

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Nuevo Lanzamiento en Retail

Café listo para beber con
menta y chocolate en
Japón



prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO

Café listo para beber con menta y chocolate en Japón

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, en la empresa japonesa Suntory Beverage & Food Ltd. (<http://www.suntoryfoods.co.jp/>), compañía líder dedicada al desarrollo y producción de alimentos y bebidas de alta calidad disponible en los mercados de Estados Unidos, Australia, Francia, China, etc. ha ampliado su línea de bebidas calientes a través de un nuevo producto, "Suntory Boss Cafe". Se trata de un café listo para consumir con sabor a menta y chocolate. Este tipo de combinación peculiar de sabores es muy probable que funcione en Japón, ya que hay un alto porcentaje de los consumidores japoneses a menudo vienen experimentando en distintos alimentos y bebidas.

Este producto se viene comercializando en botellas de plástico de 350 ml. a un precio de venta introductorio de 152 JPY¹=US\$ 1,3.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Suntory Boss Cafe
	Empresa manufacturera	Suntory Beverage & Food Ltd.
	Precio	152 JPY / US\$ 1,3
	País de fabricación	Japón
	País de distribución	Japón
	Fecha de lanzamiento	Octubre 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

2. Mercado de distribución

En Japón la recaudación en ventas off-trade de café listo para beber se contrajo en 1% al totalizar 3 176 millones de litros en volumen de ventas. Según Euromonitor Internacional, esta contracción se debió al incremento en el consumo de café recién hecho vendido en tiendas de conveniencia con el objetivo de captar a los consumidores de las tiendas de café especializadas y restaurantes de comida rápida.

Mientras que el negocio de café a través de tiendas de conveniencia se mostraba tan exitoso, el consumo de café listo para beber embotellado disminuyó, siendo los principales clientes los hombres, quienes solían tomar un café RTD² envasado mientras fumaban, remplazaron este tipo de productos por el café recién hecho disponible en tiendas de conveniencia debido a su mejor sabor y precios razonables.

Sin embargo, más de la mitad del volumen total de ventas de café RTD son generados por el café RTD embotellado o envasado, los cuales generalmente se encuentran disponibles en envases de 190ml. Por otro lado, dentro de la categoría, los cafés RTD envasados para uso

¹ Yen japonés

² Café lista para beber

en el hogar, los cafés RTD refrigerados y los cafés RTD en latas metálicas compensaron registrando incremento en las ventas de café RTD.

Asimismo, el nivel de ventas de café RTD embotellados que contiene un volumen en promedio alrededor de 280ml se incrementaron el 2014 gracias a las comodidades en cuanto a su portabilidad y a sus nuevos lanzamientos con sabores totalmente nuevos como “Suntory Boss Café” disponibles en el mercado japonés.

Mientras que muchas compañías lucharon para mantener su participación dentro de las ventas de café RTD, las ventas de Suntory Beverage & Food Ltd. registraron un aumento del 3% en el 2014. La compañía recientemente introdujo “Premium Boss” en septiembre de 2014, un café RTD enlatado disponible a un precio introductorio de US\$ 1 que resultó ser un éxito. Amenazado por la creciente popularidad de las tiendas de conveniencia de café, la compañía viene desarrollando productos de carácter innovador a través de una minuciosa investigación en cuanto a las preferencias por su frágil portabilidad, así como en la búsqueda de nuevos sabores para sus productos.

Las mejoras en la calidad y el sabor son una oportunidad para el crecimiento de la categoría para los próximos años. Los consumidores japoneses están convirtiendo cada vez más exigentes sobre el sabor del café.

El café listo para consumir envasados en Japón se encuentran disponibles generalmente en bodegas, mini markets y supermercados distribuidos alrededor de zonas de mayor movimiento o donde se concentra un elevado nivel de actividad como en las ciudades principales del país. Dentro del público objetivo de estos productos se encuentran a los jóvenes y adultos mayormente ocupados quienes no gozan de un mayor tiempo disponible para la preparación de sus alimentos, ellos a su vez pueden adquirir este y otro tipo de productos en las principales cadenas de supermercados en Japón como Daiei, Seiyu, Jusco, Itoyokado, etc.

Por otro lado, dentro de las principales tiendas de conveniencia en el mercado japonés tenemos ah: 7-Eleven la cadena de tiendas de conveniencia más importante en Japón, Lawson, Ministop, FamilyMart, etc. los cuales cuentan con una mayor número de sucursales distribuidos a lo largo de las principales ciudades del país como Tokyo, Kyoto, Osaka, Sapporo, etc.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de café superaron US\$ 735 millones, de los cuales el 83% se envió en grano, el 9% en presentaciones no definidas, el 7% en fresco y el 1% restante en polvo, chocolate, molido, etc. El principal destino de este producto fue Alemania (29% de participación), seguido por Estados Unidos (24%), Bélgica (11%), Corea del Sur (6%) y Suecia (5%). En tanto las exportaciones de café a Japón registraron una caída de 33,3% al sumar US\$ 6,5 millones el 2014, el arancel de ingreso a este mercado es de 0% gracias al tratado de libre comercio con este mercado.

Por otro lado, según las mismas estadísticas, 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), 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, el arancel de ingreso de cacao a este mercado también es de 0%.

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 Perú S.A.C., Cooperativa Agroindustrial Uchiza L.T.D.A. y S.G.M. Perú 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 Café				Exportaciones de Cacao			
US\$ Miles				US\$ Miles			
Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13	Presentación	FOB 2013	FOB 2014	Var % 14/13
Grano	607 768	614 755	1.15%	Grano	80 149	148 545	85.34%
Fresco	26 151	55 669	112.87%	Manteca	27 123	37 057	36.63%
Polvo	848	1 124	32.64%	Polvo	19 091	24 330	27.45%
Chocolate	38	56	45.71%	Pasta	3 280	5 734	74.80%
Molido	35	39	11.52%	Cascara	2 454	3 867	57.55%
Tostado	3	12	257.16%	Chocolate	2 360	3 334	41.28%
Esencias	4	11	152.25%	Barras	509	283	-44.36%
otros	65 142	64 140	-1.54%	otros	2 281	1 545	-32.29%
Total	699 989	735 805	5.12%	Total	137 247	224 695	63.72%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación