

FRUTA FRESCA EN MALASIA

2020



FRUTA FRESCA EN MALASIA

Estadísticas

FRUTA FRESCA EN MALASIA

ESTADÍSTICAS

IMPORTACIONES DE MALASIA EN 2019



KIWI

US\$ 16,6
millones

Arancel General	15%
Arancel para Chile	0%



MANZANA

US\$ 119,6
millones

Arancel General	5%
Arancel para Chile	0%



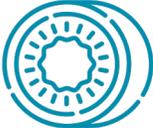
UVA

US\$ 81,5
millones

Arancel General	5%
Arancel para Chile	0%

FRUTA FRESCA EN MALASIA

ESTADÍSTICAS

	 KIWI	 MANZANA	 UVA
RANKING DE CHILE EN IMPORTACIONES 2019	3° Lugar 6,3% de participación de mercado en 2019	16° Lugar 0,1% de participación de mercado en 2019	6° Lugar 8,6% de participación de mercado en 2019
VARIACIÓN VALOR IMPORTACIÓN DE CHILE 2019/2018	-0,8%	24%	21%
PRINCIPALES ORÍGENES EN 2019	1. Nueva Zelanda (71,8%) 2. Italia (12,9%) 3. Chile (6,3%)	1. Sudáfrica (43,4%) 2. China (28%) 3. Nueva Zelanda (10,6%)	1. Estados Unidos (23,6%) 2. Sudáfrica (18,2%) 3. China (16%)



FRUTA FRESCA EN MALASIA
Tendencias de Mercado

FRUTA FRESCA EN MALASIA

TENDENCIAS DE MERCADO

TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO Y CONSUMIDOR MALAYO

- **DEMOGRAFÍA:** Malasia cuenta con una población de 32,6 millones de personas, formada principalmente por tres grupos bien de definidos:
 - ✓ **Los malayos (Bumiputras):** representan la mayoría con más del 62%. Los malayos son musulmanes, y estos se encuentran en todos los estratos socioeconómicos de la sociedad por lo que la alimentación Halal es muy relevante.
 - ✓ **Los chinos:** con un 20,6 % de la población de Malasia dominan la economía del país, su cuota de ingresos medios y las clases de mayor poder adquisitivo.
 - ✓ **Los indios:** comprenden alrededor de un 7% de la población, en general tienen unos ingresos medios y medio-bajos.
- **CULTURA DE CONSUMO:** Malasia tiene clima tropical y depende de las importaciones para poder abastecer sus necesidades de consumo. La población de Malasia destina aproximadamente un 20% de su salario en la compra de productos de alimentación.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CONSUMIDOR MALAYO

Malasia representa un mercado moderno, con buen poder adquisitivo y un fuerte enfoque en la calidad y la salud. Entre sus principales características están:

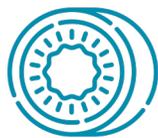
- 1** Preferencia a productos importados y de calidad
- 2** Adaptación a nuevas tendencias de alimentación y al e-Commerce como medio de compra
- 3** Importancia de la relación calidad/precio como factor en la toma de decisiones



*El consumo anual de fruta en Malasia es de aproximadamente **63Kg por persona al año.***

FRUTA FRESCA EN MALASIA

TENDENCIAS DE PREFERENCIAS DE CONSUMO DE FRUTAS



KIWI



MANZANA



UVA

DEMANDA DE LA FRUTA

- El kiwi suele **consumirse de forma constante durante el año**, no mostrando cambios significativos de la demanda durante el año.

- Al igual que el kiwi, el **consumo de la manzana es constante a lo largo del año**, donde se observan distintos países de procedencia, lo que hace que el precio sea competitivo.

- El mercado de las uvas ha tenido **un crecimiento sostenido en el tiempo**.

TENDENCIAS DE CONSUMO

- Suelen venir envasados en packs transparentes de 4 unidades, con una foto identificativa del producto.

- Suelen venderse en packs transparentes de 6 unidades, o bien dado su elevado valor y tamaño se vende por unidades.

- Se venden en envases transparentes o a granel. En los mercados de abasto se pueden comprar por cajas.

IMPORTACIONES

- Una gran cantidad de kiwis son importadas. Una pequeña cantidad ingresa a Malasia a través de Italia.
- Con todo, las importaciones se mantienen relativamente estables.

- Es un mercado que mantiene estable sus importaciones.
- La fruta proviene de distintos orígenes, aunque principalmente de Sudáfrica, China y Nueva Zelanda.

