

FICHA MERCADO – PRODUCTO

MERCADO POLONIA

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Hamburgo	1.2. Fecha	31.10.2021
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Gycs Gordon	
	Cargo	Consejero Económico Comercial	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
• Producto	Palta (aguacate)		
• Nomenclatura arancelaria	0804 40 (paltas) 804 40 00 10 (paltas frescas) 804 40 00 90 (paltas los demás)		
• Denominación o nombre comercial en el país de destino	Awokado		
• Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	Importación de palta 804 40 00 10: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arancel: 0%</li> <li>• Impuestos al Valor Agregado: 5%</li> </ul> 804 40 00 90: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arancel: 0%</li> <li>• Impuestos al Valor Agregado: 5%</li> </ul>		
• Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)	<p>Hay dos tendencias contradictorias con relación al consumo de la palta en Polonia. Esas posiciones reflejan las tendencias globales:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El aguacate es considerado como un superalimento, una fruta saludable y nutritiva que se puede agregar a cualquier comida. También, la creciente popularidad de una dieta basada en vegetales favorece el consumo de esta fruta.</li> <li>2. Por otra parte el aguacate es visto por algunos como un producto no ecológico, pues señalan que contribuye a la degradación ambiental y genera enormes emisiones de CO2 asociadas con la logística de transporte. Algunos críticos de productos de ultramar ponen en duda las condiciones laborales en origen.</li> </ol> <p>Por un lado, el consumo de paltas en Polonia sigue creciendo, y, por otro lado, la creciente conciencia ecológica está generando cada vez más información en los medios de comunicación para incentivar la compra de productos/superalimentos locales y una dieta con productos de la temporada. En el mercado polaco, hay cada vez más campañas que promueven alimentos regionales, tradicionales y certificados.</p> <p>La mejor variedad comercial es la palta Hass, que se vende todo el año.</p> <p>Como respuesta a la creciente tendencia ecológica, se ofrecen cada vez más paltas orgánicas en las grandes cadenas minoristas, por ejemplo, en la red Lidl y Biedronka la palta orgánica se ofrece de forma continua.</p>		
• Estacionalidad de la producción local	No existe un cultivo local.		
• Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	Hay tres puertos importantes en Polonia: <ul style="list-style-type: none"> <li>- DCT Gdansk (Terminal de contenedores de aguas profundas de Gdansk) - el más grande</li> <li>- BCT (Terminal de contenedores del Mar Báltico) en Gdynia</li> <li>- Terminal de contenedores DB Port en Szczecin, cerca de la frontera con Alemania</li> </ul> <p>De acuerdo a los importadores de frutas contactados los puertos polacos de Gdańsk y Gdynia no gozan de una buena reputación en cuanto a los controles fronterizos, por lo cual los importadores prefieren importar con mayor frecuencia frutas frescas a través de Alemania o de los Países Bajos, pues a pesar de mayores costos y de una logística terrestre, las trabas son menores y los tiempos de gestión también, lo cual al final se revierte</p>		

