



## El Mercado Uva de Mesa en Indonesia 2015 / Oficina Comercial en Yakarta



### PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES.

- Los principales proveedores son Argentina, Australia, Chile, China, México, Namibia, Peru, Estados Unidos, Sud África, Egipto, España, Italia, Corea del Sur.

### EXPORTACIONES CHILENAS :

- Chile exportó uvas a Indonesia en 2013 un total de US\$ 6,715,554, en 2014 un total de US\$ 12,352,912, en 2015 US\$ 2,629,537 ( Enero – Mayo 2015 ).

### SITUACIÓN ARANCELARIA APLICABLE A CHILE

- Impuesto de importación 5 %
- Impuesto de VAT 10 %
- [www.tarif.depkeu.go.id](http://www.tarif.depkeu.go.id)
- [www.beacukai.go.id](http://www.beacukai.go.id)

### ANÁLISIS Y COMENTARIOS

- Chile ha aumentado sus exportaciones de uva fresca a Indonesia de USD 6,715,554 en el 2013 a USD 12,352,912 el 2014. Chile es muy competitivo con respecto a otros países proveedores potenciales de este producto. Las uvas se están consumiendo bastante en los segmentos socio económicos medios y altos. Existe una alta demanda por parte del consumidor. La calidad de la uva chilena se expresa en un buen precio y se ha visto en 2014 un aumento muy significativo, del 54%, comparado con el 2013.

### PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

PAIS	TOTAL US\$ 2013	TOTAL US\$ 2014	CRECIMIENTO 2013/ 2014
ARGENTINA	-	316,848	0%
AUSTRALIA	32,400,589	30,650,172	106%
CHILE	6,715,554	12,325,912	54%
EGYPT	641,850	463,210	139%
CHINA	15,852,276	27,709,343	57%
INDIA	-	33,367	0%
PERU	5,776,184	23,102,349	25%
UNITED STATES	36,738,325	50,024,331	73%
SOUTH AFRICA	1,249,873	3,698,660	34%
SPAIN	104,434	-	-
ITALY	54,083	-	-
MEXICO	1,336,037	2,254,845	59%
NAMIBIA	-	69,358	0%
KOREA	19,426	-	-

Fuente: Badan Pusat Statistik 2015

## La distribución y el consumo de uvas de mesa en Indonesia

Cada importador tiene su propio canal de distribución, que generalmente distribuye a las grandes cadenas de hoteles y supermercados. Gran parte de los importadores de alimentos se encuentran en Yakarta y sus alrededores, donde mantienen grandes inventarios de productos importados y lugares para procesar algunos productos locales. Como GOLDENSTAR FRESH, JAYA SEGAR BERKAT MANDIRI, etc. Grandes cadenas de supermercados como CARREFOUR, GIANT Y LOTTE tienen el objetivo de penetrar la clase media y es un potencial para la venta de sus productos.

Las tiendas TOTAL BUAH y de productos especializados generalmente se encuentran en los centros comerciales y el 70% de sus productos son importados.

#### Retail

Las frutas frescas son distribuidas en supermercados y tiendas de frutas en Indonesia. Las frutas frescas están generalmente en todos los supermercados porque es un producto básico que es consumido por las familias en las casas.

#### Foodservice

En Indonesia, la industria de servicios de alimentos es muy importante ya que en las ciudades grandes y turísticas se distribuyen a toda la cadena de restaurantes, hoteles y catering.

#### Procesamiento local

La manufactura doméstica se basa en la importación de materias primas e insumos que, al llegar a Indonesia, se procesan y/o se envasan localmente y para luego ser distribuidos en los supermercados.

### PARTICIPACIÓN DE MERCADO POR SEGMENTO

CANAL	%
SUPERMERCADOS	30
MERCADOS TRADICIONALES	50
HORECA	20
TOTAL	100

Fuente: Importadores locales



## Principales actores en la distribución

**Agente:** establece la conexión entre el productor y sus posibles clientes, ayudando a concretar acuerdos comerciales. No siempre está presente dentro de la cadena de suministro. Entre ellos son GOLDENSTAR FRESH, JAYA SEGAR BERKAT MANDIRI, etc.