- La mayoría de la fruta proviene de Estados Unidos, Sudáfrica y China.

POBLACIÓN OBJETIVO

Población de clase media y alta

PRINCIPALES ESTADOS CONSUMIDORES

La mayoría de los consumidores se concentran en las principales urbes del país que son Kuala Lumpur, Selangor, Ipoh, Johor, Penang, Malacca y la zona de Borneo.

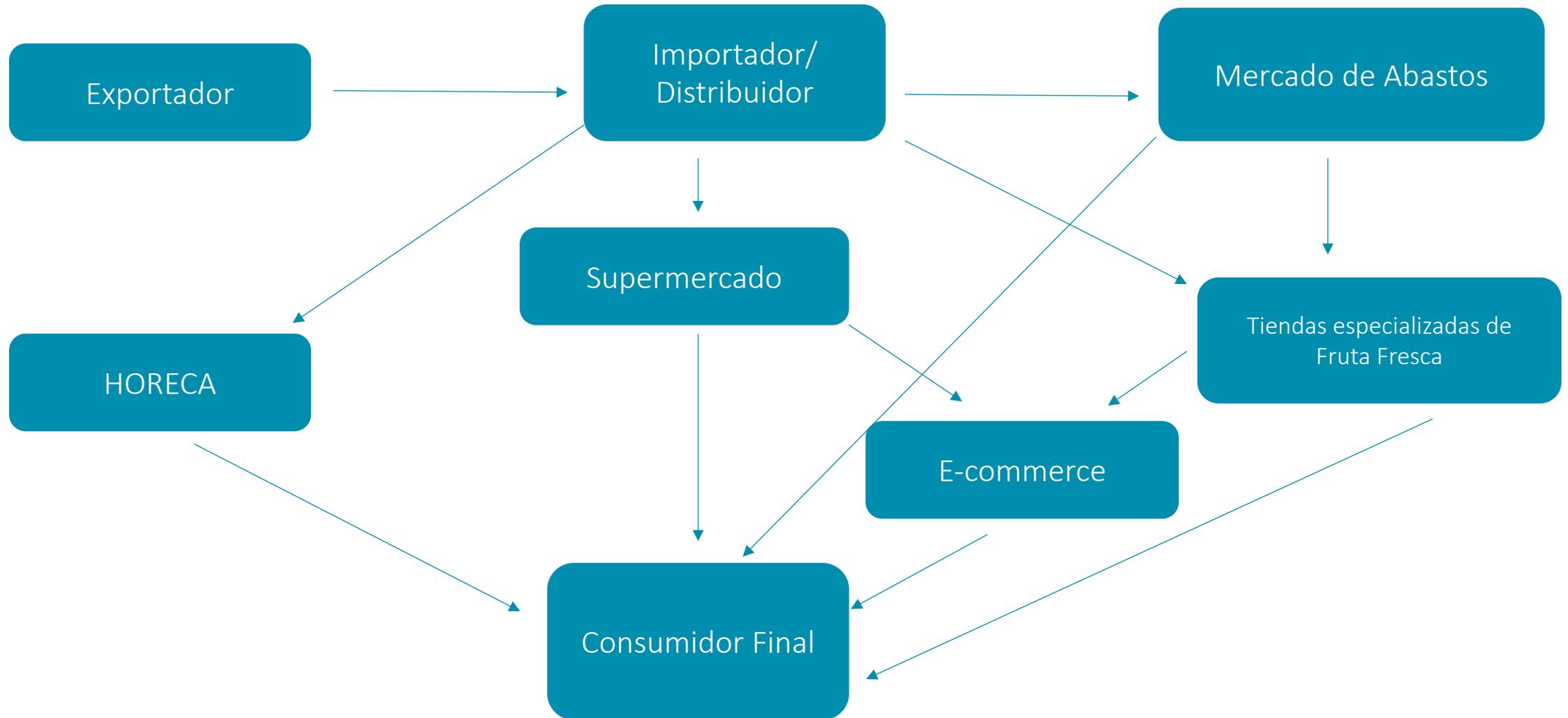


FRUTA FRESCA EN MALASIA

Canales de distribución

FRUTA FRESCA EN MALASIA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



FRUTA FRESCA EN MALASIA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



UVA

En las cadenas de supermercados y tiendas especializadas este producto se vende en envase transparente o a granel. El precio medio oscila entre **6,5 USD a 8 USD kilo**. Se realizan ofertas de promoción en los distintos puntos de venta.