	<p>en menores costos. Solo como ejemplo, en el segundo trimestre de 2020, el segundo país de donde se importó más paltas en Polonia fue Alemania. El primero fue el Perú.</p> <p>Las entrevistas con los importadores muestran que los trámites formales a través de los aeropuertos son aún más complicados y pocos compradores eligen esta forma de transporte.</p> <p>En Polonia, el 92% del tráfico de carga aérea es atendido por los aeropuertos de Varsovia y Katowice, de los cuales hasta el 80% del tráfico de carga en Polonia es atendido por el Aeropuerto Chopin de Varsovia.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)</li> </ul>	<p>Frutas exóticas se importan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- directamente por las cadenas de supermercados;</li> <li>- por los importadores especializados con su flota de camiones;</li> <li>- en pocos casos por plantas procesadoras;</li> </ul> <p>se distribuyen en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mercados de frutas y verduras;</li> <li>- distribuidores;</li> <li>- mercados cash &amp; carry;</li> </ul> <p>llegan a los consumidores a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- hipermercados y supermercados;</li> <li>- tiendas de alimentos;</li> <li>- tiendas de frutas y verduras;</li> <li>- mercados locales;</li> <li>- portales de internet – estos se han desarrollado mucho durante la pandemia.</li> </ul> <p>Las frutas y verduras con certificaciones bio (orgánica), tienen además sus canales propios: secciones especiales bio (orgánica) en supermercados (se observa un aumento en la oferta de fruta fresca), mercados de alimentos ecológicos, tiendas bio online.</p> <p>Los principales puntos de venta de las paltas en Polonia son las grandes cadenas minoristas como Lidl, Biedronka, Aldi, Netto, Carrefour, Leclerc, etc. En estas tiendas se puede encontrar la gama más amplia de paltas, porque estas tiendas tienen una amplia gama de frutas exóticas y es allí donde los clientes las buscan con mayor frecuencia. La popularidad de esta fruta en los últimos años ha causado que las paltas también estén disponibles en tiendas más pequeñas de alimentos locales.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio - relación calidad-precio</li> <li>• Fiabilidad del proveedor: ¿si tiene contratistas en Europa Occidental?</li> <li>• Condiciones de pago: preferible la mitad del pago después de la aceptación de la calidad de la mercancía.</li> <li>• Cumplimiento de las especificaciones de los productos contratados: tamaño, peso, color, etc. - de acuerdo con los estándares de la UE</li> <li>• Puntualidad</li> <li>• Fidelidad</li> <li>• El aspecto ecológico / cuidado del medio ambiente es cada vez más importante</li> </ul> <p>Los importadores entrevistados declaran que el primer pedido, que suele ser pequeño, es crucial. Si los empresarios están satisfechos con los criterios cumplidos en el “pedido de prueba”, se puede contar con un aumento de pedidos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</li> </ul>	<p>Desde 2018, el Perú se ha convertido en el líder en el mercado de paltas en Polonia. En 2020, el Perú suministró 4.216 toneladas de paltas a Polonia.</p> <p>La temporada de la palta peruana se extiende entre la primavera (alrededor de mayo) y termina en otoño (alrededor de octubre). Las paltas peruanas tuvieron una buena temporada en 2020, recuperándose de la baja demanda registrada al inicio de la pandemia a inicios de la campaña.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades de promoción idóneas para promover el producto</li> </ul>	<p>En Polonia, básicamente no hay campañas sociales o publicitarias que promocionan específicamente las paltas. La única campaña publicitaria importante fue la campaña de</p>

SUBWAY en 2014, promoviendo la introducción de este complemento a la oferta de la red en Europa Central y Oriental.<sup>1</sup>



Por otro lado, en Internet, en portales relacionados con la salud y la nutrición, se puede encontrar una gran cantidad de artículos sobre las propiedades saludables de las paltas, sin embargo, en los medios también se puede encontrar mucha información sobre la connotación negativa de su consumo - más informaciones punto 4.



Grandes cadenas de retail como Lidl, Biedronka, Netto o Aldi introducen periódicamente campañas promocionales de aguacate, colocando información en sus folletos promocionales:





Fuente: internet

<sup>1</sup> <https://oohmagazine.pl/2014/04/04/kampania-telewizyjna-wow- marki-subway/>

**ANEXO**  
**PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO**

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg., otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Lidl, Gdańsk	1 unidad	Palta Hass – 5.99 PLN = 1.58 USD  Palta Bio – 5.99 PLN = 1.58 USD	Perú	30.08.2021	seltas en cajas de cartón abiertas	
Stokrotka, Gdańsk	1 unidad  2 unidades	Palta – 5.99 PLN = 1.58 USD  Palta Hass – 10.99 PLN = 2.90 USD	Perú	27.08.2021	seltas en cajas de cartón abiertas;  Palta Hass - empaquetadas 2 piezas en una bandeja de plástico y envueltas en papel de aluminio o en una caja de plástico	

<p>Biedronka, Gdańsk</p>	<p>1,0 kg</p>	<p>Palta Hass – 27.90 PLN = 7.35USD</p> <p>Palta – 24.90 PLN = 6.56 USD</p>	<p>Perú</p>	<p>31.08.2021</p>	<p>seltas en cajas de cartón abiertas</p>	
<p>Carrefour, Gdańsk</p>	<p>Palta grande – unidad</p> <p>Palta mini - 500 g</p>	<p>Palta grande – 7.99 PLN = 2.11 USD</p> <p>Palta mini – 11.99 PLN = 3.16 USD</p>	<p>Sudáfrica</p> <p>Perú</p>	<p>02.09.2021</p>	<p>seltas en cajas de cartón abiertas</p>	

\* 1.00 USD = 3.79 PLN, tipo de cambio promedio: 03.09.2021