

Ingreso de Prunelax a Target EEUU

A la incorporación de la marca chilena en Walmart, Walgreens, CVS, Rite Aid y Supervalu hoy se suma la prestigiosa cadena Target con más de 1.680 puntos de venta.

Hace pocos días, Laboratorios Garden House recibió la confirmación de que su producto Ciruelax había sido aceptado por la unidad central de Target. La promesa “expect more, pay less” de la cadena era coherente con la oferta de Ciruelax (Prunelax en EE.UU). Esta cadena que anualmente factura US\$65.000 millones y que cuenta con 1.685 puntos de venta (cerca de 750 millones de metros cuadrados en salas de venta), destaca por sobre su competencia por el surtido y calidad de su oferta. Fundada en 1965, sólo en el último año ha inaugurado 114 puntos de venta y planea abrir 75 más en el transcurso del próximo.

Esta noticia llega menos de un año de que Garden House anunciara su ingreso a Supervalu, la segunda cadena de supermercados más grande de los Estados Unidos que en la actualidad cuenta con 2.450 puntos de venta e ingresos anuales superiores a los 44.500 millones de dólares.

Target era un objetivo importante en la estrategia de distribución de Ciruelax ya que, además de aportar una gran cantidad de puntos de venta, Ciruelax logra consolidarse en el segmento de Mass Market Retailers (grandes tiendas por departamento) estando presente en los líderes de este mercado, Wal-Mart y Target.

Otro factor importante para el Laboratorio Chileno es que la cadena es reconocida como un jugador relevante en la oferta de medicamentos OTC, salud y belleza. Solo en medicamentos de prescripción concentra cerca del 10% de su venta total, lo que lo convierte en un punto de venta de destino para este tipo de consumidores y donde Ciruelax no podía dejar de estar.

El desafío de Laboratorios Garden House en USA inició hace 5 años. Desde entonces no ha dejado de cosechar éxitos, fortaleciendo su posición en canal de distribución y entre las preferencias de los consumidores. Habiendo iniciado su exploración a través del mercado hispano parlante, su desafío presente consiste en posicionarse entre los consumidores anglo parlante. Con una cobertura cercana al 70% en varios estados y un liderazgo indiscutido en el segmento latino, Ciruelax se catapultó a todo el mercado americano aprovechando su presencia nacional en las principales cadenas de farmacias y supermercados.

A nivel de Marketing, Garden House basa su estrategia en la diferenciación, con un producto que se distingue entre la competencia por su formulación natural en base a ciruelas. Adicionalmente ha logrado posicionarse como una marca bilingüe, argumento muy valorado por los compradores de las cadenas de farmacias que buscan productos que les permitan satisfacer la creciente demanda latina.

Evidentemente, estos argumentos no son suficientes a la hora de pelear un cupo en la saturada estantería de medicamentos OTC, sino que debe estar respaldada por acciones concretas que aseguren a la cadena altos índices de rotación. Para lograrlo, Ciruelax mantiene continua presencia televisiva en CBS y NBC para el segmento anglo y en Telemundo y Univisión para impactar la audiencia latina, actividad que le ha permitido incrementar día a día su participación de mercado.

Con esta incorporación, Ciruelax supera los 24.000 puntos de venta en los que se puede encontrar en todo USA. Sin duda, una cobertura sin precedentes para cualquier marca latinoamericana que se haya incorporado en los Estados Unidos.