

Tendencias del Mercado

HALAL en MALASIA

Junio 2014

Documento elaborado por ProChile Kuala Lumpur-Malasia

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. RESUMEN EJECUTIVO

1. Descripción de la tendencia

Malasia se encuentra dividido en 13 estados: Johor, Kedah, Kelantan, Melaka, Negeri Sembilan, Pahang, Perak, Perlis, Pulau Pinang, Sabah, Sarawak, Selangor y Terengganu; y un territorio federal compuesto por la capital de Kuala Lumpur, Labuan, y Putrajaya.



Cuenta con una población de aproximadamente 28,9 millones integrada de la siguiente manera: Malayo 50,4% (musulmán), Chinos 23,7%, Indígenas 11%, Indios 7,1% y otros 7,8%.

Malasia es un país con una diversidad tanto de religiones como de culturas, siendo la religión musulmana representada por un 60,4% de la población, ya que no sólo los malayos son musulmanes sino que nos encontramos con las demás etnias, las que por temas de creencias o matrimonios mixtos con malayos se convierten al Islam y es este porcentaje de la población los que demandan productos con certificación halal.

Sistema Jurídico

La ley suprema del país es la Constitución Federal. El poder judicial se deposita en una Suprema Corte, Cortes Superiores y Cortes de Magistrado.

Los malayos musulmanes están adicionalmente sujetos al mandato de la Corte Islámica, encargada del cumplimiento de la Ley Sharia entre los creyentes.

Sharia se refiere a la ley islámica según las escuelas de pensamiento Shafi'i, Maliki, Hanbali y Hanafi, decretada por el Rey de Malasia y ejecutada en el Territorio Federal de Kuala Lumpur (Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur) o decretada por el Jefe del Real de Estado y ejecutadas en ese respectivo estado.

Malasia cuenta con una población de alrededor de 16 millones de musulmanes, pequeña en comparación a otros países practicantes de la misma religión, pero su importancia recae en el liderazgo de reformas en términos de

productos y servicios Halal en el mundo, en particular en torno a las distintas regulaciones y normativas que subyacen a la certificación Halal.

2. Oportunidades para el sector /productos en el mercado

El comercio de alimentos halal es enorme, con un valor de alimentos certificados anual estimado de USD 347 millones a nivel mundial. Es un mercado lucrativo y con enormes oportunidades comerciales tanto a nivel local como internacional. Muchas empresas están buscando el concepto halal como una nueva herramienta para la comercialización de sus productos.

Las fuerzas dinámicas que conducen el mercado mundial de alimentos halal incluyen:

- El crecimiento de la población musulmana, mercado primario de los alimentos halal.
- El aumento de los ingresos en los mercados primarios de los alimentos halal.
- El aumento de la demanda de alimentos seguros y de alta calidad en los mercados primarios.
- El incremento de la demanda hacia mayor variedad en los mercados primarios.
- Los incidentes de alimentos comercializados como halal al no cumplir con los requisitos de la certificación han estimulado la demanda de productos halal auténticos.

En este sentido, Malasia tiene la ventaja de ser reconocido internacionalmente como un país musulmán progresista que tiene el potencial de convertirse en un importante productor de alimentos Halal. Para realizar este potencial, además del compromiso y apoyo por parte del Gobierno, las industrias basadas en los alimentos halal se muestran enfocadas en centrar sus esfuerzos en la producción y exportación de productos alimenticios halal al mundo.

3. Análisis FODA

Estrategia : <ul style="list-style-type: none"> • Obtención de la certificación halal otorgada por el Centro Islámico de Santiago, el que ha sido aprobado por el Departamento JAKIM de Malasia. Con ello, se facilita el acceso al mercado. • Promoción de productos de procedencia chilena y difusión del organismo certificador habilitado en Chile. • Promover estrategia de ingreso a mercados de la región. No solo a Malasia. • Adaptación a tendencias • Aumentar competitividad de productos chilenos. 	Factores Internos	
	Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • Obtención de licencias en el Centro Islámico de Santiago, facilitando el proceso y reduciendo el tiempo de tramitación. • Alimentos de origen natural que no necesitan certificación. • Calidad de productos chilenos. 	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Bajo conocimiento en Chile de los requisitos y procedimientos halal. • Exportación de productos naturales sin certificación halal será rechazada por un sector de la población.

<p>Factores Externos</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con la certificación Halal, aprobada por Jakim de Malasia, no sólo se consigue penetrar a este mercado sino que también este certificado es reconocido en el mundo islámico por ser uno de los más estrictos en controles por lo que los productos se abren a todo el mercado mundial halal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de los productos a nivel internacional en los demás países musulmanes al ser reconocida por estos la certificación halal de Malasia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es imprescindible la certificación halal por parte de Departamento JAKIM de Malasia para poder penetrar y posicionar los productos en el mercado de Malasia y otros del mundo musulmán.
<p>Factores Externos</p>	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productores locales tienen que obtener licencias expedidas por el Jakim Malasia. Es más fácil a nivel local la obtención de estos certificados y los procesos son más rápidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la calidad y confianza de los productos chilenos certificados halal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de otros países de Sudamérica exportadores con certificación halal..

II. SITUACIÓN

1. Situación del sector/producto en el mercado

Los productos para poder acceder al mercado y ser expuestos en supermercados e hipermercados necesitan en su gran mayoría tener la certificación halal. Sólo aquellos que son de procedencia natural (no procesados) la certificación no es obligatoria, aunque las autoridades de Malasia aconsejan que todos los productos la obtengan para poder llegar de esta manera al 100% a los consumidores.

2. Consumidor final

Toda la población consume productos halal sin diferenciar su nivel social o económico.

3. Insumo industria para proceso

Independiente si son productos finales o insumos para la fabricación de otros productos, se requiere la certificación halal.

4. Retail vs. Foodservice

Se aplican las mismas normativas tanto para Retail como para Foodservice.

5. Diseño

El diseño depende del producto pero no de la certificación.

6. Etiquetado

“Logo Halal” se refiere al logotipo emitido por JAKIM / JAIN / MAIN y se muestra a continuación:



El logotipo halal es una estrella de ocho cúspides en el centro de un círculo, en el centro de ella se incluye la palabra árabe "حلال", seguido de "Halal" en alfabeto romano debajo de ella.

La palabra "Malasia", escrito en alfabeto romano y "ماليزيا" en árabe, están en el círculo externo del logotipo, junto a dos estrellas de cinco cúspides pequeñas colocadas para separar el alfabeto latino de la palabra árabe mencionada.

III. OPINIONES DE AGENTES RELEVANTES EN EL MERCADO SOBRE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA LOCAL Y EXTERNA

1. Importadores y Retailers.

La certificación halal es muy importante obtenerla para poder penetrar el mercado y posicionar así los productos, además de llegar al 100% de los consumidores.

2. Consumidor final

La población musulmana de Malasia es la que exige que los productos tengan la certificación halal mientras que para los demás consumidores no suponen ningún inconveniente los productos con esta certificación a pesar que ellos sean de una religión diferente.

IV. FUENTES DE INFLUENCIA EN REQUERIMIENTOS Y TENDENCIAS

1. Origen de la tendencia o requerimiento (ej: inicios de la tendencia en los medios, factores que desencadenaron en la tendencia, zona o país)

Halal se origina a partir de una frase árabe que significa permitido o permitida por la ley islámica. La definición de Halal de acuerdo con la Orden de la Descripción del Comercio (Uso del Término "Halal") de 1975 es el siguiente:

Cuando el término se utiliza en relación con los alimentos en cualquier forma, en el proceso de negocios o el comercio como un aspecto de la negociación o de una parte de un aspecto de la negociación para la que se refiere a la alimentación, los términos "Halal", "Garantizado Halal", "Alimento musulmán" o cualquier otro término que se puede utilizar para indicar como permisible para el consumo de los musulmanes y permitido por su religión, entonces el alimento debe señalar los siguientes términos:

- No se origina en o consiste en cualquier parte o elemento de los animales que están prohibidos a los musulmanes por la ley islámica, o animales que no hayan sido sacrificados según la ley islámica.
- No contiene ninguna sustancia que se considera impura en la ley islámica.
- No está preparado, procesado o manufacturado usando equipos o utensilios que no están libres de impurezas según lo definido por la ley islámica, y que en la etapa de preparación, procesamiento o almacenamiento, no viene en contacto o se almacena cerca de cualquier tipo de comida que no cumpla con los requisitos que son considerados impuros por la ley islámica.

En Malasia, la autoridad reconocida para la certificación Halal es el JAKIM o JAIN.

Cabe destacar que todos los productos de procedencia natural se consideran halal por naturaleza, sólo aquellos que hayan sufrido alguna alteración bien para su conservación o durante su proceso entonces necesitarán la certificación halal para poder ser consumido por el mundo islámico.

Hay excepciones como la que hace referencia en el libro Sagrado del Corán 2:173 "Que sólo prohíbe para usted el comer de animales que mueren por sí mismos (sin interferencia) humana, la sangre, la carne del cerdo y los

animales dedicados a otro que no sea Dios. Si uno se ve obligado (a comer los mismos), sin ser maliciosa o intencionada, no incurre ningún pecado. Dios perdona, el más piadoso”.

Significado Haram

Haram es todo aquello que está prohibido por el Corán. Todo lo que no es Halal es *Haram*.

En el Islam, al igual que en el rezo y otras actividades religiosas, comer se considera una actividad de culto a Dios. Los musulmanes comen para mantener una buena salud con el fin de poder contribuir con sus conocimientos y esfuerzos al bienestar de la sociedad.

Alimentos Haram según el Corán:

- Carroña/Cadáver (carrion)
- Sangre (blood)
- Carne de cerdo (swine flesh) y sus derivados

El alcohol y otros tóxicos también son considerados Haram, y todos aquellos animales que no se hayan sacrificado a través del rito Halal.

2. Demandas o requerimientos asociados:

Procesos del sacrificio Halal

- Bienestar Animal. En términos simples, el animal debe ser tratado como un ser humano y no debe sufrir innecesariamente antes del sacrificio.
- El animal debe estar vivo en el lugar del sacrificio. Los animales que hayan muerto por enfermedad, vejez, hemorragias, etc. pueden ser un riesgo para el consumo humano.
- El matarife musulmán debe pronunciar el nombre de Allah antes del sacrificio. Debe decir “*Bismillah. Allahuakbar*” lo que se traduce como “*En el nombre de Dios, Dios es grande*”.
- El sacrificio debe realizarse de modo humanitario. El cuchillo debe estar correctamente afilado y deberán cortarse tres de los cuatro conductos principales. Esto asegura un sacrificio rápido y una muerte inmediata ya que el flujo sanguíneo queda inmediatamente desconectado del cerebro, minimizando el sufrimiento del animal.
- La sangre (fluyente) es Haram y por tanto debe drenarse adecuadamente. El exceso de sangre que queda deteriora la carne.
- La carne debe manipularse con diligencia para evitar su contaminación con productos Haram.

3. Identificar agencias o entidades con influencia en la tendencia (asociaciones, grupos independientes, médicos, medioambientales, etc)

El estándar de Malasia titulado "Alimentos Halal: Producción, Elaboración, Manipulación y almacenamiento - Guía general (MS 1500:2009)" fue desarrollado en el marco del Sistema de Desarrollo de Normas de Malasia, bajo el ala del Departamento de Normalización de Malasia (DSM), Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.

La Norma de Malasia es una de las cinco iniciativas del gobierno para hacer realidad el sueño de establecer al país como el centro de la comida halal.

El estándar fue desarrollado por el Comité Nacional de Normalización Industrial relacionado con asuntos Halal (ISCI) y está representado por varias organizaciones, entre ellas JAKIM, que actúa en calidad de Presidente de la Comisión Técnica.

Esta norma contiene directrices prácticas para la industria alimentaria en la elaboración y manipulación de los alimentos halal (incluyendo potenciadores de nutrientes). Tiene por objeto establecer las normas básicas para los productos alimenticios o las empresas de alimentos en Malasia. Es utilizado por JAKIM como la base para la certificación, mientras que otros requisitos también se tendrán en cuenta para completar el proceso de certificación.

Dicho documento ha pasado por el proceso requerido por los organismos internacionales de normalización, tales como la Organización Internacional de Normalización (ISO), donde el sistema de desarrollo internacional de normalización se basa en el acuerdo de todas las partes vitales, incluidos los gobiernos, el sector privado, organizaciones no gubernamentales, investigadores y organismos profesionales. Malasia (DSM) utiliza la misma política de ISO¹.

- La participación del Departamento de Desarrollo Islámico de Malasia (JAKIM) para confirmar la condición de halal en los productos alimenticios de consumo y bienes en el país se inició en el año 1974, cuando el Centro de Investigación de la División de la Oficina del Primer Ministro de Asuntos Islámicos comenzó a emitir cartas de certificación halal para los productos que cumplen los criterios.
- A partir de 1994, la confirmación halal se envía en forma de un certificado con el logo de Halal.
- El 30 de septiembre 1998, se iniciaron inspecciones halal llevadas a cabo por Ilham Daya, una empresa designada por el gobierno.
- El 1 de septiembre de 2002, el gobierno decidió que todas las actividades de certificación halal se llevarán a cabo por la División de Productos de Consumo Islámica que comprendía sólo 28 puestos de comida y de JAKIM.
- Debido al rápido desarrollo de la industria alimentaria en este país y con el fin de satisfacer las necesidades de la población musulmana, el 17 de noviembre de 2005, el Departamento de Servicios Públicos de Malasia aprobó la creación de la División Hub Halal.
- El 2 de abril de 2008, la Corporación de Desarrollo de la Industria Halal se hizo cargo de la gestión de todas las actividades de certificación halal.

4. Oficiales

- La institución encargada de monitorear el tema Halal se llama **JAKIM** (*Jabatan Kemajuan Islam Malaysia*).
- Todos los certificados Halal para carne y aves de deben ser emitidos y firmados por un centro Islámico acreditado por JAKIM de Malasia. En el caso de Chile, el Centro Islámico de Santiago ha sido acreditado para otorgar certificaciones <http://www.centroislamicodechile.cl/sitio/>
- Los mataderos deben ser aprobados tanto por el JAKIM como por el Departamento de Veterinaria.

¹ Para más información visitar página web <http://www.standardsmalaysia.gov.my/>

Para los alimentos procesados, basta con que los certificados Halal sean emitidos por una organización Islámica reconocida en el país exportador.

5. Otras organizaciones

- IHI Alliance fue constituida como una sociedad limitada por garantía en el off-shore internacional, centro financiero de Labuan, el 30 de abril de 2007. La formación de IHI Alianza fue el resultado de una resolución que fue aprobada en el Foro Mundial Halal inaugural en mayo de 2006 por los delegados internacionales que representan a todas las áreas de la cadena de valor de la industria Halal y alrededor de 30 países, con el objetivo de formar su propia organización de la industria. La Alianza Internacional de Integridad Halal ("IHI Alianza") es una organización internacional sin fines de lucro creada para defender la integridad del concepto de mercado halal en el comercio mundial a través del reconocimiento, colaboración y pertenencia.
- World Halal Forum El Foro Mundial Halal 2006 marcó la primera vez en la historia que las cuestiones que afectan a la industria halal salieron a la luz en un campo profesional y abierto. La presencia del Primer Ministro de Malasia y Presidente de la Organización de la Conferencia Islámica ("OIC") hicieron la ocasión aún más auspiciosa.
- La Organización de Cooperación Islámica (OCI; árabe: الإِسْلَامِيّ التَّعَاوُنِ مَنظَمَة) es una organización internacional compuesta de 57 Estados miembros (entre ellos Malasia). La organización afirma que es "la voz colectiva del mundo musulmán" y trabaja para "resguardar y proteger los intereses del mundo musulmán en el espíritu de la promoción de la paz y la armonía internacional".

6. Líderes de opinión

Las organizaciones antes mencionadas y el Foro Mundial Halal.

V. DEFINICIÓN CONSUMIDOR Y MERCADO POTENCIAL

1. Tamaño del mercado para el/los productos

El tamaño del mercado para estos productos prácticamente es del 100%, ya que toda la población malasia consume habitualmente productos con certificación halal.

2. Segmentación de consumidores y tamaño público objetivo

2.1. Socioeconómico

Toda la población de Malasia, independientemente del sector socioeconómico, consume productos halal.

2.2. Cultural y Religioso

Malasia es un país con una diversidad tanto de religiones como de culturas. Las principales religiones del país son la musulmana con un 60,4%, la budista con un 19,2%, la cristiana con un 9,1% y la hindú con un 6,3% principalmente. Además, podemos encontrar otras como el confucionismo, taoísmo, con un 2,6% de la población que las practica.

El idioma oficial es el Bahasa Malaysia, aunque también se habla el inglés, chino (cantonés, mandarín, hokkien, hakka, hainan, foochow), tamil, telugu, malayalam y panjabi.

NOTA: En el Este de Malasia hay varios idiomas indígenas; los más hablados son el Iban y el Kadazan.

2.3. Grupos étnicos

Cuenta con una población aproximadamente 28,9 millones, la cual está compuesta de la siguiente manera: Malayos 50,4%, Chinos 23,7%, Indígenas 11%, Indios 7,1% y otros 7,8%.

2.4. Grupos etario

El 67,7% de la población se encuentra comprendida entre edades de 15 a 65 años. Cuenta con una fuerza laboral de 12 millones de personas y el desempleo en el país es del 3,2%. La mano de obra extranjera que Malasia sobrepasa los seis millones.

2.5. Grado de conciencia de tendencia (Ej: grado de penetración de la tendencia en el mercado en general).

El 100% de la población de Malasia tiene conciencia sobre la certificación halal, la cual es demandada por el sector musulmán de la población y también por personas de otras religiones.

VI. COMPETIDORES O ACTUALES PROVEEDORES

1. Posición de competidores en el mercado (local e importado)

Malasia exige tanto a los fabricantes locales como a los importadores (sin importar su procedencia) que obtengan el certificado halal del Departamento JAKIM de Malasia.

Malasia importa productos de las distintas partes del mundo principalmente de Australia, Nueva Zelanda, Singapur, Estados Unidos, Europa y China principalmente.

Australia es uno de los mayores proveedores de productos halal, con la gran ventaja, a diferencia de Chile, que los contenedores tardan 14 días aproximadamente en llegar. Además, de ser conocido como país productor de alimentos inocuos y libres de enfermedades.

1.1. Normativas

Todos los países proveedores tienen que seguir los mismos procesos y normativas para poder penetrar sus productos en el mercado.

1.2. Formatos/Envases/Empaques (materiales)

Se deben de regir por las normas del Halal y no poseer ningún producto tóxico al respecto.

1.3. Etiquetados

Deben de seguir las normas establecidas por el Departamento JAKIM de Malasia, como figura en el apartado II, punto 6.

Además;

-El idioma del etiquetado tiene que ir en inglés o en bahasa Malayo.

-Descripción del producto y sus componentes. Si el alimento contiene aceite comestible o grasas comestibles o ambas cosas, una declaración de la presencia de los alimentos tales aceites comestibles, grasa o comestibles, o ambos, junto con el nombre común del animal o vegetales, como el caso, del que se deriva la grasa o aceite

-En el caso de alimentos de fabricación local o envasados, el nombre y la dirección comercial del fabricante o envasador, o el titular de los derechos de fabricación o de embalaje o el agente de alguno de ellos. En los alimentos importados, el nombre y dirección comercial del fabricante o envasador, o el propietario de los derechos de fabricación o de embalaje o el agente de alguno de ellos, el nombre y dirección comercial del importador en Malasia y el nombre del país de origen de los alimentos.

-Una dirección telegráfica o el código o dirección de una oficina de correos, o el nombre de la empresa o el nombre comercial del fabricante, envasador, importador o vendedor que figure en cualquier disco o gorra u otro dispositivo utilizado para el sellado de cualquier paquete de comida.

-Cada envase de alimentos para la venta, a menos que se disponga otra cosa en el Reglamento, se ejercen contra ella una etiqueta que contenga los siguientes datos, a saber - La correcta designación del alimento o una descripción de los productos alimenticios que contengan el nombre común de sus ingredientes principales.

-Origen del producto

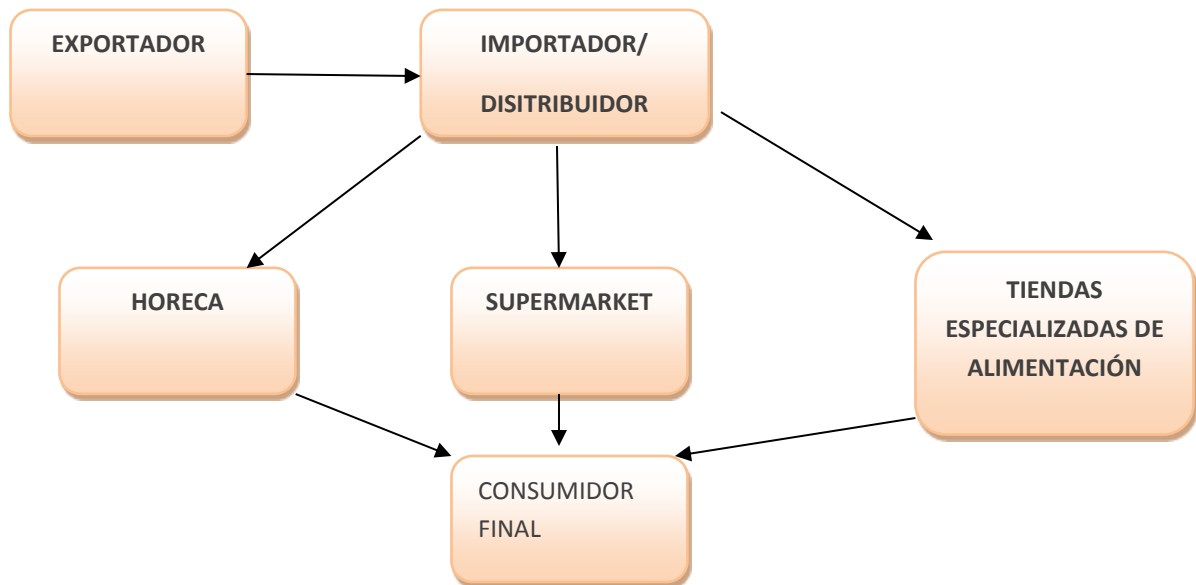
- Mostrar el sello halal si lo tuviese.
- Una declaración del peso neto mínimo o el volumen o el número del contenido del paquete.

1.4. Estrategias de posicionamiento

No hay estrategias de posicionamiento para los productos halal, ya que estos obedecen a una de las normativas del país para poder penetrar el mercado.

VII. DISTRIBUCIÓN

1. Flujo del producto en el mercado (importador, distribuidor, retailer, mayorista, consumidor final)



Fuente: ProChile Malasia

2. Poder de toma de decisiones, influencia y requerimientos de cada eslabón de la cadena de distribución

El poder de decisión de compra por parte del importador viene dado por la demanda en el mercado. Los productos importados abastecen principalmente el Canal HORECA. Los principales consumidores de estos productos son los pertenecientes a los estratos socioeconómicos medios, medio-altos y altos.

3. Segmentación de punto de venta (ej: retail especializado, supermercados, convenience, etc)

Los productos halal se encuentran en todos los establecimientos de Malasia.

VIII. POSICIÓN Y OPORTUNIDADES PARA EL PRODUCTO CHILENO

1. Oportunidades detectadas

El mercado de Malasia demanda gran cantidad de productos de distintas partes del mundo pero siempre con la certificación halal del JAKIM de Malasia.

2. Necesidades de adaptación/mejoras del producto chileno en el mercado de acuerdo a los requerimientos

Los productos chilenos al igual que los demás productos de otros países de origen deben de cumplir con la normativa del Jakim Malasia para poder penetrar y establecerse en este mercado.

3. Opciones para defenderse de competidores

Todos los productos con certificación halal en Malasia han sido aprobados por el JAKIM de Malasia para su posible ingreso en el país. Por ende, todos los competidores entran bajo la misma ley, sin diferenciaciones.

4. Cumplimiento con requerimientos actuales

Certificación halal aprobada por el JAKIM de Malasia.

5. Envases/empaques (materiales)

No incluir materiales tóxicos que sean prohibidos por la ley islámica.

6. Posición para cumplir con requerimientos futuros

Chile se encuentra en tramitación con el Departamento de Veterinaria de Malasia para el ingreso de productos cárnicos y derivados (excepto el cerdo) a este mercado y luego deberá ser aprobado por parte del Departamento JAKIM.

7. Identificación de brechas de productos chilenos para abastecer el mercado

El JAKIM de Malasia ha aprobado al Centro Islámico de Santiago para su certificación de los productos chilenos como productos halal.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS O CONTACTOS CON EXPERTOS EN EXTRANJERO

Departamento JAKIM de Malasia. <http://www.islam.gov.my/>

Departamento de Veterinaria. <http://www.dvs.gov.my/>

Páginas Amarillas. www.yellowpages.com.my/

Ministerio de Comercio Interior. www.miti.gov.my/

Información Halal. www.halal.com.my