★★★★☆ 1 review

India Black Seedless Grape [500g/Pack]

RM39.90 RM46.00



★★★★☆ 82 reviews

South Africa Crimson Grapes [500G/Pack]

RM39.90 RM59.90



FRUTA FRESCA EN MALASIA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



MANZANA

En las cadenas de supermercados y tiendas especializadas este producto se vende por peso o en bolsas transparentes de 6 unidades, donde la fruta es seleccionada por su tamaño y calidad, y el precio es menor que la fruta que se vende por piezas. Suelen ofrecer un precio con descuento por la compra de 3 unidades. El precio medio la unidad es **USD 0,825 para la manzana Queen de Nueva Zelanda; China Fuji Apple precio por unidad a USD 0,975. La manzana de Ukrania Red Jonaprince se vende la unidad a USD 0,72;** mientras que la manzana en **bolsa de 6 unidades de US el costo por bolsa es de USD 3,12.**



1 USD = 4RM

FRUTA FRESCA EN MALASIA

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN – EXHIBICIÓN DE PRODUCTOS



KIWI

En las cadenas de supermercados y tiendas especializadas este producto se ve en envase transparente de 4 unidades, el precio medio oscila entre **USD1,2 a USD1,5**, dependiendo de la procedencia y estacionalidad. Se realizan ofertas de promoción en los distintos puntos de venta. En el mercado de abasto estos se pueden comprar por peso.



FRUTA FRESCA EN MALASIA

Acceso al Mercado

FRUTA FRESCA EN MALASIA

ACCESO AL MERCADO

NORMAS Y REQUISITOS GENERALES

Las normativas más importantes para ingresar a Malasia son las siguientes:

- La fruta cruda o fruta fresca será aquella que no se haya secado, despulpado, deshidratado, congelado, enlatado, confitado o en escabeche. No debe marchitarse o decolorarse.
- La fruta cruda o fruta fresca puede contener sustancias colorantes permitidas.
- A los efectos del presente Reglamento, se puede utilizar cera comestible de calidad alimentaria en la limpieza y preparación de fruta cruda para la venta.



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.

REQUISITOS DE ETIQUETADO

Los requisitos de etiquetado para tales productos han sido revisados y ahora requerirán los siguientes detalles:

1. **Si el alimento contiene aditivos alimenticios, una declaración en la que la se haga constar la presencia de los aditivos alimenticios, en la forma - "contiene permitido (indicar el tipo de aditivo alimentario pertinentes)".**
2. **Una declaración del peso neto mínimo o el volumen o el número del contenido del paquete.**
3. **En el caso de 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.**
4. **Una dirección telegráfica o el código o una dirección en 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.**
5. **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 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.**
6. **Idioma que se utilizará en el caso de los alimentos importados, en bahasa Malasia o inglés.**

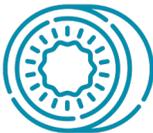


FRUTA FRESCA EN MALASIA

Recomendaciones de la Oficina Comercial

FRUTA FRESCA EN MALASIA

RECOMENDACIONES DE LA OFICINA COMERCIAL

RECOMENDACIONES GENERALES	<ul style="list-style-type: none">▪ La creciente occidentalización de la dieta diaria ofrece cada vez más oportunidades para las frutas de origen chileno.▪ A lo anterior se suma la mayor preocupación por la salud y el consumo de productos saludables, que son suministrados por una importante diversidad de países.▪ Ante la competencia, es recomendable realizar promociones en supermercados, apoyando siempre al importar, y realizar en conjunto degustaciones en los supermercados, manteniendo un trato personal y una relación directa con los importadores.▪ Es importante apoyarse con ProChile para llegar de una manera más directa al importador y distribuidor.		
	 KIWI	 MANZANA	 UVA
RECOMENDACIONES POR FRUTA	<ul style="list-style-type: none">▪ Asociar la imagen país para posicionarse frente al competidor más directo que es Zespri.	<ul style="list-style-type: none">▪ Asociar la imagen país con el producto, para posicionarse frente a competidores como Nueva Zelanda o Sudáfrica.	<ul style="list-style-type: none">▪ Se recomienda identificar la procedencia del producto en el etiquetado para generar más conciencia del origen del producto.

FRUTA FRESCA EN MALASIA

Edición general

Gabriel Parra

Analista del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

Revisión de textos

Marcela González

Jefa del Subdepartamento de Inteligencia de Mercado de la Dirección de Desarrollo Estratégico.

Entrega de información para la realización del estudio

Oficina Comercial de ProChile en Kuala Lumpur, Malasia



FRUTA FRESCA EN MALASIA

2020