

El mercado de hornos para panadería y repostería en Malasia

El mercado de hornos para panadería y repostería en Malasia

Esta nota ha sido elaborada por Miren Nerea Uriarte
Alonso bajo la supervisión de la Oficina Económica y
Comercial de la Embajada de España en Kuala
Lumpur

Agosto 2006

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	7
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	10
3. Importaciones	10
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	13
IV. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	16
V. DISTRIBUCIÓN	17
VI. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	21
VII. ANEXOS	27
1. Empresas	27
2. Ferias	48
3. Bibliografía	50

CONCLUSIONES

Malasia ha sido tradicionalmente un país no consumidor de productos de panadería, repostería y galletería. La función, que en otras culturas gastronómicas, especialmente las occidentales, que cumple el pan, es desempeñada en Malasia por el arroz, presente en cada una de las comidas, bien sea como guarnición o acompañamiento. A pesar de ello, el consumo de pan se ha incrementado en los últimos años, debido a diversos factores, como el aumento del turismo o la occidentalización de la sociedad, tal como se explica a lo largo de este estudio.

Con el aumento de la demanda de este tipo de productos, las ventas de hornos para panadería, repostería y galletería ha experimentado también un aumento importante, por lo que se pueden encontrar oportunidades de negocio en el mercado malasio.

- El mercado de hornos para panadería, repostería, y galletería puede ofrecer oportunidades de negocio para las empresas españolas, debido, especialmente a las perspectivas de crecimiento en el sector turístico y a la adopción de hábitos alimenticios occidentales.
- No existen en Malasia derechos de importación o exportación que graben los productos objeto de este estudio, por lo que los productos importados son igual de competitivos que los productos de fabricación local.
- Malasia es un país interesante para la introducción de productos en el sudeste asiático, debido a su pertenencia a la ASEAN.
- Malasia dispone de muy buenas comunicaciones, y es además un país que en los últimos años ha disfrutado de una gran estabilidad política y un gran crecimiento económico.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

- Dentro del mercado malasio se puede encontrar una amplia oferta de hornos, siendo la mayoría de los productos de importación. Existe fabricación local, sin embargo, no es muy elevada. El principal país proveedor de hornos de panadería, repostería y galletería es China, quien en los últimos años ha triplicado su cuota de mercado.



ICEX

I. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Uno de los aspectos que definen la demanda industrial es su carácter derivado. El mercado objeto de análisis en este estudio, depende directamente del consumo de pan y artículos de repostería, sector que pasamos a analizar a continuación.

Los sectores destinatarios de los hornos para panadería y repostería, en Malasia, son los siguientes:

- Sector hotelero
- Sector panadero/pastelero
- Sector de restauración

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Las partidas arancelarias, que se van a estudiar, para realizar una radiografía de la balanza comercial son, según la nomenclatura TARIC, la partida 84.17 (hornos industriales o de laboratorio que no sean eléctricos) y la partida 84.17.20 (hornos para panadería, repostería y galletería).

TARIC	PRODUCTO
Capítulo 84.17	Hornos industriales o de laboratorios que no sean eléctricos
84.17.20	Hornos para panadería, pastelería y galletería

Fuente: Taric

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

La población de Malasia asciende a 26,64 millones de habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,8%, y con una población urbana del 57,4%.

Evolución de la población en los últimos años:

- 2004 25,58 millones
- 2005 26,13 millones
- 2006 26,64 millones

Distribución de la población:

- Malasia peninsular concentra el 82% de la población y la densidad de población es, por tanto, relativamente alta (110 hab./km²), más aun si se tiene en cuenta que la población se concentra en su mayor parte en la franja costera que va desde Penang hasta Kuala Lumpur.
- Sabah y Sarawak están muy escasamente pobladas. Sabah, con el 22,3% del territorio del país tiene una densidad demográfica de 20,6 hab./km² y Sarawak, casi tan extensa como la península Malaya, tiene tan sólo 14 hab./km².

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

Ciudades más pobladas de Malasia:

- Kuala Lumpur 1.367.000 habitantes
- Johor Bahru 724.000 habitantes
- Ipoh 601.000 habitantes
- Kelang 503.000 habitantes
- Petaling Jaya 460.000 habitantes

Distribución de la población por sexos:

- Hombres 50,8% de la población
- Mujeres 49,2% de la población

Distribución por edades:

- 0 - 14 31,2%
- 15 - 64 64,9%
- 65 + 3,9%

Composición de la población:

- Bumiputras-malayos y aborígenes 65,1%
- Chinos 26%
- Indios 7,7%
- Otro 1,2%

El grupo social, que consume el mayor de productos de panadería, repostería y galletería, de los existentes en Malasia, es el bumiputra-malayo, que supone el 65% del total de la población. El grupo social chino, también ha incluido el pan en su dieta, aunque en menor proporción que la población malaya.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

2. PRODUCCIÓN LOCAL

La fabricación de hornos de panadería, repostería y galletería en Malasia es muy reducida, por lo que la mayoría de su oferta proviene de la importación de dichos productos. Las únicas empresas fabricantes de hornos para panadería, repostería y galletería en Malasia son las siguientes:

- CKE MARKETING SDN BHD / BERJAYA STEEL PRODUCT SDN BHD
- LIAN HUAT MACHINERY SDN BHD.

Ambas empresas llevan fabricando hornos para el Mercado Malasio más de 25 años, aún así, la demanda es superior a la fabricación local, y la mayor parte de la oferta existente es de productos importados.

3. IMPORTACIONES

En lo referente a las importaciones, el grupo de países proveedores de hornos (TARIC: 84.17), a Malasia, es bastante diverso, produciéndose, por lo tanto, un gran reparto de la cuota de mercado.

Los países de los que Malasia importa principalmente son Japón, Alemania, Estados Unidos, China y Taiwán. La posición de España es reducida, en comparación con los países nombrados previamente, sin embargo, es importante remarcar que su cuota de mercado se ha visto incrementada en los últimos años, tal como se puede observar en la tabla que se muestra a continuación.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

84.17 – Hornos industriales o de laboratorio

Importaciones Millones de Euros

Rango	País	2003	2004	2005	Cuota 2003	Cuota 2004	Cuota 2005
0	-- El Mundo --	24,9	49,7	39,6	100	100	100
1	Japón	4,7	8,9	11,2	18,88	17,97	28,52
2	Alemania	3,2	3,6	7,3	12,89	7,36	18,44
3	Estados Unidos	4,5	8,7	5,9	18,4	17,54	14,98
4	China	2,7	3,7	2,9	11,06	7,62	7,4
5	Taiwán	2,1	13,1	2,7	8,31	26,25	6,85
6	Italia	1,3	2,6	1,9	5,55	5,21	4,83
7	Filipinas	0,0	0,1	1,6	0,09	0,03	4,17
8	Corea del Sur	0,2	0,6	1,3	1,07	1,25	3,38
9	Australia	0,2	0,5	0,8	1,15	1,07	2,01
10	España	0,2	0,3	0,7	0,95	0,59	1,84

Fuente: World Trade Atlas

En cuanto a las importaciones de hornos para panadería, pastelería y galletería, los principales países proveedores de los mismos son China, España, Taiwán y EE.UU. Estos cuatro países se reparten más del 50% de la cuota de mercado.

