

Ficha de mercado Paltas - OCEX

Buenos Aires Argentina

La Oficina Comercial del Perú en Buenos Aires Argentina tiene como objetivo desarrollar acciones de inteligencia comercial para obtener un mayor conocimiento del mercado y poder proporcionar información especializada a los exportadores peruanos que les permita poder realizar negocios con Argentina.

Índice

1. Nomenclatura arancelaria	2
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino.....	2
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	2
4. Tendencias del mercado	3
5. Usos	4
6. Estacionalidad de la producción local.....	5
7. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos).....	6
8. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado ..	7
9. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores	7
10. Presencia de la oferta peruana en el mercado.....	7
11. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.....	8
12. Ferias de interés	9

Este informe refleja la contribución de la OCEX Buenos Aires a la investigación del mercado para un producto en crecimiento y con oportunidades en el mercado: la palta

1. Nomenclatura arancelaria

- Nomenclatura Común Mercosur (NCM): 0804.40.00.00
- NANDINA: 0804.40.00.00

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

- Palta, frescas o secas

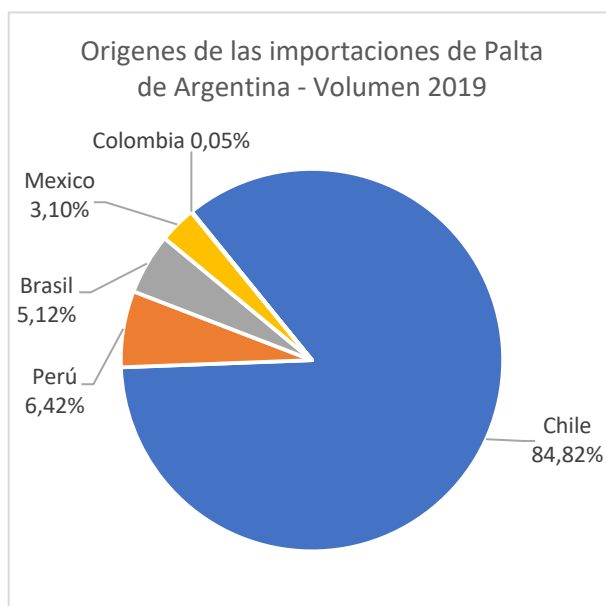
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

- Arancel NMF: 10%
- Arancel Perú: 0%
- *Impuestos:*
 - IVA: 21%
 - IVA Adicional: 20%
 - Ganancias: 6%
 - Ingresos Brutos: 2,5%
 - Tasa estadística: 0,5%
- *Requisitos fitosanitarios:*
 - Para poder ingresar a Argentina, se deben cumplir requisitos fitosanitarios:
 - Embalaje nuevo, con rotulación en español.
 - La sobre rotulación no está permitida.
 - Productos que ingresen a Argentina en forma transitoria hacia el destino final, deben estar autorizados.
 - Especie
 - Variedad
 - Tamaño
 - Calidad, categoría
 - Exportador
 - Importador
 - Procedencia
 - Intervención de SENASA Argentina. La fruta de esta especie que se empaque deberá reunir las siguientes condiciones:
 - Ser de madurez apropiada (23% de materia seca variedad hass),
 - Color típico de la variedad
 - Bien desarrollada y formada

