



El Mercado de Paltas Frescas en Polonia 2017 / Oficina Comercial en Polonia



Polonia, un mercado con potencial para Chile

- Desde su ingreso a la Unión Europea (UE), Polonia ha observado un crecimiento ininterrumpido de su PIB y del poder adquisitivo de los consumidores polacos. Además, la conciencia del consumidor es mayor en cuanto al consumo de fruta fresca y su demanda en contra-estación se ha consolidado.

- Polonia no es productor de paltas y la totalidad del producto es importado desde ambos hemisferios.
- Según las cifras de TradeMap, en 2016 Polonia importó 10.021 toneladas de paltas frescas por un valor total de USD 27,2 millones.
- Principales Países Proveedores:** España, Israel, Sudáfrica, Perú, Alemania, Holanda, Chile, Brasil.

Cabe destacar que Alemania y Holanda no son países productores, reexportan la palta abastecida a sus puertos directamente desde países productores.

- Exportaciones chilenas:** Según los datos de TradeMap, Chile es el séptimo mayor exportador del producto a Polonia. En 2016 las exportaciones chilenas alcanzaron USD 1,28 millones, creciendo un 86,73% respecto al año anterior y representando el 4,42% del total del abastecimiento del mercado polaco. El incremento de las exportaciones año a año ha sido muy dinámico: de 36 mil USD en 2012 a 199 mil USD en 2013 (553%), a 257 mil USD en 2014 (29%), a 686 mil USD en 2015 (167%) y a 1,28 millones de USD el año pasado (86,73%)

- Situación arancelaria aplicable a Chile:** arancel de importación 0%.

- Otros impuestos** Impuesto al Valor Agregado (IVA): 8%
No existen barreras no arancelarias

Análisis y comentarios

- El 100% de las exportaciones chilenas llegan indirectamente a Polonia (principalmente vía Holanda).

- La oferta en **contra estación**, la alta calidad y la muy positiva reputación del producto son las ventajas que destacan a la palta chilena en el mercado europeo y Polonia en particular.

- Las variedades presentes son principalmente **fuerte** y **hass** de diversos orígenes, dependiendo del periodo del año.

- En Polonia las paltas son vendidas por unidad sin marca relacionada al producto. Tampoco se destaca la variedad que generalmente puede ser **fuerte** o **hass** indistintamente y muchas veces mezcladas en la misma oferta a precio común.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	TOTAL 2017 (miles USD)	CRECIMIENTO 2015 / 2016
ESPAÑA	5,813	-3,5%
ISRAEL	5,632	4,78%
SUDAFRICA	5,091	-7,12%
PERÚ	3,227	53,37%
ALEMANIA	2,494	69,78%
HOLANDA	1,631	206,58%
CHILE	1,281	86,73%
BRASIL	1,023	838,52%

Fuente: Trade Map

La distribución y el consumo de paltas frescas en Polonia

- El consumo de productos saludables, categoría en la que se encuentra la palta, crece en Polonia. De acuerdo al censo realizado el año 2015, el 47% de los polacos consume más frutas y verduras que hace 5 años. Las principales razones para esto son: salud (54%), mayor conciencia alimentaria (20%) y más amplia oferta (7%).
- El consumo se distribuye de forma pareja, en todo el territorio, destacan principalmente las grandes ciudades y los centros de veraneo.
- Las paltas frescas se encuentran disponibles durante todo el año.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO (POR SEGMENTO)

Del estudio "Frutas y Verduras. Preferencias, compras, consumo", realizado en julio de 2015 por la agencia de censos y estadísticas MillwardBrown – se indican, en el cuadro de la derecha, los lugares preferidos en los cuales los consumidores polacos compran fruta fresca mas frecuentemente, sin ser excluyentes entre si.

CANAL	%
SUPERMERCADOS	76
TIENDA DE CONVENIENCIA	43
FERIAS TRADICIONALES	15

Fuente: MillwardBrown



■ Principales actores en la distribución

- En Polonia los principales actores de distribución enfocados al consumidor final son las tradicionales cadenas de retail (híper y súper mercados), como también las redes de tiendas de descuentos y tiendas de conveniencia. Cabe destacar el creciente interés de los principales actores por la compra directa desde el productor y exportador extranjero, buscando evitar la cadena de intermediarios.
- Por su lado, la distribución al por mayor se lleva a cabo a través de las grandes redes de almacenes mayoristas con sus franquicias asociadas.
- Durante el año 2016, el Gobierno Polaco planeaba introducir un nuevo impuesto vinculado al volumen de facturación de las tiendas y supermercados, conjuntamente con la limitación a comercio en domingos. Sin embargo, ninguna de esas medidas se han hecho efectivas aún, debido a la oposición de empresarios e instituciones de la UE. Por su lado, la Asociación Polaca de Comercio indica que la incertidumbre generada por ambos proyectos influyó en el fuerte crecimiento del canal e-commerce, exento de las limitaciones planteadas, cuya importancia crece a su vez de forma natural.
- Cabe destacar la fuerte posición que tienen las ferias tradicionales, donde el 15% de los consumidores de frutas frescas realizan sus compras.
- Un tipo diferente de actores son los importadores de materia prima los que, en determinados productos hortícolas, reprocessan, re-empacan y reenvían a mercados de la UE con valor agregado.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

CADENA	Participación mercado (%)	Facturación USD (MM)	Crecimiento 2015/2016 (%)	Nº de tiendas	CLUSTERS	SITIOS WEB
BIEDRONKA	28,80	9.266	+2,38	2667	Tiendas de Descuentos	www.biedronka.pl/
LIDL	13,23	4.258	+1,29	>600	Tiendas de Descuentos	www.lidl.pl/
TESCO	8,43	2.711	-0,18	400	Híper y Super mercados, e-commerce	www.tesco.pl/
KAUFLAND	6,51	2.093	+0,72	202	Supermercados	www.kaufland.pl/
AUCHAN	6,04	1.944	+1,01	76	Híper y Super mercados, Tiendas de Conveniencia, e-commerce	www.auchan.pl/

Fuente: Nowymarketing.pl

■ Principales actividades y ferias especializadas para palta fresca

FERIAS INTERNACIONALES RELEVANTES

- **WORLD FOOD WARSAW**, Varsovia. Feria de alimento de creciente relevancia (*abril de cada año*) <http://www.worldfood.pl/Home.aspx?lang=en-GB>
- **FRUIT EXPO con FRESH MARKET**, Ożarów Mazowiecki. Feria internacional más importante del sector de fruta y verdura en Polonia (*septiembre de cada año*) <http://www.fruitexpo.pl/en> combinada con la conferencia y encuentro de abastecedores y compradores del sector <http://www.freshmarket.eu/>

Actividades ProChile 2017 – Paltas/Alimentos

- No hay.

■ Normativas aplicables y requisitos importación.

El sitio web *Export Helpdesk* de la Comisión Europea expone información detallada de aranceles y requisitos específicos. El *Export Helpdesk* sirve al exportador como su “ventanilla única” para consultar y facilitar acceder al mercado comunitario europeo.

Sitio web: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>

■ Conclusiones y recomendaciones

El mercado polaco de paltas frescas está en fase de fuerte crecimiento y se estima que la demanda siga creciendo. Además del consumo interno, el polaco es un mercado re-procesador y re-exportador que requiere abastecimiento durante todo el año, desde ambos hemisferios.

Se recomienda educar al consumidor y explicar las diferencias entre las variedades de palma *fuerte* y *hass*.

Para más información sobre la categoría de **PALTAS FRESCAS** en **POLONIA** o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese al correo polonia.varsovia@prochile.gob.cl