
Estudio de Mercado Palta en Panamá

Marzo 2012



Documento elaborado por ProChile, Oficina Comercial Panamá

■ PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:
0804401000

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:
Palta Fresca variedad Hass

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:
0804.40.10 fresco

■ SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Se aplica un arancel general del 15%

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

Chile posee un Tratado de Libre Comercio con Panamá, por lo cual el producto palta o aguacate quedó exento de pagar arancel.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Panamá tiene otros acuerdos de libre comercio, que hacen que existan otros países con los mismas ventajas arancelarias, estos son: Centro América¹ (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua), Singapur y Taiwán.

¹ http://www.sice.oas.org/Trade/Capan/RelDocs_s.ASP#Listasdebienes

4. OTROS IMPUESTOS:

Todos los productos que ingresa a Panamá pagan el 7% ITBM, o Impuesto al Valor Agregado, pero los alimentos están exonerados de este impuesto, por lo tanto la palta no paga el ITBM.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

No se detectan barreras en la entrada de este producto



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Requisitos que pide el estado panameño para el ingreso de palta o aguacate, proveniente de Chile.

Artículo 1: Emitir los requisitos Fitosanitarios para la importación de Aguacates (*Persea americana*) frescos, para consumo humano y/o transformación, originarios de Chile, descrita en la siguiente fracción del Arancel Nacional de Importación.

Artículo 2: El importador está obligado a informar a la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimento, a través del Formulario de Notificación de Importación, en forma manual o vía electrónica, en un tiempo mínimo de 48 horas, previa a la llegada del producto al punto de ingreso.

Artículo 3: Los aguacates (*Persea americana*) frescos, deben estar amparados por un certificado fitosanitario, expedido por la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria (ONPF) del país de origen, en el que se certifiquen el cumplimiento de los siguientes requisitos:

Que:

3.1 Los Aguacates (*Persea americana*) han sido cultivado y embalados en Chile

3.2 La mercancía procede de área y lugares de producción sujeta a inspección por parte de la ONPF del país de origen, durante el periodo de crecimiento activo, cosecha y embalaje de alimento.

3.3 La partida se encuentra libre de plagas de interés cuarentenario para la República de Panamá

Artículo 4: La producción, cosecha y el embalaje de los Aguacates (*Persea americana*) destinados para el consumo humano, se realizó en el marco de la buena práctica agrícola (BPA) y de buena práctica de manufactura (BPM).

Artículo 5: La Mercancía viene libre de insectos vivos de cualquier tipo, así como también de otros contaminantes biológicos, químicos y físicos, incluyendo suelos de cualquier tipo. Para el caso de las frutas, las mismas deben venir libre de hojas.

Artículo 6: El embalaje utilizado debe ser resistente a la manipulación y estar identificado con el código del país de origen, número de planta empacadora y código de lotes.

Artículo 7: Los materiales utilizados para el embalaje y/o amortiguación no contengan fibras vegetales u otro material hospedero de plagas.

Artículo 8: Los contenedores, previo al embarque, deben haber sido lavados y desinfectados internamente.

Artículo 9: Los contenedores deberán ser precintados (marchamados, flejados) y sellados, de manera que dichos sellos solo puedan ser retirados por la Autoridad Panameña de Alimentos, a su llegada de Panamá

Artículo 10: Al momento del arribo del embarque al puerto de ingreso al país la mercancía debe estar amparada con la siguiente documentación comprobatoria:

- a) Copia de formulario de notificación de importación.
- b) Certificado fitosanitario del país de origen del producto.
- c) Copia de factura comercial del producto
- d) Pre-declaración de aduanas.

Artículo 11: Al ingreso del alimento al país, la Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos procederá a realizar el muestreo para el análisis de entomología, se reserva el derecho de tomar otras muestras, en ese momento o en cualquier punto de la cadena alimentaria, a objeto de realizar otro análisis: microbiológico, de micotoxinas, características organolépticas, físico-químico y de residuos tóxicos. El costo de estos análisis deberá ser sufragado por el interesado.

Artículo 12: Estos requisitos fitosanitarios son específicos para la importación de Aguacates (*Persea americana*) frescos, no obstante no exime del cumplimiento de otras normas nacionales para su comercialización en el territorio nacional.

