



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

## OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN JAKARTA

### FICHA MERCADO PRODUCTO (PALTAS)

1. Nomenclatura arancelaria
  - 0804.40.00.00
2. Denominación o nombre comercial en el país de destino
  - Alpukat (en Indonesio) o Avocado (termino en inglés).
3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)
  - Arancel: 5% (del valor CIF)
  - Impuestos:
    - IVA: 10% (del valor CIF)
    - PPh Artículo 22 de importación: 2.5% del valor CIF (teniendo en cuenta que el importador tenga el permiso de importación, sino la tuviera, se aplicaría el 7.5%)
  - Requisitos sanitarios y fitosanitarios:
    - Reglamento No. 4 del año 2015.
    - Registro específico de cada producto.
    - Aprobación y registro de un laboratorio (el primero que el Perú registró tiene fecha del 29 de enero del 2016).
  - Certificaciones: De acuerdo a lo que se solicite sobre la base del reglamento no.4, al momento de inscripción del producto.
4. Tendencias del mercado
  - En el año 2015, Indonesia importó USD 165,000 ó 36,000 Kg de Australia (BPS).
  - En lo que va del año 2016, aún registrado hasta enero por un total de USD 4,135 ó 1,247 Kg, también de Australia (BPS).
  - De acuerdo a la información recibida de un importador, este importa vía aérea un aproximado de 1 TM por semana desde Australia o los USA, dependiendo de la época del año.
  - El consumo per cápita de palta al año en Indonesia es de 1 Kg (Información proporcionada por Kafi Kurnia consultor en horticultura en Indonesia). El consumo per cápita de frutas en general al año es de 45 Kg.
  - La producción nacional es alrededor de 307.318 toneladas anuales.
  - Actualmente existen 5,450 fundos registrados donde se producen frutas en el país y que son manejados sobre la base de buenas prácticas agrícolas / GAP (Good Agricultural Practices). Este número está incrementándose cada año debido al fuerte apoyo del gobierno.
  - En la región de Semarang, centro de Java, se está cultivando una palta grande denominada "wina" el peso de cada fruto esta entre 1.3 Kg a 1.8 Kg. Clasificada como palta mantequilla, sus características son: Pepa pequeña, sabor suave y con un toque de dulzura. Esta palta se cultiva durante todo el año. El proceso vegetativo de la palta es de 4 a 5 años y se puede obtener una producción de 100 Kg promedio de cada planta.

## 5. Usos

- En postres, denominado “es teler”. Que está compuesto por hielo granizado y trozos de palta, coco, y jack fruit ó yaca.



- Jugo de palta. Que está compuesto por palta, hielo y leche condensada con sabor a chocolate.





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

6. Estacionalidad de la producción local

- Indonesia está en estacionalidad baja de producción entre los meses de abril a agosto.
- Las frutas que se producen durante todo el año son plátano, papaya, piña, melón, sandía, carambola y guayaba.

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

- Puertos:
  - Jakarta:
    - Tanjung Priok
  - Surabaya:
    - Tanjung Perak
- Aeropuertos:
  - Jakarta:
    - Soekarno Hatta

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

- Importadores
- Distribuidores
- Supermercados
- Fruterías, tiendas especializadas.
- Mercado tradicionales.

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

- Calidad del producto
- Precio competitivo
- Color del producto
- Buen conocimiento de la regulación y proceso de importación de Indonesia

10. Presencia de la oferta peruana en el mercado.

- Aún no se ha presentado oferta del Perú en el mercado local ya que se está promocionando a los importadores de la uva fresca peruana para que aumenten el volumen que ya están importando hasta el momento y al mismo tiempo se decidan a probar e importar palta peruana.

11. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

- Presentación y envío de información mensual a los importadores.
- Degustación al público en los supermercados y fruterías, eventos promocionales, etc, cuando se disponga de producto en el mercado.
- Publicidad en medios especializados.






PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

Anexo de 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
All Fresh	En cajas y en Kg	USD 4.02/Kg	Australia	14-Abril-2016	En cajas abiertas ó en Kg	
Mercado tradicional	En cajas y en Kg	USD 1.2/ Kg	Indonesia	18- Mayo-2016	En cajas abiertas o en Kg	
Giant Supermarket	En cajas y en Kg	USD 1.28/Kg	Indonesia	11-Mayo-2016	En cajas abiertas o en Kg	






PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

Hero Supermarket	En cajas y en Kg	USD 2.72/Kg	Indonesia	13-Mayo-2016	En cajas abiertas o en Kg	
The FoodHall	En cajas y en Kg	USD 4.25/Kg	Indonesia	16-Mayo-2016	En cajas abiertas o en Kg	
Ranch Market	En cajas y en Kg	USD 11.97/Kg	USA	16-Mayo-2016	En cajas abiertas o en Kg	
Kem Chicks	En cajas y en Kg	USD 16.50/Kg	USA	16-Mayo-2016	En cajas abiertas o en Kg	