

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015

Nuevo Lanzamiento en Retail

Café listo para beber con
aguacate en Indonesia



prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO

Café listo para beber con aguacate en Indonesia

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, en Indonesia la empresa PT Santos Jaya Abadi. (<http://www.kapalapiglobal.com/>), compañía dedicada al desarrollo y producción de bebidas a base de café, saludables y de alta calidad, ha ampliado su línea de bebidas calientes a través de un nuevo producto, "Good Day". Se trata de un café listo para consumir con aguacate. Este tipo de mezcla de café con verduras o frutas alienta a que otros fabricantes a sean más creativos y empezar a mezclar la comida saludable con productos de café.

Este producto se viene comercializando en botellas de plástico de 250 ml. a un precio de venta introductorio de 5 950 IDR¹=US\$ 0,5.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Good Day
	Empresa manufacturera	PT Santos Jaya Abadi
	Precio	5 950 IDR / US\$ 0,5
	País de fabricación	Indonesia
	País de distribución	Indonesia
	Fecha de lanzamiento	Marzo 2015

Fuente: Data Monitor – Product Launch Analytics

2. Mercado de distribución

En Indonesia el mercado del café listo para consumir registro un crecimiento en el nivel de ventas retail del 14% el 2013, con respecto al 2012. Impulsado por el crecimiento continuo de la urbanización y cambios en los estilos de vida que incrementan la demanda de bebidas sin alcohol de conveniencia.

El beneficio de beber café también ha sido expuesto en los medios para reducir el riesgo de cáncer de páncreas. El café se integra crecientemente en los estilos de vida de los consumidores jóvenes urbanos por tanto, facilita el crecimiento para estos productos listos para consumir, que ofrece comodidad y un mejor precio en comparación con el valor de hacer café caliente o la compra en tiendas especializadas.

Con una cuota de mercado del 52% en 2013, PT Nestlé Indonesia continuo con el liderazgo en el nivel de ventas de café listo para consumir con su marca "Nescafé". Nescafé se orienta más hacia la mitad de los consumidores de altos ingresos y por lo tanto los canales minoristas modernos siguieron distribuyendo la mayor parte de esta bebida. El rápido crecimiento de las tiendas de conveniencia también se suma otro factor clave de crecimiento para la creciente red de distribución de esta empresa.

¹ Rupia Indones

Hasta el 2013, la mayoría de las marcas de café listo para consumir se encontraban disponibles en envases de metal o de cartón, y varias marcas venían en vasos de plástico. Es a partir de ese año, que los fabricantes introdujeron marcas de café en botellas de plástico como PT Santos Jaya Abadi. Ya que las latas de metal y los envases de cartón limitaban al consumo de una sola vez, la botella de plástico tenían la ventaja por su tapa reusable que puede mantenerse para el consumo posterior.

Las amenazas potenciales que pueden servir como un freno al crecimiento en el comercio minorista de café listo para consumir vendrían del creciente número de cafés concentrados en su mayoría en las ciudades urbanas. Por otra parte la venta de estos productos también es cuestionada por los pequeños minoristas que venden café fresco en tazas como el sistema de la franquicia de 'Torabika Kedai Kopi' que se vende café en puntos urbanos, tales como centros comerciales, transporte público - y áreas de descanso de las autopistas principales. Los minoristas tradicionales que se pueden encontrar prácticamente en todas partes de Indonesia también ofrecen café recién hecho de café instantáneo o café recién molido. La necesidad de alguna forma de impulso de la cafeína también puede estar sustituida con carbonatos o bebidas energéticas que contiene cafeína.

Se espera que los fabricantes diversifiquen los sabores de café listo para consumir como crema de café, cappuccino, latte, moca, leche y la agregación de verduras para atraer el interés de los consumidores hacia el producto. -.

Por su parte la compañía High Brew Coffee había lanzado una línea de cafés fríos listo para consumir bajo el mismo nombre en latas de onzas a un precio de US\$ 2,5 estos se encuentran disponibles en Double Espresso, Vainilla Mexicana, Caramelo y moca. En tanto la compañía Itoen puso también a disposición Jay Street, un café listo con sabor a Mocha, Latte, Vanilla y Hazelnut en botellas de plástico de 17 onzas a un precio de US\$ 2,5.

Estos productos se encuentran en las diferentes cafeterías a lo largo de los centros urbanos del país, así como en Supermercados, bodegas, minimarkets y diversas cadenas de tiendas mayoristas.

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 a Indonesia no se registraron exportaciones de este producto.

Por otro lado, según las mismas estadísticas, al cierre de 2014, la totalidad de exportaciones de palta superaron US\$ 326 millones, de los cuales el 90% se envió en fresco, el 4% en 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%), Reino Unido (6%) y Canadá (2%). En tanto a Indonesia el 2013 se registraron exportaciones de muestras por un valor de US\$ 1 721.

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 45 nuevas empresas exportadoras de paltas de los cuales Incavo S.A.C., Agrícola Alpamayo S.A., Negocios de Distribución y Exportación S.A., Puente Negro S.A., Consorcio de Frutas Lambayeque S.A.C., Tropical Fruit Casma S.A.C. y D.O. Perú S.A.C. alcanzaron un alto impacto al lograr ventas por encima de US\$ 4,6 millones, US\$ 1,3 millones, US\$ 1,2 millones, US\$ 1,2 millones, US\$ 1,1 millones, US\$ 1,1 millones y US\$ 1 millón respectivamente.

Exportaciones de Café US\$ Miles				Exportaciones de Palta 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%	Fresco	178 694	294 862	65.01%
NO DEFINIDO	65 141	64 131	-1.55%	Congelado	9 269	14 472	56.13%
Fresco	26 151	55 669	112.87%	NO DEFINIDO	5 029	8 372	66.47%
Polvo	848	1 124	32.64%	Pulpa	8 153	8 022	-1.61%
Chocolate	38	56	45.71%	Aceite	833	1 142	37.17%
Molido	35	39	11.52%	Deshidratado	0	7	⁻²
Tostado	3	12	257.16%	Polvo	4	2	-51.12%
Esencias	4	11	152.25%	Filtrante	-	2	-
otros	0	8	⁻³	otros	0	1	⁻⁴
Total	699 989	735 805	5.12%	Total	201 981	326 881	61.84%

Fuente MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación

² US\$ 7 mil adicionales.

³ US\$ 8 mil adicionales.

⁴ US\$ 1 mil adicionales.