China, primer proveedor, ha incrementado su cuota de mercado en un 5% en el último año, y la ha triplicado con respecto al año 2003, en que su cuota no superaba el 10%. España se sitúa como segundo proveedor y ha incrementado su cuota en un 2%, con respecto a la cuota de que disponía en 2004. A pesar de este aumento, China es para los fabricantes españoles una gran amenaza, debido al bajo coste de sus productos, sin embargo, queda un nicho de mercado, que puede ser aprovechado por los fabricantes españoles, para productos de alta calidad.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

84.17.20 Hornos para panadería, pastelería y galletería

Importaciones Millones de Euros

Rango	País	2003	2004	2005	Cuota 2003	Cuota 2004	Cuota 2005
0	-- El Mundo --	0,7	1,2	1,2	100	100	100
1	China	0,1	0,2	0,3	9,31	21,37	26,35
2	España	0,1	0,1	0,1	10,6	7,14	9,92
3	Taiwán	0,2	0,3	0,1	29,28	29,76	8,34
4	Estados Unidos	0	0	0,1	1,12	2,51	6,55
5	Países Bajos	0	0	0	0	1,85	5,62
6	Hong Kong	0	0	0	0	1,76	5,56
7	Sudáfrica	0	0	0	4,77	5,89	5,52
8	Suecia	0	0	0	0	5,99	5,23
9	Reino Unido	0	0	0	0	0,99	4,96
10	Alemania	0	0	0	4,91	6,94	4,25

Fuente: World Trade Atlas

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La industria panadera en Malasia ha sufrido grandes cambios durante la última década. En un primer momento nació una pequeña industria panadera, que poco a poco ha ido creciendo, hasta convertirse hoy en día en una industria de mediana escala. La última tendencia, nacida en Singapur, y llevada a Malasia, son las llamadas boutique panadería.

Tanto el pan, como los productos panaderos están ganando popularidad en Malasia, de hecho, hoy en día es el producto más popular como sustituto del arroz, alimento básico en la dieta malasia.

Crecimiento esperado

En términos generales, el incremento en el consumo de productos de panadería es proporcional al crecimiento de la población, sin embargo, otros factores tienen también una influencia relevante. Uno de estos factores, que puede ser considerado como el más importante es el hecho de que el pan y el arroz sean dos alimentos, que en una dieta, pueden ser sustituidos uno con el otro. Esto se debe a que ambos contienen un alto porcentaje de carbohidratos (pan 83%, arroz 90%) y así como una cantidad de proteínas similar (pan 13%, arroz 8%). El clima húmedo y cálido de Malasia, hace necesario el consumo de este tipo de carbohidratos y proteínas, necesarias para el desgaste energético que se produce y para ayudar a compensar la sudoración.

El arroz es el alimento tradicional malasio, sin embargo, su consumo ha variado en los últimos años, debido especialmente a que implica cocinar otros alimentos de acompañamiento, lo que supone tiempo, que las nuevas y modernas familias no poseen. Por ello, y porque el pan es un sustituto que posee los mismos carbohidratos y proteínas, se ha observado un incremento en el consumo de pan en Malasia.

Otro factor importante a tener en cuenta, es la mejora en las infraestructuras, que ha realizado el gobierno en los últimos años, como consecuencia del VIII Plan Malasia (vigente

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

para el período 2000 – 2005), y que seguirá realizando, según se ha establecido en el IX Plan Malasia (vigente para el período 2006 – 2010). La mejora de las infraestructuras ha permitido una mejor distribución de los productos panaderos, que llegan hoy día desde las ciudades hasta las zonas más rurales.

Además, la cultura occidental está cada vez más extendida, lo que supone un mayor consumo de pan en los hogares, pero además supone también un mayor consumo de pan en restaurantes.

Hoy en día existen en Malasia dos grandes compañías panaderas, quienes se distribuyen, prácticamente, el 76% del mercado local. Dichas compañías son Gardenia y Stanson Bakeries, sin embargo, compiten entre ellas. A pesar de la existencia de estas dos grandes compañías, sigue quedando un nicho de mercado repartido entre las pequeñas panaderías familiares existentes en todo el país. Este tipo de panaderías no se dedican única y exclusivamente a la fabricación de pan, sino que también producen productos de bollería, pasteles, galletas, etc. Este tipo de panaderías están mayoritariamente localizadas en las ciudades, donde el paso de gente es mayor que en otras zonas. Algunas de estas panaderías se han convertido en cadenas, como es el caso de King's Confectionary, quien empezó el negocio en 1979 en Kuala Lumpur y posee hoy en día un total de 49 panaderías repartidas por el país. Otras cadenas son por ejemplo Season's Confectionary and Bakery, Angel Cake House, etc.

La nueva tendencia en Malasia es la "Pan Boutique o Panadería Boutique". Este tipo de boutiques se encuentran mayoritariamente en los grandes centros comerciales. Mediante innovadoras técnicas de marketing han creado un nuevo concepto del pan, lo que llaman "pan de diseño". Este concepto fue introducido en Singapur en el año 2000 por medio de la marca Breadtalk. En Malasia la primera Pan Boutique se abrió en el 2002 con el nombre de Breadstory y desde entonces se han seguido abriendo más, así, en Singapur existen hoy en día más de 25, y en Malasia más de 15. Lo que caracteriza a estas Boutiques es el diseño de la tienda en sí, que permite al cliente ver cómo se hace el pan, y el resto de los artículos de panadería a través de paneles de cristal. La limpieza del local, la presentación de los productos etc., está mucho más cuidada que en el resto de panaderías. Además, el tipo de producto es más exquisito, poniendo a disposición del cliente una gran gama de productos panaderos selectos y variados.

Debido a todos los factores señalados, la industria del pan y los productos panaderos, alcanzó, en el año 2003, unas ventas de 2.000 millones de Ringgit Malasios, lo que supone un crecimiento de 65 millones de Ringgit Malasios con respecto al año anterior. Durante los años 2004 y 2005 el crecimiento fue de un 4% anual, y se espera que este año las ventas totales alcancen el valor de 2.900 millones de Ringgit Malasios.

El pan y los productos panaderos son cada vez más apreciados en Malasia, y su precio es un factor cada vez menos importante a la hora de adquirirlos. El mercado del pan es

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

de tal importancia que incluso se ha creado una escuela. Dicha escuela es el *Malaysian Institute of Baking (MIB)*, creado en el año 2003 por el Ministerio de Educación, donde se imparten tanto cursos cortos como programas de dos años. Además existen escuelas privadas como el *Flamingo Institute* que imparte cursos de formación profesional para el sector de la panadería, pastelería y galletería.

