
Estudio de Mercado de las Frutas Deshidratadas en Malasia

Abril 2011

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Malasia

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:.....	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para - Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):.....	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para - Arancelarias	¡Error! Marcador no definido.
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	6
1. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	7
2. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	7
<i>IV. Estadísticas - Importaciones</i>	8
Artículo: 080620, Secas, Incluidas Las Pasas	8
Fuente: Global Trade Atlas.....	12
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	12
1. Potencial del producto.....	12
1.1. Formas de consumo del producto.	12

1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	13
1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen)	13
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto	13
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto	13
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	14
<i>VII. Precios de referencia - retail y mayorista</i>	15
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	15
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	16
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	17
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	18
➤ <i>Malaysia International Food & Beverage Trade Fair (MIFB)</i> <i>www.mifb.com.my</i>	18
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	18

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

CODIGO ARMONIZADO	PRODUCTO
08062010	Pasas Morenas
08062090	Las demás uvas secas
08131000	Damascos deshidratados
08132000	Ciruelas deshidratados
08133000	Manzanas deshidratados
08134010	Duraznos (melocotones) deshidratados
08134090	Las demás frutas o frutos deshidratados

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

- Las pasas morenas
- Las demás uvas secas
- Damascos (albaricoques chabacanos) secos
- Ciruelas secas, manzanas secas
- Duraznos (melocotones) secos
- Las demás frutas deshidratadas.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

CODIGO ARMONIZADO	PRODUCTO
08062010	Pasas Morenas
08062090	Las demás uvas secas
08131000	Damascos deshidratados
08132000	Ciruelas deshidratados
08133000	Manzanas deshidratados
08134010	Duraznos (melocotones) deshidratados
08134090	Las demás frutas o frutos deshidratados



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

Entre 0% y 5%, dependiendo del producto. Se explica posteriormente.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

No. Se ha realizado la firma del TLC entre Chile y Malasia. El cual entrará en vigor próximamente.

3. PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Países de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), países con los que Malasia tiene en vigor el TLC (China, Nueva Zelanda y Japón).

4. OTROS IMPUESTOS:

Código Armonizado	Producto	Arancel de Importación	Arancel de Venta
08062010	Pasas Morenas	0%	5%
08062090	Las demás uvas secas	5%	5%
08131000	Damascos deshidratados	5%	5%
08132000	Ciruelas deshidratados	5%	5%
08133000	Manzanas deshidratados	5%	5%
08134010	Duraznos (melocotones) deshidratados	5%	5%
08134090	Las demás frutas o frutos deshidratados	5%	5%



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

La fruta deshidratada será la fruta limpia, cruda que se ha preparado y que se ha secado en condiciones naturales o inducidos artificialmente.

Las fruta deshidratada pueden contener azúcar, glucosa, glicerol, sorbitol, sacarina, sacarina sódica, aceite comestible y grasas comestibles pero no más de 0.3% de parafina líquida.

A los efectos del presente Reglamento, la cera de la categoría alimenticia comestibles se pueden utilizar en la limpieza y preparación de frutos deshidratados para la venta.

Las frutas deshidratadas pueden contener conservantes y sustancias permitidas y autorizadas para colorear el producto.

Idioma que se utilizará

-En el caso de los alimentos producidos, elaborados o envasados en Malasia, en bahasa Malasia, o

-En el caso de los alimentos importados, en bahasa Malasia o Inglés.

Los productos de procedencia natural que no han sido procesados no necesitan el sello Halal en Malasia, pero el producto tiene una mayor aceptación si se le incorpora como "complemento" el sello Halal.

1. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Departamento Jakim (Halal) Malasia

<http://www.halal.gov.my/>

Departamento de Alimentos de Malasia.

<http://www.malaysia.gov.my/>

Departamento de Aduanas de Malasia

<http://www.customs.gov.my/>

2. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



- Si el alimento contiene aceite comestible o grasas comestibles o ambas cosas, una declaración de la presencia en los alimentos de tales aceites o grasa comestibles, o ambos, junto con el nombre común del animal o vegetales del que se deriva la grasa o aceite;

-Una declaración del peso neto mínimo o el volumen o el número del contenido del paquete.

- En el caso de alimentos de fabricación nacional 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, y en el caso de 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, y 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 este Reglamento, se ejercen contra ella una etiqueta que contenga la correcta designación del alimento o una descripción de los productos alimenticios que contengan el nombre común de sus ingredientes principales.

IV. ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES

En los últimos años la demanda de pasas ha ido incrementando notablemente siendo las importaciones en el año 2008 de 5 millones y de aproximadamente 7 millones en el 2010.

Estados Unidos es el país que más está exportando a Malasia con un porcentaje de participación en el mercado del 62.2%, seguido de Irán con un discreto 14.5% y siendo China quién ocupa el tercer lugar con un 8.7% de participación.

ARTÍCULO: 080620, SECAS, INCLUIDAS LAS PASAS

País Socio	Unidad	2008		2009		2010	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
E.E.U.U.	KG	2618295	3469291	3354231	3544702	3904969	4347504
Irán	KG	542753	682148	415890	532903	1088767	1017254
China	KG	345198	326801	229116	298450	646365	612436
Sudáfrica	KG	239393	205012	315654	300548	365227	310347
Turquía	KG	633171	349018	622947	502893	358703	220530
India	KG	71025	88470	637170	498216	294070	205326
Argentina	KG	54712	30000	86391	51460	131450	98320
Subtotal	KG	4504547	5150740	5661399	5729172	6789551	6811717
El Mundo	KG	4930147	5394704	5900243	5885227	7075875	6987308

Los damascos deshidratados han sufrido un destacable descenso del casi 23%. Turquía es el país que más exportaciones está realizando a Malasia con un 57% de participación en el mercado, sin embargo este descendió notablemente en comparación con al año anterior, ya que en el 2009 Turquía tenía el 80.7% de participación. China por el contrario está posicionándose de una manera destacada, ya que durante el 2009 tenía un casi 8% de participación en el mercado siendo durante el 2010 de un 17.5 su porcentaje de participación. Seguido de Irán con un 12.7% y Egipto con un 8%.

Artículo: 081310000, Apricots, Dried

País Socio	Unidad	2008		2009		2010	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
Turquía	KG	237747	112310	211362	124396	124531	68273
Egipto	KG	0	0	35095	10000	24429	10000
China	KG	1421	2790	4653	11983	22422	20695
Irán	KG	0	0	0	0	9680	15000
Pakistán	KG	0	0	626	598	5385	1575
Suiza	KG	0	0	0	0	2220	771
Sri Lanka	KG	0	0	0	0	1652	408
Subtotal	KG	239168	115100	251736	146977	190319	116722
El Mundo	KG	292035	125715	259206	154128	192386	117878

La demanda de ciruelas deshidratadas por parte de los consumidores de Malasia ha ido en aumento. En el último año las importaciones de este producto incrementaron un 161% en comparación con el año anterior, siendo Estados Unidos el país que encabeza la lista de exportadores a Malasia con una participación en el mercado del 40%, seguido de China con un 27,9% y Francia con un 23.17%

Artículo: 081320000, Prunes, Dried

País Socio	Unidad	2008		2009		2010	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
Francia	KG	61568	28720	97325	11910	178588	56590
China	KG	10241	20774	12687	32404	173038	67147
Argentina	KG	0	0	3492	1330	80976	19240
Estados Unidos	KG	78070	188110	36491	34741	63422	97804
Suiza	KG	0	0	0	0	4212	2128
Australia	KG	2460	345	5554	7952	2075	579
Hong Kong	KG	2768	844	5121	3871	1424	560
Subtotal	KG	155107	238793	160670	92208	503735	244048
El Mundo	KG	157196	240243	165690	93460	505015	244241

La manzana deshidratada se está posicionando lentamente en el mercado, sus importaciones siguen ascendiendo progresivamente, siendo sorprendentemente Italia el país que más exporta a Malasia con una tasa de participación en el mercado del 59%, seguido por Estados Unidos con un 24.5% y el tercer lugar lo ocupa Chile con una tasa de participación en el mercado del 7.4%. Durante los dos últimos años Chile ha mantenido el volumen de exportación sin embargo una entrada fuerte por parte de Estados Unidos ha desplazado a Chile a un tercer puesto en las importaciones por parte de Malasia de este producto en el último año.

Artículo: 081330000, Apples, Dried

País Socio	Unidad	2008		2009		2010	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
Italia	KG	17740	4149	25524	5040	59961	14448
Estados Unidos	KG	1384	100	57	3	41872	6004
Chile	KG	9384	1451	8132	1814	8256	1814
Argentina	KG	0	0	743	145	5566	755
Canadá	KG	0	0	0	0	2025	247
Suiza	KG	9988	925	2618	200	1842	320
Australia	KG	1359	808	2003	1400	1507	856
Subtotal	KG	39855	7433	39077	8602	121029	24444
El Mundo	KG	54942	10479	52790	12385	121348	24484

Malasia es un país que demanda cada vez más de frutos deshidratados, como se aprecia en la siguiente tabla : Malasia incrementó notablemente su demanda siendo en el 2009 de medio millón de kilos la cantidad importada y duplicando esa cantidad en el 2010. El país que domina notablemente el mercado de las importaciones de este producto en Malasia es China con una gran mayoría del 89% de participación seguida de Corea del Sur con un discreto 3.6 %.

Artículo: 081340900, Other Fruits, Dried

País Socio	Unidad	2008		2009		2010	
		USD	Cantidad	USD	Cantidad	USD	Cantidad
China	KG	177555	276690	252082	525552	864271	1179042
Estados Unidos	KG	23467	7833	48840	18008	58945	21422
Grecia	KG	0	0	41728	15200	50575	20000
Taiwán	KG	8789	4062	12558	5950	29647	17326

Francia	KG	4371	555	19695	5950	20188	2843
Corea Del Sur	KG	0	0	0	0	19523	48650
Hong Kong	KG	28372	50159	28884	76625	17552	9208
Subtotal	KG	242554	339299	403787	647285	1060701	1298491
El Mundo	KG	525188	657520	533441	728502	1097625	1325587

FUENTE: GLOBAL TRADE ATLAS

No hay registros de importaciones de duraznos deshidratados por parte de Malasia.

V. POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO

Se observa un constante aumento en las importaciones de fruta deshidratada en Malasia.

La mayor fruta deshidratada que se consume en Malasia son las ciruelas secas y las pasas. Sus ventas se incrementan dependiendo de las distintas fechas de celebración en el país como por ejemplo Hari Raya (es la fiesta que celebran los musulmanes como final del mes del Ramadán), el Año Nuevo Chino (es el comienzo del año para los chinos), Depavali (es la fiesta que celebran los Indios) y por último las Navidades. Estos productos son consumidos por todos los estratos de la sociedad del país y por las distintas razas que forman la nación.

En el mercado se empieza a apreciar un mayor número de frutas deshidratadas tales como la manzana y los damascos entre otros.

Los consumidores de Malasia están acostumbrados a este tipo de productos pero de diferentes frutas sobre todo las tropicales, tales como el mango, la guava, etc.

De lo que podemos deducir que las frutas deshidratadas chilenas tendrían potencial en el mercado de Malasia, ya que los consumidores finales están empezando a demandar este tipo de producto de frutas diferentes a las ya habituales para ellos y las cuales pueden encontrar en estado fresco en los supermercados, y están familiarizados con sus sabores.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Las frutas deshidratadas son consumidas por todas las razas y estratos de la sociedad de Malasia.

Estas son consumidas en su estado deshidratado como snack o bien como condimento en algunos platos en la comida Malaya y también en la comida China e India. Los malayos y los indios las emplean simplemente para aliñar

sus arroces, mientras que los chinos usan las frutas tales como la ciruela seca y preservada para dar sabor a algunos de sus zumos, o para cambiar el sabor del vino chino, el cual suelen tomarlo caliente.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Estos productos se venden generalmente en supermercados, hipermercados y mercados de abastos o más conocidos como wet markets, así como en las tiendas de comestibles y gasolineras.

Están apareciendo algunos otros sistemas de venta como la venta por Internet. Uno de los pioneros en este sistema de venta es la cadena online grocery "DOORSTEP" www.doorstep.com.my

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN)

Existe una mayor demanda de estos productos por parte del consumidor final.

Muchos de estos productos se consumen de forma natural o bien para condimentar los alimentos, el consumidor de Malasia exige cada vez más productos de calidad. Los consumidores están más expuestos a los productos de exportación y más abiertos a probar nuevos sabores, esta es una de las principales razones por la que se está importando este tipo de productos.

