

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Malasia

Estudios de Mercado

El Mercado de las Frutas y Hortalizas en Malasia

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a solid red square.

ICEX

El Mercado de las Frutas y Hortalizas en Malasia

Este estudio ha sido realizado por Caridad Hernández de Arce, becaria de la Cámara de Comercio de Murcia, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Malasia.

Junio 2006

INDICE

CONCLUSIÓN.....	4
I. INTRDUCCIÓN.....	5
1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR.....	5
2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.....	5
II. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	8
1. TAMAÑO DEL MERCADO.....	8
2. PRODUCCIÓN LOCAL.....	10
3. COMERCIO EXTERIOR.....	12
3.1. ANÁLISIS DEL COMERCIO DE FRUTAS FRESCAS.....	12
3.2. ANÁLISIS DEL COMERCIO DE HORTALIZAS FRESCAS...32	
4. ANÁLISIS CUALITATIVO.....	47
4.1. PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	47
4.2. OBSTACULOS COMERCIALES.....	47
4.3. POLÍTICA DE PRECIOS Y MÁRGENES COMERCIALES.....	48
4.4. COMPETENCIA.....	49
III. ANÁLISIS DEL COMERCIO.....	51
1. DISTRIBUCIÓN	
IV. ANÁLISIS DEL LA DEMANDA.....	52
1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO.....	52
1.1. FACTORES DEMOGRÁFICOS.....	52
1.2. FACTORES ECONÓMICOS.....	56
1.3. TENDENCIAS CULTURALES.....	59
1.4. DEMANDA DE FRUTAS Y HORTALIZAS ESPECÍFICAS.....	59
2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	60
3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL.....	60
4. ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN EL MERCADO.....	61
V. ANEXOS.....	62
1. FERIAS DEL SECTOR.....	62
2. DIRECCIONES DE INTERÉS.....	64
3. PRODUCTORES DE FRUTAS.....	66
4. IMPORTADORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS.....	71
5. SUPERMERCADOS GRANDES Y ALMACENES.....	74

CONCLUSIÓN

Las Frutas y Hortalizas que se cultivan en Malasia son de tipo tropical y su producción va en aumento. Sin embargo, el crecimiento de la producción local de Frutas y Hortalizas no es suficiente para satisfacer la creciente demanda, lo que hace necesaria la importación de este tipo de productos.

En términos generales, las importaciones de Frutas y Hortalizas templadas a Malasia han mantenido una tendencia al alza durante la última década, alcanzando volúmenes muy sustanciales.

El incremento producido en los últimos años en el número de países que exportan frutas y hortalizas templadas a Malasia ha tenido como resultado una mayor competencia en el sector, tendencia que se mantiene en la actualidad. Hay que destacar que China ha conseguido introducirse en este mercado, desplazando a exportadores tradicionales como Australia y Estados Unidos y obligándoles a desarrollar estrategias más agresivas para promocionar sus productos.

En cuanto a la distribución de las Frutas y Hortalizas en Malasia, siempre se han vendido en los mercados tradicionales, que están repartidos por todo el país, y que ofrecen productos de una demanda generalizada a precios más asequibles que otros puntos de venta. Sin embargo, en los últimos años se ha registrado un crecimiento importante de supermercados e hipermercados, especialmente en zonas urbanas, donde es más habitual encontrar Frutas y Hortalizas de zonas templadas importadas.

La demanda de estos productos en Malasia ha ido en aumento en los últimos años debido a varios factores, como el crecimiento de la población, una mayor renta per cápita, la migración de la población hacia zonas urbanas, una mayor conciencia de temas relacionados con la salud y los beneficios asociados con el consumo de Frutas y Hortalizas, una mayor afluencia de turistas en el país y la presencia de más número de expatriados en el país. De todo esto, se deduce que la demanda de estos productos seguirá en aumento en los próximos años.

El sector que ofrece más potencial de crecimiento para los exportadores españoles es el de las Frutas de zonas templadas frescas, a pesar del descenso de los últimos años de suministro de estos productos procedentes de España. El mercado creciente de Frutas exóticas, como los Melocotones, Ciruelas, Cerezas y Fresas, es un subsector que ofrece unas perspectivas muy positivas.

Los exportadores españoles que quieran introducirse en el mercado de las Frutas y Hortalizas en Malasia deben visitar el país, preferiblemente antes del inicio de la temporada, para, así, conocer a sus importadores potenciales y profundizar en el funcionamiento del mercado.

También deben considerar la posibilidad de participar en ferias locales, e informarse sobre el mercado a través del ICEX, las distintas Cámaras Comercio españolas o la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kuala Lumpur.

I ■ INTRODUCCIÓN

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El presente estudio pretende dar una visión global del Sector de Agrícola en Malasia, concretamente en los subsectores de las Frutas y Hortalizas frescas o refrigeradas, con el objetivo de identificar oportunidades para exportadores españoles en dicho mercado.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Los datos de comercio exterior que a lo largo del estudio se analizan toman como referencia las partida arancelaria 08 – Frutas y Frutos comestibles; Cortezas de Agrios (Cítricos), Melones o Sandías, recogida en la Tabla 1 y la partida arancelaria 07 – Hortalizas, Plantas, Raíces y Tubérculos Alimenticios, recogida en la Tabla 2.

TABLA 1: Partidas arancelarias de Frutas Frescas.

TARIC	PRODUCTO
08.05	Agrios Cítricos, Frescos o Secos
08.05.10	Naranjas
08.05.20	Mandarinas
08.05.40	Pomelos
08.05.50	Limonos
08.06	Uvas, Frescas o Secas
08.06.10	Uvas Frescas
08.07	Melones, Sandías y Papayas, Frescos
08.07.11	Sandías, Frescas
08.07.19	Melones, Frescos
08.08	Manzanas, Peras y Membrillos, Frescos
08.08.10	Manzanas, Frescas
08.08.20	Peras y Membrillos, Frescos
08.09	Albaricoques Damascos, Chabacanos, Cerezas, Melocotones Duraznos, Incl. los Griñones y Nectarinas, Ciruelas y Endrinas, Frescos
08.09.10	Albaricoques Damascos, Chabacanos, Frescos
08.09.20	Cerezas, Frescas
08.09.30	Melocotones Duraznos, Incl. los Griñones y Nectarinas, Frescos
08.09.40	Ciruelas y Endrinas, Frescas
08.10	Fresas, Frambuesas, Zarzamoras, Grosellas y demás Frutos Comestibles, Frescos
08.10.10	Fresas Frutillas, Frescas

El sector de las Frutas Frescas se identifica con el Código ICEX

Fuente: TARIC.

TABLA 2: Partidas arancelarias de Hortalizas Frescas o Refrigeradas.

TARIC	PRODUCTO
07.02	Tomates Frescos o Refrigerados
07.04	Coles, Incl. los Repollos, y Coliflores, Coles Rizadas, Colinabos y Productos Comestibles Simil. del Género Brassica, Frescos o Refrigerados
07.05	Lechugas Lactuca Sativa y Achicorias, Comprendidas La Escarola y La Endibia Cichorium Spp., Frescas o Refrigeradas
07.06	Zanahorias, Nabos, Remolachas para Ensalada, Salsifíes, Apionabos, Rábanos y Raíces Comestibles Simil., Frescos o Refrigerados
07.07	Pepinos y Pepinillos, Frescos o Refrigerados
07.08	Hortalizas de Vaina, Incl. Silvestres, aunque estén desvainadas, Frescas o Refrigeradas
07.08.10	Guisantes Arvejas, Chícharos Pisum Sativum, Frescos o Refrigerados
07.09	Hortalizas, Incl. Silvestres, Frescas o Refrigeradas
07.09.10	Alcachofas Alcauciles, Frescas o Refrigeradas
07.09.20	Espárragos, Frescos o Refrigerados
07.09.30	Berenjenas, Frescas o Refrigeradas
07.09.40	Apio, Fresco o Refrigerado
07.09.59	Setas y demás Hongos comestibles, Frescas o Refrigeradas
07.09.70	Espinacas, Frescas o Refrigeradas
El sector de las Hortalizas Frescas o Refrigeradas se identifica con el Código ICEX	

Fuente: TARIC.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Tradicionalmente, el sector de la agricultura contribuía significativamente al crecimiento y desarrollo de la economía malasia. Sin embargo, como en la mayoría de los países que despegan del subdesarrollo, los cambios hacia una economía más industrializada han modificado el escenario y la estructura económica del país. Como consecuencia, la participación del sector agrícola en el PIB ha caído en favor del sector manufacturero de un 11,9% en 1997 a un 8,05% que se estima para el año 2006.

Ha sido el sector que más lenta y erráticamente ha crecido durante los últimos años. Tras un fuerte crecimiento de un 5,3% en 2003, en el año 2004 y 2005 sólo creció un 2,8% y un 2,4% respectivamente.

Hoy en día, aunque la agricultura sigue teniendo una importancia estratégica en la estructura económica de Malasia su contribución al PIB en 2005 fue de tan sólo un 8,07% con un valor de 21.186 Millones de Ringitts (4.708 millones de euros), como se muestra en la Tabla 10. Esta contribución depende en gran medida de la producción de materias primas industriales como caucho, aceite de palma y madera, siendo la producción de alimentos el 41% del valor total del sector.

TABLA 3: Contribución de la Agricultura a la Economía 2003-2005(e)

	2003			2004			2005		
	Valor	% PIB	% Var	RM	% PIB	% Var	RM	% PIB	% Var
Agricultura, Pesca y Recursos Forestales	20,123	8.69	5.30	20,693	8.35	2.80	21,186	8.07	2.40
PIB Total	231,674	100	5.30	247,880	100	7.00	262,641	100	6.00

Fuentes: Ministry of Finance Malaysia. Department of Statistics, Malaysia. Moneda: Millones de Ringgits.

La crisis de 1997 no ayudó al sector, ya que se creó una situación irreal en la que el país consiguió grandes excedentes por la demanda de sus productos debido a la depreciación de la moneda y no a su competitividad. En los últimos años, con las negociaciones de Malasia con la OMC (Organización Mundial del Comercio) y el desarme arancelario con los países ASEAN, el Gobierno no puede seguir protegiendo al sector con políticas arancelarias y subsidios. Si los pequeños agricultores quieren ser competitivos tienen que realizar una utilización eficiente de las explotaciones y conseguir mayor productividad.

Hasta épocas recientes, los mayores cultivos estaban orientados a las producciones industriales de caucho y aceite de palma, el único alimento con un peso importante era el cultivo de arroz. Esto llevó a que las importaciones de alimentos alcanzaran unos valores exorbitantes y que el país dependiera totalmente del exterior, por lo que el Gobierno bajo el Plan Nacional Agrícola (NAP) estableció como primer objetivo la seguridad alimentaria del país. Actualmente, se han diversificado los cultivos hacia el incremento en la producción de cereales, frutas y verduras. El objetivo es disminuir la factura de las importaciones de productos agroalimentarios frescos.

Sin embargo, a excepción de las grandes plantaciones de cultivos industriales de aceite de palma y caucho, las explotaciones agropecuarias son de tamaño relativamente pequeño, aproximadamente sólo un 5,5% de la superficie del país es arable. En general, predomina un régimen de minifundio, dispersión geográfica y una escasa disponibilidad de suelo cultivable.

Unido a esto, el sector está todavía sin mecanizar siendo muy dependiente de la mano de obra, la mayoría son trabajadores sin cualificar, y con unas tasas de productividad de un 25% de la que se registra en el sector industrial. De manera, que el Gobierno en su Tercera Política Agrícola Nacional promueve la mecanización del campo con el fin de mejorar la productividad y eficiencia del sector, e incrementar las rentas de los agricultores.

A pesar de los esfuerzos del Gobierno, las mejoras tecnológicas y la inversión de capital privada es todavía relativamente pequeña, dado el alto riesgo que supone la inversión en un sector claramente subdesarrollado y el difícil acceso a la tecnología e investigación. Para conseguir la autosuficiencia de alimentos con el incremento de la población, la disminución de mano de obra y la competencia exterior, el sector agrícola necesita seguir transformándose.

En cuanto a las frutas y hortalizas, han formado tradicionalmente una parte importante de la dieta de los malasios. Al menos, se cultivan 54 tipos de hortalizas y 15 tipos de frutas tropicales en el país para satisfacer la demanda local. Malasia también importa una gran cantidad de frutas y hortalizas, debido a varias razones. La más importante es que la producción local no cubre las necesidades crecientes. En otros casos, las importaciones están motivadas por el hecho de que las condiciones climáticas locales no son adecuadas para el cultivo de frutas y hortalizas propias de zonas templadas. Factores como una gran presencia de extranjeros, el crecimiento acelerado de las ciudades y los cambios en el estilo de vida de los malasios, han provocado un incremento en las importaciones de frutas y hortalizas de zonas templadas.

➤ **Política Agraria**

De cara a la modernización y desarrollo de la industria agroalimentaria en Malasia y con el fin de que el país se convierta en un exportador neto de productos agroalimentarios, desde 2002 el Gobierno malasio está promocionando agresivamente este sector, considerado como estratégico, vía programas especiales de desarrollo incluidos en su *Second Industrial Master Plan (IMP2)* y *National Agriculture Policy (NAP3)*, con especial énfasis en programas para el

incremento de la producción agrícola, programas para la sustitución de importaciones y programas para la exportación, educación e introducción de tecnología.

Entre las estrategias más importantes puestas en marcha se encuentran el incremento de la superficie útil dedicada a la producción agrícola, y la modernización y mecanización urgente de las explotaciones agropecuarias, especialmente los subsectores de la piscicultura, la ganadería, el cultivo de frutas y el sector lácteo, así como el del arroz, este último estratégico de cara a alcanzar la autosuficiencia.

Además de estos programas dirigidos al sector primario, se han puesto en marcha paquetes de medidas para paliar los graves problemas que afectan a la distribución y resto de la cadena de valor. Estas medidas incluyen la reducción de intermediarios de mercado, control de precios a través de la creación de canales paralelos como el marketing directo, la integración y *contract farming*.

De cara a los mercados exteriores el Gobierno malasio junto con el sector privado han lanzado la iniciativa *Malaysian Food Brand*, de cara a mejorar la imagen de marca país del sector agroalimentario a nivel internacional. Desde comienzos de 2002, el Ministerio de Agricultura e Industrias Alimentarias Malasia (*Ministry of Agriculture and Agri-based Industries - MOA*) está apoyando financieramente los productos para la exportación con la “Marca Malasia”. A través de esta iniciativa el Gobierno está impulsando y promocionando la diversificación de productos, la calidad, el envasado y la logística y la investigación de mercados de cara a satisfacer la demanda de los mercados internacionales, con el objetivo de crear productos con alto valor añadido que compensen y limiten el impacto de las fluctuaciones de precios de las materias primas.

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Las frutas y hortalizas han formado tradicionalmente una parte importante de la dieta de los malasios. La producción de frutas y hortalizas en Malasia ha ido creciendo de forma constante en línea con el crecimiento de la población y de su riqueza. Al menos, se cultivan 54 tipos de hortalizas y 15 tipos de frutas tropicales en el país para satisfacer la demanda local. Sin embargo, a pesar de este incremento en la producción local, no ha sido suficiente para satisfacer la creciente demanda de la población. Por lo que, Malasia sigue importando grandes cantidades de frutas y hortalizas, además gran parte de estas importaciones proceden de zonas templadas, importando productos que no pueden cultivarse en el país. Factores como una gran presencia de extranjeros, el crecimiento acelerado de las ciudades y los cambios en el estilo de vida de los malasios, han provocado un incremento en las importaciones de frutas y hortalizas de zonas templadas.

➤ **FRUTAS**

El mercado de la fruta fresca en Malasia ha presentado un continuo crecimiento durante los últimos 10 años debido a varios motivos como el aumento de la población, de las rentas y del número de extranjeros residentes en el país y visitantes, así como de una mayor conciencia de una alimentación sana y al apoyo del Gobierno al desarrollo del sector.

Bajo el Third National Agricultural Policy (NAP), los objetivos en el sector de la fruta son:

- Asegurar suministro de fruta fresca tanto para el consumo local como para el procesamiento.
- La modernización en los sistemas de producción de las potenciales frutas del país con el fin de aumentar las exportaciones.

La industria del cultivo de frutas en Malasia cuenta con aproximadamente 270,000 agricultores y ocupa unas 450.000 hectáreas, siendo la producción de unas 2.000 Mt aproximadamente, según el *Federal Agricultural Marketing Authority of Malaysia (FAMA)*.

El cultivo local de frutas se centra en las frutas tropicales, hay que destacar diez tipos de frutas por su potencial tanto en el consumo local como en la exportación: Rambutan, Piña, Sandía, Papaya, Starfruit, Mango, Guayaba, Jackfruit, Duku-langsar, Plátanos, Cítricos y Durian.

La mayor parte de la producción de frutas en Malasia está concentrada en Malasia Peninsular, concretamente en la región de Johor. La fruta más popular en el país es el Durian, más de la mitad del total de los cultivos de frutas del país están dedicados al cultivo de esta fruta, principalmente concentrados en la zona de Johor y Kelantan. La segunda fruta más cultivada es el Duku-langsar, concentrado principalmente en la zona de Kelantan. Por último, hay que destacar que en la zona de Cameron Highlands existen algunos cultivos de cítricos propios de zonas templadas.

➤ **HORTALIZAS**

La industria de las hortalizas ocupa una posición importante dentro del sector agrícola en Malasia. El Gobierno está estimulando el desarrollo del sector gracias a una renovada perspectiva del sector agrícola y su contribución a la economía, ayudada por una creciente demanda de estos productos por una población cada vez más concienciada del valor de una dieta equilibrada.

El mercado de las hortalizas ha experimentado un constante crecimiento en los últimos 10 años, llegando a doblar la producción. Los cultivos de hortalizas están principalmente en manos de pequeños agricultores, situados, por lo general, cerca de zonas densamente pobladas o con fácil acceso para el transporte, y en zonas altas donde se cultivan las hortalizas de mayor valor.

En Malasia se pueden encontrar alrededor de unas 54 variedades de verduras y hortalizas. Las tres hortalizas más populares cultivadas en Malasia son las judías largas, los pepinos y el chili. Otras hortalizas importantes son las judías verdes, las coles, la hoja de mostaza, y las berenjenas. En la zona de Cameron Highlands también se cultivan algunas hortalizas propias de zonas templadas como son el repollo, los tomates y los pimientos dulces.

Los mayores cultivos de hortalizas se concentran en la zona de Johor, seguido de la región de Pahang donde se encuentra Cameron Highland, que es la mayor extensión de cultivos de hortalizas de esta zona.

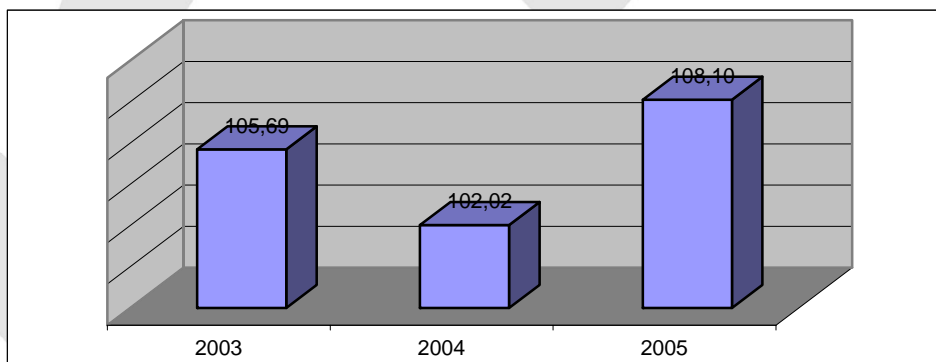
3. COMERCIO EXTERIOR

3.1. Análisis del Comercio de Fruta fresca.

Las importaciones de frutas frescas aumentaron en 2005 un 5,96% respecto a 2004, alcanzado un valor de 108,10 millones de euros, frente a los 102,02 millones de euros de 2004, tal y como muestra el Gráfico 1.

En cuanto al origen de las importaciones de fruta, existe en la actualidad una mayor diversidad. Mientras que anteriormente los principales suministradores eran Estados Unidos, Australia y Nueva Zelanda, ahora otros países como China, Tailandia y Sudáfrica han entrado en el mercado, lo que ha conducido a una mayor competencia y a unos precios más bajos, que a su vez ha servido para fomentar el consumo. En el año 2005 las importaciones procedieron principalmente de China, Estados Unidos y Tailandia.