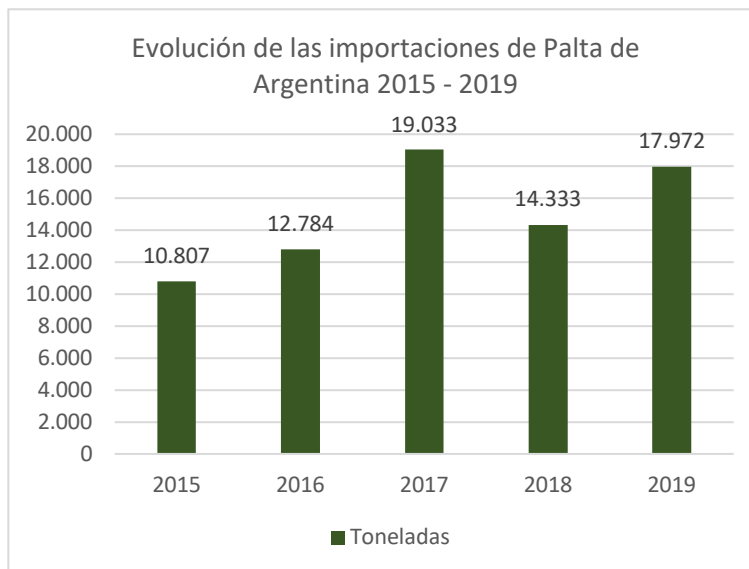
- Sana
- Seca
- Limpia
- Tamaño uniforme
- Libre de: manchas, lesiones de distinto origen, enfermedades y podredumbre.
- *Trámites Previos*
 - Certificado Fitosanitario otorgado por SENASA Perú
 - Autorización Fitosanitaria de Importación (AFIDI) – Otorgado por SENASA
 - SIMI - Licencia Automática
 - SIG Embalajes (Embalajes de madera - NIMF15)
- *Trámites Posteriores*
 - Etiquetado

4. Tendencias del mercado

- En el año 2019, Argentina importó cerca de 18 mil toneladas de palta por más de USD 34,9 millones, provenientes de Chile (84,82%), Perú (6,42%), Brasil (5,12%), México (3,10%) y Colombia (0,05%).
- Se muestra una tendencia fuertemente creciente. El precio de ingreso de la palta importada también ha aumentado sostenidamente.
- Se espera que la importación continúe este camino ascendente, incorporando nuevos orígenes.
- En el año 2019, las importaciones desde Perú totalizaron 1,06 mil toneladas por USD 2,2 millones.
- El consumo per cápita de palta al año es de 0,5 Kg.
- La producción nacional es de unas 8,5 mil toneladas anuales.
- El consumo de la palta se da durante todo el año, pero existe un aumento considerable durante el verano. Los meses que registran demanda son desde noviembre hasta marzo.
- Argentina no se autoabastece de paltas. La palta argentina está presente en el mercado interno en los meses de invierno, siendo menor durante la primavera y casi nula en el verano.



- Las variedades comercializadas son: Hass, torres y lula. La más requerida por el mercado local es la palta Hass.
- Se observa una cultura poco desarrollada y un desconocimiento respecto de la comercialización de palta en Argentina. En su mayoría se comercializa verde y existe un nivel de rechazo y castigo a la fruta madura.



Fuente: OCEX Buenos Aires en base a datos Softrade

5. Usos

- El aumento sostenido de restaurantes japoneses, peruanos y mexicanos ha llevado el consumo de este producto no sólo al uso de ensaladas, salsas, puré sino también a la variedad gourmet que este tipo de comidas presenta.
- Dips y Guacamole

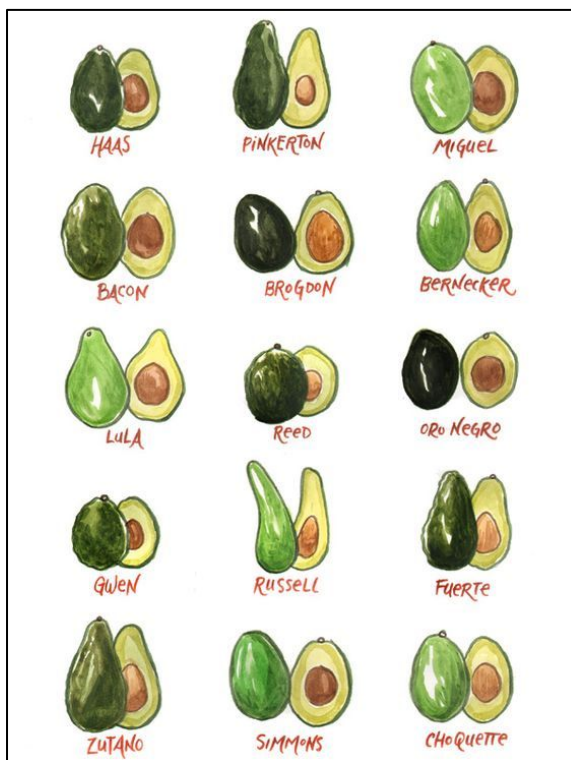


▪ Ensaladas y Sándwich



6. Estacionalidad de la producción local

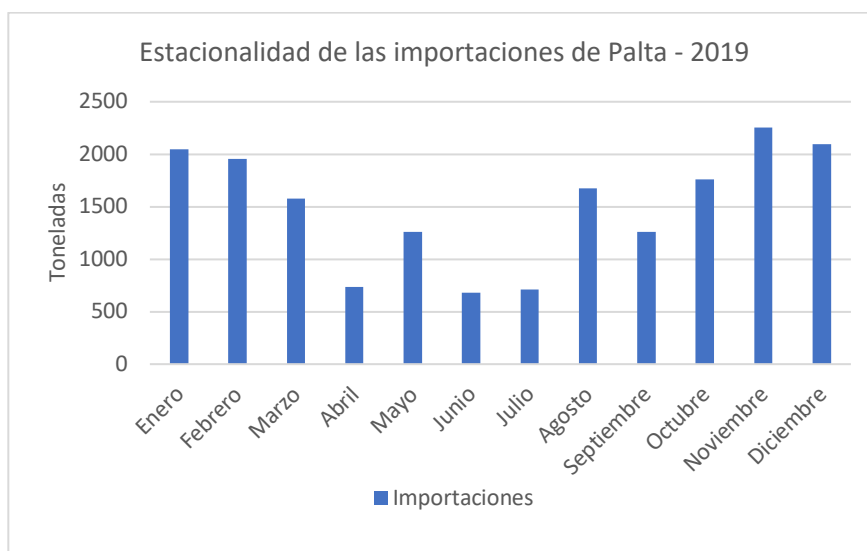
- La oferta de palta es de origen nacional e internacional. A nivel local, las principales provincias productoras son: Tucumán (90%), Jujuy y Salta, quienes cosechan durante los meses de abril a diciembre.
- En la Argentina se cultivan distintas variedades de palta en casi todo el año. La variedad Lula se produce desde abril a junio, la Hass desde mayo a septiembre (esta variedad es la más apreciada tanto en el ámbito nacional como en los mercados internacionales y la más demandada por los consumidores debido a su sabor). Coincidiendo con la cosecha de Hass aparece la oferta de otras variedades de escaso valor comercial como la Tonnage, Pinkerton y otras. En primavera y fin de año se cosecha la variedad Torres, de origen nacional, no apta para la exportación por su gran tamaño.
- Las empresas productoras locales de paltas son 90, las cuales se caracterizan por tener un alto nivel de procesamiento y clasificación del producto, empaque y comercialización, alcanzando un rol preponderante en el mercado local e internacional. Del total de estas empresas, las principales por provincia son:
 - Guayal S.A.
 - Ledesma S.A.
 - Jabulissa S.R.L.
 - Frutar S.A



▪ **Estacionalidad de la Producción argentina de Palta y de las importaciones**

Variedad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Pinkerton												
Ettinger												
Bacon												
Tonnage												
Hass												
Torres												
Lula												

Fuente: OCEX Buenos Aires en base a datos INDEC



Fuente: OCEX Buenos Aires en base a datos INDEC

7. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

- El principal mercado de palta importada por Argentina es la Ciudad de Buenos Aires y alrededores. Se consumen paltas chilenas, peruanas, brasileiras, mexicanas y colombianas, además de las paltas de origen local.
- La gran cantidad de oferta gastronómica de la ciudad y la tendencia a mayor consumo de palta a nivel internacional ha impulsado el consumo, con una fuerte tendencia al alza.
- En las provincias de Salta, Jujuy y Tucumán, se consume más que nada la producción local. Al igual que en Córdoba, Rosario y Santa Fé, donde las importaciones son menos frecuentes. En Mendoza se consume palta chilena.
- Puertos:
 - Mendoza
 - Buenos Aires
- Aeropuertos:
 - Ezeiza (Buenos Aires)

8. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado.

