

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2013

Nuevo Lanzamiento en  
Retail

Barras de granada en  
Italia



*prom*  
perú

## NUEVO LANZAMIENTO

### Barras de Granada en Italia

#### 1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa alemana Allos GmbH ha lanzado en Italia un nuevo producto dentro de la categoría de barras de fruta. En esta ocasión la empresa teutona ha elaborado la barra a partir de la fruta de granada. La presentación se da en paquetes de plástico con un contenido de 40 gramos y con un precio de € 1.3.

Los ingredientes utilizados para su preparación son: pasas, almendras, manzanas, granada, miel, jugo concentrado de uva, almendras de albaricoque, jugo de limón, aceite de girasol, almidón de papa.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Marca</b>	Allos
	<b>Empresa manufacturera</b>	Allos GmbH
	<b>Precio</b>	€ 1.3
	<b>País de fabricación</b>	Alemania
	<b>País de distribución</b>	Italia
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	Julio 2013

#### 2. Mercado de Distribución

En Italia, la categoría de barras de snack ha comenzado a tener un crecimiento notable a partir de 2010. La principal razón que ha impulsado una mayor demanda es que los consumidores italianos perciben estos productos como productos saludables y dietéticos. De igual manera, crece en este país la conciencia por llevar una vida más saludable.

Los “snack bars” han comenzado a ser más demandados por las mujeres profesionales jóvenes. Los canales tradicionales de distribución de estos productos han sido los supermercados y los hipermercados. En 2012, el porcentaje de ventas del primero representó el 26.3% mientras que del segundo fue 15.2%. Sin embargo, los consumidores están prefiriendo comprarlos en tiendas especializadas como gimnasios y tiendas de salud (*health/fitness shops*).

De acuerdo a Euromonitor, el precio unitario promedio de las barras de snack en Italia aumentó 1% hasta alcanzar los € 21/Kg. en 2012. Este incremento se debe a una estrategia realizada por las empresas manufactureras de aumentar el precio ante un bajo volumen de ventas. Adicionalmente, el incremento del precio de los cereales a nivel mundial en 2012 impactó significativamente sobre los costos de estas empresas ocasionando una subida de precios de los snack bars.

De acuerdo a las estadísticas de Euromonitor, en 2012 los productos con mayor crecimiento en volumen de ventas dentro de los Snack Bars han sido los Snack de Granola (3.0%) y las barras de energía y nutrición (1.3%). Las barras de fruta sólo crecieron un 0.3%

### 3. Estadísticas de exportación

La principal presentación de granada que se exporta a la Unión Europea (U.E)<sup>1</sup> es fresca. En 2012, las exportaciones de granada fresca a la U.E sumaron US\$ 7,915 miles y su principal mercado fue Países Bajos. La presentación de granada congelada se mostró como la más dinámica en 2012 con un repunte de casi el 100%. El único mercado de la U.E que demanda esta presentación es Bélgica.

De acuerdo a las estadísticas de MAPEX, las exportaciones totales de granada en 2012 a la Unión Europea sumaron US\$ 7,932 miles lo cual significó un crecimiento de 11.8%.

<b>Exportación de Granada a la Unión Europea (miles de US\$)</b>					
<b>Presentación</b>	<b>País</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>Var. % 12/11</b>
Congelado	Bélgica	-	8	17	99.4
Dulce	Italia	-	-	0.1	-
Fresco	Alemania	45	274	177	-35.3
	Bélgica	155	157	145	-7.3
	Chipre	-	-	216	-
	España	330	431	199	-53.8
	Francia	101	214	1,842	762.4
	Grecia	-	50	-	-
	Italia	2	-	21	-
	Países Bajos	1,442	4,256	3,509	-17.6
	Reino Unido	276	1,706	1,805	5.8
<b>Total exportado a la Unión Europea</b>		<b>2,351</b>	<b>7,096</b>	<b>7,932</b>	<b>11.8</b>

Fuente: MAPEX

Elaboración: PromPerú

<sup>1</sup> El Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea entró en vigencia el 1° de marzo de 2013.