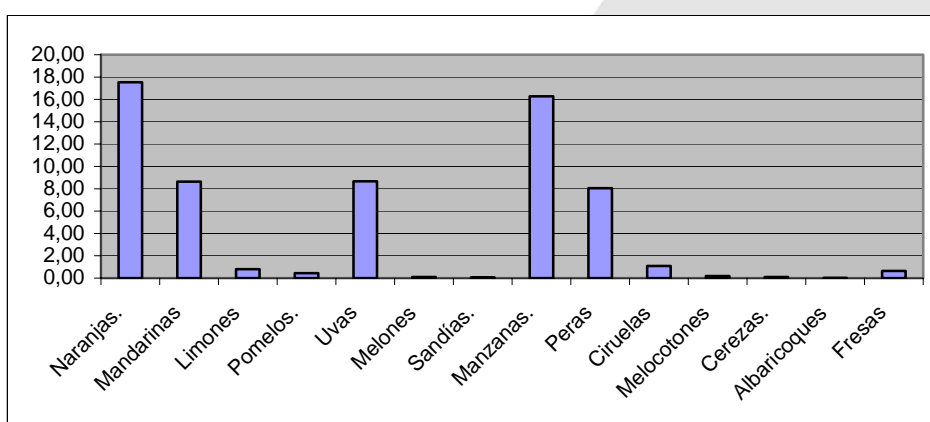
GRÁFICO 1: Evolución de las importaciones de Fruta Fresca 2003-2005



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

En relación a las frutas más importadas, los cítricos constituyen el segmento más importante, representando el 25,43% del total. Tal y como recoge el Gráfico 2, las frutas más importados en 2005 fueron las Naranjas, con un valor de 17,54 millones de euros, seguidas de las Manzanas, con un valor de 16,28 millones de euros, y las Uvas, con un valor de 8,67 millones de euros.

GRÁFICO 2: Importaciones por Productos (2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

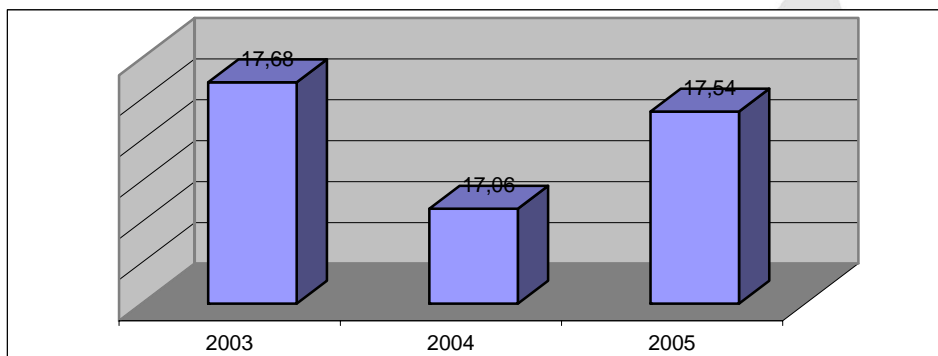
3.2. Análisis de las principales Frutas Importadas.

➤ Naranjas

Las importaciones de frutas templadas en Malasia han estado lideradas por las importaciones de Naranjas, las cuales constituyeron en 2005 el 16,2% del total de las importaciones de estos productos. También hay que destacar, que las importaciones de Naranjas suponen el 63% de las importaciones de cítricos del país.

Durante los últimos tres años las importaciones de Naranjas se han mantenido en torno a los 17 millones de euros, alcanzando en 2005 el valor de 17,54 millones de euros, lo que supuso un incremento de un 2,78% con respecto al año anterior. En términos de volumen, se importaron 85 millones de kilos.

GRÁFICO 3: Importaciones de Naranjas (2003-2004).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

En cuanto a la procedencia de estos productos, tal y como muestra la Tabla 4, Estados Unidos y Australia son los dos países suministradores más importantes. Sin embargo, hay que destacar que en los últimos años estos países han perdido cuota de mercado, en favor de otros países como Tailandia, China y Sudáfrica. Durante este periodo las importaciones procedentes de España han sido mínimas.

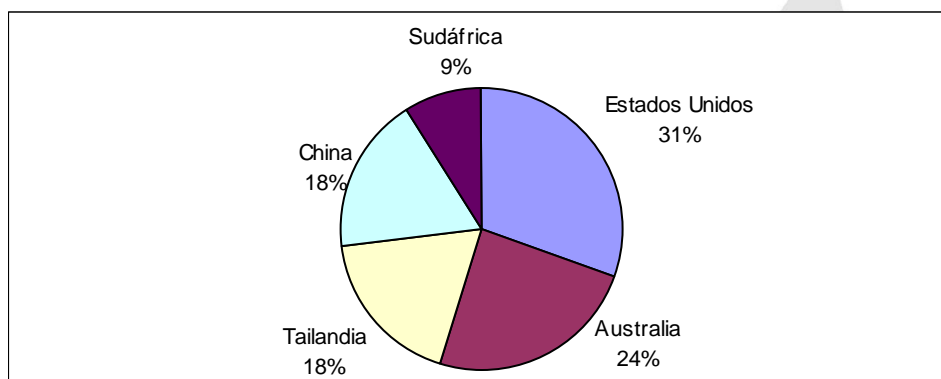
TABLA 4: Importaciones de Naranjas por Países.

País	2003 2004 2005			% Participación			% Cambio
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0 -- El Mundo --	17,68	17,06	17,54	100	100	100	2,78
1 Estados Unidos	8,70	6,67	5,14	49,2	39,12	29,32	-22,97
2 Australia	3,44	3,84	4,11	19,46	22,51	23,41	6,86
3 Tailandia	0,78	1,54	3,07	4,41	9,01	17,5	99,65
4 China	1,17	1,43	3,06	6,61	8,38	17,43	113,88
5 Sudáfrica	2,03	2,15	1,49	11,49	12,63	8,5	-30,82
*20 España	0,32	0,01	0,00	1,83	0,04	0,01	-72,31

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

Estados Unidos y Australia siguen siendo líderes en este mercado con una cuota de mercado combinada del 52,63% en términos de valor, frente al 80% con el que contaban en 2001, este descenso se debe a la fuerte competencia procedente de Tailandia y China, que en el último año duplicado sus exportaciones a Malasia. Hay que destacar también que esta intensa competencia en el mercado de las Naranjas importadas ha provocado un descenso en los precios.

GRÁFICO 4: Importaciones de Naranjas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

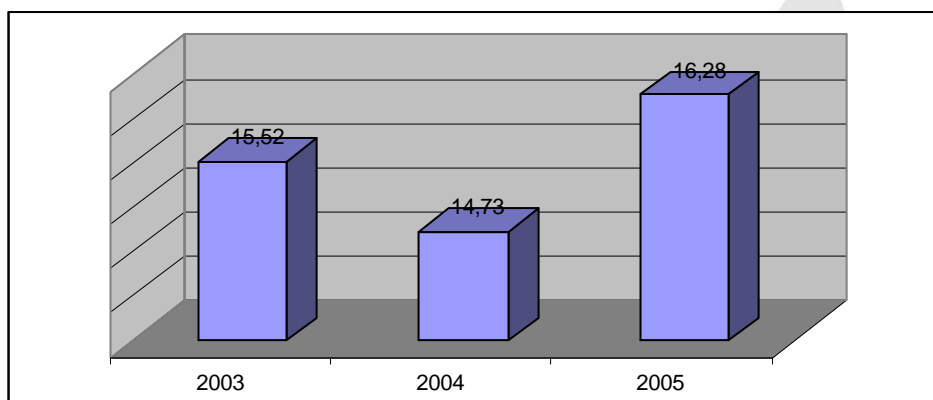
La naranja es la fruta de zonas templadas más popular en Malasia, y las consumen habitualmente los malasios de todas las razas. Su popularidad se debe también a que, además de consumirse frescas, se consumen en forma de zumo. Las naranjas se pueden encontrar en todo tipo de puntos de venta al público, en mercados tradicionales, mercados nocturnos, mini-mercados, supermercados, hipermercados, restaurantes y hoteles.

Por su parte, España exportó Naranjas por valor de 705 millones de euros en 2005, más de mil millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un millón de euros, del cual más del 85% se dirigió a Corea del Sur.

➤ **Manzanas**

La segunda fruta de zonas templadas más importada en Malasia son las Manzanas. Durante el año 2005, las importaciones se incrementaron en un 10,52%, de 14,73 millones de euros en 2004 a 16,28 millones en 2005. Sin embargo, en términos de volumen disminuyeron un 0,82%, importándose 80,49 millones de kilos de Manzanas.

GRÁFICO 5: Importaciones de Manzanas (2003-2004).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

Mientras que en el pasado Estados Unidos era el principal suministrador de manzanas, otros países como China y Sudáfrica han entrado con fuerza en este mercado recientemente, consiguiendo una cuota de mercado combinada de un 66,21%. La variedad de Manzanas chinas *Fuji* ha desplazado del primer puesto a la variedad *Washington*. Las importaciones procedentes de España son muy pequeñas, teniendo un valor de 10.000 euros en 2005, frente a los 90.000 euros del año anterior.

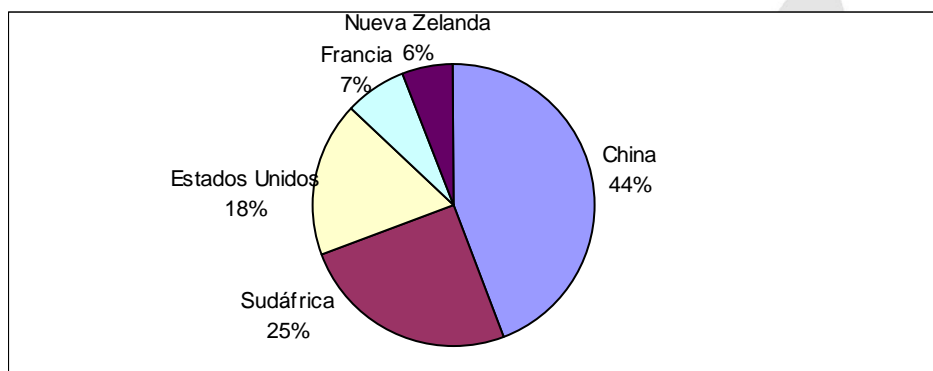
TABLA 5: Importaciones de Manzanas por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	15,52	14,73	16,28	10,52
1 China	5,18	6,47	6,87	6,25
2 Sudáfrica	3,64	4,48	3,91	-12,85
3 Estados Unidos	2,37	1,39	2,78	99,67
4 Francia	1,03	0,56	1,14	102,4
5 Nueva Zelanda	1,80	1,06	0,91	-13,78
*33 España	0,00	0,09	0,01	-94,33

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

Aunque China y Sudáfrica han conseguido afianzarse en este mercado durante los últimos diez años, Estados Unidos sigue teniendo una posición relevante, con un 18% del total de las importaciones de Manzanas. También hay que destacar que Francia abarca el 7% del mercado.

GRÁFICO 6: Importaciones de Manzanas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

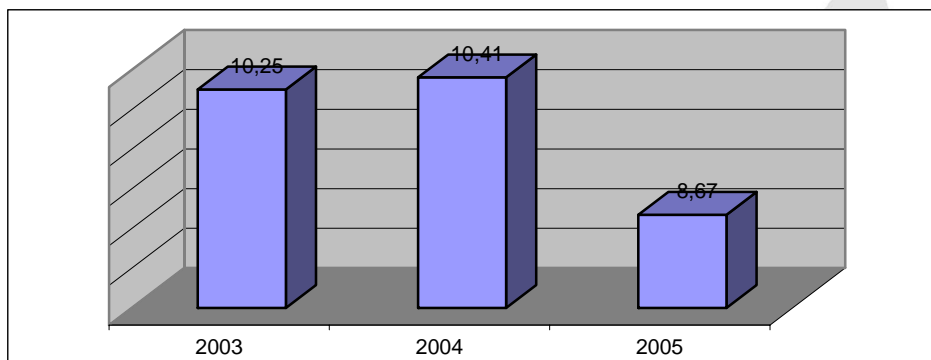
Al igual que las Naranjas, las Manzanas se encuentran fácilmente en todo tipo de puntos de venta al público. Son muy populares entre los malasios, y también se consumen en forma de zumo. Algunas de las variedades más populares son las *Fuji* (de China), las rojas *Washington* (de Estados Unidos), las *Granny Smith* (de Sudáfrica), las *Royal Gala* (de Australia) y las Manzanas verdes (de Estados Unidos).

Por su parte, España exportó Manzanas por valor de 44 millones de euros en 2005, más de 95 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un total de 422.000 euros, 766.000 Kilos, dirigidos principalmente a Emiratos Árabes Unidos.

➤ Uvas

Las importaciones de Uvas han mantenido unos valores constantes durante los últimos 5 años, rondando los 10 millones de euros, convirtiéndose en la tercera fruta más importada del país. Sin embargo, tal y como refleja el Gráfico 7, en 2005 las importaciones disminuyeron un 16,65% en términos de valor con respecto al año anterior, importándose 8,67 millones de euros, un total de 19 millones de Kilos.

GRÁFICO 7: Importaciones de Uvas (2003-2004).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

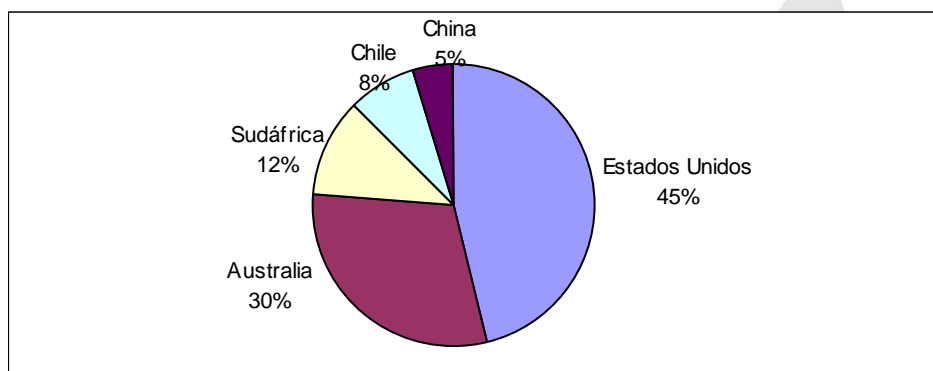
En cuanto a los países de procedencia de las importaciones de Uvas, un 42,55% provienen de Estados Unidos, seguido de Australia. Otros países que han empezado a exportar Uvas a Malasia recientemente son Sudáfrica, Chile y China, los cuales se están afianzando en el mercado.

TABLA 6: Importaciones de Uvas por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -			
	2003	2004	2005				
0 -- El Mundo --	10,25	10,41	8,67	100	100	100	-16,65
1 Estados Unidos	3,38	3,04	3,69	32,91	29,26	42,55	21,2
2 Australia	2,78	3,59	2,39	27,06	34,52	27,54	-33,5
3 Sudáfrica	1,65	1,40	0,92	16,1	13,47	10,63	-34,22
4 Chile	1,30	1,19	0,61	12,67	11,47	7,08	-48,54
5 China	0,53	0,45	0,37	5,17	4,28	4,32	-15,75
*33 España	0,03	0,00	0,04	0,3	0,01	0,52	3520,43

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

GRÁFICO 8: Importaciones de Uvas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Las Uvas son un producto caro si se comparan con otras frutas como las Manzanas y las Naranjas, y siguen siendo inasequibles para la población de renta media. Como consecuencia, se venden principalmente en supermercados e hipermercados de zonas urbanas, y las consumen sobre todo los malasios con mayor poder adquisitivo y los expatriados. No obstante, se ha detectado que las uvas empiezan poco a poco a venderse también en los mercados tradicionales y en otros puntos de venta de zonas urbanas, lo que demuestra que su popularidad va en aumento. Algunas de las variedades más populares son las *Flame* (sin semillas, de Australia) y las Uvas de California.

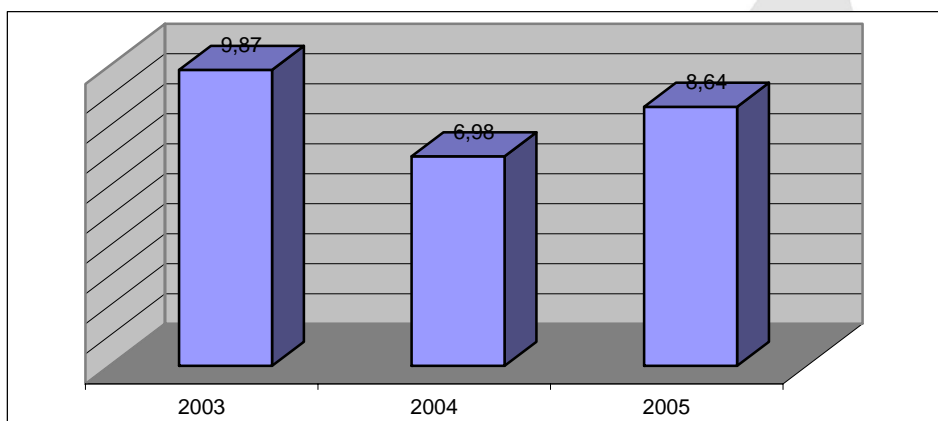
Por su parte, España exportó Uvas por valor de 127 millones de euros en 2005, más de 112 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un valor de 254.000 euros, dirigidos principalmente a Emiratos Árabes Unidos.

➤ **Mandarinas**

Las importaciones de Mandarinas constituyeron en 2005 el 8% del total de las importaciones de fruta fresca. Esta fruta se ha convertido en un producto muy popular en Malasia en los últimos años. Después de las Naranjas es el cítrico más importado en el país.

En el año 2004 las importaciones de Mandarinas disminuyeron un 29,28% con respecto a 2003. Recuperándose en 2005 hasta llegar a los 8,64 millones de euros, un 23,67% más que el año anterior. En términos de volumen, se importaron 59 millones de kilos de Mandarinas.

GRÁFICO 9: Importaciones de Mandarinas (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros

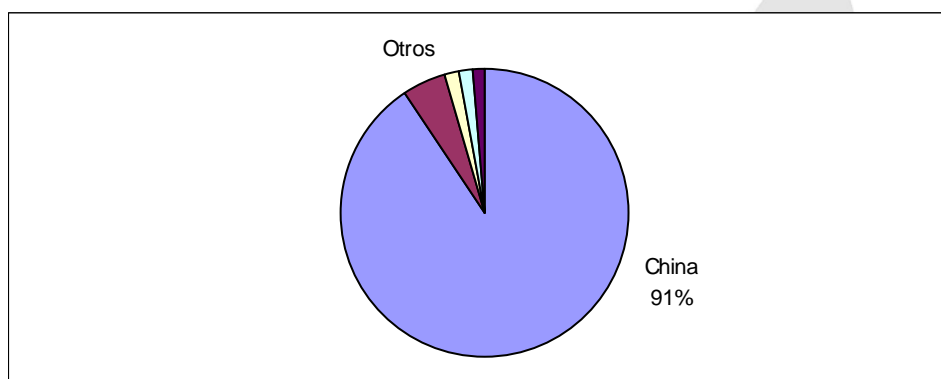
En cuanto a la procedencia de estos productos, tal y como muestra la Tabla 7, China es líder en las importaciones de Mandarinas en Malasia, abarcando el 91% del mercado. Otros suministradores importantes fueron Argentina, Sudáfrica y Pakistán. Las importaciones procedentes de España disminuyeron en 2005 un 85,26% con respecto al año anterior, con un valor de 40.000 euros.

TABLA 7: Importaciones de Mandarinas por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	9,87	6,98	8,64	100
1 China	8,95	5,78	7,63	90,66
2 Argentina	0,11	0,26	0,41	1,15
3 Sudáfrica	0,13	0,05	0,15	1,33
4 Pakistán	0,22	0,23	0,12	2,24
5 Uruguay	0,04	0,03	0,11	0,43
*20 España	0,10	0,26	0,04	0,98

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 10: Importaciones de Mandarinas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

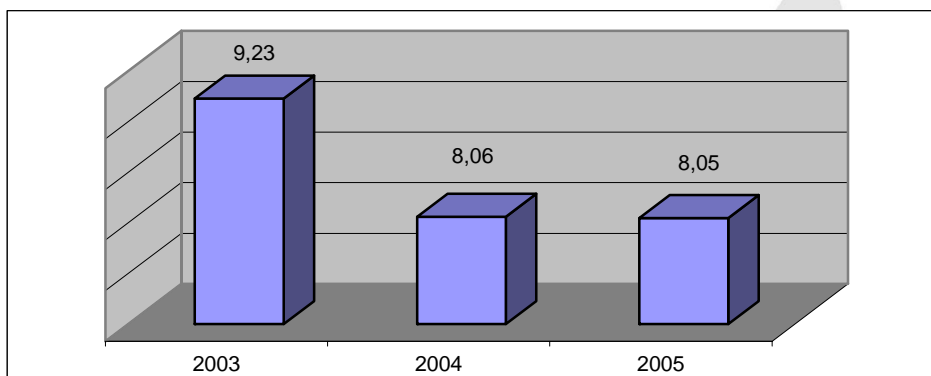
Las Mandarinas se pueden encontrar en supermercados, hipermercados, mercados tradicionales y en otros tipos de puntos de venta. Son especialmente populares durante la época del Año Nuevo chino, cuando las consume la población de origen chino.

Por su parte, España exportó Mandarinas por valor de 1.194 millones de euros en 2005, más de 1.500 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un millón de euros, repartidos principalmente entre Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Hong Kong. Hay que destacar que Singapur recibió procedente de España un total de 261.000 Kilos de Mandarinas por valor de 206.000 euros. Es importante este dato ya que Singapur suele hacer de intermediario, exportando productos procedentes de otros países, siendo Malasia uno de sus principales destinos. De manera que puede que parte de las importaciones procedentes de Singapur sean de Mandarinas españolas.

➤ **Peras y Membrillos**

Las importaciones de Peras y Membrillos han disminuido en los últimos cinco años, pasando de un volumen de importaciones de 64 millones de Kilos en 2001 a 49 millones de Kilos en 2005, equivalente a 8,05 millones de euros. Sin embargo, desde 1990, donde las importaciones alcanzaron un valor de tan sólo 10 millones de Kilos, esta fruta ha aumentado su popularidad entre la población malasia. Tal y como muestra el Gráfico 11, en 2004 y 2005 las importaciones de Peras y Membrillos se mantuvieron constantes, representando casi un 8% del total de importaciones de frutas frescas del país.

GRÁFICO 11: Importaciones de Peras y Membrillos (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

China es el principal suministrador de Peras y Membrillos en Malasia, teniendo una posición muy afianzada en este mercado, con una cuota de más de un 80% del total y un valor de 6,49 millones de euros en 2005. En los últimos cinco años Sudáfrica se ha convertido en un exportador importante de Peras y Membrillos a Malasia, convirtiéndose en el segundo país de procedencia de estos productos, quitándole mercado a Australia y Estados Unidos.

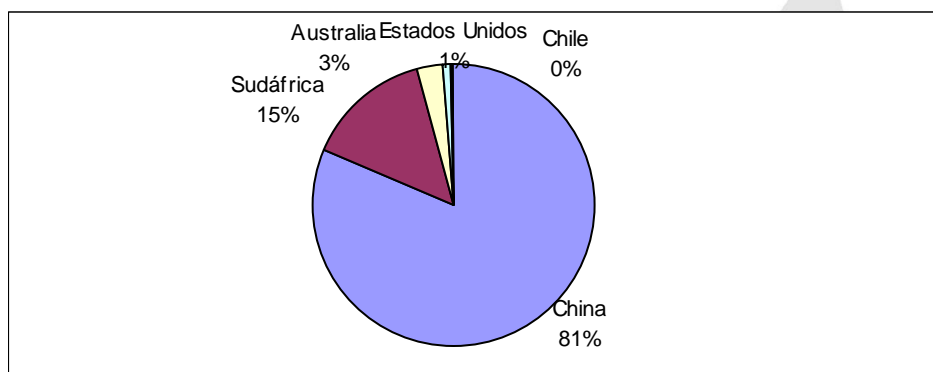
TABLA 8: Importaciones de Peras y Membrillos por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -			
	2003	2004	2005				
0 -- El Mundo --	9,23	8,06	8,05	100	100	100	-0,14
1 China	7,38	6,52	6,49	79,95	80,89	80,62	-0,48
2 Sudáfrica	0,99	1,00	1,17	10,69	12,46	14,48	16,07
3 Australia	0,52	0,26	0,23	5,63	3,21	2,81	-12,52
4 Estados Unidos	0,12	0,09	0,07	1,32	1,14	0,91	-19,74
5 Chile	0,08	0,09	0,02	0,85	1,06	0,3	-72,02
*33 España	0,00	0,00	0,00	0	0	0	0

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

El mercado de las Peras y Membrillos está dominado por las importaciones procedentes de China, tal y como se puede observar en el Gráfico 12. Le siguen Sudáfrica, Australia, Estados Unidos y Chile. Las importaciones de estos cuatro países abarcan menos de un 20% del mercado. España no ha exportado Peras y Membrillos a Malasia en los últimos tres años.

GRÁFICO 12: Importaciones de Peras y Membrillos por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Debido a la creciente popularidad de las Peras y Membrillos en los últimos diez años, su precio ha disminuido y se han puesto al alcance de la población de nivel económico medio. También están disponibles cada vez más en la mayoría de los puntos de venta al público. Se encuentran varias variedades de Peras en Malasia, como por ejemplo las *China Fragrant* (de China), las *Ho Sui* (de China), las *Packham* (de Australia), las *Victorian* (de Australia), las *Sanji* y las *Ya* (de China).

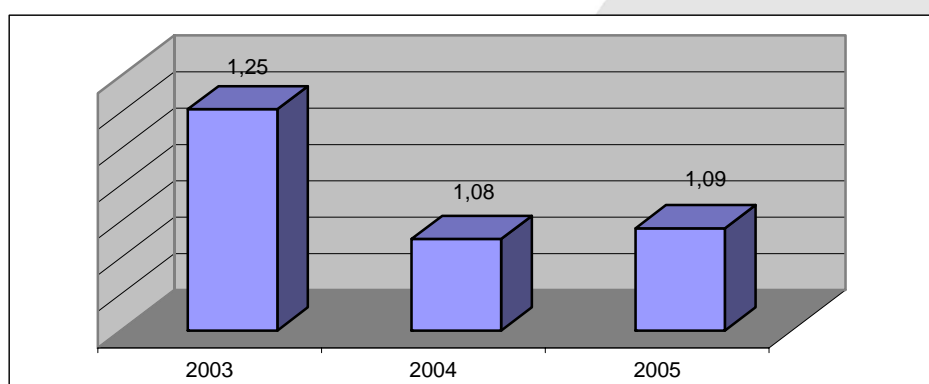
Por su parte, España exportó Peras y Membrillos por valor de 80 millones de euros en 2005, más de 146 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un valor de 1,36 millones de euros, dirigidos principalmente a Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos e Israel.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

➤ Ciruelas

En los últimos tres años las importaciones de Ciruelas registraron un descenso en un 13%, teniendo un valor de 1,09 millones de euros en 2005 y un volumen de casi 3 millones de Kilos.

GRÁFICO 13: Importaciones de Ciruelas (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Estados Unidos es el principal suministrador de Ciruelas en Malasia, con una cuota de más del 40% de las importaciones en términos de valor. Australia fue el segundo suministrador más importante, con una cuota del 25%. Hay que destacar el incremento desde 2003 de las importaciones de Ciruelas de procedentes de Chile, aunque en 2005 disminuyeron un 13,43% con respecto a 2004, el crecimiento desde el año 2003 ha sido de un 187,5%.

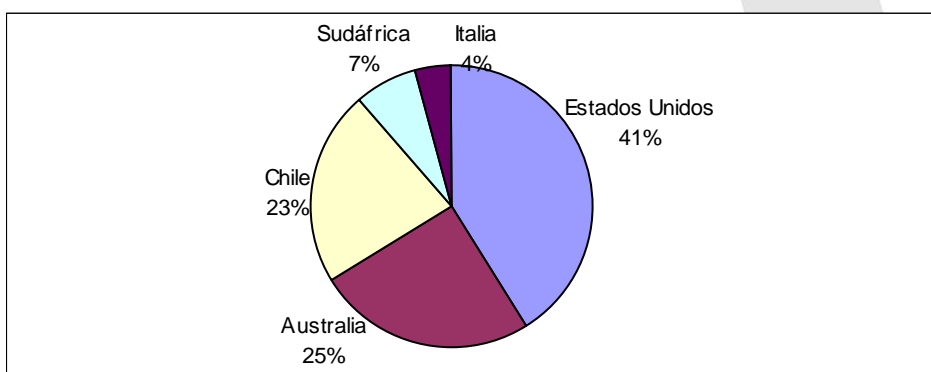
TABLA 9: Importaciones de Ciruelas por Países.

País	2003			2004			% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	1,25	1,08	1,09	100	100	100				1,35
1 Estados Unidos	0,55	0,46	0,42	43,92	42,44	38,73				-7,5
2 Australia	0,49	0,14	0,26	39	12,74	23,61				87,87
3 Chile	0,08	0,27	0,23	6,14	24,87	21,24				-13,43
4 Sudáfrica	0,03	0,04	0,07	2,21	3,76	6,79				82,98
5 Italia	0,00	0,01	0,04	0,36	0,79	3,93				404,24
*33 España	0,00	0,00	0,00	0,04	0	0				0

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

El mercado de las importaciones de Ciruelas está prácticamente repartido entre Estados Unidos, Australia y Chile. España no ha exportado Ciruelas a Malasia en los últimos tres años.

GRÁFICO 14: Importaciones de Ciruelas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Las Ciruelas son consideradas por los malasios como una fruta exótica, y se venden principalmente en supermercados e hipermercados enfocados a expatriados y malasios de un nivel adquisitivo alto. Sin embargo, últimamente se pueden encontrar pequeñas cantidades de Ciruelas a la venta en tiendas más pequeñas, lo cual sugiere que su popularidad va en aumento. Algunas variedades de Ciruelas que se pueden encontrar en Malasia son las de California y las *Simka*.

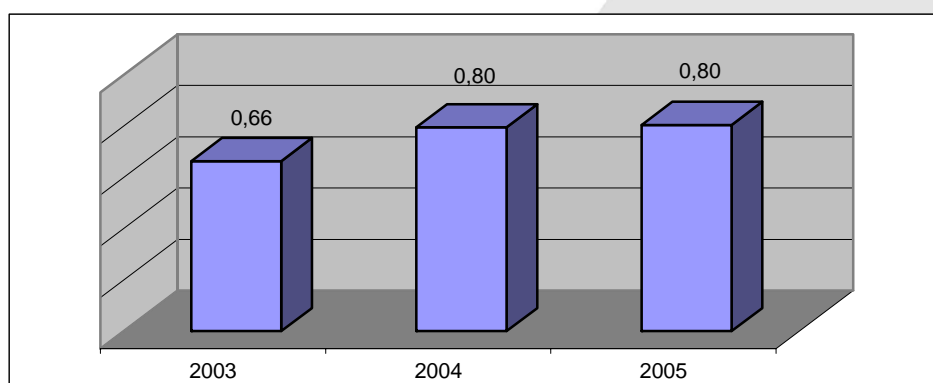
Por su parte, España exportó Peras y Membrillos por valor de 69 millones de euros en 2005, más de 96 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un valor de 553.000 euros, dirigidos principalmente a Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

➤ Limones

Las importaciones de limones crecieron un 21,21% en el año 2004, manteniendo los mismos valores en 2004 y 2005, 800.000 euros. 3,5 millones de Kilos.

GRÁFICO 15: Importaciones de Limones (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

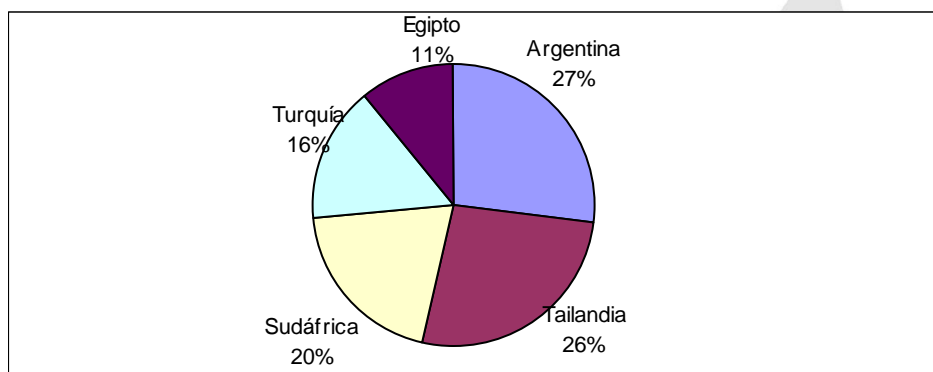
Argentina y Tailandia son los principales proveedores de Limones de Malasia, con una cuota combinada de 45%. Les siguen Sudáfrica y Turquía con un 17% y un 13% del mercado respectivamente. Las importaciones de Limones procedentes de España en 2005 alcanzaron un valor de tan sólo 20.000 euros, un 56,57% más bajas que el año anterior.

TABLA 10: Importaciones de Limones por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	0,66	0,80	0,80	100
1 Argentina	0,08	0,17	0,18	11,97
2 Tailandia	0,17	0,23	0,18	24,98
3 Sudáfrica	0,17	0,18	0,14	25,56
4 Turquía	0,01	0,01	0,11	1,72
5 Egipto	0,01	0,02	0,07	1,39
*33 España	0,03	0,05	0,02	4,99

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 16: Importaciones de Limones por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

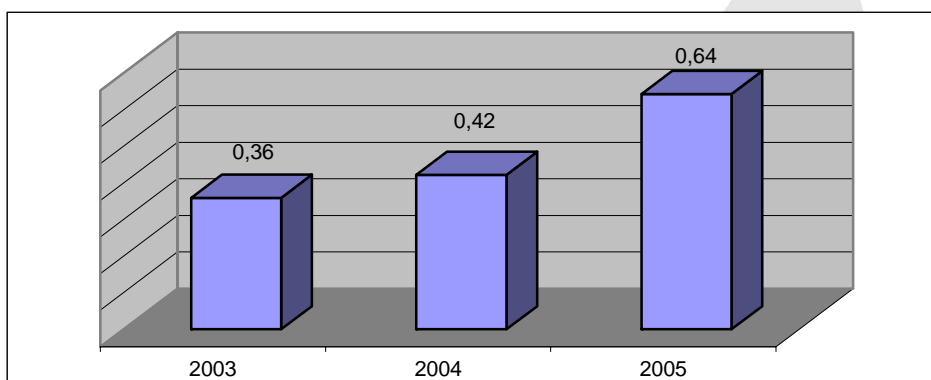
El bajo volumen de las importaciones de Limones en Malasia sugiere que no se trata de un producto muy popular entre la población media, siendo sus consumidores principales los expatriados, la población con mayor poder adquisitivo y los hoteles y restaurantes.

Por su parte, España exportó Limones por valor de 228 millones de euros en 2005, más de 365 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo un valor de 509.000 euros, dirigidos a Hong Kong (63,3%), Singapur (23,37%), Malasia (10%) y China (3,13%). Hay que destacar que Singapur suele hacer de intermediario, exportando productos procedentes de otros países, siendo Malasia uno de sus principales destinos. De manera que puede que parte de las importaciones procedentes de Singapur sean de Limones españoles.

➤ **Fresas**

Las fresas son consideradas una de las frutas exóticas más típicas de las zonas templadas. Las importaciones de fresas en Malasia se han ido incrementando de forma constante a lo largo de la última década. Desde 2001 las importaciones de fresas han aumentado un 62,78% en términos de volumen, hasta alcanzar en 2005 un total de más de 650.000 Kilos., equivalentes a un valor 640.000 euros.

GRÁFICO 17: Importaciones de Fresas (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

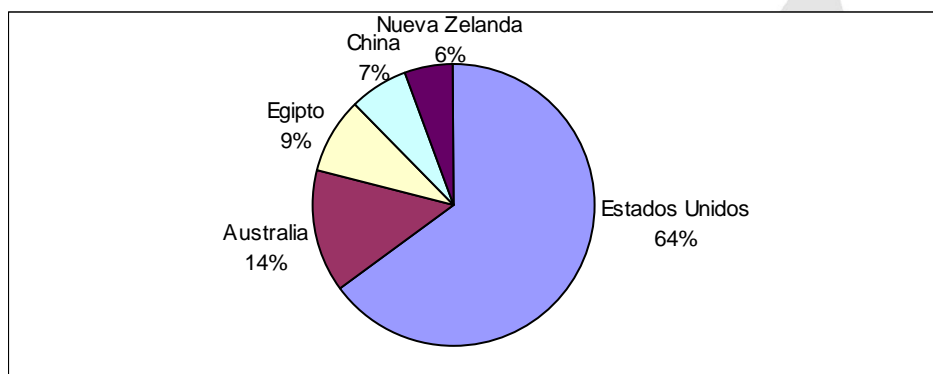
La mayor parte de las fresas importadas en Malasia provienen de Estados Unidos, que ha dominado este mercado desde hace diez años, teniendo una cuota de mercado en 2005 de un 64%, tal y como recoge el Gráfico 18. Le siguen Australia y Egipto, con una cuota de mercado combinada de un 22%. Las importaciones de Fresas procedentes de España son prácticamente inapreciables.

TABLA 11: Importaciones de Fresas por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	0,36	0,42	0,64	100
1 Estados Unidos	0,18	0,21	0,41	51,35
2 Australia	0,08	0,07	0,09	22,08
3 Egipto	0,04	0,06	0,06	11,91
4 China	0,00	0,06	0,04	0,41
5 Nueva Zelanda	0,04	0,01	0,04	10,35
*33 España	0,00	0,00	0,00	0,97
				100
				63,41
				14,04
				8,63
				6,59
				5,47
				773,13

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 18: Importaciones de Fresas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

El elevado precio de las Fresas hace que sean inasequibles para el malasio medio, y las consumen principalmente los expatriados y los malasios con mayor poder adquisitivo.

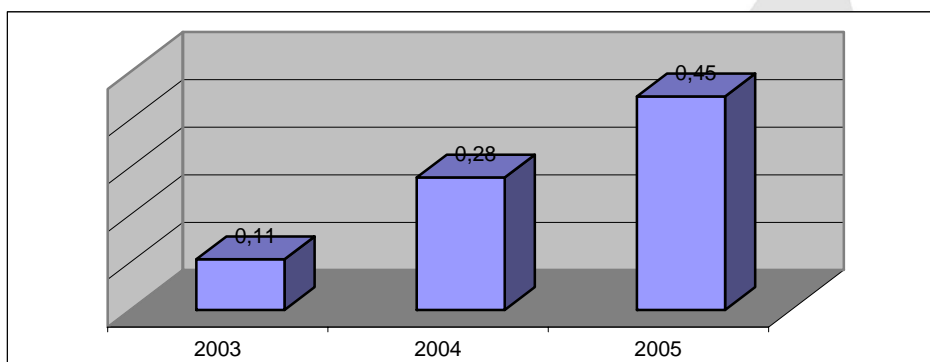
Por su parte, España exportó Fresas por valor de 365 millones de euros en 2005, más de 237 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático no se destinaron Fresas españolas en 2005.

➤ **Pomelos**

Las importaciones de Pomelos constituyeron han aumentado progresivamente en los últimos tres años, tal y como se refleja en el Gráfico 19. En 2005 crecieron un 61,19% con respecto a 2004, alcanzando un valor de 450.000 euros, en volumen supusieron algo más de un millón de Kilos.

A pesar de este incremento en las importaciones de Pomelos, éstos continúan siendo los cítricos menos populares del país, abarcando tan sólo el 1,11% del total de importaciones de cítricos.

GRÁFICO 19: Importaciones de Pomelos (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

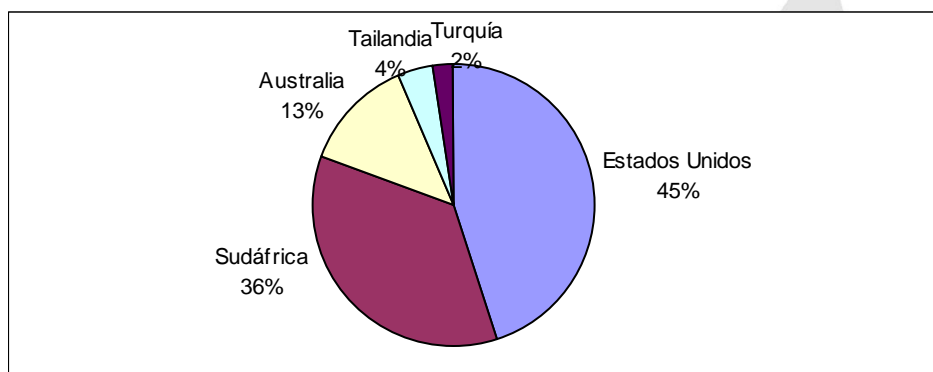
En cuanto a la procedencia de estos productos, tal y como muestra la Tabla 6, Estados Unidos y Sudáfrica son los principales suministradores de Pomelos, abarcando el 75,55% del mercado. Otros suministradores fueron Australia, Tailandia y Turquía. No hubo importaciones procedentes de España en los dos últimos años.

TABLA 12: Importaciones de Pomelos por Países.

País	2003			2004			% Participación			% Cambio	
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -	
0 -- El Mundo --	0,11	0,28	0,45	100	100	100				61,19	
1 Estados Unidos	0,02	0,15	0,19	17,67	54,96	42,46				24,53	
2 Sudáfrica	0,03	0,06	0,15	32,88	22,94	33,86				137,9	
3 Australia	0,01	0,01	0,06	10,35	2,9	12,32				583,82	
4 Tailandia	0,01	0,01	0,02	8,04	3,86	3,88				61,96	
5 Turquía	0,00	0,01	0,01	1,88	2,99	2,07				11,19	
*33 España	0,00	0,00	0,00	0,15	0	0				0	

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 20: Importaciones de Pomelos por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Los Pomelos son considerados por los malasios como una fruta exótica. No obstante, el aumento de las importaciones sugiere una popularidad creciente. Se pueden encontrar en varios supermercados e hipermercados de Kuala Lumpur.

Por su parte, España exportó Pomelos por valor de 22 millones de euros en 2005, más de 30 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo 15.000 euros, dirigidos íntegramente a Kuwait.

➤ **Melocotones, Cerezas y Albaricoques.**

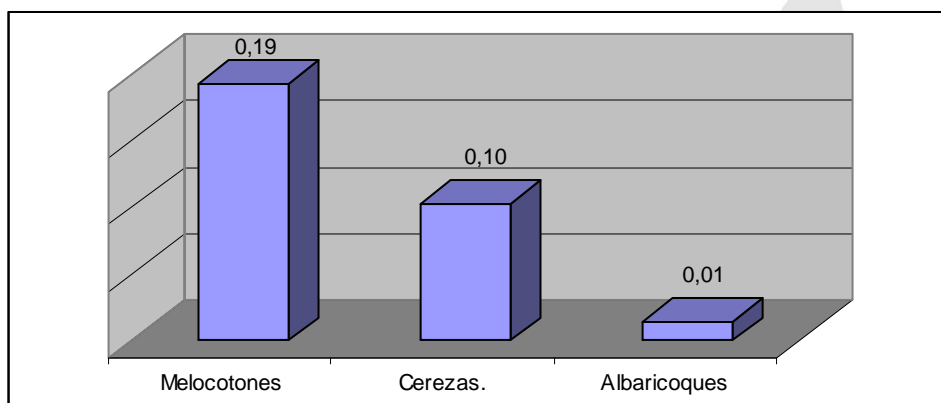
Los Melocotones, Cerezas y Albaricoques son frutas de zonas templadas consideradas exóticas en Malasia, y asequible sólo para la población con un alto poder adquisitivo.

Hay que destacar que la popularidad del Melocotón ha ido incrementando en los últimos años. En 2005 las importaciones de Melocotones en Malasia alcanzaron un valor de 190.000 euros. Los principales suministradores fueron Australia y Estados Unidos. Los Melocotones se venden principalmente en supermercados e hipermercados, y la mayoría de los consumidores son malasios con un alto poder adquisitivo, y expatriados.

Por otro parte, los valores de las importaciones de Cerezas se han mantenido constantes en los últimos tres años, en torno a los 100.000 euros. Los principales suministradores fueron de Cerezas en 2005 fue Estados Unidos, con una cuota de mercado de un 70%. En Malasia se pueden encontrar Cerezas en hoteles y restaurantes.

Los Albaricoques, se importan en cantidades muy pequeñas en Malasia, 10.000 euros en 2005. Los suministradores de Albaricoques en Malasia en 2005 fueron Vietnam y Australia. Sus consumidores son sobre todo expatriados y malasios con un alto poder adquisitivo.

GRÁFICO 21: Importaciones de Melocotones, Cerezas y Albaricoques.



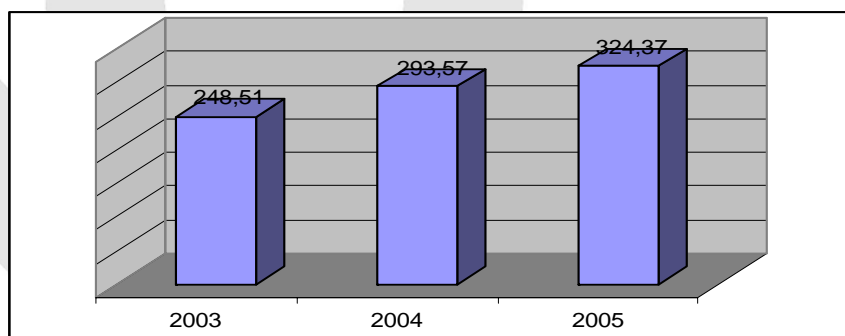
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

3.3. Análisis del Comercio de Hortalizas Frescas.

Las importaciones de Hortalizas frescas aumentaron en 2005 un 10,5% respecto a 2004, alcanzado un valor de 324,37 millones de euros, frente a los 298 millones de euros de 2004, tal y como muestra el Gráfico 22.

En cuanto al origen de las importaciones de hortalizas, el mercado está dominado por China, con una cuota de mercado de un 42%, mientras que anteriormente los principales suministradores de hortalizas de zonas templadas eran Australia y Nueva Zelanda, debido en gran medida a su cercanía geográfica, que se traduce en costes de transporte más bajos y, por tanto, en productos más baratos que los que pueden ofrecer otros países. La participación de Europa en este mercado es relativamente reducida.

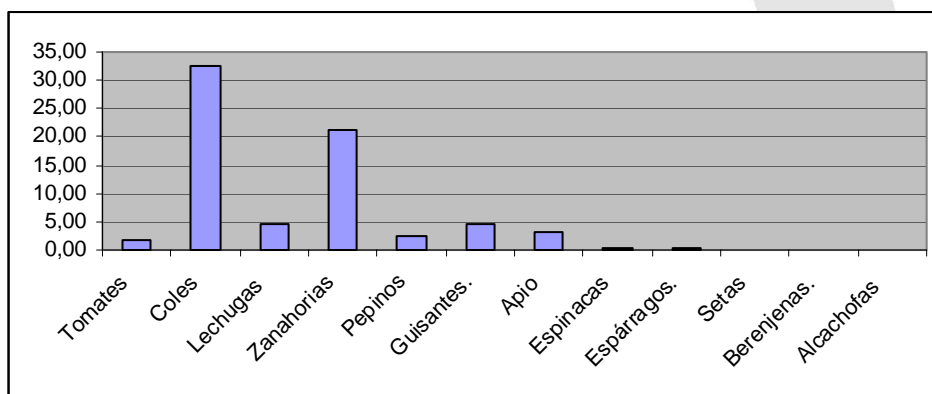
GRÁFICO 22: Evolución de las importaciones de Hortalizas Frescas 2003-2005



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Tal y como muestra el Gráfico 23, las hortalizas más importantes, en cuanto al valor de las importaciones, fueron, en 2005, las Coles y las Zanahorias, representando una cuota combinada de un 16,5% del total.

GRÁFICO 23: Importaciones por Productos (2005).

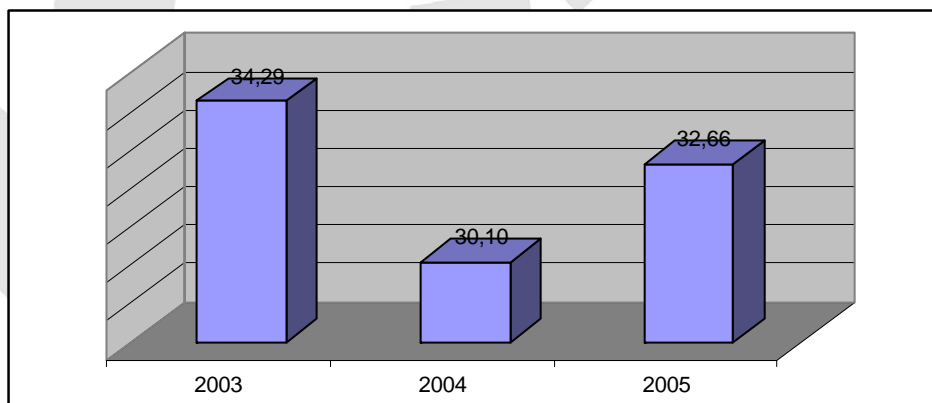


Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

➤ **Coles.**

Las Coles fueron el producto más importado, dentro de esta categoría, por Malasia en 2005, con un valor de 32,66 millones de euros, un 8,5% más altas que en 2004, y un volumen de más de 87 millones de Kilos . Sin embargo, tal y como se puede apreciar en el Gráfico 24, desde el año 2003 se ha producido un descenso en las importaciones de estos productos.

GRÁFICO 24: Importaciones de Coles (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

El principal país del que proceden las Coles importadas por Malasia es China, teniendo una cuota de mercado de un 76,55% en 2005, con un valor 25 millones de euros. Le sigue Australia con una cuota de mercado de casi un 10%.

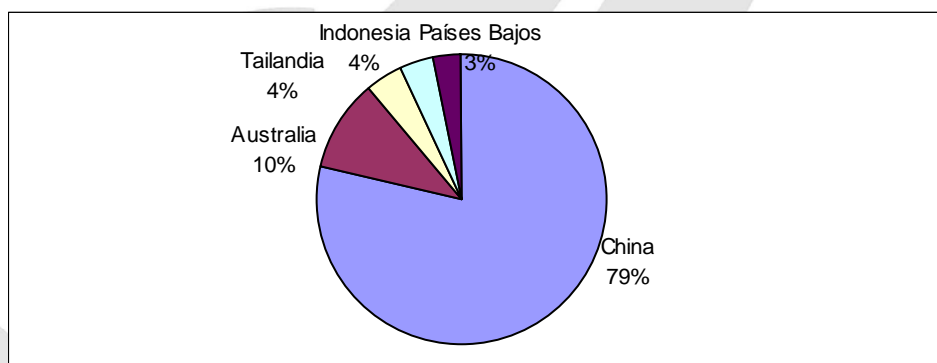
TABLA 13: Importaciones de Coles por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -			
	2003	2004	2005				
0 -- El Mundo --	34,29	30,10	32,66	100	100	100	8,5
1 China	20,12	20,75	25,00	58,68	68,93	76,55	20,5
2 Australia	9,73	4,97	3,20	28,38	16,52	9,81	-35,61
3 Tailandia	1,06	1,19	1,34	3,1	3,95	4,11	12,92
4 Indonesia	2,00	1,62	1,21	5,82	5,38	3,7	-25,37
5 Países Bajos	0,50	0,85	1,01	1,45	2,83	3,1	18,57

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Tal y como se puede observar en el Gráfico 25, el mercado de las Coles importadas está dominado por China, que tiene una posición muy afianzada en este mercado.

GRÁFICO 25: Importaciones de Coles por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

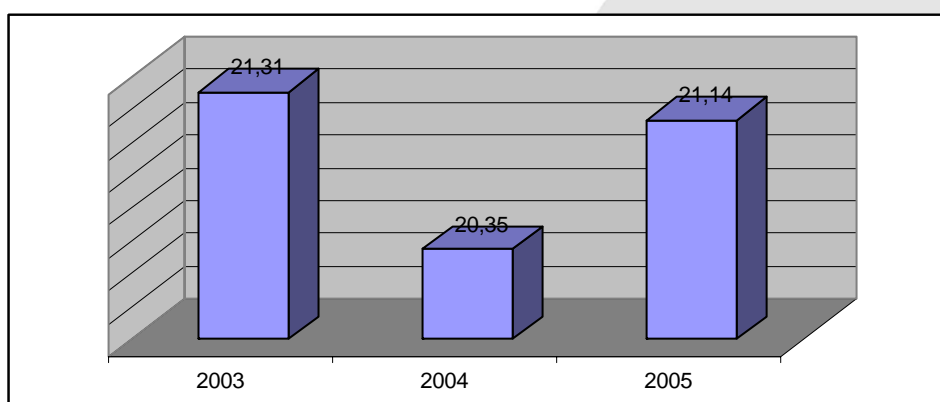
Por su parte, España exportó Coles por valor de 297 millones de euros en 2005, más de 312 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo 101.000 euros, dirigidos íntegramente a Emiratos Árabes Unidos y Bahrein.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

➤ Zanahorias.

El segundo producto más importado bajo esta categoría por Malasia en 2005 fueron las Zanahorias, que se han mantenido estables durante los últimos años entre los 21 y los 20 millones de euros, en términos de valor, y un volumen que ronda los 60 millones de Kilos.

GRÁFICO 26: Importaciones de Zanahorias (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Como ocurre con el caso de las Coles, el mercado está liderado por las importaciones de Zanahorias procedentes de China, que abarcan el 70% del mercado, con un valor de 15,12 millones de euros en 2005.

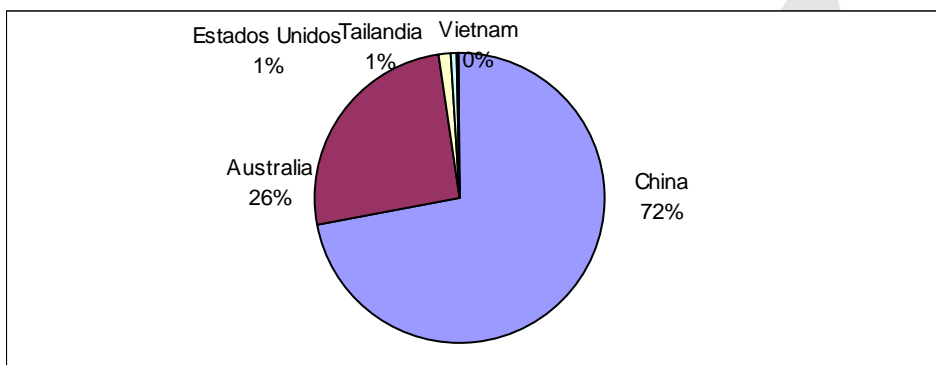
TABLA 14: Importaciones de Zanahorias por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	21,31	20,35	21,14	3,89
1 China	9,48	12,34	15,16	22,87
2 Australia	10,19	6,87	5,39	-21,51
3 Estados Unidos	0,20	0,15	0,29	94,08
4 Tailandia	0,17	0,13	0,16	21,34
5 Vietnam	0,09	0,05	0,03	-40,06

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Como se refleja en el Gráfico 27, el mercado de las importaciones de Zanahorias en Malasia se reparte entre los productos procedentes de China (70%) y Australia (26%).

GRÁFICO 27: Importaciones de Zanahorias por Países.



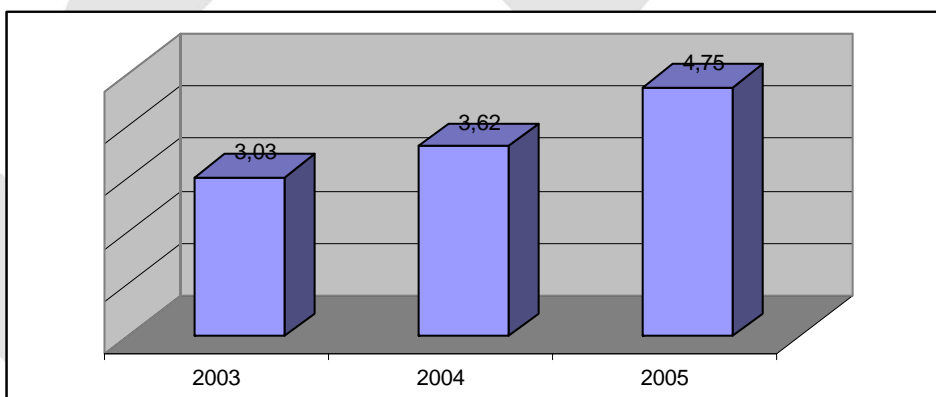
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Por su parte, España exportó Zanahorias por valor de 56 millones de euros en 2005, más de 117 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático no se destinaron Zanahorias procedentes de España en el año 2005.

➤ **Lechugas.**

Las importaciones de Lechugas han ido incrementándose progresivamente en los últimos tres años, alcanzando un valor de 4,75 millones de euros en 2005, más de 8 millones de Kilos. En el último año las importaciones de Lechugas crecieron un 31,16% con respecto a 2004.

GRÁFICO 28: Importaciones de Lechugas (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

En 2005, Malasia recibió Lechugas procedentes de China por valor de 3,07 millones de euros, abarcando un 64,74% del total del mercado. Tal y como muestra la Tabla 14, las importaciones de Lechugas procedentes de China han aumentado a un fuerte ritmo en los últimos tres años.

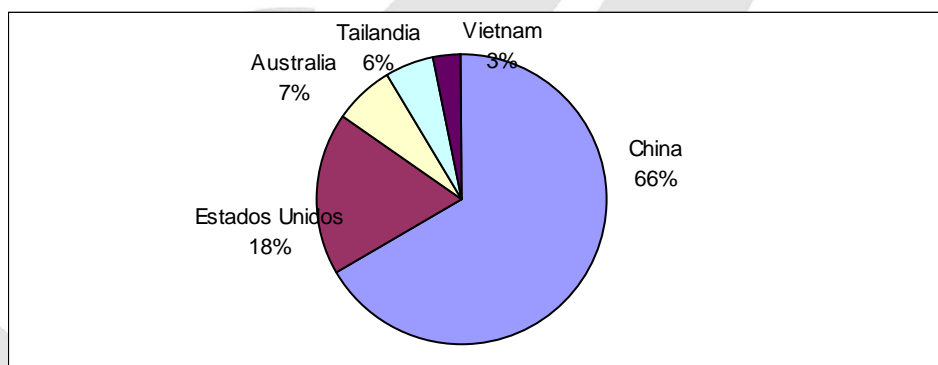
TABLA 14: Importaciones de Lechugas por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	3,03	3,62	4,75	100
1 China	1,37	2,15	3,07	45,26
2 Estados Unidos	0,73	0,67	0,84	18,44
3 Australia	0,42	0,39	0,31	10,69
4 Tailandia	0,18	0,15	0,25	6,08
5 Vietnam	0,13	0,15	0,14	4,25

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Tal y como muestra el Gráfico 29, China es el principal proveedor de Lechugas de Malasia, seguido por Estados Unidos, Australia y Tailandia.

GRÁFICO 29: Importaciones de Lechugas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

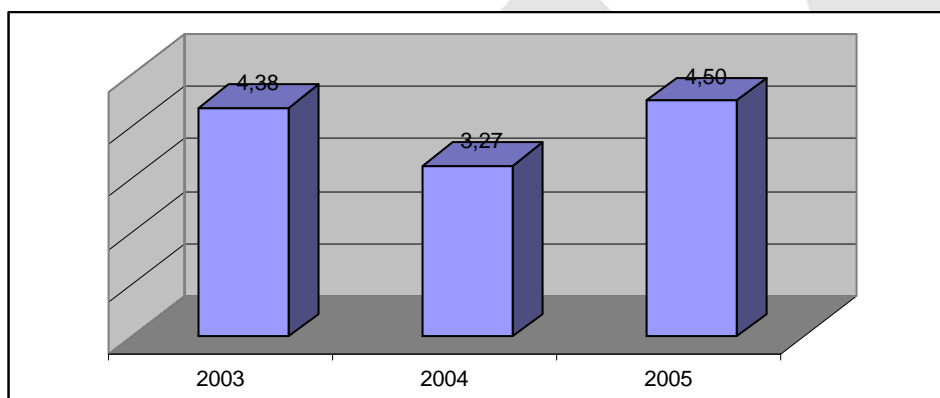
Por su parte, España exportó Lechugas por valor de 493 millones de euros en 2005, más de 551 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático se destinó tan sólo 115.000 euros, dirigidos íntegramente a Emirato Árabes Unidos.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

➤ Guisantes.

Los Guisantes han pasado de ser el producto más importado por Malasia en 2001 a ocupar el cuarto puesto en el ranking de importaciones. Sin embargo, esto no se debe a que hayan disminuido las importaciones de estos productos, sino al aumento de otros. Las importaciones de Guisantes han seguido creciendo en los últimos cinco años, a pesar del pequeño retroceso que se produjo en 2004. En 2005, Malasia importó Guisantes por valor de 4,50 millones de euros, más de 5 millones de Kilos.

GRÁFICO 30: Importaciones de Guisantes (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

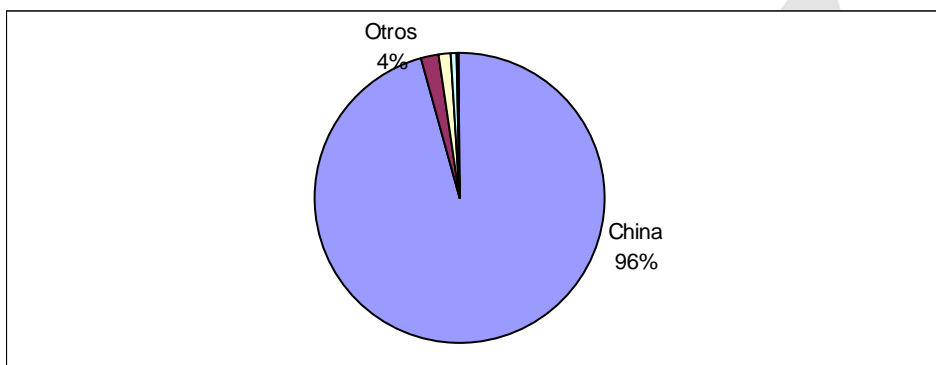
China también es líder en las importaciones de Guisantes de Malasia, copando el mercado, con una cuota de un 96%. En los últimos dos años China le ha quitado gran parte de su mercado a Australia, que ha pasado de tener una cuota de mercado de un 36,27% en 2003 a una de un 1,92% en 2005.

TABLA 15: Importaciones de Guisantes por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	4,38	3,27	4,50	37,53
1 China	2,62	3,05	4,31	40,95
2 Australia	1,59	0,08	0,09	13,93
3 Estados Unidos	0,05	0,03	0,06	113,12
4 Hong Kong	0,08	0,01	0,04	278,37
5 Emiratos Arabe	0,00	0,00	0,01	1767,08

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 30: Importaciones de Guisantes por Países.



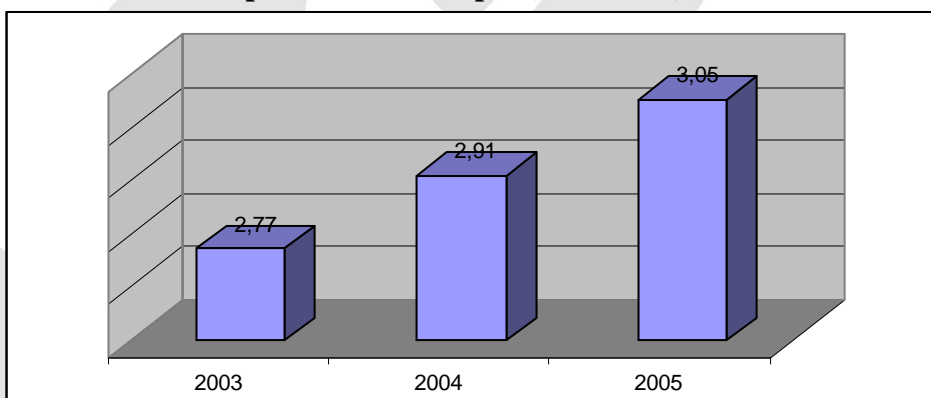
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005

Por su parte, España exportó Guisantes por valor de 3,5 millones de euros en 2005, más de 2 millones de Kilos, destinados íntegramente a países europeos.

➤ **Apio.**

Las importaciones de Apio, como muestra el Gráfico 31, se han ido incrementando en los últimos tres años, alcanzando en 2005 un valor de 3,05 millones de euros, más de 5 millones de Kilos, en términos de volumen.

GRÁFICO 31: Importaciones de Apio (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

Estados Unidos tiene una posición muy arraigada en este mercado, de manera que el incremento de las importaciones procedentes de China no ha hecho que disminuyan las suyas. Sin embargo, el aumento de las importaciones de China le ha quitado cuota de mercado a las procedentes de Australia, que en el último año han disminuido un 22,71%.

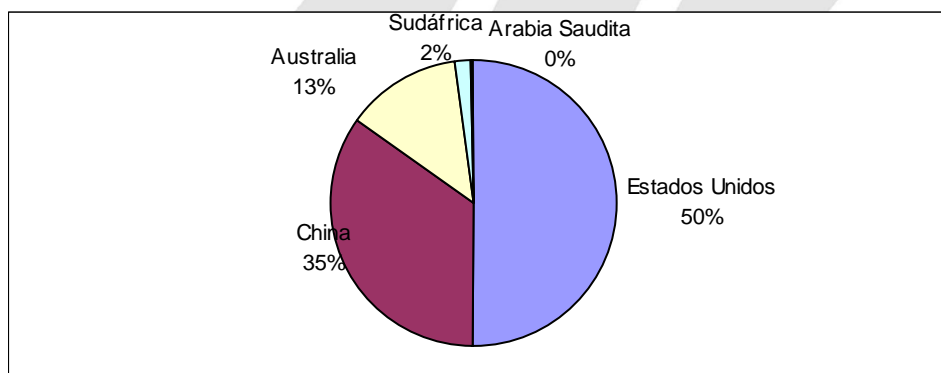
TABLA 16: Importaciones de Apio por Países.

País	2003			% Participación			% Cambio
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0 -- El Mundo --	2,77	2,91	3,05	100	100	100	4,93
1 Estados Unidos	1,18	1,30	1,52	42,42	44,6	49,91	17,41
2 China	0,77	1,02	1,06	27,78	35,07	34,64	3,65
3 Australia	0,72	0,52	0,41	25,88	18,03	13,28	-22,71
4 Sudáfrica	0,03	0,00	0,05	1,21	0	1,65	0
5 Arabia Saudita	0,00	0,00	0,01	0	0	0,25	0

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

El mercado de las importaciones de Apio en Malasia está repartido entre los productos procedentes de Estados Unidos (50%), China (35%) y Australia (13%).

GRÁFICO 32: Importaciones de Apio por Países



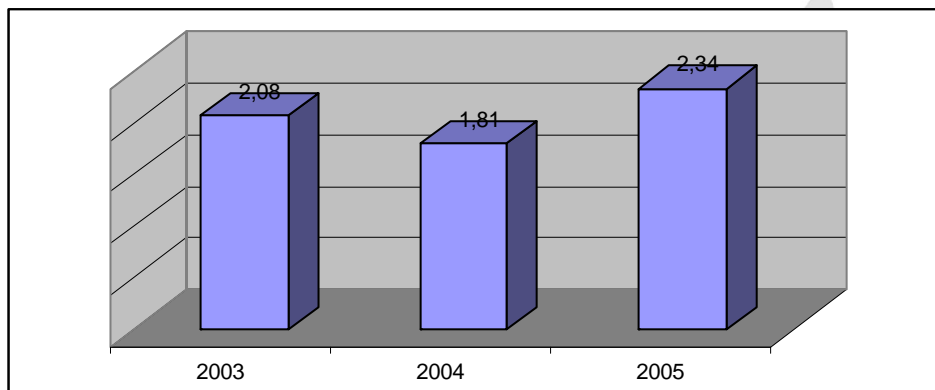
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Por su parte, España exportó Apio por valor de 37 millones de euros en 2005, más de 53 millones de Kilos, destinados íntegramente a países europeo.

➤ **Pepinos.**

Las importaciones de Pepinos en Malasia se han mantenido más o menos constantes durante los últimos cinco años, en torno a los 2 millones de euros. En 2005, Malasia importó Pepinos por valor de 2,34 millones de euros, 17 millones de Kilos, en términos de volumen.

GRÁFICO 33: Importaciones de Pepinos (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

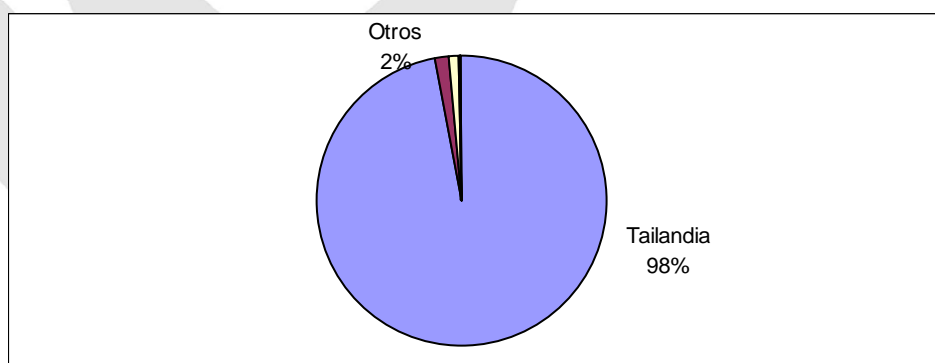
A diferencia de lo que ocurren con la mayoría de la Hortalizas importados, los Pepinos, proceden prácticamente en su totalidad de Tailandia, teniendo una cuota de mercado de un 98%.

TABLA 17: Importaciones de Pepinos por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -			
	2003	2004	2005				
0 -- El Mundo --	2,08	1,81	2,34	100	100	100	29,43
1 Tailandia	1,91	1,71	2,27	92	94,65	97,25	32,99
2 Australia	0,03	0,03	0,03	1,34	1,87	1,41	-2,49
3 Indonesia	0,08	0,04	0,02	4,03	2,16	1,07	-35,84
4 China	0,05	0,00	0,00	2,55	0,14	0,19	66,25
5 Filipinas	0,00	0,00	0,00	0	0	0,04	0

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 34: Importaciones de Pepinos por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

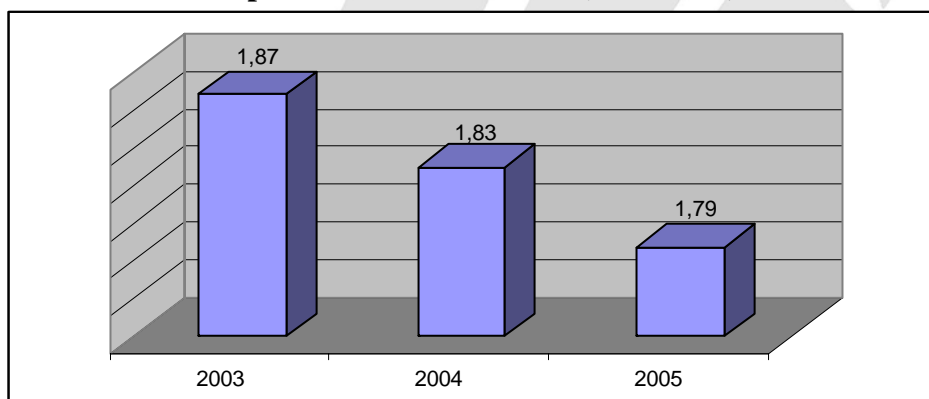
Por su parte, España exportó Pepinos por valor de 315 millones de euros en 2005, más de 385 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático no se destinaron Zanahorias procedentes de España en el año 2005.

➤ Tomates.

Como muestra el Gráfico 35, las importaciones de tomates han ido disminuyendo en los últimos tres años. Sin embargo, esta disminución ha sido mínima, en 2005 se importaron sólo un 2,31% menos de Tomates que en 2004. Las importaciones de Tomates tuvieron un valor de 1,79 millones de euros, más de 7 millones de Kilos, en términos de volumen.

Hay que destacar, que los tomates se cultivan en cantidades cada vez más grandes en la zona de Cameron Highland en Malasia, lo que puede explicar el descenso en el volumen de tomates importados, que resultan más caros.

GRÁFICO 35: Importaciones de Tomates (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

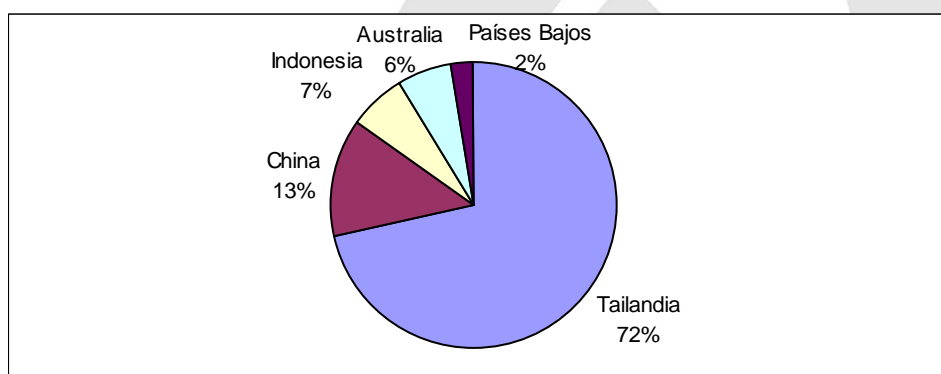
Tailandia, al igual que en el caso de los Pepinos, es líder en las importaciones de Tomates, con más de un 70% de la cuota de mercado, le siguen China (13%) e Indonesia (7%).

TABLA 18: Importaciones de Tomates por Países.

País				% Participación			% Cambio
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	- 05/04 -
0 -- El Mundo --	1,87	1,83	1,79	100	100	100	-2,31
1 Tailandia	1,20	1,29	1,25	64,44	70,58	70,06	-3,03
2 China	0,25	0,26	0,23	13,53	14	13,14	-8,33
3 Indonesia	0,09	0,05	0,12	5,03	2,79	6,52	128,25
4 Australia	0,14	0,13	0,11	7,54	6,97	6,11	-14,42
5 Países Bajos	0,04	0,04	0,04	2,4	1,94	2,39	20,71

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 36: Importaciones de Tomates por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Por su parte, España exportó Tomates por valor de 846 millones de euros en 2005, más de 932 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático no se destinaron Tomates procedentes de España.

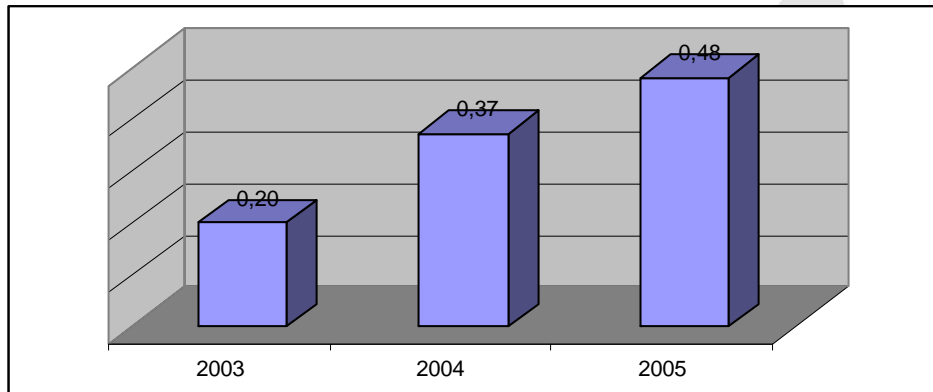
Los tomates se venden a todos los segmentos de la sociedad malasia, y se pueden encontrar en todo tipo de puntos de venta, desde los mercados tradicionales hasta los hipermercados. Sin embargo, algunas variedades especiales se venden casi exclusivamente a los expatriados, y se encuentran sólo en supermercados e hipermercados de alto nivel.

➤ **Espinacas.**

Las importaciones de Espinacas han aumentado en los últimos tres años, sin embargo, siguen siendo bastante bajas. En 2005, Malasia importó Espinacas por valor de 480.000 euros, un 28,79% más que el año anterior.

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

GRÁFICO 37: Importaciones de Espinacas (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

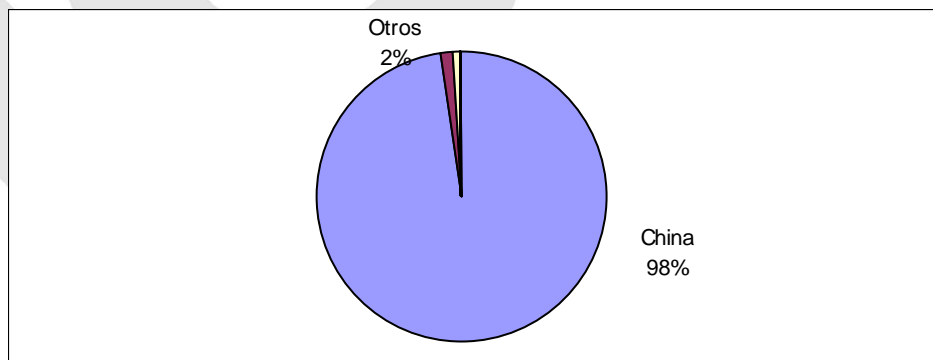
En cuanto a la procedencia de la Espinacas importadas por Malasia, China abarca el 98% del mercado.

TABLA 19: Importaciones de Espinacas por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -			
	2003	2004	2005				
0 -- El Mundo --	0,20	0,37	0,48	100	100	100	28,79
1 China	0,14	0,32	0,47	67,12	86,8	97,85	45,18
2 Australia	0,05	0,01	0,01	26,34	1,84	1,27	-10,6
3 Tailandia	0,00	0,01	0,00	0,72	2,37	0,76	-58,94
4 Japón	0,00	0,00	0,00	0	0	0,04	0
5 Vietnam	0,00	0,00	0,00	0	0,1	0,04	-53,55

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 38: Importaciones de Espinacas por Países.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

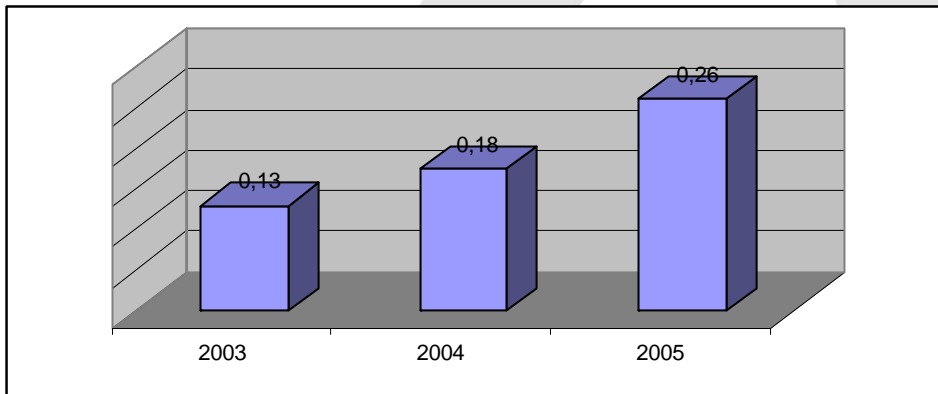
EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

Por su parte, España exportó Espinacas por valor de 14 millones de euros en 2005, más de 7 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático no se destinaron Espinacas procedentes de España.

➤ Espárragos.

Las importaciones de Espárragos han aumentado en los últimos tres años, sin embargo, siguen siendo bastante bajas. En 2005, Malasia importó Espárragos por valor de 260.000 euros, un 48,61% más que el año anterior.

GRÁFICO 39: Importaciones de Espárragos (2003-2005).



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

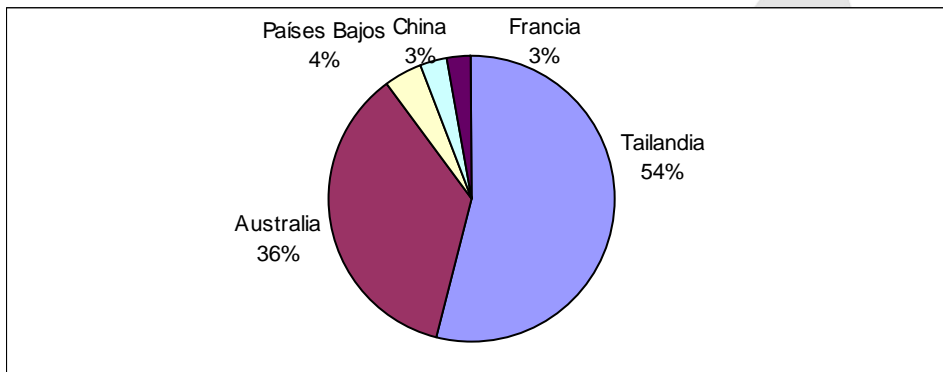
El mercado de las importaciones de Espárragos en Malasia se reparte entre Tailandia (54%), que ha incrementado sus exportaciones a Malasia en un 151% en el últimos año, y Australia (36%).

TABLA 20: Importaciones de Espárragos por Países.

País	% Participación			% Cambio - 05/04 -
	2003	2004	2005	
0 -- El Mundo --	0,13	0,18	0,26	48,61
1 Tailandia	0,01	0,05	0,14	151,57
2 Australia	0,05	0,07	0,09	38,57
3 Países Bajos	0,01	0,02	0,01	-32,47
4 China	0,03	0,01	0,01	-43,75
5 Francia	0,00	0,00	0,01	40,69

Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Moneda: Millones de Euros.

GRÁFICO 40: Importaciones de Espárragos por Países.



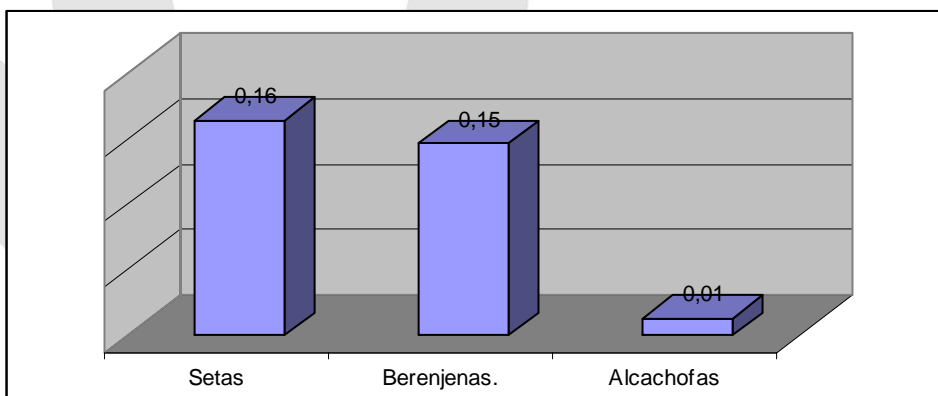
Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

Por su parte, España exportó Espárragos por valor de 47 millones de euros en 2005, más de 16 millones de Kilos. Los principales destinos de estas exportaciones fueron países europeos. Al continente asiático no se destinaron Espárragos procedentes de España.

➤ **Setas, Berenjenas y Alcachofas.**

Las Setas, Berenjenas y Alcachofas son las tres hortalizas menos importadas por Malasia, se tratan de unos productos exóticos para la población media. Los demandantes de estos productos se reducen a los expatriados y los restaurantes de lujo. En 2005, sólo se importaron Setas por valor de 160.000 euros (229.000 Kilos), Berenjenas por valor de 150.000 euros (851.000 Kilos), y Alcachofas por valor 1.000 euros (16.000 Kilos).

GRÁFICO 41: Importaciones de Setas, Berenjenas y Alcachofas.



Fuente: Departamento de Estadísticas de Malasia. Datos de 2005.

4. ANÁLISIS CUALITATIVO

4.1. Procesos de producción

Hasta épocas recientes, los mayores cultivos estaban orientados a las producciones industriales de caucho y aceite de palma, el único alimento con un peso importante era el cultivo de arroz. Esto llevó a que las importaciones de alimentos alcanzaran unos valores exorbitantes y que el país dependiera totalmente del exterior, por lo que el Gobierno bajo el Plan Nacional Agrícola (NAP) estableció como primer objetivo la seguridad alimentaria del país. Actualmente, se han diversificado los cultivos hacia el incremento en la producción de cereales, frutas y verduras. El objetivo es disminuir la factura de las importaciones de productos agroalimentarios frescos.

Sin embargo, a excepción de las grandes plantaciones de cultivos industriales de aceite de palma y caucho, las explotaciones agropecuarias son de tamaño relativamente pequeño, aproximadamente sólo un 5,5% de la superficie del país es arable. En general, predomina un régimen de minifundio, dispersión geográfica y una escasa disponibilidad de suelo cultivable. La industria de frutas y hortalizas en Malasia es una industria pequeña y fragmentada.

Unido a esto, el sector está todavía sin mecanizar siendo muy dependiente de la mano de obra, la mayoría son trabajadores sin cualificar, y con unas tasas de productividad de un 25% de la que se registra en el sector industrial. De manera, que el Gobierno en su Tercera Política Agrícola Nacional promueve la mecanización del campo con el fin de mejorar la productividad y eficiencia del sector, e incrementar las rentas de los agricultores.

Se da prioridad a la promoción del cultivo de frutas y hortalizas a gran escala por parte de empresas de plantación, basándose la producción en el concepto de zonificación y en los principios de la administración de fincas. Las iniciativas se centran en la producción de frutas y hortalizas de alta calidad destinadas al consumo local y a las exportaciones.

4.2. Obstáculos comerciales

Malasia no es autosuficiente para cubrir las necesidades las demandas de frutas y hortalizas, a lo que hay que añadirle la imposibilidad de producir ciertos productos característicos de zonas templadas. De manera que el país depende de las importaciones para suplir dichas necesidades. Como consecuencia, las barreras comerciales a la importación de frutas y hortalizas de zonas templadas frescas son relativamente bajas.

➤ **Aranceles e impuestos**

Los impuestos de importación sobre las principales frutas de zonas templadas son relativamente bajos, sin embargo sí que tienen una mayor protección las frutas que el país produce como los Cocos, los Plátanos o las Piñas. La mayoría de las frutas analizadas en este estudio están sujetas a unos derechos de importación de un 5% y a un impuesto sobre las ventas de un también un 5%, excepto los Limones que están sujetos a impuesto sobre las ventas es de un 10% y las Naranjas que no están sujetas a derechos de importación. Se exige en todos los casos Licencia de Importación expedida por la División de Control de Calidad del Ministerio de Sanidad.

En el caso de las hortalizas frescas analizadas, éstas no están sujetas ni a derechos de importación ni a impuestos sobre las ventas. Se exige a todas las hortalizas importadas Licencia de Importación expedida por la División de Control de Calidad del Ministerio de Sanidad.

Los derechos de importación se calculan sobre los valores CIF de los productos importados, mientras que los impuestos sobre las ventas se basan en su valor total.

➤ **Otros obstáculos comerciales**

Los requerimientos sanitarios y de etiquetado impuestos por Malasia no son estrictos, no existen requerimientos especiales de etiquetado, ni hay restricciones estacionales para la importación de Frutas y Hortalizas. Estos productos se tienen que someter a inspecciones en el puerto de entrada por parte de las autoridades de agricultura y sanidad antes del despacho de aduana.

4.3. Política de precios y márgenes comerciales

➤ **Factores que afectan al precio de las Frutas y Hortalizas en Malasia:**

- La Calidad.

La calidad de los productos frescos es el principal factor que afecta al precio.

- El Empaquetado.

Un empaquetado adecuado de las frutas y hortalizas frescas, en cajas y utilizando papel esponjoso, mejora la perduración de los productos frescos. La demanda por parte de los supermercados e hipermercados de un adecuado empaquetamiento, en cartón o plástico, está aumentando, ya que esto reduce las pérdidas y deterioros de los productos y por tanto hace que el precio suba.

- Fechas especiales.

La demanda de las frutas y hortalizas aumenta en Malasia en determinadas épocas del año, como Hari Raya y Navidad, en las que aumenta el consumo de ciertas hortalizas, y el Año Nuevo Chino, en el que la demanda de Mandarinas se dispara, lo que hace que aumenten los precios.

- El Tiempo.

El tiempo también puede influir en el precio de mercado de las frutas y hortalizas. El buen tiempo hace que la actividad de los mercados al aire libre y los mercados nocturnos aumente, y además contribuye a que las cosechas sean mejores. De manera que las épocas de lluvias pueden provocar que el precio de estos productos aumente.

- La Localización de los Cultivos.

El difícil acceso a las zonas de cultivos puede provocar que el transporte sea más caro y que repercuta en el precio de los productos.

➤ **Las Frutas y Hortalizas importadas.**

Las frutas y hortalizas que se importan en grandes cantidades se venden a precios competitivos y que resulten asequibles para la población en general, especialmente en los centros urbanos. No obstante, productos más exóticos como las Fresas, los Albaricoques, la Ciruelas, etc. se venden a precios más altos ya que se importan en cantidades más pequeñas, llegan por vía aérea y tienen una clientela mucho más reducida compuesta principalmente de expatriados y malasios de alto poder adquisitivo.

➤ **Márgenes Comerciales.**

Los márgenes comerciales de las frutas y hortalizas de consumo habitual como las Naranjas y las Manzanas son más bajos que los de las frutas y hortalizas exóticas, debido principalmente a la creciente competencia en este sector. Estos márgenes no sobrepasan el 3-5. Los productos de temporada como las Fresas y los Albaricoques, ofrecen unos márgenes superiores de entre 15-20%, ya que se venden a precios más altos y la competencia es menor.

2.4. Competencia

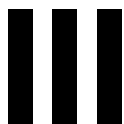
Las Frutas y Hortalizas locales son más populares en las zonas rurales que los productos de zonas templadas, debido fundamentalmente a la poca familiaridad que tiene la población con

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

los productos importados y a sus precios más elevados. Sin embargo, en las zonas urbanas, donde se concentra la población con mayor poder adquisitivo, las Frutas y Hortalizas importadas cuentan cada vez con mayor popularidad.

En cuanto a la competencia entre los productos importados, la principal barrera de entrada al mercado son las relaciones comerciales muy arraigadas que tienen ciertos países como Estados Unidos, China y Australia.

Cada vez más países exportan Frutas y Hortalizas a Malasia, lo que se traduce en un aumento continuado de la competencia, lo que está provocando una bajada de los precios. La competencia es especialmente intensa en sector de las Frutas frescas de zonas templadas, donde los países exportadores se ven obligados a realizar una promoción activa de sus productos.



ANÁLISIS DEL COMERCIO

1. LA DISTRIBUCIÓN

El sistema de distribución de la Frutas y Hortalizas Frescas en Malasia se caracteriza por el predominio de los tradicionales intermediarios junto con la fuerte presencia de las agencias públicas. Existe una fuerte competencia en los primeros eslabones de la cadena de distribución, sin embargo en los centros urbanos como Kuala Lumpur, Penang o Johor Bahru, la distribución está en manos de grandes mayoristas. Esta concentración de poder en manos de los mayoristas está reforzada por ciertas barreras de entrada como unas fuertes relaciones comerciales, la necesidad de un alto capital y la falta de facilidades e información en el mercado.

Las Frutas y Hortalizas producidas en el país se dirigen al mercado doméstico y se distribuyen a través de los canales tradicionales, desde el agricultor, pasando por el transportista, hasta llegar al mayorista y por último al minorista.

En cuanto a las Frutas y Hortalizas importadas en grandes cantidades, normalmente pasan de los agentes intermediarios, que se encargan de la importación, a los distribuidores mayoristas y, finalmente al minorista. Los agentes intermediarios, actúan como intermediarios entre los exportadores extranjeros y los importadores locales, y se encargan de realizar los pedidos a los suministradores extranjeros. Normalmente no se involucran en el marketing y distribución física de los productos.

Sin embargo, en las importaciones de pocas cantidades de Frutas y Hortalizas estos agentes casi nunca se utilizan, siendo los exportadores los que suelen tratar directamente con los mayoristas locales más importantes.

Algunos grandes mayoristas de fruta muy consolidados también importan directamente. Incluso algunos supermercados e hipermercados importan directamente durante las épocas festivas de más demanda.

Existen gran variedad de puntos de venta al público, como son los mercados tradicionales, mercados nocturnos, minimercados, supermercados e hipermercados. Los mercados tradicionales son los más populares y ofrecen productos que tienen mucha demanda. Otros artículos más exóticos no se suelen encontrar en estos mercados.

Por su parte, los supermercados e hipermercados se han convertido en puntos de venta importantes en la venta de Frutas y Hortalizas frescas, y suelen vender estos productos a precios más altos que en los mercados tradicionales.

IV ■ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1. TENDENCIAS GENERALES DEL CONSUMO

El crecimiento en la producción local y en las importaciones de frutas y hortalizas frescas, en términos de volumen, indica que la demanda y consumo de estos productos en Malasia va en aumento. Esto se debe a una serie de factores, entre ellos el crecimiento de la población, una mayor renta per capita, la migración de la población hacia zonas urbanas, mayor conciencia de temas relacionados con la salud y una mayor afluencia de turistas en el país. Algunos de estos factores se analizan con más detalle a continuación.

Las frutas y hortalizas de zonas templadas se pueden dividir en dos categorías principales: los productos consumidos habitualmente y los productos exóticos. Los productos consumidos habitualmente, como naranjas, limones, manzanas, uvas y peras, se importan en grandes cantidades. Sin embargo, las frutas y hortalizas exóticas de zonas templadas, como los pomelos, cerezas, albaricoques, alcachofas y espárragos, no son tan populares. Estos productos se importan en pequeñas cantidades para satisfacer la pequeña demanda.

1.1. Factores sociodemográficos

La población de Malasia se sitúa en torno a los 26 millones de personas, y está en constante crecimiento. Se estima que la población crece a un ritmo de un 2% anual aproximadamente y que en 2010 alcanzará los 28,5 millones de personas y en 2020 los 33 millones de personas. Este crecimiento de la población constituye uno de los principales factores en el aumento de la demanda de frutas y hortalizas.

A pesar de tener un tamaño relativamente pequeño si se compara con sus vecinos, Malasia es un país que presenta unos rasgos de identidad bien definidos. En primer lugar, cuenta con una población joven y que crece a un alto ritmo, un 33,3% de la población tiene menos de 15 años y solo un 4,5% más de 65 años. Este hecho supone una oportunidad para el consumo en general, ya que son las nuevas generaciones las que están occidentalizando sus hábitos al viajar más frecuentemente.

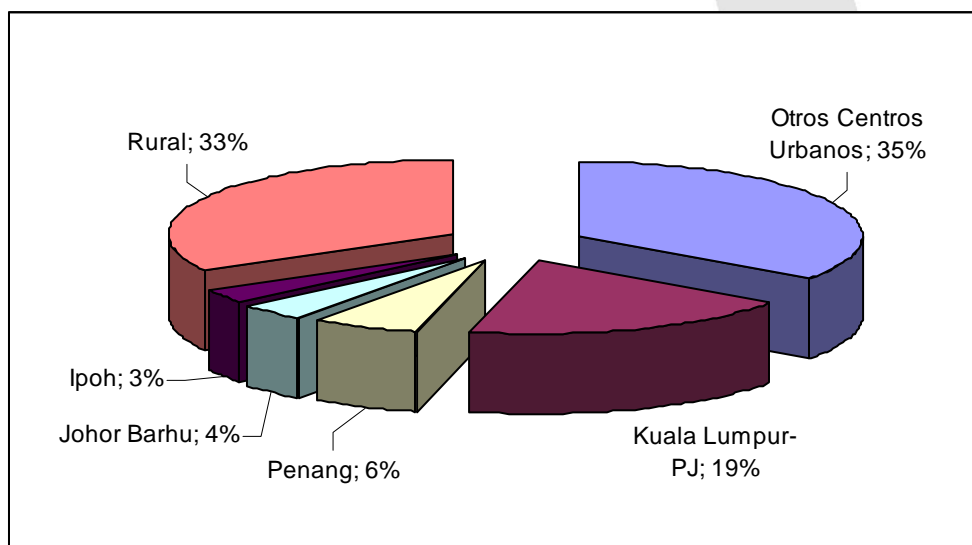
TABLA 21: Datos Demográficos.

Población	25,5 millones
Estructura:	
0-14 años	33,30%
15-64 años	62,10%
Mayores de 65 años	4,50%
Media de Edad :	23,8 años
Hombres	23,2 años
Mujeres	24,4 años
Tasa de Crecimiento:	1,80%
Tasa de Natalidad:	21,3 nacimientos / 1000 habitantes
Tasa de Mortalidad:	4,6 muertes / 1000 habitantes
Esperanza de vida:	73,3 años de media
Hombres	70,4 años
Mujeres	76,2 años
Tasa de fertilidad:	3,1 niños nacidos / mujer

Fuente: Departement of Statistics, Malaysia (2004)

El 82% de la población se concentra en Malasia Peninsular, repartiéndose de forma muy similar el 18% restante entre Sabah y Sarawak. La población urbana en Malasia Peninsular representa dos tercios del total, mientras que en Sabah y Sarawak el porcentaje de población rural alcanza hasta un 80%.

GRÁFICO 42: Distribución de la Población en Principales Núcleos Urbanos en Relación a la Población Rural en Malasia Peninsular.

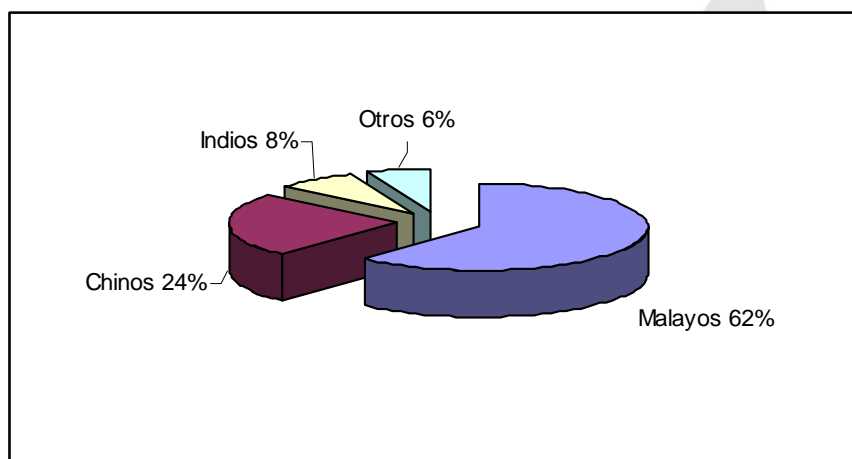


Fuente: Nielsen Media Research (2004). Elaboración propia.

Una característica esencial de Malasia es su condición de país multirracial. Las minorías étnicas representan un porcentaje muy elevado de la población total (46%) y ello es determinante en la configuración política, económica y social del país. Los grupos étnicos más importantes son:

- Bumiputras: Constituyen el 62% de la población. Se considera dentro de este grupo a los malayos y a los aborígenes del país: Orang Asli en la parte peninsular, Dayaks e Ibans en Sarawak y los Kadazán en Sabah.
- Chinos: Suponen el 24% de la población, llegados fundamentalmente durante la colonización inglesa para desarrollar el comercio y la minería.
- Indios: Representan un 8% de la población y llegaron en la misma época que los chinos, para trabajar en las plantaciones.
- El resto, un 6% de la población, estaría integrado por árabes, europeos y otros expatriados de diverso origen.

GRÁFICO 43: Distribución de la Población por Razas.



Fuente: Nielsen Media Research (2004). Elaboración propia.

A estas cifras hay que añadir un gran número de inmigrantes ilegales, indonesios, tailandeses y en menor medida filipinos. Según la última estimación oficial, la cifra de inmigrantes se sitúa en el entorno del millón. Estos inmigrantes trabajan principalmente en la construcción y las plantaciones (caucho y aceite de palma).

Los malayos migran cada vez más hacia las zonas urbanas en busca de mejores oportunidades económicas. Mientras que en las zonas rurales sólo tenían accesos a frutas y hortalizas tropicales de cultivo local, en las ciudades se encuentran con nuevas variedades de frutas y hortalizas de zonas templadas (manzanas, ciruelas, peras, etc.).

La diferencia entre el consumidor de las zonas urbanas y las rurales sigue siendo elevada. El estilo de vida de una parte importante de la población está cambiando a un ritmo sorprendente debido a la aparición de consumidores cada vez más sofisticados que han viajado y que aprecian cada vez más la importancia de una alimentación saludable. Este proceso va en aumento, a medida que el poder adquisitivo de una parte considerable de la población crece.

Es importante destacar que la población china es mucho más urbana que la malaya. Tan sólo un 13 % de ella vive en el campo, en contraposición con el 46 % de la población malaya. Este dato es relevante a la hora de enfocar la distribución del producto en el país. El hecho de que la población china, de mayor poder adquisitivo y gustos más occidentales, se concentre en zonas urbanas es un buen indicador para centrar esfuerzos de promoción y distribución en aquellos núcleos en los que el número de potenciales consumidores es mayor.

Es importante destacar también, que Malasia cuenta con unos niveles de educación altos. La tasa de alfabetización supera el 90 %, y la escolarización de la población con edades comprendidas entre los 6 y los 14 años es total. Además, Malasia cuenta con seis universidades, aunque una parte considerable de la población ha cursado sus estudios superiores en el extranjero (sobre todo en el Reino Unido, Australia y Estados Unidos). Este hecho es también relevante para el consumo de frutas y hortalizas de zonas templadas, ya que las generaciones que estudian en el extranjero adoptan gustos y costumbres occidentales y reclaman todos esos productos una vez de vuelta en Malasia.

Otro factor considerable es el poder adquisitivo de la población, asociado al crecimiento económico. Se puede considerar que la población malasia tiene un nivel de vida relativamente alto si se compara con los países de su entorno como Tailandia e Indonesia. La evolución del crecimiento del PIB ha sido de un 4,1% en 2002, un 5,3% en 2003 y un 7,1% en 2004. El PIB per capita se situaba en 3.840 dólares americanos en 2003. Cabe destacar junto a estos datos, la baja tasa de paro que registra Malasia, que apenas se vio afectada por la crisis de 2001. La tasa de paro se ha situado en los dos últimos años en torno al 3,5%, que puede considerarse pleno empleo.

Asimismo, hay que tener en cuenta a la comunidad expatriada, que se configura como un grupo de tamaño considerable. El fuerte crecimiento económico y la industrialización que se ha producido durante la última década han traído consigo un aumento en el número de expatriados residentes en Malasia. Estos constituyen un segmento de la población adinerado y son los principales consumidores de productos exóticos y caros como son las fresas, los albaricoques, cerezas, alcachofas, espárragos, etcétera.

Un último factor a tener en cuenta es el incremento del turismo. Se está llevando a cabo por parte de las Autoridades un esfuerzo promocional importante del país como destino turístico dentro del sudeste asiático. En el periodo de enero a octubre de 2005 visitaron el país 13 millones y medio de turistas, lo que supone un incremento del 4% con respecto al mismo periodo del año anterior. Además, el Gobierno quiere hacer de Malasia un centro de compras internacional.

1.2 Factores económicos

➤ Antecedentes.

Malasia es un país del ASEAN, muy abierto e inmerso desde 1987 en un rápido proceso de desarrollo sólo interrumpido durante la crisis financiera asiática de 1997.

Malasia superó la crisis asiática de 1997 de forma más rápida y contundente que otros países de la zona entre otros motivos porque su situación de partida era mucho mejor. El país

EL MERCADO DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS EN MALASIA

registraba un nivel de endeudamiento considerablemente bajo y una situación macroeconómica general buena.

La economía malasia se recuperó claramente en 1999, año para el que el crecimiento del PIB se situó en el 6,1%. La nueva fase de expansión económica tuvo su cénit en 2000, año para el que el crecimiento del PIB se situó en el 8,3%. Sin embargo, la desaceleración económica mundial en el año 2001 tras el 11-S, impuso en una economía tan expuesta al sector exterior como Malasia, un fuerte freno debido a una contracción de las exportaciones de un 11%.

Gracias a un sustancial paquete de medidas fiscales, a la revitalización de la demanda de los mercados electrónicos globales y a una fuerte demanda interna, la economía ha vuelto a crecer de forma estable y sustancial con un crecimiento en 2002 del 4,1% y un 5,3% en 2003.

Ya desde la época colonial el país orientó su actividad económica hacia los mercados de exportación, y Malasia es hoy, junto con Singapur, la economía del Sudeste Asiático con un mayor grado de apertura al exterior.

La importancia del comercio exterior en la economía malasia, se refleja en uno de sus rasgos económicos esenciales: el elevado contenido de componentes importados en sus exportaciones de productos manufacturados, que se sitúa, dependiendo de los distintos sectores, en torno a un 50% - 85%. Entre las principales exportaciones destacan los productos electrónicos y maquinaria eléctrica, que se alimentan de importaciones de distintos tipos de componentes (conductores, células fotoeléctricas, circuitos impresos, resistencias, etc.).

La inversión directa extranjera ha aportado todo lo sustancial (capital, gestión y tecnología) para asegurar el éxito de este modelo de “industrialización exportadora”.

Los proyectos de desarrollo de la industria pesada promovidos por el Gobierno han podido llevarse a adelante en buena medida debido a las contribuciones tecnológicas y de gestión de socios multinacionales y se han centrado en la explotación de petróleo y gas natural y en los sectores petroquímico, siderúrgico y de automoción.

En este sentido, el sector industrial muestra una elevada dependencia de la inversión extranjera, que en los últimos años ha representado más de la mitad de la inversión total en el sector.

Por otra parte, Malasia es un país rico en recursos naturales (aceite de palma, caucho natural, estaño, cacao, maderas tropicales, pimienta). Dispone también de abundantes reservas de petróleo y, sobre todo, de gas natural. Las rentas generadas a través de la compañía estatal de petróleo Petronas, suponen un importante colchón para el sector público.

➤ **Situación Actual.**

El crecimiento económico en Malasia continúa consolidándose tras los buenos resultados de 2003, registrándose en 2004 una tasa record de crecimiento del 7%. Unido a las condiciones externas especialmente favorables, como la revitalización de la demanda de los mercados electrónicos a nivel global, de los cuales Malasia es tan dependiente, este crecimiento ha estado caracterizado por la demanda interna especialmente impulsada por el sector privado con un aumento del consumo y de las inversiones realizadas como consecuencia de los paquetes fiscales introducidos en 2002 y 2003.

Este ambiente de crecimiento unido a una baja tasa de inflación del 1,2% en 2004, ha generado un sentimiento de confianza muy positivo entre los consumidores malasios, que han visto crecer su renta per cápita en un 8,5%, así como entre la comunidad empresarial con un aumento de las inversiones, especialmente en bienes de equipo y activos fijos, que según fuentes del Ministry of Finance (Ministerio de Finanzas) ha experimentado un crecimiento del 10,3% en 2004, el más alto desde el año 2000.

Como contrapunto a este impresionante crecimiento del sector privado, el sector público ha experimentado un crecimiento de tan solo el 0,7%, que refleja el esfuerzo del gobierno malasio para seguir reduciendo su déficit público que en 2004 fue del 4,5% del PIB, frente a 5,6% y 5,3% de 2002 y 2003 respectivamente.

En términos de contribución de los diferentes sectores al crecimiento económico observado, los sectores servicios e industrial seguirán siendo los motores básicos de la economía malasia, especialmente el sector manufacturero.

El sector agrícola, la pesca, y la explotación de recursos forestales registraron un crecimiento positivo aunque reducido en 2004 del 2,8%, debido en buena medida al descenso en la producción de aceite de palma tras un fuerte incremento en 2003. El resto del sector experimentó un crecimiento del 3,2% con especial relevancia el sector pesquero y la producción de caucho.

Aunque la agricultura sigue teniendo importancia en la estructura económica de Malasia su contribución al PIB en 2004 fue de tan solo un 8,3%. Esta contribución depende en gran medida de la producción de materias primas básicas como caucho, aceite de palma y madera, siendo la contribución del sector del procesado de alimentos de tan sólo un tercio del total del sector. El Gobierno malasio está haciendo un esfuerzo considerable para convertir a este sector en el “tercer motor económico” del país, reduciendo su dependencia del exterior, sustituyendo las importaciones, así como apoyando e impulsando la creación de una industria exportadora de alimentos procesados de alto valor añadido, y en particular de la comida Halal (alimentos y bebidas permitidos y preparados de acuerdo con los preceptos de la religión islámica) a través de planes de desarrollo como el Second Industrial Master Plan (IMP2) 1996 – 2005, Third National Agricultural Policy (NAP3) 1998 – 2010 y el Small and Medium Industries Development Plan (SMIDP) 2001 – 2005.

La renta per cápita de los malasios ha aumentado notablemente en los últimos años debido a la rápida industrialización del país. La crisis financiera de 1998 y la devaluación de la moneda malasia afectaron negativamente a la renta per capita, pero desde entonces el crecimiento económico ha continuado y las frutas y hortalizas templadas de importación han vuelto a ser asequibles para los malasios.

1.3. Tendencias culturales

La mejora en el nivel de vida de los malasios conlleva mejoras en la educación. Esto ha llevado a una mayor conciencia de temas relacionados con la salud y un crecimiento en la demanda de frutas y hortalizas por sus propiedades beneficiosas para la salud.

Además de los efectos derivados de la urbanización, el estilo de vida de los malasios se está volviendo cada vez más occidental. Viajan al extranjero, donde entran en contacto con la comida occidental, como también ocurre en los restaurantes y hoteles que frecuentan en Malasia. En otras palabras, sus gustos van cambiando. Muchos malasios adinerados se han aficionado a la comida occidental que suele emplear frutas y hortalizas de zonas templadas entre sus ingredientes.

1.4. Demanda de frutas y hortalizas específicas

Las frutas más populares en Malasia son los cítricos como las naranjas y las mandarinas, consumidos por los malasios de todas las razas. Las mandarinas son muy demandadas durante la época del Año Nuevo chino. Aumenta, también, el consumo de frutas como las manzanas, las peras, las ciruelas y las uvas que se venden cada vez más a través de puntos de venta como los mercados tradicionales, los mini-mercados, los mercados nocturnos, etc.

La demanda de estos productos ha ido aumentando en línea con la tendencia a la baja de sus precios. Productos que antes se consideraban “exóticos” (por ejemplo, las fresas) se encuentran cada vez con más facilidad en otros puntos de venta aparte de los supermercados e hipermercados.

La demanda de productos más lujosos es, en general, más limitada debido a su alto precio y a su desconocimiento por parte de la población local. Productos como los albaricoques, los aguacates, las frambuesas, los espárragos, etc. se venden principalmente en los supermercados dirigidos a los expatriados y a los malasios más adinerados.

2. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

En Malasia son las mujeres quienes suelen realizar las compras de Frutas y Hortalizas, ya que normalmente son la que preparan las comidas. En cuanto a la frecuencia en las compras, no existe un comportamiento estándar, mientras algunos consumidores prefieren comprar a diario en los mercados tradicionales, otros, generalmente las familias urbanas tienden a hacer compras periódicas, normalmente una vez a la semana.

Las Frutas y Hortalizas se pueden encontrar en los mercados tradicionales en grandes cantidades y los precios son más bajos que en otros puntos de venta como los supermercados. Sin embargo, a pesar del mayor precio los supermercados e hipermercados, recientemente, se han alzado como sus competidores, sobre todo en las zonas urbanas.

3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

Actualmente, España exporta sólo pequeñas cantidades de algunas Frutas a Malasia. A diferencia de otros países como Australia y Estados Unidos, las empresas y asociaciones españolas no dedican grandes esfuerzos a la promoción de los productos españoles en Malasia, lo que conduce a un desconocimiento generalizado de los mismos.

España casi no participa en las importaciones de Frutas frescas a Malasia, de hecho en los últimos años se han reducido de forma muy significativa las importaciones de Frutas españolas. Como se ha mencionado anteriormente, estos productos se importan de países como Estados Unidos y Australia que están muy arraigados en el mercado.

En cuanto a las Hortalizas, España al igual que otros países europeos, no participa en las importaciones de Malasia, liderando este mercado los productos procedentes de China. Esto se debe al alto coste del transporte aéreo desde Europa que encarece excesivamente los productos.

El sector que ofrece más potencial de crecimiento para los exportadores españoles es el de las Frutas de zonas templadas frescas, a pesar del descenso de los últimos años de suministro de estos productos procedentes de España. El mercado creciente de Frutas exóticas, como los Melocotones, Ciruelas, Cerezas y Fresas, es un subsector que ofrece unas perspectivas muy positivas.

4. ESTRATEGIAS DE ENTRADA EN EL MERCADO.

Las estrategias de entrada en el mercado malasio varían en función del producto y del segmento de mercado al que se dirijan. En el caso de las Frutas Frescas, especialmente las Manzanas y las Naranjas, los agentes intermediarios pueden ser una buena opción a la hora de introducir estos productos en Malasia.

También hay que tener en cuenta que Malasia es un país multirracial y las festividades propias de los distintos grupos étnicos y religiosos influyen en la demanda de algunas Frutas Frescas, por ejemplo, la demanda de Mandarinas aumenta durante la celebración del Año Nuevo chino y durante el Ramadán.

Los exportadores españoles que quieran introducirse en el mercado de las Frutas y Hortalizas en Malasia deben visitar el país, preferiblemente antes del inicio de la temporada, para, así, conocer a sus importadores potenciales y profundizar en el funcionamiento del mercado.

También deben considerar la posibilidad de participar en ferias locales, e informarse sobre el mercado a través del ICEX, las distintas Cámaras Comercio españolas o la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Kuala Lumpur.

V ■ ANEXOS

1. FERIAS DEL SECTOR:

FOOD & HOTEL MALAYSIA 2007 (FHM 2007)

Octava edición de la Feria internacional de comida, productos agrícolas, bebidas, hoteles, restaurantes, y distribuidores de equipos de catering y tecnología relacionada.

Lugar: Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC)
Hall 1,2,3,4 y 5
50088 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 2333 2888
Fax: (60/3) 2333 2800

Fecha: Septiembre 2007

Organizador: Malaysian Exhibition Services Sdn. Bhd.
Suite 1402 14th flr Plaza Permata
(formerly IGB Plaza)
Jalan Kampar off Jalan Tun Razak
50400 Kuala Lumpur, Malasia
Tel: (60/3) 4041 0311
Fax: (60/3) 4043 7241
Email: exhibit@mes.nasionet.net
Web: www.foodandhotel.com
Att: Mr. Nadzeem Abdul Rahman - Senior Project Manager

MALAYSIA INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE TRADE FAIR (MIFB 2006)

Sexta edición de la Feria Internacional de comida y bebida en Malasia.

Lugar: Putra World Trade Centre
41, Jalan Tun Dr. Ismail
50480 KUALA LUMPUR

Fecha: 13 al 15 de julio 2006

Organizador: Expomal International Sdn. Bhd
7-2, Subang Business Centre,
Jalan USJ9/5Q,
47620 Subang Jaya,
SELANGOR DARUL EHSAN,
Tel: (60/3) 8023 1859 / 8024 6500
Fax: (60/3) 8024 8740
E-mail: mifb@expomal.com
Att.: Alex Lee – Marketing Manager

2ND MALAYSIA AGRO-BIO BUSINESS CONFERENCE 2006

Sector: Agricultura y alimentos

Lugar: Putra World Trade Centre, Kuala Lumpur
41, Jalan Tun Dr. Ismail
50480 KUALA LUMPUR

Fechas: 13 al 14 de julio 2006

Organizador: Expomal International Sdn Bhd
7-2, Subang Business Centre,
Jalan USJ9/5Q,
47620 Subang Jaya,
SELANGOR DARUL EHSAN,
Tel: (60/3) 8023 1859 / 8024 6500
Fax: (60/3) 8024 8740
E-mail: mifb@expomal.com
Att.: Alex Lee – Marketing Manager

2. DIRECCIONES DE INTERÉS:

FEDERAL AGRICULTURAL MARKETING AUTHORITY (FAMA)

Bangunan FAMA Point,
Lot 17304, Jalan Persiaran 1,
68100 Batu Caves
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 6138 9622
Fax: (60/3) 6138 3650
E-mail: FAMA@pop.moa.my
Att: Tuan Haji Ishak Abbas – Director

FARMERS'S ORGANIZATION AUTHORITY (FOA)

Block C Utara, Pusat Bandar Damanara
Damansara Heights
LockedBag 11005
50990 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 2094 5222
Fax: (60/3) 2095 4239
E-mail: info@lpp.moa.my
Web: <http://agrolink.moa.my/lpp>

**MALAYSIAN AGRICULTURAL RESEARCH AND DEVELOPMENT INSTITUTE
– MARDI**

Ibu Pejabat MARDI Serdang
43400 Serdang
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 8943 7111
Fax: (60/3) 8948 3664
E-mail: ppqhpc2@mardi.my
Web: www.mardi.my
Att: Dr. Abd Shukor bin Abd Rahman – General Director

**MALAYSIA EXTERNAL TRADE DEVELOPMENT CORPORATION
(MATRADE)**

7th Floor, Wisma Sime Darby
Jalan Raja Laut
50350 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 2694 7259
Fax: (60/3) 2694 7363
E-mail: info@matrade.gov.my
Web: www.matrade.gov.my
Att: YBhg. Datuk Merlyn Kasimir – Chief Executive Officer.

MINISTRY OF AGRICULTURE

Wisma Tani, Lot 4G1, Presint 4
Pusat Pentadbiran Kerajaan Persekutuan
62624 PUTRAJAYA

Tel: (60/3) 2617 5000

Fax: (60/3) 2691 3758

E-mail: admin@moa.my

Web: <http://agrolink.moa.my>

Att: Mrs Dalila bt. Abdul Majid -Head of Public Relations Unit

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN MALASIA

20th Floor, Menara Boustead
69, Jalan Raja Chulan
40200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2148 7300

Fax: (60/3) 2141 5006

E-mail: kualalumpur@mcx.es

Att: Sr. D. Antonio García Rebollar - Consejero Económico y Comercial.

3. PRODUCTORES DE FRUTAS:

BREMAN SDN BHD

Suite A, 4th Floor, Wisma Pahlawan
Jalan Sulaiman

50000 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2272 4579

Fax: (60/3) 2272 4591

E-mail: breman_sb@hotmail.com

Att: Ms. Angelyn Yee – General Manager

Exportador de frutas como starfruits, papaya, rambutan and mangosteen.

CAMERON HIGHLANDS VEGETABLE GROWERS' ASSOCIATION

158, Kampung Baru

Ringlet

39200 Cameron Highlands

PAHANG DARUL MAKMUR

Tel: (60/5) 4956 276

Fax: (60/5) 4956 288

Att: Mr. Lee Peng Fo – Managing Director

CAMERON HIGHLANDS VEGETABLE GROWERS' ASSOCIATION

MDCH-31, 3rd Floor, Bandar Baru Brinchang

39100 Cameron Highlands

PAHANG DARUL MAKMUR

Tel: (60/5) 4911 449

Fax: (60/5) 4911 104

E-mail: hifah@po.jaring.my

Att: Mr. Teow Ching Hoay – Association Chairman

COMMERCIAL ORCHID GROWERS' ASSOCIATION OF MALAYSIA

A82, Jalan Chew Lok Kiam

81000 Kulai

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 6631 529

Fax: (60/7) 6636 787

E-mail: kulaiwg@pd.jaring.my

Att: Mr. Wong Kiang Ho - President

FEDERAL AGRICULTURAL MARKETING AUTHORITY (FAMA)

Bangunan FAMA Point,
Lot 17304
Jalan Persiaran 1
Bandar Baru Selayang
68100 Batu Caves
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 6138 9622
Fax: (60/3) 6138 3650 / 6138 5200
E-mail: fama@pop.moa.my
Att: Tuan Hj. Haron Rahim - Managing Director
Marketing de frutas y desarrollo de la agricultura.

FELCRA PLANTATION SERVICES SDN BHD

Aras 2A, Wisma FELCRA
Jalan Rejang
Taman Setapak Jaya
53300 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 4143 3646 / 4142 4021
Fax: (60/3) 4142 6000
E-mail: kkamsang@tm.net.my
Web: www.felcra.com.my
Att: Tuan Hj. Asmadi bin Sidek – Managing Director

FELDA AGRICULTURAL SERVICES SDN BHD

7th Floor, Balai Felda
Jalan Gurney Satu
54000 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 2698 7772
Fax: (60/3) 2693 0018
E-mail: fassb@mol.net.my
Att: Mr. Syed Sofi Syed Omar – Senior Executive Director
Proveedor de Frutas y árboles de frutas.

