

SERVICIOS AL  
EXPORTADOR

información

2014

Nuevo Lanzamiento en

Retail

Pasta de aceitunas en tubo  
en Turquía



*prom*  
perú

## NUEVO LANZAMIENTO PASTA DE ACEITUNAS EN TUBO EN TURQUÍA

### 1. Producto

De acuerdo a *Product Launch*, la compañía Sandral Gida Sanayi, una empresa familiar formada en Turquía en 1982, ha lanzado al mercado turco una nueva presentación de su pasta de aceitunas bajo su marca "Sandral Good Morning!". Se trata de un trío de pastas de aceituna y halva<sup>1</sup>, envasado en tubos de plástico de 40 gramos, que ofrecen al cliente una buena oportunidad para comprar y realizar la prueba del producto. El set consta de dos tubos de pasta de aceitunas y uno de halva y cada uno contiene la cantidad suficiente para una tostada.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	<b>Marca</b>	Sandral Good Morning!
	<b>Empresa distribuidora</b>	Sandral Gida Sanayi
	<b>Precio</b>	120 gr. : 3,90 TRY – 1,84 USD
	<b>País de fabricación</b>	Turquía
	<b>País de distribución</b>	Turquía
	<b>Fecha de lanzamiento</b>	Abril 2014

Fuente: Product Launch

### 2. Mercado de distribución

Turquía posee la tercera población más grande de Europa Occidental (90 millones de habitantes) y en el país se encuentran 9 de las 10 ciudades de más rápido crecimiento de la región<sup>2</sup> entre 2007 y 2012. Más de la mitad de su población tiene una edad menor a 30 años, por lo que se registra un importante consumo. Se espera que hacia 2030 se convierta en la quinta economía más larga de Europa y un centro clave de comercio.

Las ventas de salsas y condimentos en el país crecieron 6% en valor, en 2013, impulsadas por la mejora de las condiciones económicas, la urbanización y los ocupados estilos de vida, los cuales impulsan una mayor demanda por pastas, purés y diferentes salsas en lugar de ser preparadas.

<sup>1</sup> Variedades de dulces basados en pasta de sémola, muy populares en India, Pakistán, el mediterráneo oriental y las cocinas de los Balcanes.

<sup>2</sup> Ciudades con más de 1 millón de habitantes.

Con respecto a la categoría de salsas listas para consumo (“Dips”), esta creció 3,8% en volumen y 6,5% en valor promedio anual entre 2008 y 2013. El incremento del ingreso disponible de los consumidores, así como el mayor consumo de productos listos, generan interesantes perspectivas para el desarrollo de consumo de *dips*. La modernidad, conveniencia y el incremento de la urbanización ha originado un mayor conocimiento sobre la presencia y uso de estos productos. Se espera que el mercado crezca 0,9% en volumen y 2,2% en valor promedio anual entre 2013 y 2018.

La distribución de salsas y condimentos se da principalmente a través del canal moderno. Los supermercados obtuvieron una participación de 60% del valor del mercado en 2013, seguidos por las pequeñas tiendas independientes con 11%. Asimismo, las cadenas de descuento parecen ser el canal más dinámico con un crecimiento de 11% para el mismo año.

### Estadísticas peruanas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, en 2013 las exportaciones de aceitunas sumaron US\$ 33 millones<sup>3</sup>. Los principales países a los que se exportó fueron Brasil principalmente (48% del total), seguido por Chile (19%), Estados Unidos (16%) y Venezuela (5%).

Exportaciones de Aceituna (FOB millones de US\$)		
PRESENTACION	2012	2013
Salmuera	29	24
Conserva	5.4	5.4
Aceite	0.6	2.1
Seco	0.3	0.3
Pasta	0.2	0.1
Resto	0.1	0.1
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>33</b>

Fuente: MAPEX

El producto presentado líneas arriba presenta una forma innovadora de incentivar la prueba del producto y brindar conveniencia al consumidor a través del envase. El Perú posee dentro de su oferta exportable aceituna que podría ser enviada al exterior en nuevos formatos como el presentado.

---

<sup>3</sup> Precio FOB