiza L.T.D.A. y S.G.M. Peru E.I.R.L. alcanzaron un alto impacto al lograr ventas por encima de US\$ 319 mil, US\$ 315 mil, US\$ 258 mil y US\$ 129 mil respectivamente.

Exportaciones de Cacao			
US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
Grano	80 149	148 545	85.34%
Manteca	27 123	37 057	36.63%
Polvo	19 091	24 330	27.45%
Pasta	3 280	5 734	74.80%
Cascara	2 454	3 867	57.55%
Chocolate	2 360	3 334	41.28%
NO DEFINIDO	2 170	1 256	-42.11%
Barras	509	283	-44.36%
otros	111	288	159.14%
<b>Total</b>	<b>137 247</b>	<b>224 695</b>	<b>63.72%</b>

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación