

Mercado de productos lácteos Indonesia



Octubre 2020

Agregaduría Agrícola de Chile en Indonesia y países del Sudeste Asiático
Sr. Fernando Balart – Agregado Agrícola

El Mercado

Impulsado por una industria dinámica de procesamiento de alimentos y el crecimiento de la demanda general, se prevé que el consumo total de productos lácteos aumente 5% en 2019, alcanzando los 3.99 mil millones de litros, es decir, 4,08 millones de toneladas. Aproximadamente el 56% del consumo es en forma de leche fresca líquida, leche UHT, leche aromatizada/fermentada, leche evaporada/condensada y crema. La industria produjo 1,9 y 2,14 mil millones de litros de estos productos en 2017 y 2018, respectivamente.

Se prevé que el consumo de estos productos lácteos líquidos aumente a 2.300 millones de litros, es decir, 2,4 millones de toneladas en 2019. El 44 por ciento restante del consumo incluye leche en polvo, queso y usos de panadería. La mayoría de la leche desnatada en polvo importados son utilizados por los procesadores lácteos para recombinar con la leche local y otros ingredientes importados para formar leche reconstituida. Sólo unos grandes productores comercializan leche pasteurizada fresca, mientras que la mayoría de los demás producen leche reconstituida, que generalmente es más barata. la leche desnatada en polvo también se utiliza en productos de bebidas de leche en polvo y como ingredientes en la elaboración de alimentos.

Cifras de Importación

Código HS	Descripción	País de Origen	Valor CIF (USD)
4031021	Yogur, en forma líquida, con o sin frutas condensadas, aromatizadas o añadidas (incl pulpa y mermeladas), nueces o cacao	China	98
		Francia	1,363,529
		Singapur	36
		Taiwán	42
		EE. UU	363,586
TOTAL			1,727,193

Código HS	Descripción	País de Origen	Valor CIF (USD)
4041090	(Whey) Suero de leche y suero modificado, concentrado o no que contenga azúcar añadido u	Francia	204,767
		Lituania	97
		Malasia	30

	otro edulcorante, no en forma de polvo	Nueva Zelanda	4,221
		Reino Unido	140
		EE. UU	66,601
TOTAL			70,962

Código HS	Descripción	País de Origen	Valor CIF (USD)
4051000	Mantequilla	Australia	5,076,044
		Bélgica	10,343,609
		Dinamarca	819,507
		Francia	7,734,767
		Alemania	423,706
		Ghana	30
		Irlanda	1,100,380
		Países Bajos	15,853,366
		Nueva Zelanda	51,728,278
		Polania	179,297
		Singapur	99
		EE. UU	1,388
		TOTAL	

Código HS	Descripción	País de Origen	Valor CIF (USD)
4061010	Queso fresco (sin madurar o sin curar), incluido el queso de suero de leche	Argentina	3,332,431
		Australia	5,232,810
		Dinamarca	590,036
		Francia	3,224,858
		Alemania	611,455
		Italia	71,921
		Lituania	229,306
		Namibia	10,368
		Nueva Zelanda	21,914,822
		Singapur	111
		EE. UU	3,294,018
		TOTAL	

Código HS	Descripción	País de Origen	Valor CIF (USD)
4063000	Queso procesado, no rallado o en polvo	Australia	3,995,802
		Bélgica	81
		China	35
		Dinamarca	238,711
		Francia	1,425,825
		Italia	919,390
		Japón	123
		Países Bajos	388
		Nueva Zelanda	3,540,245
		Polonia	27,895
		Singapur	227,920
		EE.UU	9,111,803
TOTAL			19,488,218

Tendencias de Consumo

Los tamaños de envases más pequeños, en particular los de una sola porción, han ganado popularidad entre los consumidores de productos lácteos para beber a medida que los tamaños de los hogares en Indonesia son cada vez más pequeños y los consumidores generalmente exigen más productos que puedan consumir sobre la marcha. Otra razón por la cual el tamaño de los paquetes más pequeños o de una sola porción está ganando popularidad en el país es porque pueden ayudar a disminuir la posibilidad de deterioro causado por un almacenamiento inadecuado sin el uso del refrigerador. Entre los nuevos productos ofrecidos en envases más pequeños en 2018-2019 se encontraba la leche Greenfields estable, que la compañía lanzó en un paquete de 125 ml en las mismas versiones Choco Malt, Strawberry y Full Cream que ya estaban disponibles en paquetes de 250 ml y 200 ml, y un Diamond Cold Storage bebida de leche con sabor a fresa y chocolate hecha con leche fresca en una caja de 200 gr.

Principales Importadores

Según Euromonitor, el mercado de productos lácteos en Indonesia está dominado por cuatro actores clave, a saber, PT Frisian Flag (Países Bajos), Nestlé (Suiza), PT Ultrajaya (Indonesia) y PT Indolakto (Indonesia). Sin embargo, el mercado ha visto una mayor competencia con varios nuevos actores que entraron en el mercado en los últimos años. Entre ellos se encuentran Fonterra Indonesia, Kalbe Morinaga, Nutrifood Indonesia, Danone Dairy Indonesia (Francia), Sari Husada, Greenfield Indonesia (Nueva Zelanda) y ABC Dairy Indonesia. En el mercado de la leche para beber (UHT) PT Ultrajaya con su marca Ultra Milk domina este segmento con una cuota del 40,60%, mientras la mayor proporción de leche condensada está controlada por Frisian Flag. En el segmento de yogur, PT Yakult Indonesia (Japón) lidera el ritmo con una cuota de mercado de más del 70% con su marca Yakult. Con una cuota del 79% PT Kraft Ultrajaya Indonesia controla el mercado del queso.



Principales Ciudades

Yakarta

Yakarta es la ciudad más grande de Indonesia y la ciudad más grande del sudeste asiático con una población de alrededor de 9,5 millones de personas. Si se considera la población del Gran Yakarta, esta alcanza aproximadamente 30 millones de personas, siendo una de las ciudades más pobladas del mundo.

Surabaya

Surabaya es la segunda ciudad más grande de Indonesia y la capital de la provincia de Java Oriental, con una población de 2.611.506 personas. Se considera a Surabaya como un polo empresarial emergente y una de las ciudades secundarias más relevantes del país, debido a la existencia del Puerto de Surabaya que abastece al este de la isla de Java.

Medan

Medan es la ciudad más grande en la isla de Sumatra con una población de 2.029.797 personas. La población china de Medan es preponderante, ya que controla las principales actividades comerciales de la ciudad. Medan también es la puerta internacional a la isla de Sumatra, que goza de crecientes plantaciones de tabaco, café, caucho, aceite de palma y azúcar.

Bali

También conocida como Isla de los Dioses, es famosa por sus variados paisajes de montañas, playas de arena y terrazas de arroz con cultura única. Este es uno de los destinos turísticos más populares del mundo. Tiene un gran número de atracciones culturales, de surf, y de buceo, con enorme variedad de alojamientos. Bali recibe más de 7 millones de turistas al año. Su población es de 4,2 millones de habitantes.

Características Generales del Consumidor Indonesio

A medida que los consumidores indonesios, especialmente los consumidores con mayor poder adquisitivo se han vuelto más conscientes de la salud, perciben cada vez más las alternativas al consumo de leche como una opción más saludable, creyendo que son más nutritivas y que contienen niveles más bajos de grasa.

En respuesta a la mayor demanda de alternativas lácteas, el número de productos y tipos de productos disponibles ha aumentado en los últimos años, aunque la elección y la distribución del producto han sido bastante limitadas. Por lo tanto, la aparición de alternativas lácteas como las bebidas de soya, almendras y leche de arroz no solo en tiendas minoristas premium como Ranch 99 y The Food Hall, sino también en Carrefour, ha ayudado a impulsar sus ventas. Sin embargo, aunque las alternativas de leche están cada vez más disponibles, se espera que la categoría siga siendo un nicho porque la baja conciencia del producto y el alto precio de venta minorista de los productos mantendrán la demanda baja para los consumidores de hogares de ingresos medios y altos.

Además, la distribución relativamente limitada de estos productos, que se observan con mayor frecuencia en las principales ciudades y no tienen exposición nacional, también dificulta su crecimiento. Si bien algunos productos están disponibles y están experimentando una mayor distribución a través de la venta minorista por Internet, se espera que la falta de colocación de productos en los puntos de venta físicos mantenga baja la conciencia del producto, especialmente en las ciudades de segundo nivel.

Comportamiento Ante los Precios

Los factores de consumo en los mercados tradicionales son típicamente los ingresos, la motivación, el rendimiento y precio de los productos. El consumidor indonesio prioriza el precio por sobre la calidad del producto. Los factores que influyen en el proceso de compra de productos lácteos en el canal moderno son el precio, la información disponible, ubicación, motivación de compra e intereses de los consumidores.

Ejemplos de precios

Categoría	Marca	Empresa	Tipo	Envase	Tamaño	Precio Envase (IDR)	Unit Price (IDR)	Unit Price (USD)	Per
Leche Fresca	Cimory	Cisarua Mountain Dairy PT	Supermercado	Cartones líquido	950 ml	26,000.00	27,368.42	2.04	litre
Leche Fresca	Diamond	Diamond Cold Storage PT	Supermercado	Cartones líquido	946 ml	25,800.00	27,272.73	2.03	litre
Leche Fresca	Greenfields	Greenfields Indonesia PT	Supermercado	Cartones líquido	1000 ml	28,000.00	28,000.00	2.08	litre
Leche Fresca	Indomilk	Indolakto PT	Supermercado	Cartones líquido	950 ml	22,600.00	23,789.47	1.77	litre
Leche Fresca	Nasional	Susu Murni Nasional PT	Supermercado	Plástico rígido	150 ml	2,500.00	16,666.67	1.24	litre
Leche Larga Conservación	Bear Brand	Nestlé Indonesia PT	Supermercado	Metal	189 ml	8,500.00	44,973.54	3.35	litre
Leche Larga Conservación	Frisian Flag	Frisian Flag Indonesia PT	Supermercado	Cartones líquido	900 ml	15,190.00	16,877.78	1.26	litre
Leche Larga Conservación	Greenfields	Greenfields Indonesia PT	Supermercado	Cartones líquido	1000 ml	21,000.00	21,000.00	1.56	litre
Leche Larga Conservación	Indomilk	Indolakto PT	Supermercado	Cartones líquido	1000 ml	16,190.00	16,190.00	1.21	litre
Leche Larga Conservación	Ultra Milk	Ultrajaya Milk Industry & T	Supermercado	Cartones líquido	250 ml	5,000.00	20,000.00	1.49	litre

Competencia y Volumen

Código HS	Descripción	País de Origen	Peso Neto de importación (KG)
4031021	Yogur, en forma líquida, con o sin frutas condensadas, aromatizadas o añadidas (incl pulpa y mermeladas), nueces o cacao	China	11
		Francia	490,364
		Singapur	12
		Taiwán	1
		EE. UU	170,885
TOTAL			661,262

Código HS	Descripción	País de Origen	Peso Neto (KG)
4041010	(Whey) Suero de leche y suero modificado, concentrado o no que contenga azúcar añadido u otro edulcorante, en forma de polvo	Argentina	8,050,000
		Australia	7,997,157
		Belarús	201,500
		Bélgica	798,525
		Dinamarca	116,805
		Francia	30,229,709
		Alemania	24,802,753
		Irlanda	3,991,700
		Lituania	6,225,000
		Malasia	212,505
		Países Bajos	6,473,251
TOTAL			89,098,905

Código HS	Descripción	País de Origen	Peso Neto (KG)
4041090	(Whey) Suero de leche y suero modificado, concentrado o no que contenga azúcar añadido u otro edulcorante, no en forma de polvo	Francia	41,900
		Lituania	5
		Malasia	4
		Nueva Zelanda	300
		Reino Unido	27
		EE. UU	60,028
TOTAL			60,355

Código HS	Descripción	País de Origen	Peso Neto (KG)
4051000	Mantequilla	Australia	1,005,964
		Bélgica	1,986,850
		Dinamarca	137,326
		Francia	906,770
		Alemania	96,894
		Ghana	2
		Irlanda	222,000
		Países Bajos	2,241,379
		Nueva Zelanda	9,497,943
		Polania	39,000
		Singapur	1
		EE. UU	88
TOTAL			16,134,217