A pesar que para los productos de procedencia natural son considerados Halal, es conveniente que estos lleven la certificación para poder llegar al 100% de la población total de los consumidores finales.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO

Estos productos son consumidos durante todo el año pero su demanda aumenta durante las épocas de festividad del país, como es Ramadán, Hari Raya, Depavali, Navidades o el Año Nuevo Chino, ya que estos productos sirven como aliño y complemento de los platos típicos tradicionales de las distintas culturas que componen la sociedad de Malasia o simplemente como un snack.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO

Estos alimentos pueden encontrarse en los distintos supermercados, hipermercados, tiendas gourmet o tiendas especializadas en frutas, así como también en gasolineras y tiendas de comestibles. De igual manera pueden encontrarse en las gasolineras o en las pequeñas tiendas de comestibles.



Hipermercado es propietario (s) [Dairy Farm International Holdings](http://www.giant.com.my) <http://www.giant.com.my>. Es dueño de la cadena de supermercados "Cold Storage" que va destinada al consumidor extranjero, por la cantidad de productos de importación que tienen.



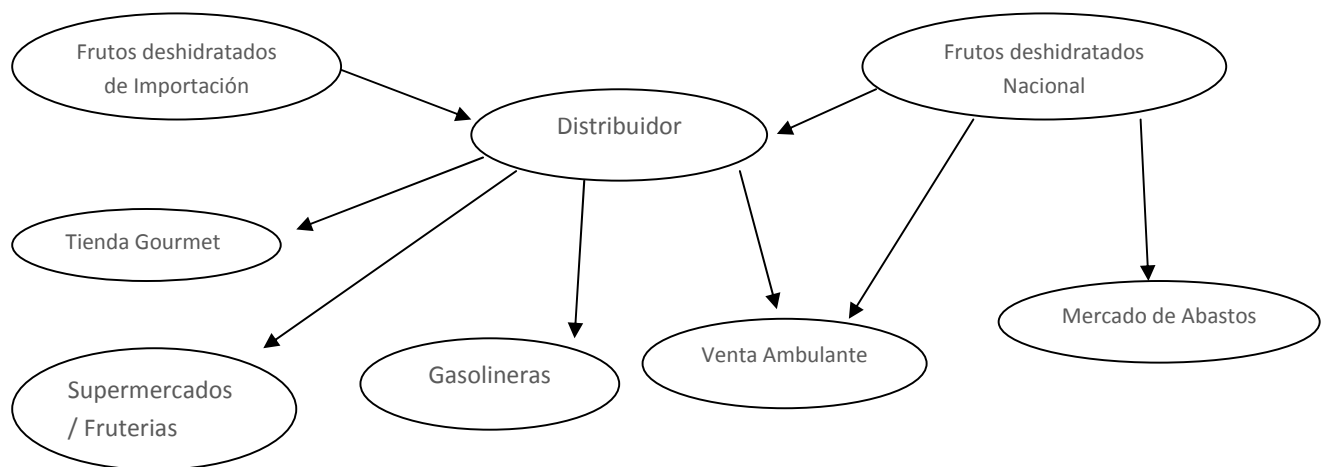
Tesco Hypermercado en Malasia (Ampang, Banting, Ipoh, Kajang, Klang, Melaka, Mutiara Damansara, Penang, Puchong, Shah Alam, Sungai Petani, Kuantan, Selayang)
<http://www.tesco.com.my>



Carrefour Hypermercado en Malasia (Subang Jaya, Johor Bahru, Wangsa Maju, Sri Petaling, Penang Prai, Mid Valley, Jalan Peel, Putrajaya, Kepong, Batu Pahat)
<http://www.carrefour.com.my/>

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Los consumidores de Malasia demandan este tipo de productos y cada vez se encuentra más variedad en los supermercados, hipermercados, tiendas de comestibles, gasolineras, etc.



VII. PRECIOS DE REFERENCIA - RETAIL Y MAYORISTA

La siguiente tabla muestra el precio medio de las distintas frutas deshidratadas en el mercado de Malasia:

Código Armonizado	Producto	Precio Venta (1 KG)
08062000	Pasas Morenas	8.3
08062000	Las demás uvas secas	8.3
08093000	Damascos secos	13.8
080940100	Ciruelas secas	12.2
08081000	Manzanas secas	15
08134090	Las demás frutas o frutos secos	13.3

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Los centros donde se suele promocionarse estos productos son los supermercados y las tiendas gourmet.