Artículo 13: Este deroga toda disposición que le sea contraria. www.aupsa.gob.pa

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Los organismos pertinentes son:

Dirección General de Aduana

Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)

El producto se vende a granel o por mallas que contienen de 3 a 5 unidades del producto

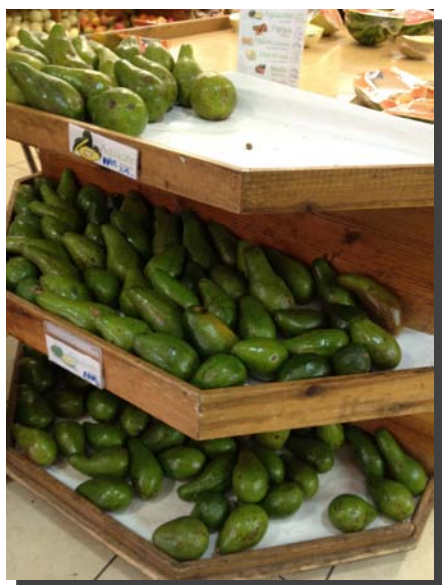


Imagen 1: Palta en Supermercado especializada



Imagen 2: Palta en Mercado de Abastos Central (MAC)



IV ■ ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	17136 kg	37,228	51,19 %
Costa Rica	11064 kg	19,72	27.11 %
Guatemala	3985 kg	7,985	10.98 %
Colombia	2882 kg	7,796	10.72 %
Chile	0 kg	0	0 %
Subtotal	35067 kg	72,729	100 %
Total	35067 kg	72,729	100 %

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	9966 kg	22,720	88.46 %
Costa Rica	1250 kg	2,821	10.99 %
Peru	47 kg	0,142	0.55 %
Chile	0 kg	0	0 %
Subtotal	11263 kg	25,684	100 %
Total	11263 kg	25,684	100 %

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
Estados Unidos	5715 kg	13,920	74.01 %
Colombia	2773 kg	3,617	25.99 %
Chile (Posición)	0 kg	0	0 %
Subtotal	5715 kg	13,920	100 %
Total	5715 kg	13,920	100 %

Fuente: Global Trade Atlas

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Según datos de la Contraloría General de la República, el consumo anual de frutas en Panamá asciende a 64, 2 kilos por año, de los cuales el plátano, la banana, la naranja y la piña ocupan 50 kilos en promedio, la palta representa alrededor de un 1,1 kilos por año lo que es el 1,7 % del total de frutas consumidas, lo cual se traduce en un consumo anual de 3,740 toneladas.

Se puede apreciar que el consumo de palta es bajo si se compara al de Chile que ronda los 2,2 kg² al año, lo cual puede estar asociado a la estacionalidad de su producción y a la poca disponibilidad del producto en el mercado formal.

La producción de la palta se centra principalmente en la Provincia de Chiriquí, la cual el año 2007 tenía una superficie sembrada comercialmente de 25,95 hectáreas³ y la Provincia de Darién en donde existen pequeñas cooperativas que se encargan de todo el proceso de venta, adicionalmente hay que agregar pequeñas plantaciones en granjas familiares que abastecen el consumo local del lugar en donde están situadas.

La cantidad importada no ha variado en los últimos años rondando en promedio 20 toneladas anuales⁴, sin embargo la cantidad es bastante variable por ejemplo el año 2004 se importaron 52 toneladas y el año 2008 5,7. Los principales clientes son los supermercados y algunos restaurantes que las importan directamente.

Según los datos de la Contraloría General de la República el consumo promedio de aguacate en Panamá se ha mantenido constante en los últimos diez años, lo anterior va muy de la mano con el poco desarrollo del producto y una mala imagen que se ha ganado debido a que el consumidor cree que tiene altos contenido de grasa. Otro factor relevante a considerar es la diferencia que existe entre la palta producida localmente y la palta que se importa, la palta criolla es un poco más fibrosa y se suele consumir en trozos para ensaladas, así como en la cáscara con azúcar o sal, en cambio la Palta importada se asemeja más a una pasta lo cual hace que su textura sea distinta y se usa para hacer el famoso guacamole que últimamente es muy apetecido por los panameños y extranjeros.

El valor CIF de la palta importada de Estados Unidos en los últimos tres años ha tenido una constante baja, el 2008 3,5; 2009 2,28 y el 2010 2,17 dólares americanos el kilogramos, la proveniente de otros países ha tenido la misma

² Christian Magdahl Spiess, La industria de la Palta en Chile,

³ Dirección de Agricultura, Direcciones regionales, MIDA, IDIAP

⁴ Global Trade Atlas

tendencia, lo que no se ha reflejado en el precio de mercado, lo cual es bastante lógico debido a que la cantidad importada es muy baja si se compara con el consumo total.

La presencia de Chile en el mercado panameño es escasa, en los últimos 10 años solo el año 2006 registra datos de importación lo cual puede ser causa de los 15 días que demora el producto en llegar y la existencia de países que venden el producto más cercano, tales como México, Estados Unidos y Colombia.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

La palta se consume mayormente en forma de ensalada, influida en gran medida por la cultura mexicana, la cual tiene fuerte presencia a través de los restaurantes.

Al interior del país y en algunas circunstancias en las zonas urbanas el producto se consume directamente acompañado con azúcar, o mediante una pasta semejante al guacamole mexicano.

Igualmente algunos supermercados importan el guacamole envasado.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

La palta se importa a través de cajas de 20 libras la cual es llevada directamente a los supermercados.

El producto local es transportado a granel en cajas de 40 libras y es vendido a los consumidores por unidad o por libra.

En los supermercados se vende a granel o por mallas de un peso aproximado de una libra.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

Los importadores consideran de vital importancia dos aspectos respecto a las importaciones, el primero es la calidad del producto dado que está destinado a supermercados y restaurantes que exigen productos en su mejor punto; el segundo es la seguridad en el abastecimiento, si el importador no recibe su mercancía en los plazos establecidos entonces este pierde la confianza y busca otro proveedor incluso de otro país.

El mercado panameño es relativamente pequeño por tal motivo en muchas ocasiones los pedidos son pequeños, lo anterior implica que en Chile deben existir exportadores que estén dispuestos a no poner demasiadas exigencias al monto mínimo de los pedidos.

En Panamá no se han desarrollado campañas publicitarias que promuevan el consumo de la palta, por tal motivo los importadores sugieren que los exportadores chilenos realicen actividades para mejorar la imagen del producto y aumentar el consumo promedio en el país.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

Existen dos temporadas de producción una alta en los meses de mayo, junio y julio y otra baja en agosto, septiembre y octubre. Es importante notar que la mayor venta se produce en la calle o en las ferias libres en donde los minoristas venden directamente el producto al consumidor. También el producto se puede conseguir fuera de temporada en los supermercados pero a un precio bastante superior.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Según datos del Mercado Agrícola Central (MAC), (Mercado de Abastos para Panamá) del total de aguacates vendidos por ellos, el 70% se vende a la provincia de Panamá, 27% a la Provincia de Coclé, 2% a la Provincia de Herrera y un 1% a la Provincia de Darién. Lo anterior no es indicador de la cantidad consumida por cada provincia, debido a que en las restantes en donde el MAC no tiene presencia muy probablemente son productoras del producto y se auto abastecen a través de los minoristas, un ejemplo de ellos es la provincia de Chiriquí que es el mayor proveedor del MAC.

En resumen se puede apreciar que el consumo de la palta en Panamá se centra principalmente en la zona centro y la zona oeste cercana a la frontera de Costa Rica, siendo las zonas urbanizadas las de mayor demanda.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En la comercialización y distribución son claves:

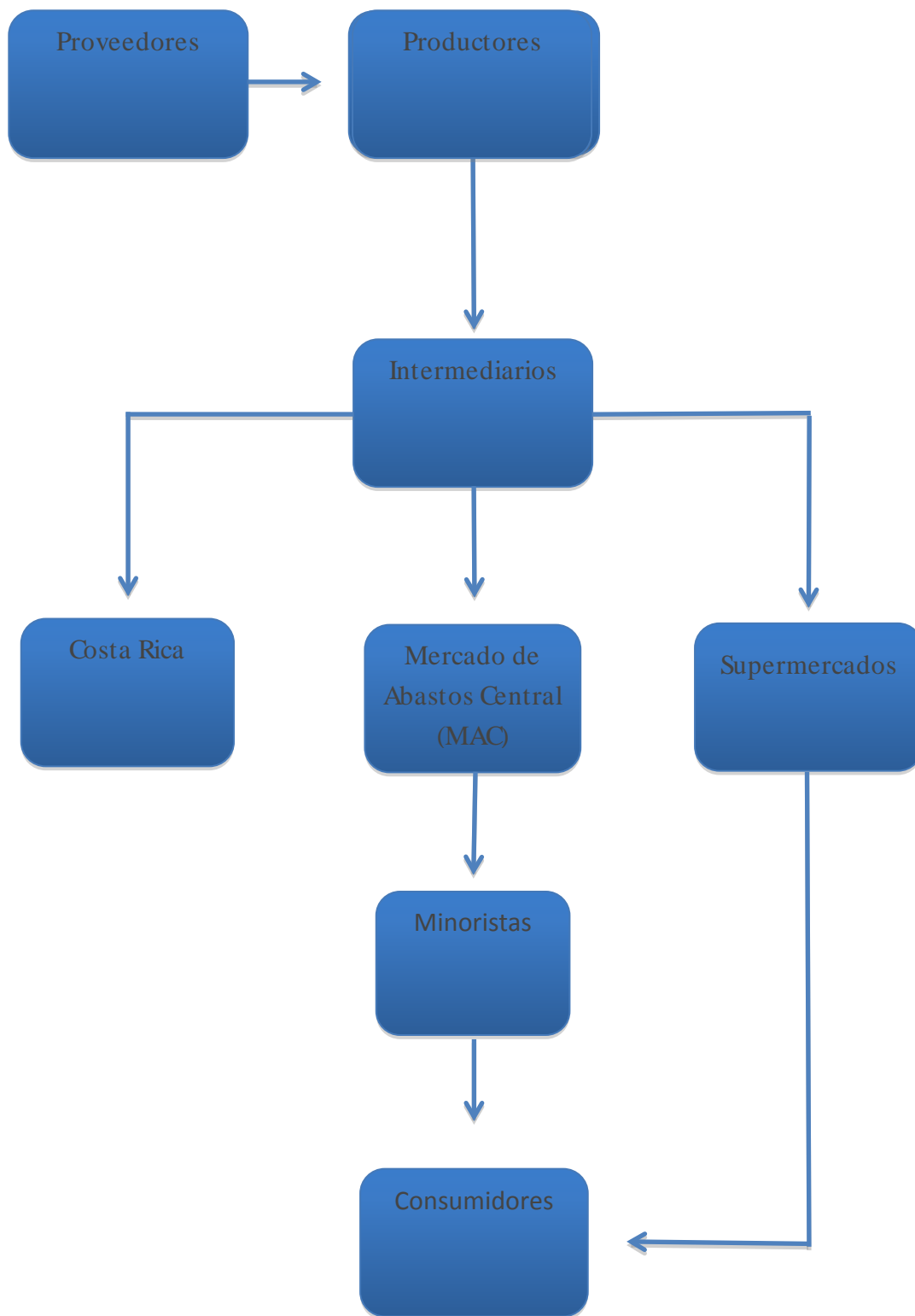
Producción: Los productores y los proveedores de insumos, servicios y maquinarias

Comercialización: Los comerciantes del Mercado Agrícola Central (MAC), los intermediarios, los supermercados, los minoristas y los consumidores. Un elemento importante en este ítem son los comerciantes de Costa Rica.

La venta de la palta en Panamá está fuertemente ligada a los intermediarios, quienes son los encargados de distribuir el recurso. Estos adquieren el producto de los productores y los traslada al Supermercado o al Mercado Agrícola Central (MAC), estos también venden la palta a minoristas y comerciantes cerca de la frontera de Costa Rica. Dentro del MAC existen algunas organizaciones de productores de Darién que comercializan el aguacate en puestos de ventas dentro del MAC, lo cual provoca que sus precios sean más bajos.

Según los datos del Instituto de Mercadeo Agropecuario (IMA), el 70% de la producción de paltas proviene de la provincia de Chiriquí y el 27% de la provincia de Darién, el resto de otras partes del país.

En resumen la cadena funciona de la siguiente manera, los proveedores de insumos y maquinarias entregan al productor las herramientas necesarias para la producción del producto; el cual cosecha y vende a los intermediarios; los cuales tienen tres posibles clientes el Mercado Central de Abastos (MAC), los supermercados y Costa Rica; el MAC a su vez vende el producto a los minoristas y estos lo venden al consumidor final; por otra parte los supermercados venden directamente el producto al consumidor final.