The image shows the logo of ICEX, which consists of the letters "ICEX" in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular frame that has a thin border.

IV . PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La competencia en Malasia, en el sector de los hornos para panadería, pastelería y galletería es bastante agresiva, ya que a pesar de que la fabricación local es escasa, se producen importaciones de estos productos de diversas marcas, por lo que el factor decisivo para la realización de una compra es el precio, aunque factores como la calidad, servicio post-venta o procedencia de los productos, son también aspectos a tener en cuenta, aunque de forma secundaria.

Estos son los dos principales factores que hay que tener en cuenta a la hora de introducir este tipo de productos en el mercado malasio. Además, la imagen país de España no beneficia a los exportadores, debido al gran desconocimiento, que en general existe en Malasia, de los productos españoles.

V. DISTRIBUCIÓN

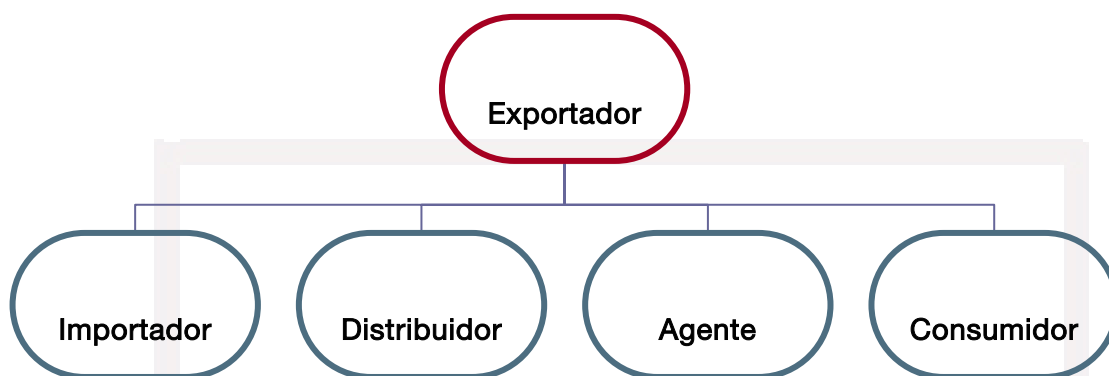
La estructura del canal de distribución en Malasia suele constar de los siguientes agentes:

- **Agentes en exclusiva:** Agentes que no compran los productos, haciendo únicamente de intermediarios entre el productor y el mayorista, recibiendo por ello una comisión, cuyo nivel varía, en función del producto vendido. Los agentes pueden representar a varias firmas, siempre que dichos productos no sean competencia entre sí. Es, además muy común, que el distribuidor demande la exclusividad de los productos que representa.
- **Importadores:** Muchos productores, agentes y minoristas realizan la función de importadores, integrándose verticalmente, buscando siempre la mejora de la competitividad de los productos. Por ejemplo, algunas empresas productoras son a la vez importadoras, mayoristas e incluso minoristas.
- **Mayoristas:** Se aprovisionan, generalmente, de los agentes o importadores, aunque en muchas ocasiones coinciden el mayorista e importador en una sola figura. En este caso, el mayorista compra y vende el producto, asumiendo el riesgo sobre el producto, así como sobre las existencias que pudiera tener.
- **Comerciantes:** Constituyen el último agente en la cadena y se encargan de la venta del producto al consumidor final. Numerosas tiendas minoristas actúan como importadores, vendiendo el producto directamente, aunque suelen vender sobre existencias, siendo más cautos en cuanto al volumen de importación.
- **La compra directa:** Otra vía de importación suele ser a través del consumidor final, aunque este método se reserva, normalmente, para las empresas bumiputras.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

Esquema de la distribución

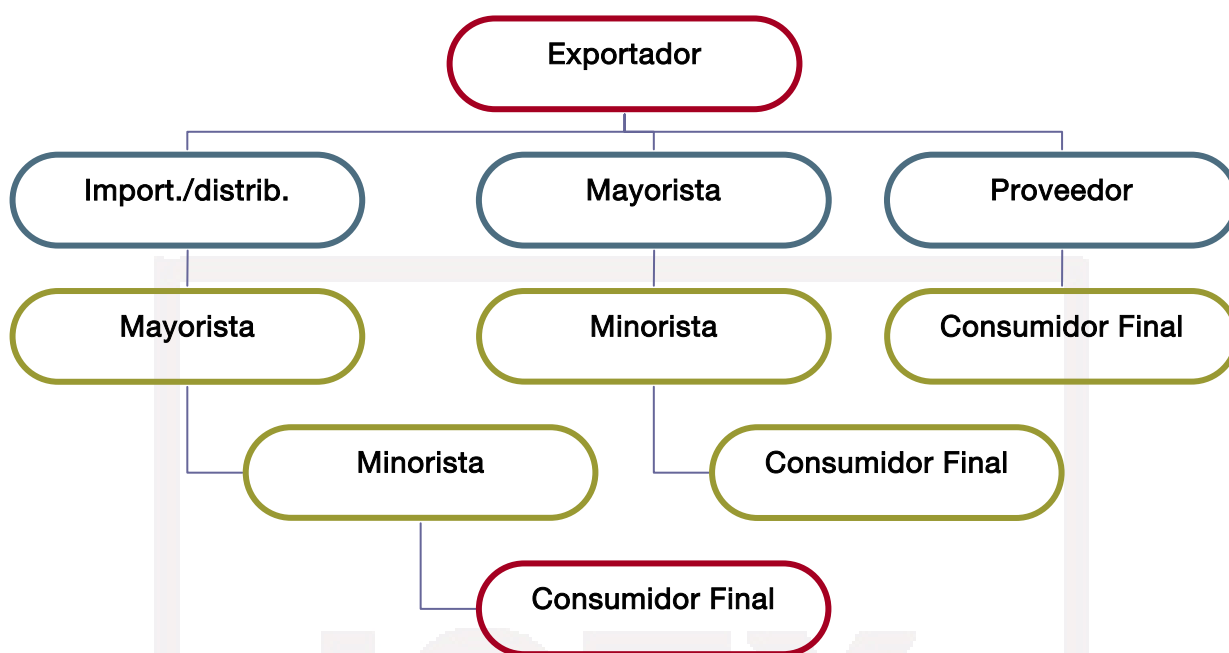
Los medios de acceso al mercado malasio son múltiples y diversos, siendo las vías de acceso más comunes las siguientes:



Para la realización de exportaciones a Malasia suele ser necesaria la existencia de un importador local, que almacene y venda los productos al usuario final. Otros factores que explican la aparición de este canal de distribución son de naturaleza local: el establecimiento de relaciones sólidas en el largo plazo, la capacidad de almacenamiento de producto, la necesidad de apoyo técnico, los recambios, la capacidad de asegurar la fiabilidad del suministro y la confianza del empresariado en el importador local.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

Este segundo esquema muestra un canal de distribución más extenso, siendo en muchas ocasiones el utilizado para estos productos.



El precio es una variable importante que el consumidor considera en la realización de una compra, de hornos para panadería, repostería y galletería. Cuando se compite por precio hay que tener en cuenta que éste se va a incrementar dependiendo de la cadena de distribución que se emplee. Como es lógico, un mayor número de agentes en la cadena implicará un mayor precio final del producto, lo que se traduce a su vez en una menor competitividad.

Los márgenes, de los distintos agentes del canal de distribución, están influidos por diferentes factores, como puedan ser la coyuntura económica, el volumen de negocio, la competencia, la exclusividad, el riesgo, etc. Sin embargo, se puede estimar que cada esca-lón de la cadena de distribución actúa con un margen de un 10%, aumentando dicho mar-gen al 50% en el caso del comerciante al por menor. Se puede decir, que los márgenes de que se disponen son aproximadamente los siguientes:

- Agentes: 5-15%
- Importador: 15-30% de margen sobre el precio previo.
- Minorista: 50% como mínimo de margen sobre el precio previo.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

Esto hace que el precio final de venta será mucho más elevado que el precio CIF de la mercancía entregada en Malasia. Factor relevante, a tener en cuenta, sobre todo cuando los consumidores finales eligen el producto por precio. Por ello, cuanto mayor sea el precio CIF del producto más deseable será que la cadena de distribución sea lo más corta posible.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters "ICEX" in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border.

VI. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Es importante analizar varios aspectos, que deben ser tenidos en cuenta, a la hora de entablar relaciones comerciales con Malasia, como son, la estrategia de canal, las diferentes estrategias a seguir para entablar un contacto comercial, las barreras técnicas existentes y las condiciones de acceso al mercado, la promoción y la publicidad de los productos, los medios de pago etc. Todos ellos son analizados en este apartado.

El canal de distribución variará dependiendo del tipo de material que se quiera exportar. Los distribuidores locales, en general, buscan relaciones estables y duraderas con sus proveedores. Un acuerdo flexible, para la distribución, es importante. Otro dato que debe tenerse en cuenta es el relativamente pequeño tamaño del mercado nacional, a la hora de determinar las expectativas de venta en los acuerdos de distribución.

A pesar del desarrollo acelerado, que ha observado el país desde la crisis del 97, aún se mantienen muchas de las maneras tradicionales de hacer negocios. Estos se llevan a cabo, en gran medida, a través de los “contactos”. Suelen ser necesarias varias visitas a Malasia para identificar un socio malasio adecuado y establecer una sólida relación profesional. Los antecedentes y la credibilidad de los agentes / socios potenciales se pueden verificar a través de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada española en Malasia.

Una de las mejores herramientas, de que disponen los importadores Malasios, a la hora de establecer un primer contacto comercial, con empresas extranjeras, son las ferias. No es muy frecuente que el importador se desplace al país del productor, para evaluar in situ los productos ofrecidos por las empresas que puedan ser de su interés. Esto se debe principalmente a razones económicas. De ahí la importancia que las ferias tienen para el importador malasio, puesto que le permiten conocer los productos, las empresas que operan en el mercado, pudiendo comprobar en persona, la calidad, el diseño y el potencial de venta. Siendo, además, muy importante la posibilidad que la feria ofrece de conocer a los representantes de las empresas que están allí presentes.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

La participación en dichas ferias es recomendable como una de las maneras más efectivas para promocionar tanto la empresa como el producto, permitiendo, al potencial importador, entablar un contacto personal con los representantes de la empresa, punto fundamental a la hora de establecer vínculos empresariales con Malasia.

El instituto de Normalización e Investigación Industrial de Malasia (SIRIM), es el organismo acreditado por la Administración malasia para desarrollar actividades de normalización y certificación. El SIRIM Bhd. (www.sirim.my) concede la marca SIM de conformidad con las normas malasias. El Department of Standards Malaysia (DSM), del ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación es el organismo oficial responsable de los aspectos estatutarios e institucionales y representa a Malasia ante la ISO y la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC). El DSM, además, se ocupa de las actividades de acreditación.

Malasia sigue siendo un país donde resulta difícil conseguir una información de mercado detallada y fiable. Las estadísticas oficiales, aunque bastante actualizadas, no suelen dar el nivel de detalle necesario para tomar decisiones de negocio bien fundadas. Para conseguir estas particularidades, sobre sectores específicos, puede resultar necesario realizar estudios, apoyándose en la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España o en consultoras del sector privado.

Cualquier enfoque comercial deberá tener en cuenta la composición multirracial de la población y sus fuertes disparidades económicas y sociales. La selección de un agente podría estar condicionada por consideraciones étnicas. Resulta más aconsejable asociarse con una compañía local ya establecida. Los usos comerciales entre las comunidades china o malayos (bumiputra) son muy diferentes de los europeos. Los chinos mantienen un alto grado de poder comercial y dominan los canales de distribución. El comercio es el centro de los pequeños negocios familiares y funciona a partir de una complicada estructura de proveedores, contratistas y subcontratistas. El éxito empresarial de la comunidad china depende del conocimiento del sistema y de sus conexiones personales y familiares basadas en la estructura de clan de dicha comunidad, así como del conocimiento de los diferentes dialectos. Por su parte, el hombre de negocios bumiputra medio, incluso con un capital grande, raramente invierte fuera de las pequeñas y medianas empresas.

Las personas más influyentes en el ámbito económico son los gestores públicos (de gran prestigio en los círculos económico y políticos), los empresarios bumiputras (poco numerosos que a menudo proceden de la realeza o de la administración) y los empresarios chinos (que encabezan los grupos privados más importantes de Malasia).

El empresario español interesado en introducir sus productos en este mercado puede hacerlo recurriendo a un importador-distribuidor que puede ser una compañía local. Las empresas locales que representan marcas de abastecedores extranjeros a menudo están presentes en la comercialización de productos. Suelen operar desde Kuala Lumpur y cubren el resto del país con oficinas subsidiarias en las principales ciudades. También se puede recu-

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

rrir a una compañía de trading extranjera, que ofrece mayor especialización, o a una empresa comercializadora local de tamaño medio, normalmente dirigida por un empresario chino.

Otras alternativas son el agente a comisión (como se ha explicado previamente), el establecimiento de una oficina de representación o la constitución de una alianza local con una empresa malasia; las dos últimas son las opciones más recomendadas.

Los primeros contactos con las empresas importadoras de Malasia se pueden establecer por diversos medios. Uno de ellos consiste en consultar las listas de compañías importadoras de que dispone la Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur (incluidas en el anexo de este estudio). Otra opción puede ser presentar los productos en ferias, para que estos se conozcan y poder, a la vez, establecer contactos comerciales. Un listado, de las ferias más relevantes para este sector, está incluido en el anexo de este estudio.

Con ayuda de la Oficina Comercial de España en Kuala Lumpur, es posible la organización de una visita comercial a empresas importadoras de Malasia. El estudio de los posibles distribuidores es importante, antes de proceder a la selección de un futuro socio comercial. Conocer su pasado, estudiando las marcas que distribuye, etc, puede ser importante. Además una evaluación de la persona responsable de la empresa es siempre aconsejable.

La cultura que impera en el mundo de los negocios en Asia hace aconsejable que los socios comerciales se conozcan personalmente con el fin de alcanzar unas relaciones comerciales duraderas y satisfactorias. El predominio del inglés en los círculos comerciales de Malasia facilitará este proceso. Una vez iniciadas las relaciones comerciales con un distribuidor, es importante mantener con él un contacto personal de forma regular.

Así mismo, es importante presentar al distribuidor malasio todos los detalles de los productos, como pueden ser la calidad, la gama y los precios en moneda local o en dólares americanos. Es igualmente aconsejable presentar muestras, de los productos que se desean introducir, de forma que su distribuidor pueda examinarlas y extraer conclusiones acerca de las posibilidades que ofrece el mercado malasio para cada producto.

En las primeras operaciones con un distribuidor es aconsejable asegurar el cobro mediante un crédito documentario, si bien los empresarios malasios no suelen incurrir en morosidad o impagos. La divisa habitual en las transacciones es el dólar, no siendo muy habitual el uso del Euro o del Ringgit Malasio.

Por último, es importante tener presente que en Malasia, los productos y marcas españoles, son poco conocidos, y su introducción deberá enfocarse como una inversión a largo plazo.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

Otros aspectos relevantes son los siguientes:

- **Forma de pago:** La forma de pago habitual para las transacciones internacionales en Malasia es la letra de crédito irrevocable. Los plazos de pago para el sector privado suelen ser de 60 días, aunque algunas compañías (como algunas japonesas) pueden llegar, como estrategia comercial, a conceder 90 ó 120 días de plazo. Los plazos de pago del sector público son más amplios. En el mejor de los casos éste se extiende 90-120 días.
- **Garantías:** Deben ofrecerse las mismas garantías que en el país de origen. Es importante asegurar la viabilidad de su cumplimiento; se debe considerar, por ejemplo, si sería más rentable sustituir un producto defectuoso en lugar de repararlo.
- **Transporte:** Malasia dispone de 5 aeropuertos principales que se encuentran en Johor Barhu, Kota Kinabalu, Kuching, Penang y Kuala Lumpur. Tiene una estructura de tráfico nacional radial, con base en el aeropuerto internacional de Kuala Lumpur (KLIA – Kuala Lumpur Internacional Airport).

Otros factores importantes a tener en cuenta son los siguientes:

- **Defensa jurídica:** El marco legislativo Malasio está basado en el derecho consuetudinario inglés.
- **Competencia desleal:** Prácticamente inexistente
- **Normativa y tramitación:** En términos de normativa y papeleo, según el Banco Mundial, se necesitan unos 22 trámites diferentes para que un contrato entre vigor, para lo cual se tarda una media de 270 días. Si lo que se persigue es comenzar un negocio, se deberán realizar unos 9 trámites diferentes, para lo cual se tarda una media de 30 días.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

El 1 de enero de 2003 entró en vigor el AFTA (ASEAN Free Trade Area), proyecto que persigue liberalizar el flujo comercial entre los países del AFTA (Brunei, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam), con una población total de unos 300 millones de habitantes. A partir de dicha fecha, los productos incluidos en la Inclusion List (lo que incluye el 82.8% de los códigos arancelarios) van a contar con unos derechos de importación interregionales reducidos, y comprendidos entre el 0% y el 5%. Son una excepción a ello, los países de reciente incorporación a la ASEAN que cuentan con un plazo suplementario. Vietnam se incorporó al área en 2006, Laos y Myanmar en 2008 y Camboya en 2010. Así todos los productos comprendidos en la partida Taric 8417 (hornos objeto de este estudio) provenientes de países de la ASEAN están sometidos al tipo del 0%. En general, el AFTA no ha de suponer una amenaza adicional para los fabricantes españoles, ya que la producción de dicho producto, en países de la zona, no es particularmente destacable, es más, puede suponer un incentivo añadido, para la empresa que planee invertir o introducirse en el mercado malasio, pudiendo constituir una puerta de entrada para un mercado mucho más amplio.

Procedimientos aduaneros

Todos los productos importados, al margen de estar o no sujetos a aranceles, deben ser declarados por escrito en los pertinentes impresos. Dichas declaraciones deben indicar la suma completa y exacta, así como una descripción exhaustiva de los paquetes, su valor, peso y cantidad. En el caso de productos importados, debe constar claramente el país de origen del producto, y en el caso de las exportaciones, el destino final de los mismos.

Aranceles e impuestos sobre venta

En comparación con otros países del entorno, es remarcable la apertura de Malasia en cuanto a régimen de comercio para la industria. La mayor parte de las mercancías pueden ser importadas libremente bajo el sistema de General Open License. Determinados sectores, considerados estratégicos, están protegidos por un sistema de licencias restringidas de importación como es el caso de la siderurgia, el cemento, la automoción, el polietileno y el polipropileno.

La clasificación arancelaria se basa en la nomenclatura internacional del Sistema Armonizado. Los derechos arancelarios en Malasia son, en su mayoría, ad valorem, y sólo en algunas ocasiones se aplican derechos específicos. La tarifa arancelaria es alta si existe producción local, situándose entonces entre el 5% y 50%. En el caso de las partidas arancelarias objeto de este estudio cabe decir que no están sujetas a aranceles de importación o de exportación.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

No existe IVA, sin embargo, además de los derechos arancelarios, las mercancías importadas, pueden estar sometidas, al igual que los productos de fabricación local, a un impuesto sobre ventas (sales tax), con un tipo de gravamen que oscila entre el 0% y el 10%. Al igual que ocurre con los aranceles de importación, los productos objeto de este estudio, no están gravados por el impuesto sobre ventas.



ICEX

VII. ANEXOS

1. EMPRESAS

DISTRIBUIDORES:

ABS ENGINEERING & TRADING SDN BHD

39 Jalan Anggerik Mokara

31/63 Kota Kemuning

40460 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5122 9278

Fax: (60/3) 5122 9268

BANG HIN ENTERPRISE SDN BHD

98 Jalan Ipoh

51200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 4042 5970

Fax: (60/3) 4042 0868

Email: bh_banhing@yahoo.com.cn

Web: www.infoday.net/banhing

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

BEYOND MACHINERY SDN BHD

1 Jalan Meru

41050 Klang

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 3344 3130

Fax: (60/3) 3344 3195

CHUN YIP MACHINERY SDN BHD

60A, Jalan Desa Bakti,

Taman Desa,

3 3/4 Miles, Off Jalan Kelang Lama,

58100 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 7982 8908

Fax: (60/3) 7981 9136

Email: cymbsb@tm.net.my

Web: <http://www.chunyipmachinery.com.my>

Fundada en 1949. Actualmente es uno de los mayores distribuidores de maquinaria para la industria panadera en Malasia. Distribuye varias marcas: Salva, Subal, Tecno Stamap, F2, Aichosha, Bake Star y Recond entre otros.

F & B EQUIPMENT SDN BHD

No. 5 & 6, Jalan Serindit 2

Bandar Puchong Jaya,

47100 SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5882 6336

Fax: (60/3) 5882 1806 / 5882 4514

E-mail: sales@fnbequipment.com.my

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

FOOD CREATIONS NETWORK SDN BHD

6 & 8 Jalan Nadchatiram

Taman Tanton View

Cheras

56000 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 9130 1298

Fax: (60/3) 9130 7298

H.A. STEEL ENGINEERING SDN BHD

Lot 1017, Jalan 3/32A

Bt 6 ½ Off Jalan Kepong

52100 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 6253 5085

Fax: (60/3) 6253 2089

H.F. KEJENTERAN (SELANGOR) SDN BHD

7 Jalan SU 28

Taman Industrial Selayang Utama

68100 Batu Caves

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 6136 5044

Fax: (60/3) 6137 3799

KEJURUTERAAN PERNIAGAAN CHIN MA

8 Lorong Preusan 4

Kimpak Industrial Park

68100 Batu Caves

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 6185 6134

Fax: (60/3) 6188 2403

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

KIM SHING MACHINERY SDN BHD

20 Jalan P2/18

Section 2

Bandar Teknologi Kajang

Jalan Semenyih

43500 Semenyih

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 8723 2869

Fax: (60/3) 8723 2832

KOH KAI HUAT TRADING SDN BHD

26-8 Jalan Loke Yew

55200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 9221 1017

Fax: (60/3) 9221 6123

LS VIBRO MACHINERY (M) SDN BHD

26 Jalan Tembaga SD 5/2B

Bandar Baru Sri Camansara

52200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 6277 5133

Fax: (60/3) 6277 4933

MURNI MACHINERY SDN BHD

No. 14-2, Jalan 11/116B

Kuchai Entrepreneurs Park

Off Jalan Kuchai Lama

58200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 7980 6363

Fax: (60/3) 7980 2929

Email: murnimachinery@pd.jaring.my

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

NKR-CONTINENTAL (M) SDN BHD

16 Jalan Sejahtera 25/124

Section 25

Taman Perind Axis

40400 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5124 6833

Fax: (60/3) 5122 5825

SIN YUAN MACHINERY SDN BHD

Lot 8 & 9 Jalan Emas SD 5/1

Bandar Sri Damansara

52200 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 6276 6226

Fax: (60/3) 6276 2626

Email: sales@sinyuan.com.my

Web: <http://www.orimas.com.my>

Att: Mr. Tony Yong – Director

Distribuidores de la marca Orimas. Fundada en 1976, se dedican a la distribución de hornos, entre otros productos en el mercado Malasio. Son uno de los mayores distribuidores y poseen servicio post venta.

STARKEY INDUSTRY SDN BHD

30A Jalan SS 4B/2

Kelana Jaya

47301 Petaling Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 7874 8490

Fax: (60/3) 7874 2921

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

UBER MICRON TECHNOLOGIES SDN BHD

Lot 14-4 , Jalan 1/137C

Bedford Business Park

Bt. 5 Off Jalan Kelang Lama,

58000 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 7785 3793

Fax: (60/3) 7785 3797

W.H.L. MACHINERY MARKETING

7 Jalan SBC 1

Taman Seri Batu Caves

68100 Batu Caves

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 6186 6535

Fax: (60/3) 6187 1535

FABRICANTES DE HORNOS

CKE MARKETING SDN BHD / BERJAYA STEEL PRODUCT SDN BHD

Lot PT391 , Batu 2 ½, Jalan Cheras

56100 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 9282 3333

Fax: (60/3) 9283 2016

Email: ckekl@tm.net.my

Web: <http://www.berjaya-steel.com.my>

Att: Ms. Esther K.P.Chong

Establecido en 1980. Fabrican todo tipo de equipamiento para el procesado de alimentos, además de equipos para la fabricación de pan, y otros equipos para la industria de alimentación.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

LIAN HUAT MACHINERY SDN BHD

P S 39 Lot 1921

Jalan Batu Putih

56 Kampung Peserai Kecil

MK 3 Simpang Lima

83000 Batu Pahat

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 413 8300

Fax: (60/7) 413 7600

Email: lmhk@tm.net.my

Web: <http://lianhuat.com>

Att: Mr. Kevin Low – Managing Director

Creada en 1960, posee una plantilla de 140 empleados. Esta especializado en la fabricación de maquinaria para la fabricación de pan. Actualmente tienen como Mercado Malasia, Indonesia, Singapur, Sri Lanka, Vietnam y Tailandia. Fabrican la marca LH. Productos: Revolving oven, rack oven, gas oven, electric oven, cake mixer, packaging machine, automatic dough refiner, dough roller, depositor, bread slicer, etc.

Fabricantes de galletas

ANGEL BAKERY SDN BHD (143258-X)

Bay B-1, Lot 886, Jalan Subang 9

Taman Perindustrian Subang Jaya

Off Jalan Puchong Hicom

47500 Subang Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 8023 0828

Fax: (60/3) 8023 0829

Web: www.angelcakes.com.my

Email: angelsb@po.jaring.my

Att: Mr. Robin Tan - Director

Compañía establecida en 1985. Ventas anuales: 4,5 millones de ringgits. Número de empleados: 28. Productos fabricados: pastas, tartas, bizcochos, galletas. Marcas: RICHWHITE, NUTAMIN, ENGLISH FRUIT CAKE, ANGEL. Exporta a Australia, Hong Kong, Singapur y Taiwán.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

BISKUT FOH SAN SDN BHD (134821-X)

2, Jalan Osborne

30300 Ipoh

PERAK DARUL RIDZUAN

Tel: (60/5) 254 0308

Fax: (60/5) 253 5432

Att: Mr. Shum Pak Kong General Manager

Compañía establecida en 1985. Ventas anuales: 2,8 millones de ringgits. Número de empleados: 75. Productos fabricados: galletas y bizcochos. Marca: FOH SAN. Exporta a China, Indonesia, Nueva Zelanda, Singapur y Tailandia.