Código HS	Descripción	País de Origen	Peso Neto (KG)
4061010	Queso fresco (sin madurar o sin curar), incluido el queso de suero de leche	Argentina	904,530
		Australia	1,352,401
		Dinamarca	147,027
		Francia	888,351
		Alemania	164,311
		Italia	6,577
		Lituania	61,512
		Namibia	3,600
		Nueva Zelanda	5,250,816
		Singapur	15
		EE. UU	729,239
TOTAL			37,643,009

Código HS	Descripción	País de Origen	Peso Neto (KG)
4063000	Queso procesado, no rallado o en polvo	Australia	861,223
		Bélgica	50
		China	2
		Dinamarca	33,654
		Francia	164,361
		Italia	105,346
		Japón	4
		Países Bajos	30

		Nueva Zelanda	836,992
		Polonia	6,626
		Singapur	32,045
		EE.UU	1,889,065
TOTAL			3,929,398

Situación Regulatoria

Normas

El Ministerio de Comercio publicó un nuevo reglamento relativo a las disposiciones de exportación e importación de animales y productos de origen animal en abril de 2019, que desregula los requisitos de etiquetado y elimina la inclusión obligatoria del número de permiso de importación en el certificado de salud, que anteriormente había causado el retraso de la expedición de dicho certificado. El número de permiso de importación debe incluirse en la notificación de importación.

Marco Regulatorio para Entrar en el Mercado Lácteo Indonesio

Para entrar al mercado indonesio, el exportador interesado debe nombrar un socio local confiable que se encargue del registro, importación y distribución de los productos. Los productos lácteos importados en envases minoristas deberán registrarse ante la Agencia Indonesia de Control de Alimentos y Drogas (BPOM). Los productos en envases a granel, para posterior procesamiento, no podrán ser objeto de registro. Para obtener un número de registro, el importador llevará a cabo el registro en línea y presentará documentos administrativos (por ejemplo, LoA como distribuidor, certificado de venta gratuita, certificado GMP, etc.) y documentos técnicos (por ejemplo, lista de ingredientes, certificado de análisis, información de etiquetas, etc.). La documentación completa pasará por el proceso de evaluación, que toma aproximadamente 1,5-6 meses. El costo la Certificación la Agencia Indonesia de Control de Alimentos y Drogas (BPOM). 750.000 IDR (aproximadamente 50 USD).

Sin embargo, se ha puesto a disposición un servicio de registro en línea prioritario. Los importadores con un historial positivo (por ejemplo, ningún registro de desaprobación

durante las 5 últimas solicitudes de registro) se beneficiarán de un tiempo de registro más corto de máx. 10 días laborables. El número de registro es válido durante 5 años y puede prorrogarse a más tardar 12 meses y a más tardar 10 días antes del período de vencimiento. Además, las importaciones de productos lácteos requieren una carta de recomendación del Ministerio de Agricultura y deben pasar por un proceso de verificación técnica por parte de un topógrafo designado.

Antes de exportar a Indonesia, el exportador/propietario de la marca debe solicitar la "aprobación del establecimiento" del Ministerio de Asuntos Económicos y de Servicios.

Permiso de Entrada, Impuestos y Reglas Personalizadas

Para liberar los productos de la aduana, el importador necesita obtener un permiso de entrada (carta de declaración para importación "SKI-Surat Keterangan Impor"). Indonesia impone aranceles de importación por un promedio del 5% para los productos lácteos, con excepción para los productos lácteos fermentados, a los que se aplican aranceles que oscilan entre 5% y 10%. Además, se aplica un impuesto al valor agregado de 10% para las importaciones.

Avances en Apertura Sanitaria para Productos Lácteos

Actualmente (octubre 2020) nos encontramos finalizando la negociación de un Memorándum de Entendimiento entre los gobiernos de Chile e Indonesia, que permitirá eventualmente a Chile obtener el reconocimiento de la certificación Halal, lo cual facilitará los eventuales embarques de productos lácteos al país.

No obstante, el proceso de apertura de mercado requiere tener liberado el acceso sanitario, para lo que el Servicio Agrícola y Ganadero deberá completar un cuestionario de información técnica. Posteriormente, las autoridades del departamento de salud animal de Indonesia deberán auditar en persona los establecimientos chilenos interesados en exportar a Indonesia, para luego emitir un informe de la auditoría a las autoridades del Ministerio de Agricultura de Indonesia. A octubre de 2020, nos encontramos en el proceso de completar el cuestionario requerido por las autoridades de Indonesia.

Todos los establecimientos de carne, lácteos y aves de corral que deseen exportar sus productos a Indonesia deben estar registrados y aprobados por el Ministerio de Agricultura, específicamente por la Dirección General de Ganadería y Sanidad Animal

(PKH). El proceso de aprobación se divide en varias etapas: una etapa de revisión documental y una etapa de auditoría in situ.

Las empresas, para exportar el producto, están sujetas a liquidar el arancel de ingresos no impositivos estipulado en el Reglamento Gubernamental número 35/2016 sobre *Jenis dan Tarif atas penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP / Ingresos estatales no fiscales)*.

Requisitos de Origen

Los países de origen que pueden exportar productos lácteos a Indonesia deben también cumplir los siguientes requisitos:

- a. Haber sido aprobados por el Gobierno de Indonesia, a través de una revisión de situaciones y condiciones zoonóticas tales como: enfermedad de boca y uñas (PMK), peste bovina, sistemas de servicios veterinarios y la aplicación de garantías de seguridad alimentaria en el país de origen.
- b. Tener una unidad de negocio (establecimiento) aprobada por el Gobierno de Indonesia, que incluya la implementación del sistema de análisis de riesgo y puntos críticos de control (HACCP) y el sistema Halal.

Requerimientos Técnicos

Los productos lácteos que se exportarán a Indonesia deben cumplir los siguientes requisitos:

- a) Las materias primas lácteas deben provenir de granjas libres de brucelosis y tuberculosis, comprobadas por certificados;
- b) Se deberán haber realizado pruebas de contaminación microbiana y residuos al menos de acuerdo con el Estándar Nacional de Indonesia (SNI), probado mediante certificados;
- c) Habrán pasado por el proceso de inactivación además de utilizar el método de radiación contra microorganismos patógenos y probado por certificados;
- d) No contener conservantes y otros aditivos que pongan en peligro la salud humana y estar comprobado por un certificado;
- e) Cada proceso de fabricación de leche y productos lácteos deberá implementar el sistema HACCP y la garantía halal.

Distribución

Hipermercados, Restaurantes y Hoteles como Principales Canales de Distribución

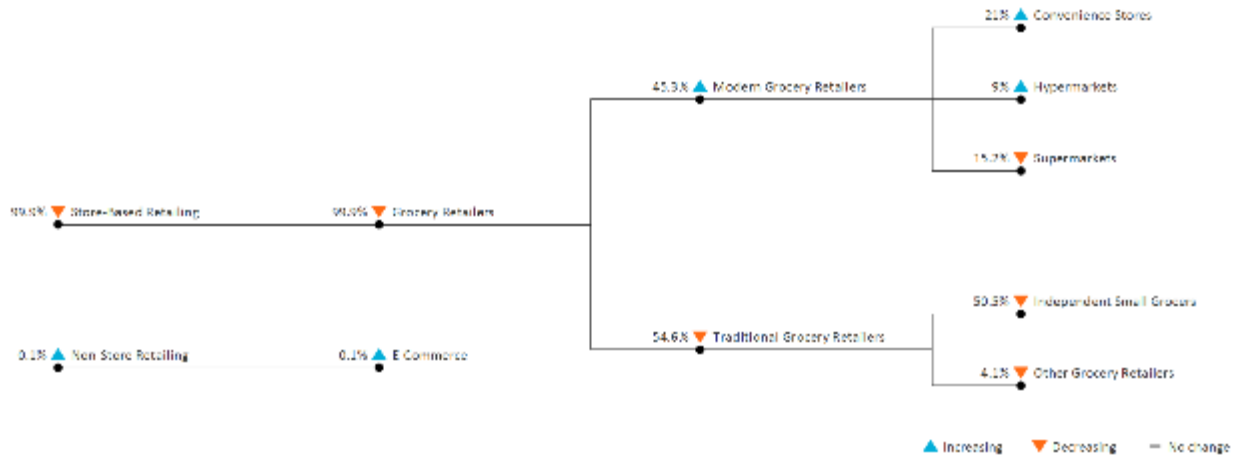
En general, los productos importados se distribuyen a través del canal moderno. En 2017, las cadenas de mejor desempeño en Hipermercados fueron Hypermart (113 puntos de venta), Carrefour-Transmart (110 puntos de venta), Giant (166 puntos de venta) y Lottemart (46 puntos de venta).

