

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Nuevo Lanzamiento en Retail



Snack integral de
arándanos en Kazajistán

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO SNACK INTEGRAL DE ARÁNDANOS EN KAZAJISTÁN

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa rusa Altay – Starover (<http://www.starover.org/>), con más de diecinueve años de experiencia en el desarrollo, fabricación y comercialización de alimentos naturales elaborados a base de conocimientos ancestrales de Eurasia, ha ampliado su línea de más de treientos productos a través de un innovador lanzamiento. Se trata del snack integral elaborado a base de arándanos y fructuosa, producto 100% natural, libre de aditivos y conservantes.

Para fomentar su consumo y lograr una mayor penetración de mercado, la empresa cuenta con tiendas propias en las principales ciudades de Eurasia como Moscú y San Petersburgo, en Rusia, y Almaty y Astaná, en Kazajistán. Asimismo, ha desplegado una importante campaña de publicidad enfocada en la tendencia a la vida sana y a la revalorización de saberes tradicionales rusos, tal como se puede observar en el spot publicitario: [Spot Publicitario: Altay Starover](#).

El producto actualmente se encuentra disponible únicamente en Rusia y Kazajistán a través de tiendas stand alone y de especialidad, así como supermercados. Asimismo, en cuanto a empaque, se viene comercializando en bolsas plásticas por 150 gr.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Altay Starover
	Empresa manufacturera	Altay Starover TD
	Precio	150 gr.:
	País de fabricación	Rusia
	País de distribución	Kazajistán
	Fecha de lanzamiento	Abril 2014

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución: Kazajistán

Kazajistán es uno de los mercados emergentes más prometedores de Eurasia con una marcada tendencia hacia el crecimiento y la diversificación. El PBI per cápita de sus habitantes ha registrado un notable incremento promedio de 7,8% en los últimos cinco años. Ello ha propiciado que la población disfrute de un fuerte aumento en los salarios y esté más interesada en los productos occidentales. Cabe indicar que el consumidor kazajo medio considera importantes aspectos como la ubicación del punto de venta, la variedad de productos, el precio, la marca y la calidad de servicio.

El mercado de snacks saludables, elaborados a base de frutas y/o frutos secos, en Kazajistán ha sido influenciado por los cambios en los hábitos de consumo, el crecimiento de los ingresos, la falta de tiempo entre los consumidores de las clases media y alta, la tendencia hacia el bienestar y la salud, los cuales han impulsado las ventas de la categoría, que han crecido 13,8% en los últimos cinco años.

Gracias a ello, los principales competidores del rubro han puesto particular interés en el desarrollo de productos innovadores lo cual se ha reflejado en el gran número de lanzamientos enfocados en consumidores de segmento medio, debido a que el mercado premium no se encuentra muy desarrollado en el país. A mediano plazo se espera que esta tendencia continúe e incluso se comience a introducir sellos orgánicos y frutas exóticas, algo que a la fecha no es habitual en el rubro, por lo cual se estima que la demanda de estos productos crecerá de manera importante.

Para el periodo 2013 – 2018 se espera un crecimiento total en las ventas de 10,7%, promovido por el mayor ingreso disponible de los consumidores, la urbanización rampante que afecta positivamente al país y, principalmente, a la mejor predisposición y apertura hacia el consumo de nuevos productos, no presentes usualmente en la cocina tradicional kazaja.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, en 2013, la totalidad de exportaciones de arándano sumaron US\$ 17 millones, de los cuales más del 99% se enviaron frescos y menos de 1% en jugo o mezcla. El principal destino de este producto fue Estados Unidos (40% de participación), seguido por Holanda (21%), Hong Kong (21%), Reino Unido (10%) y Bélgica (3%); hasta el momento no se han registrado exportaciones de este producto a Kazajistán.