

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Nuevo Lanzamiento en
Retail



Páprika kosher
ahumada en Israel

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO PÁPRIKA KOSHER AHUMADA EN ISRAEL

1. Producto

De acuerdo a Product Launch, la empresa española José María Gómez Mira S.A., reconocida por la elaboración y comercialización de especias, condimentos e infusiones de alta calidad en la Península Ibérica, ha lanzado al mercado internacional un nuevo producto a través de su marca “El Avión”. Se trata de la páprika ahumada, producto elaborado con insumos de alta calidad bajo la certificación kosher. Este tiene como nicho de mercado a los practicantes de la fe judía y que tiene como primer mercado objetivo a Israel, mercado con más de seis millones de habitantes.

En cuanto a empaque y presentación, el producto viene en una lata metálica con cinco páprikas al interior, teniendo un contenido neto de 75 gr. Actualmente se encuentra disponible en dos presentaciones: Páprika Ahumada Picante (Smoked Hot) y Ahumada Dulce (Smoked Mild).

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	El Avión
	Empresa manufacturera	José María Gómez Mira S.A.
	Precio	US\$ 4.49
	País de fabricación	España
	País de distribución	Israel
	Fecha de lanzamiento	Enero 2013

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución

El producto se viene distribuyendo en el mercado israelí a partir de enero del presente año, a través de los principales canales de distribución modernos con un precio de US\$ 4.49¹. Además, se prevé que para los próximos meses el producto será introducido en otros mercados importantes como Reino Unido y, en su país de origen, España.

La demanda israelí de encurtidos y vegetales en conserva viene mostrando un considerable crecimiento en los últimos años debido, principalmente, a los cambios en los hábitos de compra que han virado hacia el consumo de productos orgánicos y relacionados a la vida sana. Según Euromonitor, esta subcategoría representó el 24% de las ventas totales de salsas, aderezos y condimentos en Israel, siendo la segunda más importante, únicamente, por detrás

¹ Fuente: Product Launch

de aderezos en pasta o “dips” (31% de participación). Además, se estima que para el periodo 2017 – 2012 se tenga un crecimiento total de 11.1% en esta subcategoría, a razón de un crecimiento promedio anual de 2.1%².

Otra subcategoría, relacionada al producto en mención, que muestra una tendencia ligera al crecimiento es la de salsas y productos picantes. En 2012, esta clase de productos facturaron más de US\$ 5.5 millones en Israel. Cabe agregar que el consumidor israelí, especialmente los de origen yemení, sienten preferencia por el consumo de productos picantes, entre ellos la páprika, la cual es utilizada en la elaboración del *Skugh*, salsa tradicional a base de ajíes y ajos.

El canal moderno mantiene el liderazgo como el formato de distribución más potente e importante dentro del sector de salsas, aderezos y condimentos en Israel con una participación de poco más del 98% en 2012. Los consumidores israelíes prefieren, en este rubro, productos económicos y de buena calidad. Es por ello que el 38% de las compras suelen realizarse en tiendas de descuento o “Discounters”, mientras que en segundo lugar se encuentran los supermercados e hipermercados con 35% de participación. Los detallistas que lideran el mercado israelí son Hatzi Hinam (segmento medio), Rami Levy Hashikma Marketing (segmento económico) y Shufersal (segmento alto)³.

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, en 2012, la totalidad de exportaciones de páprika sumaron US\$ 86 millones, de los cuales solo US\$ 358 mil se destinaron al mercado israelí, con una única presentación (páprika seca).

Exportaciones de páprika por presentación			
US\$			
Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Seca	67,210	358,863	432.45
Total	67,210	358,863	432.45

Fuente: MAPEX

En tanto, la exportación de productos Kosher, según MAPEX, fue de US\$ 185,724 en 2012, con un crecimiento de 216% en comparación con 2011. Entre los principales productos destacan cultivos de biocomercio como la maca, el cacao y la uña de gato. En tanto, los principales mercados de destino fueron Estados Unidos (US\$ 169 mil), Israel (US\$ 17 mil) y Chile (US\$ 2 mil). Cabe agregar que las únicas dos empresas exportadoras de esta clase de productos fueron Peruvian Nature S & S S.A.C. y la Cooperativa Agraria Industrial Naranjillo.

³ Euromonitor International: Retailers in Israel 2012