Según datos recolectados en el Mercado de Abastos Central (MAC) los productores venden su producto a los intermediarios a un 40% del valor de venta, los intermediarios a un 60% y ellos los venden a un 75% a los minoristas los cuales venden directamente al consumidor.

Es interesante que en el MAC se pueden negociar los precios de ventas del producto, teniendo la posibilidad de reducir el valor en un 25%, esto sucede debido a que muchos de los comerciantes del mercado son también intermediarios lo que le permite tener mayor margen de acción con respecto al precio.

Tanto en los supermercados como en el comercio minoristas no existen paltas identificadas con un logo en especial, todos los productos se venden directamente y solo las importadas tienen una etiqueta que indica el país de origen.

EMPRESAS QUE COMPRAN Y DISTRIBUYEN Y COMERCIALIZAN FRUTA Y VEGETALES FRESCOS

Empresa **Hermanos Gago**

Contacto: José Gago

Teléfono: (507) 271-0044

Lugar: Costa Del Este Parque Industrial 2 calle Mano derecha final

Email: pepe@hermanosgago.com

<http://www.hermanosgagos.com>

Empresa: **Polar Frigorífico**

Contacto: Leonardo Sánchez

Teléfono: (507) 233-6608

Lugar: Vía Tocumen

Email: lsanchez@machetazo.com

<http://www.machetazo.com>

Empresa **Tzanetatos**

Contacto: Denis Ureña

Lugar: Vía Tocumén frente a Bello Horizonte

Teléfono: (507) 220-1977, 220-1155

Email: denisurena@tzanetatos.com

<http://www.tzanetatos.com>

Empresa **Importadora Fong**

Contacto: Jinell Chong – Gerente de Compras

Teléfono: (507) 212.2610

Lugar: Mercado de Abastos Central, local No. 19, Curundu, -Ciudad

Email: jinellchong@yahoo.com

Empresa **Hortifresh S.A.**

Contacto: Ascanio Alemán

Teléfono: (507)262-0483

Lugar: Mercado de Abastos Central, Galerías Emex local 1 y 2 Curundu, -Ciudad

Email: hortifresh@cwpanama.net ascanioaleman@hotmail.com

Empresa **Mafalda S.A.**

Contacto: Darling Chang

Teléfono: (507)226-0625

Lugar: Punta Paitilla

Email: dchang@mafalda.com.pa

Empresa **Importadora y Exportadora Lía**

Contacto: Jaklyn de Aguilar

Teléfono: (507) 392-5805

Lugar: Mercado de Abastos Central, Curundu, -Ciudad

Email: importyexportlia@gmail.com

Empresa **Supermercados Rey**

Contacto: Nicolás Batista participa Samuel Magallón

Teléfono: (507) 270-5530 ext 1440

Lugar: calle 50

Email: nbatista@smrey.com krodriguez@smrey.com (Karen Rodríguez Asist.)

Empresa **Cerro Punta S.A.**

Contacto: Jorge Singman

Lugar: Vía España, calle 85 y 86 este

Teléfono: (507)221.0272/ 221.0037

Email: erios@cerropunta.net

<http://www.webusa.com/cerropunta/>

Empresa: **SUPER 99**

Contacto: Gabriel Marengo

Teléfono: (507) 323-8700

Lugar: Calle 16 Río Abajo entrando por la kelvin al final

Email: gmarengo@super99.com

<http://www.super99.com>

Empresa **Supermercado Riba Smith**

Contacto: José Cruz

Teléfono: (507) 2091299

Lugar: Transístmica

Email: jcruz@rimith.com

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Las paltas importadas tienen un precio que ronda los USD 4 la libra, durante todo el año, el origen del producto en su mayoría es de Estados Unidos.

La paltas criollas en los supermercados tienen un valor que oscila entre 1,5 a 2 dólares la libra durante su temporada de cosecha entre los meses de Marzo y Abril.

El valor en el Mercado de Abastos es menor y oscila entre USD 0,6 a USD 1,2 la libra del producto, adicionalmente es negociables.

