

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Nuevo Lanzamiento en
Retail



Conserva de ajos en
Portugal

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO CONSERVA DE AJOS EN PORTUGAL

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa alemana I. Schroeder KG (<http://www.iskg.de/ENG/index.php>), especializada en la producción y distribución de conservas vegetales y pulpa de fruta congelada en Europa por más de sesenta años, ha desarrollado un nuevo producto dentro de su línea “España”. Se trata de las conservas de ajo en aceite natural con piri piri – pimiento nativo africano - elaborado a base de los insumos más selectos provenientes de la Península Ibérica y el Sur de África. El producto mantiene la receta tradicional española y se vende en frascos de vidrio por 270 gr. En cuanto a distribución, actualmente estas conservas se vienen comercializando con relativo éxito en los supermercados de descuento Aldi del mercado portugués (<http://www.aldi.pt/>).

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	España
	Empresa manufacturera	I. Schroeder KG
	Precio	1.29 EUR – US\$ 1.72
	País de fabricación	Alemania
	País de distribución	Portugal
	Fecha de lanzamiento	Octubre 2013

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución

Portugal es un mercado de más de 10.8 millones de consumidores, con un índice de desarrollo humano calificado como muy alto. El país es miembro activo de la Unión Europea y, pese a la recesión, mantiene un PBI per – cápita de US\$ 23,800, equivalente al doble del peruano.

El mercado de conservas vegetales en Portugal, luego de una ligera desaceleración, ha retomado el crecimiento de años anteriores a la crisis de la Eurozona. En los últimos cinco años, 2012 -2007, las ventas de productos de esta categoría aumento a una tasa promedio anual de 3.6% y, solo en 2012, se registraron ventas totales por 59.4 millones de euros.

Los consumidores portugueses han propiciado el aumento de la demanda de conservas debido a que son consideradas, en general, como alternativas económicas y durables – periodo de caducidad y/o vencimiento más largos – en comparación con los frescos y otra clase de alimentos.

Otro factor que ha impulsado este crecimiento de ventas ha sido la expansión de las cadenas de supermercados – el canal más importante para alimentos

enlatados/preservados – a lo largo de todo el país, incluyendo pueblos pequeños y grandes ciudades. Estos formatos vienen realizando continuamente campañas de promoción – incluyendo descuentos y “paquetes” promocionales - para estimular la demanda. Ello ha propiciado que los portugueses acudan más frecuentemente a los supermercados que en los últimos años; sin embargo, el gasto es menor en relación a periodos anteriores a la crisis europea.

Por último, para tener éxito en el mercado portugués, los más importantes competidores están ofreciendo productos a menores precios y/o en formatos individuales. Asimismo, la innovación como instrumento de diferenciación sigue siendo una constante. Esto se evidencia a la creación de nuevas líneas de productos con bajo contenido de grasa como respuesta a las mayores preocupaciones de los consumidores en el cuidado de la salud.

Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, en 2012, la totalidad de exportaciones de ajo sumaron US\$ 2.9 millones, de los cuales únicamente US\$ 60,068 (2%) fueron enviados en conserva. Los tres únicos destinos de esta presentación fueron Estados Unidos (96%), Chile (3%) e Italia (1%).

Exportaciones de Ajo por presentaciones		
Miles de US\$		
Presentación	FOB 2011	FOB 2012
Fresco	3,024	2,434
Pasta	255	167
Conserva	78	63
Snack	2	7
Congelado	2	6
Seco	5	1
Polvo	68	1
Muestras	0	0
Molido	1	0
Salsa	44	0
No definido	271	194
Total	3,751	2,874

Fuente: MAPEX

Cabe agregar que el Perú cuenta con un TLC con la Unión Europea, a la cual pertenece Portugal, lo cual le permite ingresar a dicho mercado con aranceles preferenciales de 0% para esta clase de productos.