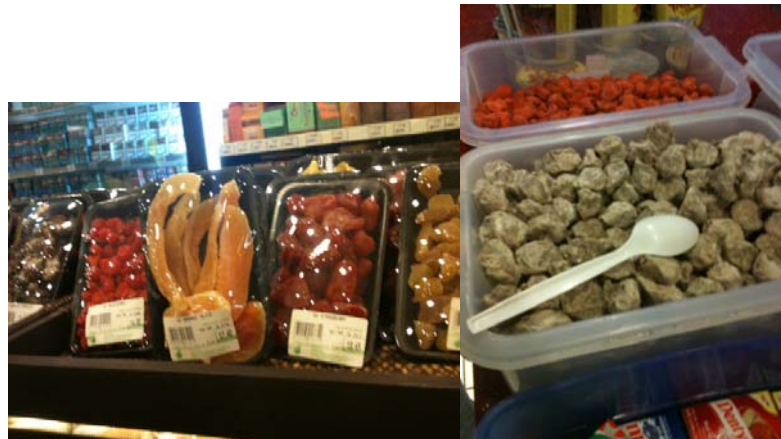
Suelen realizarse degustaciones, donde se da a conocer al consumidor final no sólo el producto y sus cualidades sino enseñan a que el consumidor final sea capaz de identificar el envase del producto, de forma que cuando este vaya la próxima vez al supermercado sepa dónde identificarlo.

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

En todos los supermercados del país, como en las tiendas comestibles y en las gasolineras se encuentran una zona destinada a estos productos, dependiendo del lugar de venta estos productos pueden comprarse al peso o bien empaquetadas al vacío.

La fruta que es de procedencia nacional es normal que se venden al peso en los supermercados o bien se venda de forma ambulante, donde una persona con una moto realiza la venta ambulante.

Mientras que la fruta deshidratada de importación suele venir o bien envasada al vacío, o en cajas individuales como le ocurre es el caso de las pasas.





X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Estos productos pueden promocionarse mediante degustaciones en los distintos supermercados e hipermercados.

Los medios de comunicación (prensa escrita y publicidad en los distintos supermercados, fruterías) son una de las plataformas para introducir el producto y posicionarlo en el mercado, ya que a través de este medio podemos informar a los consumidores finales del producto, de los beneficios, de las características y de las cualidades, así como del envase de los mismos, para poder ayudar al consumidor final a reconocer este producto cuando le vea en el supermercado, hipermercado o fruterías.

A través de sabores de Chile y con un chef podemos ayudar a promocionar estos productos, enseñando a los consumidores como utilizarlos en la alimentación diaria, como condimento de sus platos o simplemente consumirlo como un snack.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- **MALAYSIA INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE TRADE FAIR (MIFB)** [WWW.MIFB.COM.MY](http://www.mifb.com.my)

En los 10 últimos años, MIFB ha pasado a ser uno de los eventos más importantes de la industria de la Alimentación en Malasia.

- **Epicure Malaysia** <http://www.epicuremalaysia.com>

Epicure Malasia comenzó por primera vez en el año 2003. La feria Epicure va destinada a una clientela de nivel socio económico alto.

Epicure puede llegar a atraer a unos 8.000 visitantes diarios, lo que nos da un potencial de 24.000 posibles clientes con poder adquisitivo medio-alto y alto.

- **Food and Hotel** <http://www.foodandhotel.com>

En la feria de FHM de 2009, hubo un total de 808 empresas participantes de 40 países, se registraron 18.100 visitantes de 57 países.

- **MIHAS 2011**

Es la feria más importante del mundo de productos HALAL y está organizada por el Ministerio de Comercio e Industria de Malasia. En el año 2010 participaron 25 países de más de 500 stands.

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

- Departamento de Estadísticas de Malasia

<http://www.statistics.gov.my>

- Departamento Jakim (Halal) Malasia

<http://www.halal.gov.my/>

- Departamento de Alimentos de Malasia.
<http://www.malaysia.gov.my/>
- Departamento de Aduanas de Malasia
<http://www.customs.gov.my/>