COOKIE TREE SDN BHD (495515-X)

No. 32, Jalan TPJ 4

Taman Perindustrian Jaya

47200 Subang

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 7845 1421

Fax: (60/3) 7845 1431

Email: enquiry@cookie-tree.com

Att: Ms. Karen Ngow Yuen Theng – Director

Compañía establecida en 1999. Número de empleados: 14. Productos fabricados: galletas. Marcas: COOKIE TREE.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

DANONE BISCUITS MANUFACTURING (M) SDN BHD (3603-K)

Lot 3, Jalan U1/25A

Seksyen U1

Kawasan Perindustrian Hicom-Glenmarie

40150 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 7804 2828

Fax: (60/3) 7804 0781

Web: www.danone.com.my

Email: info@bbm.danone.com

Att: Mr. Gerard Raymond – Managing Director

Compañía establecida en 1959. Ventas anuales: 130 millones de ringgits. Número de empleados: 982. Productos fabricados: galletas. Marcas: JACOB'S, THYE HONG, DANONE, CHIPSMORE, TIGER. Exporta a Bahrein, Bangladesh, Brunei, Camboya, Hong Kong Indonesia, Jordania, Kuwait, Laos, Líbano, Maldivas, Myanmar, Nepal, Filipinas, Qatar, Filipinas, Arabia Saudita, Singapur, Corea del Sur, Sri Lanka, Taiwán, Tailandia, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos y Vietnam

HUP SENG PERUSAHAAN MAKANAN (M) SDN BHD (19770-K)

No. 14, Jalan Kilang

Kawasan Perindustrian Tongkang Pecah

83010 Batu Pahat

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 415 1211

Fax: (60/7) 415 1777

Web: www.hupseng.com

Email: hupseng@tm.net.my

Att: Mr. Keh Chu Koh – Managing Director

Compañía establecida en 1974. Ventas anuales: 112,5 millones de ringgits. Número de empleados: 920. Productos fabricados: galletas. Marcas: CAP PING PONG, KERK. Exporta a Australia, Bahrein, Bangladesh, Brunei, Camboya, Canadá, China, Ghana, Hong Kong, India, Indonesia, Kuwait, Líbano, Maldivas, Mauricio, Myanmar, Nepal, Nueva Caledonia, Nueva Zelanda, Nigeria, Qatar, Arabia Saudita, Seychelles, Singapur, Sri Lanka, Taiwán, Tailandia, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam, Yemen. Está en posesión del estándar de calidad ISO 9001:2000 (1995).

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

HWA TAI INDUSTRIES BREAD (19688-V)

12, Jalan Jorak

Kawasan Perindustrian Tongkang Pecah

83010 Batu Pahat

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 415 1688

Fax: (60/7) 415 1135

Web: www.hwatai.com

Email: enquiry@hwatai.com.my

Att: Mr. Yap Ket Loong – Group General Manager, Sales & Marketing

Compañía establecida en 1974. Número de empleados: 543. Productos fabricados: galletas, bizcochos y crackers. Marcas: HWA TAI, LUCIA, PALMER'S, LUXURY. Exporta a Australia, Bahrein, Bangladesh, Brunei, Camboya, Canadá, China, República Dominicana, Ghana, Hong Kong, India, Indonesia, Japón, Kenya, Kuwait, Maldivas, Mauricio, Mongolia, Myanmar, Nepal, Nueva Zelanda, Nigeria, Omán, Papua Nueva Guinea, Filipinas, Arabia Saudita, Seychelles, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Sri Lanka, Taiwán, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos y Vietnam.

KHONG GUAN BISCUIT FACTORY (JOHORE) SDN BHD (11376-K)

PLO 16, Senai Industrial Estate

81400 Senai

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 599 1320

Fax: (60/7) 599 2991

Att: Mr. Tan Boon Siew - Manager

Compañía establecida en 1971. Ventas anuales: 10 millones de ringgits. Número de empleados: 130. Productos fabricados: galletas. Marca: KHONG GUAN. Exporta a Brunei y Singapur.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

LEE BISCUITS (PTE) LTD (992026-M)

2D Jalan Mempelam

Tampoi

81200 Johor Bahru

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/7) 238 4877

Fax: (60/7) 236 3522

Web: www.leebiscuits.com

Email: velmaran@po.jaring.my

Att: Mr. Lee Gek Peng - Director

Compañía establecida en 1934. Número de empleados: 180. Productos fabricados: galletas. Marca: LEE. Exporta a Camboya, China, Hong Kong, Indonesia, Maldivas, Singapur, Taiwán y Vietnam.

PERFECT FOOD MANUFACTURING (M) SDN BHD (293059-T)

AG 6876, Alor Gajah Industrial Estate

78000 Alor Gajah

MELAKA

Tel: (60/6) 556 1401 / 1601

Fax: (60/6) 556 2476 / 5746

Web: www.perfect-food.com

Email: pfm@tm.net.my

Att: Mr. Sai Chin Hock – Managing Director

Compañía establecida en 1994. Ventas anuales: 81 millones de ringgits. Número de empleados: 650. Productos fabricados: galletas. Marcas: JULIE'S. Exporta a Australia, Bahrein, Bangladesh, Bhután, Brunei, Camboya, Canadá, China, Egipto, Fiji, Ghana, Guam, Hong Kong, India, Indonesia, Irán, Japón, Jordania, Kuwait, Laos, Libia, Macao, Maldivas, Mauricio, Mongolia, Marruecos, Myanmar, Nepal, Nueva Caledonia, Nueva Zelanda, Nigeria, Omán, Pakistán, Papua Nueva Guinea, Filipinas, Qatar, Arabia Saudita, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, Sri Lanka, Surinam, Tahití, Taiwán, Tailandia, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido, Vietnam y Yemen. Está en posesión del estándar de calidad ISO 9001:2000 (2001).

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

SHOON FATT BISCUIT & CONFECTIONERY FACTORY SDN BHD (113706-M)

Lot 11776, Jalan Kampung Banjar

36000 Teluk Intan

PERAK DARUL RIDZUAN

Tel: (60/5) 622 1558 / 4271

Fax: (60/5) 621 5558

Web: www.shoonfattbiscuit.com

Email: sales@shoonfattbiscuit.com

Att: Mr. Loo Yen Chan – Managing Director

Compañía establecida en 1984. Número de empleados: 350. Productos fabricados: galletas. Marca: SF. Exporta a Bangladesh, Camboya, Ghana, India, Indonesia, Mongolia, Mauricio, Myanmar, Nepal, Nueva Zelanda, Nigeria, Omán, Qatar, Arabia Saudita, Singapur, Tailandia, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam.