**Mayorista:** es un intermediario entre la compañía y los detallistas. Compra a la Compañía grandes cantidades de un producto para venderlo a comercios e instituciones. Entre ellos son TOTAL BUAH, GIANT HERO, etc.

**Detallista:** son los comercios de venta al por menor o al detalle que tienen como público objetivo al consumidor final. Se trata principalmente de los vendedores en el mercado tradicional.

### PARTICIPACIÓN DE MERCADO SUPERMERCADOS

TOTAL BUAH
GIANT-HERO
FARMER MARKET
RANCH MARKET
KEM CHICKS
CARREFOUR
TRANS MART
SOGO FOOD HALL

Fuente: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_supermarket\\_chains\\_in\\_Indonesia](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_supermarket_chains_in_Indonesia)

## Principales actividades y ferias especializadas

### FERIAS INTERNACIONALES RELEVANTES

- Food, Hotel and Tourism 2016, 3 al 5 de marzo de 2016 Bali [www.pamerindo.com](http://www.pamerindo.com)

- PT. PAMERINDO BUANA ABADI Deutsche Bank Building, 13th Floor Jl. Imam Bonjol No.80 Jakarta 10310, Indonesia Tel : +62 (0) 21 - 316 2001 Fax : +62 (0) 21 - 316 1981 / 4 E-mail : [info@pamerindo.com](mailto:info@pamerindo.com)

- SIAL Interfood Indonesia 2016, 09 al 12 de noviembre de 2016 Jakarta [www.kristamedia.com](http://www.kristamedia.com), <http://sialinterfood.com/>

### ACTIVIDADES PROCHILE 2015

Sabores de Chile 2015 (1 Septiembre 2015) – Rueda de Negocios

## Normativas aplicables y requisitos importación.

- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 42/Permentan/OT.140/2012 tentang Tindakan karantina tumbuhan untuk pemasukan buah segar dan sayuran buah segar ke dalam wilayah NKRI [http://perundangan.pertanian.go.id/p\\_menteri.php?awal=180&page=10](http://perundangan.pertanian.go.id/p_menteri.php?awal=180&page=10).
  - Peraturan Menteri Pertanian Nomor 86/Permentan/OT.140/8/2013 tentang rekomendasi impor produk hortikultura [http://perundangan.pertanian.go.id/admin/p\\_mentan/Permentan%2086%20Tahun%202013.pdf](http://perundangan.pertanian.go.id/admin/p_mentan/Permentan%2086%20Tahun%202013.pdf)
  - Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 60 thn 2012 tentang ketentuan impor produk hortikultura <http://www.kemendag.go.id/id/news/2012/09/25/perubahan-kedua-atas-peraturan-menteri-perdagangan-nomor-30m-dagper52012-tentang-ketentuan-impor-pro>
- Nota: El puerto de Jakarta todavía sigue cerrado para las fruta fresca. Estamos todavía en proceso de negociación sobre Mosca de Fruta para su apertura.

## Conclusiones y recomendaciones

En Indonesia, la calidad e imagen país son muy importante. Como ejemplo de ello, es la fuerte promoción de imagen de Estados Unidos en algunas especies de frutas frescas.

Se recomienda educar al consumidor indonesio acerca de Chile como un potencial proveedor de fruta fresca, ya que generalmente los consumidores finales carecen de estos conocimientos y sólo saben que la fruta fresca proviene de países como EE.UU, Australia y Nueva Zelanda. Algunas sugerencias para el mercado de este producto:

- Familiarizarse con las regulaciones, condiciones de mercado y las oportunidades del producto que se desea potenciar.
- Estudiar los métodos de hacer negocios con importadores indonesios para evitar costos elevados, ineficiencias y otros obstáculos.
- Se sugiere invertir en promociones para penetrar en mercado local, lo que traerá reconocimiento de marca y finalmente la venta del producto.
- Ser flexible en las negociaciones con el fin de poder penetrar al mercado.

Para más información sobre la categoría de PRODUCTO en PAIS o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con XXXX al e mail [XXXXXX@prochile.gob.cl](mailto:XXXXXX@prochile.gob.cl)