

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2013

Nuevo Lanzamiento en
Retail



Mermelada de cebolla y
pimiento en España

prom
perú

NUEVO LANZAMIENTO

MERMELADA DE CEBOLLA CARMELIZADA Y PIMIENTO CARMELIZADO EN ESPAÑA

1. Producto

Según Product Launch, la empresa Grupo Ángel Camacho S.L, la cual pertenece a uno de los grupos empresariales más grandes en España con presencia en este mercado, así como en Reino Unido, Polonia y Argentina, ha lanzado al mercado español dos nuevas variedades de mermelada. Los nuevos sabores disponibles son: cebolla endulzada (Sweet Onion) y pimiento endulzado (Sweet Pepper). Cabe destacar que esta marca ganó el premio a El Mejor Sabor del Año en 2011 y 2012 realizado en Madrid. La presentación utilizada para su comercialización es un envase de vidrio en la versión de 350 y 800 gramos.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Marca	La Vieja Fábrica
	Empresa manufacturera	Grupo Ángel Camacho S.L
	Precio	-----
	País de fabricación	España
	País de distribución	España
	Fecha de lanzamiento	Febrero 2012

Fuente: Product Launch

2. Mercado de distribución

Acorde con un estudio realizado por Euromonitor, el ingreso disponible per cápita en España, en 2012, fue de US\$ 19,003 mientras que el gasto en consumo fue de US\$ 17,775. La clase social A, conformada por los profesionales de alto rango, representaron cerca de 2.7 millones en 2012.

Los dos principales puntos comerciales dentro del país, Comunidad de Madrid (capital y la ciudad más grande de Madrid) y Cataluña (cuyo punto turístico es Barcelona) son las ciudades dominantes en términos de gasto en consumo. Además, las empresas más grandes del país están situadas en esas dos áreas.

A pesar de la crisis económica, la demanda de comida saludable, tanto orgánica como funcional, se ha mantenido. Los productos orgánicos se están volviendo cada vez más populares entre los jóvenes profesionales con alta educación. Solo una minoría de españoles siguen los lineamientos religiosos en términos de alimentos. Sin embargo, los musulmanes, quienes representan cerca de 2% de la población, pueden comprar fácilmente productos Halal, especialmente los ubicados en las principales ciudades.

En 2012, se registró la consolidación de productos untables buenos para la salud y el bienestar. Principalmente, los productos reducidos en grasas y los aptos para diabéticos. Los españoles prefieren sabores tradicionales de mermeladas, como fresa o melocotón, aunque mezclas y sabores de frutas exóticas son cada vez más populares, registrando una creciente gama de productos.

Los untables para diabéticos registraron un rápido crecimiento en 2012, con un incremento de 8% en términos de volumen y un 6% en valor. Dichas ventas se incrementaron por la expansión de la enfermedad lo que conduce al consumo de este tipo de productos no solo a la persona afectada, sino a toda la familia. Por otro lado, los reducidos en grasas registraron 7% de crecimiento, tanto en volumen como en valor. Las ventas dependen, en gran medida, de la creciente preocupación por los efectos negativos de las grasas saturadas e hidrogenadas.

Los supermercados con mayor presencia en el mercado español son: Mercadona con 19% de participación (www.mercadona.es), Carrefour con 6% (www.carrefour.com.co), Día con 5% (www.dia.es), Alcampo con 4% (www.alcampo.es) y Lidl con 3% (www.lidl.es), entre otros. Adicionalmente, en el siguiente cuadro se muestra la participación de las empresas que venden productos untables dentro del mercado español.

Participación de Empresas de Untables en España					
Empresa	2008	2009	2010	2011	2012
Nutrexpa S.A	29.8	28.8	28.5	28.2	28.1
Mercadona S.A	10.4	11.2	11.6	12.0	12.6
Carrefour S.A	9.2	9.7	10.2	10.7	11.3
Hero España S.A	9.6	9.7	9.6	9.6	9.6
Dulces y Conservas Helios S.A	4.8	4.9	4.8	4.7	4.6
Ferrero Ibérica S.A	3.3	3.6	3.8	4.0	4.3
Mielso S.A	6.1	5.5	5.0	4.5	4.0
IFA Española S.A	2.3	2.3	2.4	2.7	2.9
Angel Camacho S.A	2.7	2.7	2.6	2.5	2.5
Otros	21.8	21.6	21.5	21.1	20.1
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor

3. Estadísticas de exportación

Según estadísticas del MAPEX, en 2012, los envíos de cebolla totalizaron US\$ 55 millones con una tasa de crecimiento de 26.9% respecto al año anterior. La presentación frescos representó el 99% del total exportado. Con respecto a los envíos al mercado español, éstos sumaron US\$ 3 millones y el 99% fueron enviados como productos frescos. Esta presentación experimentó un sólido crecimiento de 86% respecto a 2011.

Por otro lado, las exportaciones de pimiento, en 2012, sumaron US\$ 51 millones y las conservas fueron las de mayor participación (86%). En el mismo año, los envíos a España totalizaron US\$ 37 millones y, casi en su totalidad, fueron envíos de conservas (98%).

Exportaciones de cebolla por presentación			
Miles de US\$			
Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Fresco	42,707	54,206	26.9
Congelado	197	298	50.7
Caramelos	0	97	-
Conserva	67	92	37.0
Seco	110	48	-56.6
Mermelada	2	4	158.4
Muestras	0	0	-96.0
Polvo	0	0	-100.0
Total	43,084	54,745	27.1

Fuente: MAPEX

Exportaciones de pimienta por presentación			
Miles de US\$			
Presentación	FOB 2011	FOB 2012	Var. %
Conserva	66,183	43,360	-34.5
Pepas y semillas	3,553	5,247	47.7
Seco	87,126	996	-98.9
Congelado	243	960	295.4
Total	157,104	50,562	-67.8

Fuente: SUNAT