SIONG HOE BISCUIT & CONFECTIONERY FACTORY SDN BHD (3266-A)

357C, Batu Berendam

75350 MELAKA

Tel: (60/6) 317 2664 / 3624

Fax: (60/6) 317 5952

Att: Mr. Teo Gah San - Manager

Compañía establecida en 1958. Número de empleados: 150. Productos fabricados: galletas, confitería. Marcas: S.H., OLYMPIA, ROYAL GUARD, KREITEN'S, MERMAID. Exporta a Brunei, hong Kong, Arabia Saudita, Singapur, Taiwán.

EL MERCADO DE HORNO PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

STANDARD CONFECTIONERY SDN BHD (156524-M)

Silver Bird Complex

Lot 72, Persiaran Jubli Perak

Seksyen 21

40000 Shah Alam

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 5192 2888

Fax: (60/3) 5192 2266

Web: www.silverbird.com.my

Email: silverb@pd.jaring.my

Att: YBhg Dato' Jackson Tan Han Kook – Managing Director

Compañía establecida en 1986. Número de empleados: 185. Productos fabricados: bizcochos, galletas, pastas, tartas, pizzas, margarina, pan, cereales. Marcas: SILVER BIRD, ST. GALLEN, SPEEDZA, HIGH 5. Exporta a Australia, Bahrein, Brunei, China, Hong Kong, Filipinas, Singapur, Taiwán. Está en posesión del estándar de calidad QS 9000 (1998).

TATAWA INDUSTRIES (M) SDN BHD (233265-T)

Plo 6, Kawasan Perindustrian Bukit Pasir

84600 Muar

JOHOR DARUL TAKZIM

Tel: (60/6) 985 9553

Fax: (60/6) 985 9557

Web: www.tatawa.com

Email: tatawa@tatawa.com

Att: Mr. Ng Swee Mo – Managing Director

Compañía establecida en 1992. Número de empleados: 148. Productos fabricados: galletas, pastas, chocolates. Marcas: TATAWA, ROMANCE, CABELL DE BRUE, VALLETA. Exporta a Australia, Bahrein, Bangladesh, Brunei, Camboya, China, Egipto, Francia, Ghana, Hong Kong, India, Indonesia, Japón, Kuwait, Líbano, Libia, Malta, Mauricio Mongolia, Myanmar, Arabia Saudita, Singapur, Corea del Sur, Taiwán, Tailandia, Túnez, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam y Yemen. Está en posesión del estándar de calidad ISO 9001: 2000 (2003).

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

TODAY BAKERIES PRODUCTS (KLANG) SDN BHD (189481-W)

114-122, Jalan Sungae Keramat 3

Taman Klang Utama Batu 5

Off Jalan Kapar

42100 Klang

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 3291 4843

Fax: (60/3) 3291 4845

Web: www.today.com.my

Email: today@po.jaring.my

Att: Mr. Khu Kim Chai – Managing Director

Mdm Chaw Choy Chang – Purchasing Manager

Compañía establecida en 1989. Ventas anuales: 21 millones de ringgits. Número de empleados: 305. Productos fabricados: galletas, pan, pan tostado, bizcochos, etc. Marcas: SWEETIE, MY BUN, THE BEST, KOKI, TOSTY, OMEGA 3, TASTIE, BUNIE, YIPPY, PAU SAIFU, FUN BALL, GO GO BALL, POTATO MUM, FUNKIZ BALL, DUOS. Exporta a Australia, Bangladesh, China, Japón, Arabia Saudita, Corea del Sur y Tailandia.

Supermercados y grandes 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.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

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.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

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 www.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

Fundada en 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

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

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)

Un subsidiario 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.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

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: Mr. Peter Boom - Managing Director

Ms Carmen Leong – Category Buyer

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 fresco, marisco fresco, frutas, verduras y una confitería. También tienen un departamento extensivo de productos audio-visuales, electrodomésticos, papelería, artículos hogar de tipo 'DIY', deporte y prendas femeninas y masculinas.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

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 Robert Heng Fook Hee - Executive Director

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

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.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

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.

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA 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

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 – Managing Director

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

VILLAGE GROCER

(Una empresa del Grupo de supermercados de OTK)

Bangsar Village

G1 Ground Floor

1 Jalan Telawi Satu

59100 Bangsar Baru

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 empleados. 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.

2. FERIAS

MALAYSIA INTERNATIONAL FOOD EXPO (MIFEX 06)

Fechas: 24 al 27 de marzo

Lugar: Kuala Lumpur Convention Centre

Sector: Alimentaría

Organizador: Fox Asia Exposition Sdn Bhd

MALAYSIA INTERNATIONAL HALAL SHOWCASE (MIHAS 2006)

Fechas: 10 al 14 de mayo

Lugar: Kuala Lumpur Convention Centre, Kuala Lumpur

Sector: Alimentos preparados según el rito musulmanes

Organizador: MIHAS Marketing & Public Relations Secretariat

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

7TH MALAYSIA INTERNATIONAL FOOD & BEVERAGE TRADE FAIR (MIFB 06)

Fechas: 13 al 15 de julio

Lugar: Putra World Trade Centre, Kuala Lumpur

Sector: Maquinaria para alimentaria y envase

Organizador: Expomal International Sdn Bhd

ORGANIZADORES DE FERIAS:

FOX ASIA EXPOSITION SDN BHD

Suite 9-2 Level 9 Wisma UOA II

21 Jalan Pinang

50450 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2166 2833

Fax: (60/3) 2166 1811

E-mail: foxasia@gmail.com

MIHAS MARKETING & PUBLIC RELATIONS SECRETARIAT

B-7-7 Megan Avenue 1

189 Jalan Tun Razak

50400 KUALA LUMPUR

Tel: (60/3) 2161 0001

Fax: (60/3) 2162 0002

Website: www.halal.com.my

E-mail: enquiry@halal.org.my

EL MERCADO DE HORNOS PARA PANADERÍA Y REPOSTERÍA EN MALASIA

EXPOMAL INTERNATIONAL SDN BHD – 566337-H

7-2 Subang Business Centre

Jalan USJ 9/5Q

47620 Subang Jaya

SELANGOR DARUL EHSAN

Tel: (60/3) 8024 6500

Fax: (60/3) 8024 8740

Website: www.expomal.com

E-mail: info@expomal.com

Att: Ms Evelyn Liang – Director of Operations

3. BIBLIOGRAFÍA

- Departamento de turismo (www.tourism.gov.my)
- Autoridad malasia para el desarrollo industrial (Malaysian Industrial Development Authority – MIDA)
- Base de datos “World Trade Atlas” (Instituto Nacional de Estadística Malasio)
- Banco Central Malasio (Bank Negara Malaysia)
- Información diversa obtenida en Internet y artículos de prensa
- Noveno Plan Malasio
- Malaysian External Trade Development Corporation (MATRADE)
- Malaysian Institute of Baking (MIB) - <http://www.mib.edu.my>