En la sección de supermercados, Superindo (157 puntos de venta), Food Mart (40 puntos de venta), Hero (32 puntos de venta), Food Hall (26 puntos de venta) y Ranch Market (14 puntos de venta) se encuentran entre los minoristas más conocidos.

Otros canales de distribución importantes incluyen cadenas hoteleras de 4 y 5 estrellas y restaurantes de alta gama (HORECA). Estos proveedores de servicios alimentarios tienen una alta demanda de alimentos de primera calidad al estilo occidental, lo que impulsa el crecimiento de los productos importados. A partir de 2016 (último año disponible), hay alrededor de 2.387 hoteles rankeado por nro de estrellas, 100.540 restaurantes de servicio completo, así como más de 6.000 cafeterías y bares en Indonesia. Tanto las cadenas hoteleras como las de restaurantes reciben sus suministros de importadores o distribuidores principalmente.



Channel Distribution for Drinking Milk Products in Indonesia
Retail Value RSP 2019 and Percentage Point Growth - 2014-2019

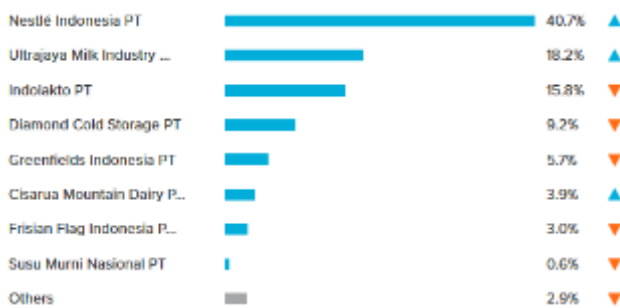


Fuente: Euromonitor 2020

Competitive Landscape

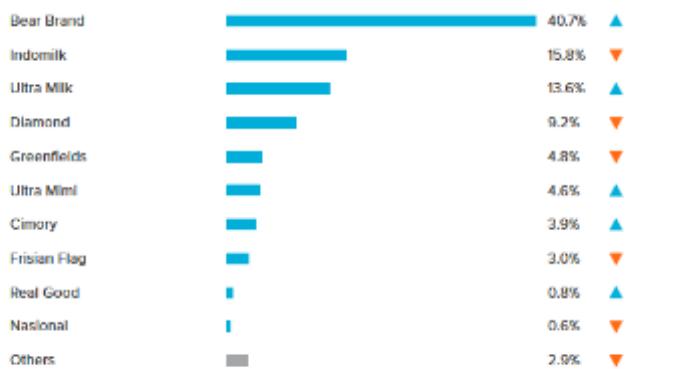
Company Shares of Milk

% Share (NBO) - Retail Value RSP - 2019



Brand Shares of Milk

% Share (LBN) - Retail Value RSP - 2019



▲ Increasing share ▼ Decreasing share — No change

Fuente: Euromonitor 2020

Caso de Éxito: Greenfields

A principios de la década de 1990 fue el período en el que el sudeste asiático, incluida Indonesia, experimentó un rápido crecimiento económico. En ese momento, muchos productos importados satisfacían las necesidades del mercado de leche fresca. La ausencia de lechería comercial a gran escala en Indonesia, y por otro lado la disponibilidad de mano de obra y abundantes recursos naturales, ofrecían una oportunidad para el establecimiento de una empresa lechera que sea capaz de abastecer el mercado interno indonesio y también la región del sudeste asiático.

El 14 de marzo de 1997, Greenfields Indonesia fue establecido conjuntamente por empresarios australianos e indonesios. La compañía comenzó inmediatamente un negocio de lechería en Babadan Village, Malang, Java Oriental, en abril de 1997, y construyó una planta de procesamiento de leche que ha estado operando desde junio de 2000. Al día de hoy, los productos lácteos pasteurizados y la leche UHT producida por Greenfields Farms, son productos de alta calidad que cumplen con los límites microbiológicos del mundo.