GOLDEN HOPE PLANTATIONS BHD

9th – 16th, 19th – 20th Floor, Menara PNB
201-A, Jalan Tun Razak
50400 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 2161 9022
Fax: (60/3) 2161 3290
E-mail: webmaster@goldenhope.com
Web: www.goldenhope.com
Att: YBhg. Dato' Sabri Bin Amad – Group Chief Executive
Cultivos de frutas y procesados de frutas.

JTP TRADING SDN BHD

39A, Jalan Perang

Taman Pelangi

80400 Johor Baru

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 3333 776 / 3333 777

Fax: (60/7) 3333 775

E-mail: jtpsb@po.jaring.my

Att: Mr. Nasharuddin bin Shukor – Managing Director
Marketing of MONTEL plátanos y piñas.

MALAYSIAN PINEAPPLE INDUSTRY BOARD (MPIB)

5 Wisma NANAS

Jalan Padi Mahsuri 12

Bandar Baru Uda

81200 Johor Baru

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 2361 211 / 2361 012

Fax: (60/7) 2365 694

E-mail: mpib@tm.net.my

Web: www.mpib.gov.my

Att: Tuan Hj. Rahmat bin Mustaffa – Director General

MARDITECH CORPORATION SDN BHD

19-21-2 SHL Business Centre

Jalan SR8/1

Off Jalan Serdang Jaya

43300 Seri Kembangan

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 8943 9877

Fax: (60/3) 8943 9887

E-mail: anasnazarudin@yahoo.com

Att: Mr. Anas Nazarudin – General Manager

PANTAI MAJU SDN BHD

23A Jalan SS25/41

Mayang Industrial Park

47301 Petaling Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 7805 1273

Fax: (60/3) 7805 1271

Att: Mr. Loh Tee Enn - Managing Director

Suministrador de frutas y materials para el cultivo.

PERAK STATE AGRICULTURAL DEVELOPMENT CORPORATION

3, Jalan Taman Kinta
Taman Chateau
30250 Ipoh

PERAK DARUL RIDZUAN

Tel: (60/5) 2537 924 / 2537 928

Fax: (60/5) 2534 814

Att: Mr. Othman bin Ahmad Wasid – Administration Manager
Desarrollo Agrícola.

SELANGOR AGRICULTURAL DEVELOPMENT CORPORATION

8th Floor, Plaza Perangsang

Perbandaran

40675 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/5) 5519 2621 / 5519 2622 / 5519 2623

Fax: (60/5) 5519 1481

Att: Mr. Mohamad Azmi bin Abd Hamid – Administration & Human Resources
Manager

Desarrollo Agrícola.

SENG CHEW HUP KEE (M) SDN BHD

77A, Jalan SS15/5A

47500 Subang Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5633 2218 / 5633 7805

Fax: (60/3) 5633 1327

E-mail: [rickyyong@po.jaring.my](mailto:rickyong@po.jaring.my)

Web: www.sengchewhupkee.com

Att: Mr. Ricky Yong - Managing Director

Agricultor, empaquetador y exportador de todo tipo de fruta fresca.

SIME DARBY PLANTATIONS

1st Floor, Wisma Consplant,

2 Jalan 16/4

47500 Subang Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5631 8088 / 5519 0137

Fax: (60/3) 5631 8055 / 5510 3728

Att: YBhg. Dato' Syed Tamin – Managing Director

Dirección de plantación y desarrollo Agrícola.

SYARIKAT PENGURUSAN LADANG SDN BHD

Suite 22.1, Tingkat 22, Wisma MBSA
Persiaran Perbandaran
40675 Shah Alam
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 5512 1051 / 5512 1052 / 5512 1053
Fax: (60/3) 5512 0973
Att: Mr. Mohd Muhallim Bin Othman – General Manager
Dirección de Plantación.

THE EAST MALAYSIA PLANTERS'S ASSOCIATION

Lot 7, 1st Floor, Blook B,
Taman Grandview
Sim Sim Highway
90706 Sandakan
SABAH
Tel: (60/8) 9223936 / 9273936
Fax: (60/8) 9219290
E-mail: vk_empa@hotmail.com
Att: Mr. Salim Bin Mohamad – Association's Chairman

UNITED PLANTATIONS BHD

Jendarata Estate
36009 Teluk Intan
PERAK DARUL RIDZUAN
Tel: (60/5) 6411 411
Fax: (60/5) 6411 876
E-mail: uprd4@tm.net.my
Att: Mr. Carl Bek- Nielsen – Vice-Chairman.
Dirección de plantación y desarrollo Agrícola.

4. IMPORTADORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS

APLUS SYARIKAT

243 B, Jalan Batu Belah
Batu 6½ Taman Batu View
Off Jalan Ipoh
68100 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 6136 6333 / 6135 1599
Fax: (60/3) 6136 5599
Att: Mr. Peh Chai Chan - Managing Director
Importan fruta fresca.

BLACK FLAG FRUIT SUPPLIER

No. 28, Jalan TIB 1/19
Taman Industri Bolton
68100 Batu Caves
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 6185 3748 / 6185 2748
Fax: (60/3) 6185 3768
Att: Mr. Osman Ahmad – Managing Director.

CLASSIC FINE FOODS SDN BHD (530044-D)

11 Jalan Bukit Permai Utama
Bukit Permai Industrial Park
Taman Bukit Permai
56100 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 4280 3910
Fax: (60/3) 4280 2910
E-mail: agnes@classic.com.my
Att: Mr Alex Chin - Retail Sales Manager
Ms Agnes Ng – Sales Manager (Móvil: 6012-395 7697)

Fecha de fundación: 25 de octubre de 2000. Capital desembolsado: 500 mil de RM. Ventas anuales: 10 millones de RM (año 2003), . Número de empleados: 20 (año 2004). Actividad: importador. Productos representados: Verduras de Francia - champiñones congelados y secos (Sabarot), vegetales blanqueados (Lunor); ensaladas, frutas, verduras, hierbas y champiñones de Francia y Australia; productos lácteos - Nata, leche y mantequilla (President), mantequilla artesanal (Echire), quesos (President, Ceneri, Loctelli de Italia, de Australia); confitería - puré congelado (Cap´Fruit), pasteles (Patisfrance), chocolate (Patisfrance); Verduras enlatadas de Italia (Greci); Carne de Australia - res (Glengor-Tender Plus), ternera congelada en porciones (Top Cut), cordero congelado en porciones (Taste Plus); mariscos de Europa y Australia - mariscos frescos, ostras; terrina, ´fish roe´, pescado escabechado (Sea Food Specialities), Salmón ahumado (Balik), caviar (Caviar House, Faye Iranian Caviar); paté y alimentos gastronómicos (Rougie), ´escargots´ (Sabarot); salsas y condimentos, etc.

EURO-ATLANTIC SDN BHD (233795-M)

11 Jalan Pinggiran Satu
Pinggiran Ukay
Jalan Ulu Klang
68000 Klang

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 4251 8482
Fax: (60/3) 4260 4102 / 4251 8481
E-mail: ebby@euro-atlantic.com.my
Website: euro-atlantic.com.my

Att: Ms Ebby KC Loo - Managing Director

Fecha de fundación: 7 de febrero de 1992. Capital desembolsado: 1 millón de RM.

Ventas anuales: 24 millones en 2001. Importan frutas (de temporada y exótica), verduras, champiñones frescos, patatas y marisco (salmón). Cítricos (Mandarina Ponkan) de Taiwan.

FRESH MASTER SDN BHD (176073-D)

14, Persiaran 118C
Desa Tun Razak
Cheras

56000 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 9173 5240
Fax: (60/3) 9173 5237
E-mail: ccnalliance@freshdirect.com.my
Att: Mr. Chai Meng Tat - Managing Director
Compañía creada en 1988.

KHAISHEN TRADING SDN BHD (271570-U)

No 5 Jalan 42B
Selayang Baru
68100 Batu Caves

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 6120 6171 / 6092
Fax: (60/3) 6137 7348 / 6120 4728
E-mail: ttkeng@pc.jaring.my
Att: Mr Jeffrey Tan – Director

Se fundó en 1993. Ventas anuales: 60 millones de RM (año 2002). Número de empleados: 50 (año 2003). Actividad: Importador. Productos importados son mandarina (Cina), Pera (Cina), Naranja “Navel” (EEUU), Uvas “Red Globe” (EEUU), manzana verde (Francia), Brecol, Coliflor, Kiwifruit, ,etc. Marcas: Sunkist, Heza go, etc.

LATIN FOOD PRODUCTS SDN BHD

B2-3 A, Astana Damansara

33, Jalan 17/1

47400 Petaling Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 7957 9404

Fax: (60/3) 7956 3079

E-mail: latinfd@pd.jaring.my

Att: Mr. Víctor de Jesús - Managing Director

Importan fruta fresca y en conserva, quesos y vinos españoles.

SENG HENG WHOLESALE FRUIT DEALER SDN BHD (484077- W)

No. 52, Jalan Bidara 2/5

Taman Bidara

68100 Batu Caves

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 6138 7833

Fax: (60/3) 6138 5833

E-mail: sengheng@tm.net.my

Att: Mr Ng Chek Kiam - Managing Director

Fecha de establecimiento: 21 de mayo de 1999. Capital desembolsado: 100,000 RM.

Número de empleados: 25 (año 2001). Importador de fruta fresca. Tienen relación con una empresa española, Nufri, como exportador.

SYARIKAT YEE SENG

5F Pasar Borong Selayang

Selayang Baru

68100 Batu Caves

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 6138 2009

Fax: (60/3) 6138 9212

Att: Mr Tai Kong Lin – Managing Director

WENG YEANG HANG (M) SDN BHD

34, Green Hall

10200 Penang

PULAU PENANG

Tel: (60/4) 263 5808

Fax: (60/4) 263 5954

E-mail: engwan@po.jaring.my

Att: Mr. Kenny Lee - Managing Director

Interesados en importar especias, productos agrícolas, pescado, confituras, alimentación infantil, productos lácteos y productos dietéticos.

P. O. BOX 554

10770 Penang

5. SUPERMERCADOS GRANDES Y ALMACENES

AEON COMPANY (MALAYSIA) BERHAD

4th & 5th Floor, Menara Kausar
Jalan 3/27A

Section 1

Bandar Baru Wangsa Maju
53300 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 4143 3269/4143 3288

Fax: (60/3) 4149 9288 / 0222/0333

Att: Mr. Soichi Okazaki - Managing Director
Mr. Takeshi Kodama - Merchandising Manager

Se fundó en 1984. Son los propietarios de una gran cadena de tiendas de venta al por menor así como de grandes almacenes y centros comerciales. Cotiza en la bolsa, en el KLSE Main Board y su facturación ascendió a RM603.273 millones en 1997. Tienen una cadena de 12 sucursales y sus tiendas están situadas en las urbanizaciones.

AMPANG MINI MARKET

No. 40, Persiaran Ampang
55000 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 42565976

Fax: (60/3) 42576885

Att: Mr Lim – Manager

CARREFOUR MAGNIFICENT DIAGRAPH SDN BHD

3, Jalan SS 16/1

Subang Jaya

47500 Petaling Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5631 2000

Fax: (60/3) 5631 1033

Web: www.carrefour.com.my

Att: Mr Shafi Shamsuddin – Managing Director
Mr Patrick Bonnifait - Merchandizing Director
Mr. Herve Gielen - Grocery Manager – (60/3) 5630 3939
Mr Kwong Ming Woon – Senior Buyer Manager (Fax 733 7735 – Merchandise Department)

Hipermercado de Francia y era uno de pioneros hipermercados en Malasia y en la región de sudeste asiático en 1994. Gestionan 6 hipermercados en Malasia situado en el valle de Klang (Mid Valley Megamall, Wangsa Maju, Seri Petaling, Subang Jaya), Johor y Penang.

DAIRY FARM GIANT RETAIL SDN BHD

(formerly known as Giant Cash & Carry Sdn Bhd)
Mezzanine Floor, Giant Hypermarket Shah Alam Stadium
Lot 2 Persiaran Sukan,
Seksyen 13
40100 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5544 8888

Fax: (60/3) 5511 0164 – 9667 - 7661

E-mail: Norman_hoo@giant.com.my

Web: ww.dairyfarm.com

Att: Mr Norman Hoo – Senior Category Manager

Mr John Coyle - Country Manager (sec: Ms Evelyn)

Mr Alex Wong - Operations Director (Supermarket) - Fax: (60/3) 5511 9667

Mr Ong Hock Heng - Operations Director (Hypermarket) Fax: (60/3) 5511 9663

Ms Jenny Lee - Merchandising Manager (ext. 258)

Mr Steven Lau - Fruits & Vegetables Category Manager [E-mail:

steven_lau@giant.com.my; Tel: (60/3) 5544 8857; Fax: (60/3) 5511 9661;

Móvil: (6012) 207 5284]

Se fundó en 6 de agosto de 1984. Capital desembolsado: 19,7 millones de RM. Ventas anuales: más de un billón de RM. Número de empleados: 288. Tienen en total de 16 supermercados y hipermercados de superficie entre 11.000 pies cuadrados y 350.000 pies cuadrados. Además de gestionar una cadena de tiendas de comestibles, Dairy Farm también es propietario de una cadena de 71 farmacias que se llama Guardian Pharmacy. (Las cifras son de enero de 2002)

DEBENHAMS – BTS DEPARTMENT STORE SDN BHD

Lot 02 – 28, 2nd Floor Berjaya Times Square

No. 1, Jalan Imbi

55100 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2117 3188

Fax: (60/3) 2141 1377

E-mail: ebenhams@timesquarekl.com

Att: Ms Hooi Jacob – General Manager

HOCK CHOON SUPERMARKET SDN BHD

Banguan Hock Choon

No 241 Jalan Ampang

50450 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2142 0792/0592/2639

Fax: (60/3) 2161 2478

E-mail: hockchoon@po.jaring.my

Att: Ms Diana Lim – Director (Adm: Ms Lai)

ISETAN OF JAPAN SDN BHD

2nd Floor, Suria KLCC

KL City Centre

50088 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2382 7777 (ext 2001)

Fax: (60/3) 2382 6666

E-mail: supermarket2@isetankl.com.my

Att: Mr. K. Mori - Managing Director

Mr. Nobuharu Yutani -Ladies Merchandising Manager

Mr Naoki Kamiyama - Men´s Sundries Merchandising Manager

Mr Simon - Supermarket Manager

Mr Kazuhiro Yoshizawa - Children & Household Merchandising Manager

Ms Noor Haizam - Senior Merchandiser (Ladies Dept)

Una filial de Isetan de Japón que se fundó en 1990 en Malasia como grandes almacenes y supermercados. Son conocidos por sus prendas de moda para los consumidores de medio hasta alto niveles. Tienen dos grandes almacenes y supermercados, uno en KLCC Suria Shopping Mall y el otro en Lot 10. También tienen tres tiendas especialidades en el valle de Klang y dos tiendas libre de impuestos en el aeropuerto internacional de Kuala Lumpur.

MAKRO CASH & CARRY DISTRIBUTION (M) SDN BHD

No.1, Persiaran Sukan

Seksyen 13 (Peti Surat 7427)

40714 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5519 3388 – 5515 2842

Fax: (60/3) 5510 1008

E-mail: carmen@makro.com.my

Att: Ms Carmen Leong – Category Buyer

Mr. Peter Boom - Managing Director

Mr. Way Lee Leong - Non-Food Commercial Director

Es un hipermercado con precio bajo pero venden en cantidades grandes a sus miembros o clientes que están registrados con ellos. Sus clientes son minoristas, abastecedores y profesionales en el sector de servicio. Informan a sus clientes por su boletín cada dos semanas los productos nuevos y las promociones. Los propietarios son SHV de Holanda y se fundó en Malasia en 1993. Tienen tiendas en Selangor (Shah Alam, Selayang, Cheras), Johor Baru, Ipoh, Seberang Prai, Seremban y Penang. El departamento de alimentos tiene una amplia gama de productos como comestibles, carne fresca, marisco fresco, frutas, verduras y una confitería. También tienen un departamento extensivo de productos audiovisuales, electrodomésticos, papelería, artículos hogar de tipo ‘DIY’, deporte y prendas femeninas y masculinas.

MJ DEPARTMENT STORES SDN BHD

3rd Floor Menara PMI

2 Jalan Changkat Ceylon

50200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2117 5800

Fax: (60/3) 2070 4745 / 7119

E-mail: metroj@po.jaring.my

Web: www.metrojayaonline.com

Att: Mr. Tan Lian Tee - Managing Director (ext. 1043)

Mr Robert Heng Fook Hee - Executive Director

Mr. Paul Cheong - Senior Merchandising Manager (Ladies)

Mr. Paul Fong – Acting Assistant General Manager (Fax: 2117 5903)

Esta empresa se dedica principalmente a la gestión de grandes almacenes, así como de tiendas especializadas. Abre la primera tienda en 1976 y desde entonces se ha establecido un buen nombre en la industria. Gestionan una cadena de 5 grandes almacenes y 60 tiendas especializadas que ocupan más de un millón pies cuadrados de superficie. Diversifican con éxito en las tiendas especializadas como Toys 'R' Us en octubre de 1987, East India Company en noviembre de 1989, Reject Shop en julio de 90, Living Quarters en agosto de 1994 y Somerset Bay también en agosto de 1994.

PARKSON CORP. SDN BHD

Level 5 Klang Parade

2112 Jalan Meru

41050 Klang

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 3344 2882

Fax: (60/3) 3344 1368 / 3344 2889

Att: Mr. Alfred Cheng - Chief Executive Officer

Mr. Loh Meng - Children's Dept Manager

Mr. Lam Ah Poon - Divisional Merchandising Manager

Ms Lynda Chee - Ladies Basic Dept

Mr. Petaling - Household Department

Grandes almacenes de origen Malasia que pertenecen al Grupo Lion que cotiza en la Bolsa de Kuala Lumpur. Se fundó en 1987. Tienen distintos tipos de venta por menor como grandes almacenes, hipermercados y tiendas especialidades que se llaman Parkson Grand, Parkson Ria, Xtra Supercenter. Las tiendas especialidades de Parkson Grand enfocan como tienda de familia de la moda y los Parkson Ria son centros de mercancía general. Xtra Supercenter es una combinación de un supermercado y centro de mercancía general que ofrece más de 60,000 artículos de calidad con precio bajo. Tienen 4 Xtra Supercenters y un Xtra Superfresh en Malasia.

SOGO-PERNAS DEPARTMENTAL STORE SDN BHD

Kompleks Pernas Sogo
Jalan Tuanku Abdul Rahman
50100 KUALA LUMPUR
Tel: (60/3) 2698 2111
Fax: (60/3) 2691 5033 - 2694 0602
Att: Mr. Andrew Lim Tat Keong - General Manager
Mr. Tokura / Mr. Nagata - Division Managers
Mr Soon - Supermarket Manager
Mr. Jason Khor - Menswear Manager
Ms Liew Wai San - Ladies Department Manager

Grandes almacenes y supermercados.

THE STORE CORPORATION BERHAD

Lot 9A Jalan 223
46100 Petaling Jaya
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 7960 3233
Fax: (60/3) 7960 3299
E-mail: admin@tstore.com.my
Att: Mr Law – General Manager of Supermarkets

TESCO STORES (M) SDN BHD

Mezzanine Floor, 8 Jalan PJU 7/4
Mutiara Damansara
47800 Petaling Jaya
SELANGOR DARUL EHSAN
Tel: (60/3) 7726 6298
Fax: (60/3) 7726 9628
Web: www.tesco.com.my
Att: Mr Kian Kee - Director

VILLAGE GROCER

(Una empresa del Grupo de supermercados de OTK)

Bangsar Village

G1 Ground Floor

1 Jalan Telawi Satu

Bangsar Baru

59100 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2282 0633

Fax: (60/3) 2284 5633

Att: Ms Joanne Ong – Executive Director

Mr. Foo – Store Manager (60/12) 767 0596

El grupo de supermercados del OTK es propiedad de la familia de Ong que tiene 3 supermercados de OTK en Gombak, Sentul y Puchong. Se fundó en 1997. Emplean 400 empleadores. Village Grocer es un supermercado distinto de los otros tres supermercados de OTK por su localidad en Bangsar. Village Grocer vende alimentos importados como galletas, confitería, queso, frutas y verduras en paquete pequeño para el consumo típico de esa localidad.