

**SERVICIOS AL
EXPORTADOR**

información

2015

Nuevo Lanzamiento en Retail

**Snack bar de quinua con
sabores naturales a limón
y coco en Colombia**



prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO

Snack bar de quinua con sabores naturales a limón y coco en Colombia

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa colombiana Dipsa Food S.A.S. (<http://dipsasnacks.com/>), compañía dedicada al desarrollo y producción de snacks saludables de alta calidad, ha ampliado su línea de barras de cereal a través de un nuevo producto, “Dipsa Snacks”. Se trata de un producto totalmente natural, con una buena fuente de calcio y fibra dietética que contiene quinua orgánica considerada como una excelente merienda para los niños.

El producto libre de gluten, OGM, grasas transgénicas, y muy baja en sodio se viene comercializando en envolturas de plástico de 210 g a un precio de venta introductorio de 9 770 COP¹=US\$ 3,7.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Dipsa Snacks
	Empresa manufacturera	Dipsa Food S.A.S.
	Precio	9 770 COP / US\$ 3,7
	País de fabricación	Colombia
	País de distribución	Colombia
	Fecha de lanzamiento	Marzo 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

2. Mercado de distribución

En Colombia, el mercado de los Snack Bars logró una destacada participación el 2014 al registrar un crecimiento en ventas Retail del 16% con respecto al 2013 impulsado (según Euromonitor Internacional) por el incremento en la renta disponible, una mayor oferta de productos similares, los estilos de vida más ocupados y la reciente preocupación por la salud y el bienestar de los consumidores. Asimismo estos productos continuarán con la tendencia positiva al culminar el 2015 con una tasa de crecimiento anual del 9% en el nivel de ventas.

Los Snack Bars siguen siendo una categoría absolutamente inmadura², donde para muchos consumidores sus productos son nuevos y ofrecen una alternativa más sana a los productos consolidados como los cereales de desayuno, galletas, pan, etc. Del mismo modo, el aumento en la cartera de productos han agregado interés a la categoría bajo la forma de nuevos sabores y mezclas tales como Trozos de Naranja (pedazos de la naranja) bajo la marca “Tosh” introducida por Cía de Galletas Noel S.A.

Las barras energéticas y nutricionales registraron un mayor dinamismo el 2014, con un aumento del 34% en el nivel de ventas. Estos productos están creciendo a partir de una base

¹ Peso colombiano

² Con baja penetración en el mercado interno.

muy baja, ya que solían ser desconocidos para la mayoría de los consumidores y, anteriormente, sólo se encontraban disponibles en las tiendas especializadas de deporte. Sin embargo, han comenzado a venderse en otros canales, como en cadenas de supermercados, farmacias y bodegas lo que hace posible que estos productos tengan acceso a una base de consumidores más amplia. Salud y bienestar es una tendencia importante en el mercado colombiano, y un número cada vez mayor de la población asiste a un gimnasio o está activo en los deportes, y estos consumidores son cada vez más propensos a comprar barras energéticas y nutricionales.

En Colombia, Almacenes Éxito es la cadena de supermercados que mantiene su liderazgo pese a crecer menos que algunos de sus competidores como Supertiendas Olímpica y su filial Supertiendas Cañaveral, los cuales desplazaron del segundo lugar a Cencosud Colombia (Jumbo). En cuanto a gimnasios en Colombia actualmente se encuentran 10 182 establecimientos de este tipo, de los cuales el 18% de ellos está en las ciudades principales; Cali es la ciudad del país con el mayor número de plazas, Pasto, la de mayor crecimiento, y Neiva, la del menor.

Se prevé que para el 2015 Cía Nacional de Chocolates SA siga siendo el líder de la categoría, con una participación del 30% (disminuyendo a partir del 36% en 2014), seguido de Grupo Nutresa SA con una participación del 22%. Estas empresas tienen marcas bien posicionadas como Granola Sports, Tosh y Choco Listo; los cuales se encuentran disponibles a un precio de US\$ 5,45, US\$ 5,15 y US\$ 5,18 respectivamente.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de quinua superaron US\$ 199 millones, de los cuales el 86% se envió en presentaciones no definidas, el 12% en grano y el 2% restante en hojuelas, harina, snack, etc. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (50% de participación), seguido por Canadá (10%), Países Bajos (6%) y Australia (5%). En tanto a Colombia solo se registraron envíos de muestras por un valor de US\$ 1 057.

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 25 nuevos mercados y 101 nuevas empresas exportadoras de quinua de los cuales Orgánicos de la Costa S.A.C, Exportadora Orgánica B&C S.A.C, Tambofoods S.A.C. y Consorcio del valle S.A.C. alcanzaron un alto impacto al lograr ventas por encima de US\$ 5 millones, US\$ 3 millones, US\$ 3 millones y US\$ 2 millones respectivamente.

Exportaciones de Quinua			
US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
NO DEFINIDO	69 881	172 436	146.8%
Grano	11 230	24 805	120.9%
Hojuelas	430	911	111.7%

Harina	261	627	140.3%
Snack	96	257	167.5%
Salsa	0	187	-. ³
Pasta	126	172	36.3%
Tostado	6	167	-. ⁴
Pulpa	0	109	-. ⁵
Semillas y pepas	27	107	297.9%
Congelado	96	104	8.8%
otros	53	108	103.5%
Total	82 206	199 990	143.3%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación

³ US\$ 187 miles adicionales

⁴ US\$ 161 miles adicionales

⁵ US\$ 109 miles adicionales