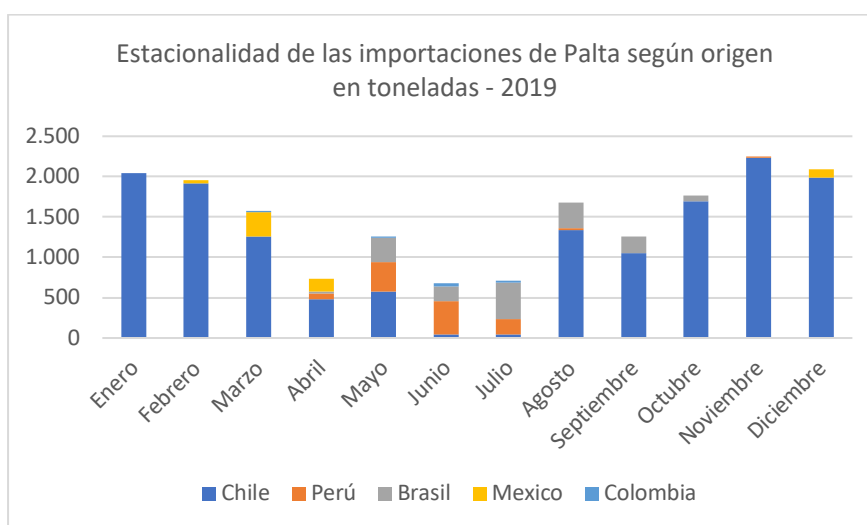
- El destino de la producción de palta en Argentina es únicamente el consumo en fresco. La palta en el mercado argentino se presenta para el consumidor final, que accede a supermercados y verdulerías, principalmente en góndolas o cajas de madera donde se hallan las frutas y verduras. Éstas son comercializadas por kilo o unidad.
- Importadores/ Distribuidores: Dole, Trevisur, Putruele Hnos., Argenfruit, Cencosud, Tanus Jalil.
- Supermercados: Jumbo, Disco, Coto, Carrefour, Dia, Makro, Josimar, Toledo, La Anónima, Cooperativa Obrera.
- Centros de Distribución y Acopio: Mercado Central de Buenos Aires, Mercado Concentrador de Córdoba, Mercado de Abasto de Mar del Plata, Mercado Concentrador de Guaymallén.
- Minoristas: Verdulerías.

9. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores.

- Precio competitivo
- Calidad del producto
- Color del producto

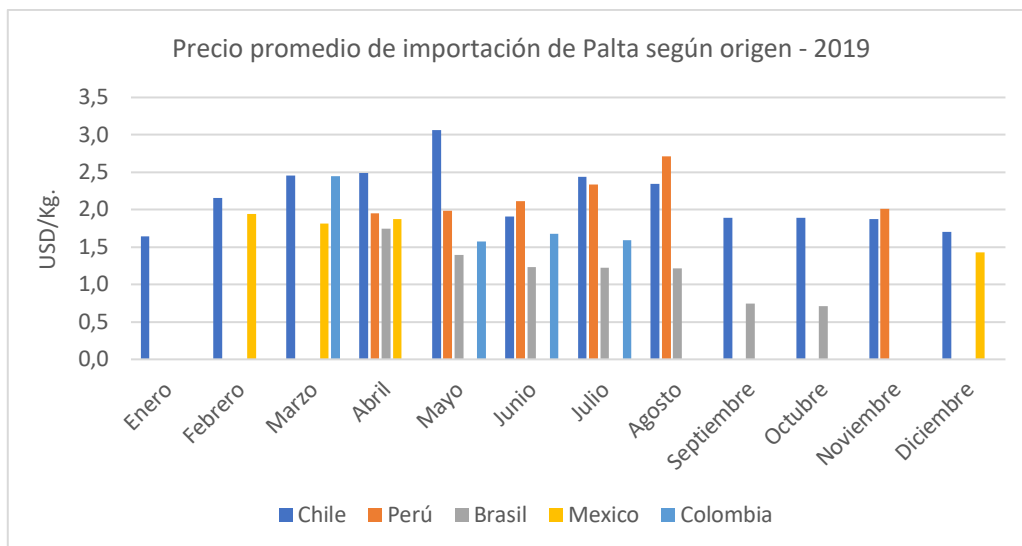
10. Presencia de la oferta peruana en el mercado.