En el mercado minorista es decir comerciantes en la calle y ferias libres el producto se obtiene a un valor de USD 1,3 durante la temporada de cosecha y entre USD 0,5 y 0,75 la unidad dependiendo del tamaño.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

No se ha detectado promoción masiva del producto, solamente se exhiben en las góndolas.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El producto en los supermercados se vende a granel y pesado, en algunas ocasiones se puede observar el producto en mallas con un peso aproximado de una libra.

En el Mercado de Abastos el producto se vende a granel y por lo general se obtienen buenos precios comprando el producto en cantidades superiores a 20 libras, la palta se entrega en cajas de un peso aproximado de 20 libras.

La palta que se vende en la calle y en las ferias libre se hace por unidad y el precio oscila entre USD 0,5 y USD 0,75 la unidad dependiendo del tamaño la cual puede alcanzar fácilmente un peso de ½ libra.

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Casi la totalidad de la palta que se consume en el mercado panameño es de origen local y solo se encuentra disponible tal como lo mencionamos anteriormente durante un corto periodo de tiempo en el año, dado lo anterior si se logra posicionar la palta en el mercado panameño en temporada de escasez, los exportadores chilenos tendrían gran oportunidades de mercado.

Si se comienza la exportación a Panamá la relación con los importadores es clave, un elemento ha tener en consideración es la calidad del producto y sus respectivos certificados fitosanitarios. La cantidad exportada es un tema que se debe tener en consideración, esto último se relaciona con el tamaño del mercado panameño al ser pequeño una sobre abundancia del producto haría caer su precio.

En el punto anterior Chile tiene una ventaja, la calidad de la fruta chilena es conocida en el mercado por lo cual sería conveniente hacer una estrategia para identificar la palta con la fruta chilena.

Se recomienda realizar una campaña informativa sobre las bondades nutritivas de la palta con el propósito de mejorar la imagen del producto ante el consumidor panameño.

En la mayoría de los supermercados la palta se vende sin embargo es recurrente que en algunos el producto no se encuentre disponible, dado lo anterior es aconsejable que los exportadores chilenos tengan siempre bien provisionados a sus clientes en Panamá para que el producto sea de un consumo más estable.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

EXPOCOMER (Multisectorial)

- Fecha: 21 al 24 de marzo de 2012
- Lugar: Ciudad de Panamá, Centro de Convenciones de ATLAPA.
- Web: www.expocomer.com
- Asistentes: Productores, Comerciantes y Compradores de más de 32 países

PANAMÁ GASTRONÓMICA (Alimentos)

- Fecha: 31 AGOSTO al 2 de septiembre 2012
- Lugar: Ciudad de Panamá, ATLAPA.
- Contacto: Lenia Hernández, Academia de Artes Culinarias

Tel.: 507 2632829, Fax:

- Web: www.panamagastronomica.com
Asistentes: Chef internacionales y locales, distribuidores y productores para la industria gastronómica, restaurantes.

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Autoridad Panameña de Seguridad de Alimentos- www.aupsa.gob.pa
Encuentra toda la información fitosanitaria para importar productos a Panamá, así como formularios para registrar productos e importaciones.
- Contraloría General de Panamá - www.contraloria.gob.pa
Índices económicos del país, situación fiscal. Estadísticas
- Ministerio de Economía y Finanzas - www.mef.gob.pa
Contiene información sobre e-compras y sistema electrónico de Contrataciones Públicas de la República de Panamá, en este sitio se ubica la: *Dirección General de Aduanas – www.ana.gob.pa
Contiene información sobre ingreso de mercaderías, y leyes.
- Ministerio de Comercio e Industrias – www.mici.gob.pa Esta dirección tiene toda la información arancelaria y las partidas correspondientes de cada producto.
- Vice ministerio de Comercio Exterior, Entidad homóloga a Prochile. El sitio contiene toda la información relacionada con el comercio exterior.
- Cámara de Comercio, Industrias y Agricultura de Panamá - www.panacamara.com Contienen reportes económicos, avances de los TLC
- Asamblea Nacional de Panamá - www.asamblea.gob.pa Se encuentran las Leyes de Panamá.

- CORREDOR DE ADUANA
LICDO. ANTONIO PINZON TEL. 227-1218 CELULAR 6564-8246 EMAIL: antoniopinzon11@yahoo.es
- CORREDOR DE ADUANA
ARTURO ARAUZ TEL. 507- 2646575 FAX 507 2635989 EMAIL: abausa@cwpanama.net