

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2014

Nuevo Lanzamiento en Retail



Tapenade de aceitunas y
anchovetas en Noruega

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO TAPENADE DE ACEITUNAS Y ANCHOVETAS EN NORUEGA

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa sueca Ridderheims & Falkbygdens AB (<http://www.ridderheims.se/>), especializada en la innovación, producción y comercialización de alimentos gourmet en los países nórdicos, ha lanzado al mercado un nuevo producto ampliando así su línea de dips. Se trata de un tapenade, o puré ligero, a base de aceitunas Kalamata¹ picadas, anchovetas, alcaparras y aceite de oliva.

En cuanto a presentación, actualmente se encuentra disponible a través de las principales tiendas gourmet y el canal HORECA, así como en algunos supermercados de Noruega y Finlandia, en pots plásticos por 140 gr.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	Ridderheims
	Empresa manufacturera	Ridderheims & Falkbygdens AB
	Precio	140 gr. : 36,9 NOK ² - US\$ 5,7
	País de fabricación	Noruega
	País de distribución	Noruega y Finlandia
	Fecha de lanzamiento	Julio 2014

Fuente: Data Monitor – Product Launch

2. Mercado de distribución: Noruega

Noruega, el país con mayor índice de desarrollo humano del planeta, cuenta con una economía sólida apoyada en la eficiente explotación de sus recursos naturales, lo cual hizo que la crisis internacional impacte levemente sus indicadores. La baja tasa desempleo, el aumento sostenible del ingreso disponible y los importantes niveles de gasto de consumo hacen del país una plaza muy atractiva para exportadores e inversores foráneos.

A nivel demográfico, cuenta con una población superior a 5 millones de habitantes, de los cuales aproximadamente el 17% son mayores de 65 años, grupo etéreo con alto poder adquisitivo que abre oportunidades para servicios de turismo médico y místico, alimentos gourmet, prendas de vestir de pelo fino, artículos de regalo y decoración, entre otros.

El consumidor noruego es ecléctico en cuanto a hábitos y gustos alimenticios; si bien tiene preferencia por productos sofisticados basados en recetas tradicionales de la cocina nórdica, existe una importante apertura hacia la experimentación y el testeo de nuevos sabores. Ello

¹ Kalamata: Variedad a aceituna oriunda de Noruega

² NOK: Corona Noruega

se ha visto traducido en la mayor innovación por parte de los principales competidores a través de la introducción de ingredientes “exóticos” en sus preparaciones. Mientras que los granos ancestrales (quinua, kiwicha, chíá, kamut, entre otros) son usados en la elaboración de pastas y galletas, frutas y vegetales diversos como el lichi asiático y el aguaymanto han comenzado a utilizarse en la preparación de mermeladas, bebidas nutracéuticas y tapenades gourmet.

Asimismo, el incremento del poder adquisitivo y la expandida tendencia hacia el consumo de alimentos saludables, incluso los libres de gluten (entre 15% y 20% del consumo total), han propiciado una fuerte expansión de diversas categorías. Un claro ejemplo de ello es el crecimiento mostrado por las ventas de las pastas para untar o “dips”, que experimentaron un incremento total de 30% entre 2009 y 2013. El consumo de esta clase de alimentos generalmente va asociado a celebraciones y reuniones familiares, y se da con mayor frecuencia durante los meses de invierno y verano. Sin embargo, las empresas apuestan por un mayor lanzamiento de productos durante la temporada de verano debido a que existe gran variedad de carnes y vegetales disponibles para combinarlos.

Por último, las perspectivas de las ventas de pastas para untar o dips para los próximos cinco años son muy positivas, por lo cual se espera un crecimiento total de 11% (2018 – 2013) con un mayor enfoque a productos libres de lactosa y de gluten. Una de las tendencias futuras para la categoría es la adopción de ingredientes orgánicos debido a la propuesta del Gobierno Noruego de reducir los impuestos a productos de este tipo.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, durante los primeros ocho meses de 2014, la totalidad de exportaciones de anchovetas sumaron US\$ 48 millones, las cuales tuvieron como principales destinos a España (34% de participación), Italia (14%), Alemania (8%), Estados Unidos (7%) y Colombia (7%). En cuanto a presentaciones, los envíos de conservas representan más del 50% de los envíos. Por último, hasta el momento no se han realizado exportaciones a Noruega, mercado que ofrece aranceles de 8,4% tanto para la anchoveta curada como en conserva debido al TLC Perú – EFTA.

Exportaciones de anchovetas US\$ Millones		
Presentación	FOB	FOB
	Ene - Ago 2013	Ene - Ago 2014
Conservas	56	26
Curados	22	19
Aceite	3	3
Congelados	2	1
Otros	0	0
Total	82	48

Fuente: MAPEX – Módulo de análisis de productos de exportación