- La oferta peruana es incipiente. Las importaciones de palta son principalmente chilenas. En recientes años han ingresado paltas peruanas, brasileiras, mexicanas y colombianas.



Fuente: OCEX Buenos Aires en base a datos INDEC

- La palta peruana ha ingresado en el 2019 en el periodo abril-agosto, con un volumen de 1,1 mil toneladas y casi USD 2,3 millones. Temporada baja de consumo en Argentina.
- Entra con un precio similar a la palta chilena (USD 2-2,2), compitiendo directamente con el producto. Las paltas provenientes de Mexico y Colombia tienen un precio similar de USD 1,7-1,9, mientras que las de Brasil tienen un precio menor (USD 1,8-1,2).



Fuente: OCEX Buenos Aires en base a datos INDEC

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg)	Precio (USD por unidad)	Precio (USD/Kg.)	Origen	Fecha	Forma de presentación
MardelPlata Abasto	10kg. Mayorista	72	7,2	Chile	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	10kg. Mayorista	16	1,6	Corrientes	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	7kg. Mayorista	17,6	2,5	Túcuman	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	10kg. Mayorista	60	6,0	Chile	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	10kg. Mayorista	54,4	5,4	Chile	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	6kg. Mayorista	23,6	3,9	Jujuy	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	10kg. Mayorista	39,2	3,9	México	16-may	Cajón
Mercado Central Buenos Aires	Kg. Minorista	4,08	4,1	Chile	16-may	Kilo
Supermercado Jumbo Buenos Aires	Kg. Minorista	11,8	11,8	Chile	16-may	Kilo
Supermercado Disco Buenos Aires	Unidad	0,8	3,2	Túcuman	17-may	Unidad
Verduleria Palermo	Unidad	2	6,0	Chile	16-may	Unidad
Verduleria Caballito	Unidad	1,5	4,5	Chile	16-may	Unidad

Fuente: OCEX – Relevamiento Online

11. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Presentación de la oferta exportable peruana a los importadores.
- Eventos promocionales en restaurantes especializados.
- Degustación al público, cuando tenga mayor presencia en los supermercados y fruterías, eventos promocionales, etc,
- Publicidad en medios especializados.

- Promoción comercial asociada a los SuperFoods. Es necesario realizar campañas de promoción del consumo de palta en Argentina bajo los SuperFoods, instalando el conocimiento de la Palta peruana.
- Serán necesarias campañas de promoción, sobre todo en el mercado saludable. Se propone acuerdos con Fundaciones como la Favaloro, o el Dr. Cormillot, que pueden ser una manera de impulsar la promoción.

Una buena oportunidad de apoyar a los empresarios peruanos desde la Oficina Comercial del Perú en Buenos Aires es a través de agendas de negocios personalizadas, para lo cual se requiere contacten a la oficina comercial con un mes de anticipación. O a través de misiones empresariales organizadas por PROMPERU o las asociaciones empresariales peruanas.

12. Ferias de interés

- **Exposición Rural** 18 – 29 de julio <http://www.exposicionrural.com.ar/>
- **Feria AlimentAR** 14-16 de noviembre <http://expoalimentar.com.ar/>
- **Caminos y Sabores** 6-9 de julio <http://caminosysabores.com.ar/>