



GUÍA DE MERCADO
MULTISECTORIAL

MALASIA

2018

CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo.....	3
2. Información general.....	3
3. Situación económica y de coyuntura.....	4
3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas.....	4
3.1. Evolución de los principales sectores económicos.....	5
3.3. Nivel de competitividad.....	5
4. Comercio exterior de bienes y servicios.....	6
4.1. Intercambio comercial de Malasia con el mundo.....	6
4.1. Intercambio comercial de Malasia con Perú.....	6
5. Acceso al mercado.....	8
5.1. Medidas Arancelarias y No arancelarias.....	8
5.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio.....	10
6. Oportunidades comerciales.....	10
6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales.....	10
6.2. Productos con potencial exportador.....	11
7. Tendencias del consumidor.....	15
8. Cultura de negocios.....	16
9. Links de interés.....	16
10. Eventos comerciales.....	17
11. Bibliografía.....	17

1. Resumen ejecutivo

¹Malasia o Federación de Malasia, es uno de los cuarenta y nueve países que componen el continente asiático. Su capital y ciudad más poblada es Kuala Lumpur pero Putrajaya es la sede del gobierno. Cabe destacar que Malasia es un país multiétnico y multirreligioso en el sudeste asiático y uno de los países más ricos y más desarrollados, con un Producto Nacional Bruto superior al de Singapur y al de Brunei, rico en petróleo. La Federación de Malaya se convirtió en un país independiente el 31 de agosto de 1957. Malasia es una federación de 13 estados, el sistema político del país es una monarquía constitucional basada en el sistema parlamentario británico de Westminster².

En términos económicos Malasia fue la décima mayor economía de Asia Pacífico en 2017, con un crecimiento del PBI (%) de 5,9% en ese mismo año, asimismo cabe destacar que la inflación logró registrar un 3,5% mientras que la tasa de desempleo fue de 3,4%.

Por otro lado, el comercio exterior de Malasia con el mundo, logró registrar ventas al exterior por un valor total de US\$ 216 428 millones en el 2017, lo cual significó un crecimiento de 14,3% con respecto al mismo periodo del año anterior, este crecimiento se ve sustentado debido a la continua demanda de productos electrónicos. Adicionalmente a ello, en el 2017, las importaciones registraron un valor de US\$ 193 856 millones, lo cual significó un crecimiento de 15,1%, este crecimiento se ve sustentado por la demanda interna y los altos precios mundiales del petróleo Finalmente es clave señalar que las exportaciones de Perú al mercado de Malasia totalizaron un valor de US\$ 130 millones en el 2017, lo cual significó un crecimiento de 17,2% en relación a similar periodo del año anterior. En el 2017, el sector tradicional representó el 91% de participación del total de envíos al mercado de Malasia.

2. Información general



³Malasia se encuentra ubicada geográficamente en el Sudeste de Asia, península que limita con Tailandia y un tercio del norte de la isla de Borneo, que limita con Indonesia, Brunei y el Mar del Sur de China, al sur de Vietnam. Posee un clima tropical y tiene un terreno predominante de llanuras costeras que se elevan a las colinas y montañas. No obstante tiene un amplio ecosistema conformado por bosques (62%), y terrenos agrícolas (23,2%). La capital es Kuala Lumpur.

En relación a las características de la población y sociedad, está constituida por grupos étnicos como: Bumiputras con un porcentaje de 61,7% (correspondientes a malayos, e indígenas, incluyendo Orang Asli, Dayak, Anak Negeri), chinos (20,8%), indio (6,2%) y otros.

El idioma oficial es el "Bahasa Malaysia", pero también suele existir el idioma inglés y chino. La religión oficial es el musulmán con una participación de 61,3%, seguido del budismo (19,8%), cristiano (9,2%), hindú (6,3%), entre otras. La población oscila con las edades de 25-54 años. En relación al tipo de gobierno, se puede decir que es una monarquía constitucional parlamentaria federal, y todos los estados peninsulares de Malasia tienen gobernantes

¹ Real Academia Española (2005). «Malasia»

² Malasia: Perfil país en: <http://www.nationsonline.org/oneworld/malaysia.htm>

³ CIA World Factbook (2018) en: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>

hereditarios (salvo ciertos casos), se destaca que Malasia cuenta con 13 estados y 3 territorios federales.

3. Situación económica y de coyuntura

3.1. Análisis de las principales variables macroeconómicas

De acuerdo al portal de Euromonitor (2018), se menciona que las expectativas y metas de Malasia en poder convertirse en una economía de altos ingresos, se están logrando mediante un fuerte desarrollo económico. Aunque existe un déficit, su presupuesto está siendo sometido a una mayor restricción fiscal. En otra parte, se destaca que Malasia mantiene un comercio sustancial con el Asia Pacífico⁴.

Un dato clave a destacar, es que Malasia fue la décima mayor economía de Asia Pacífico en términos de dólares americanos en 2017. El crecimiento anual real del PBI se aceleró en 2017, sustentado por un fuerte gasto de los consumidores respaldado por el crecimiento de los salarios y el empleo, así como también por el sólido avance de las exportaciones.

Cuadro N° 01

Indicadores Económicos	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Crecimiento del PBI (%)	4,7	6,0	5,0	4,2	5,9	5,3
PBI per cápita (US\$)	10 700	11 009	9 505	9 374	9 813	11 237
Tasa de inflación (%)	3,2	2,7	2,7	1,7	3,5	3,0
Tasa de desempleo (%)	3,3	2,9	3,2	3,5	3,4	3,2

Fuente: FMI (Abril, 2018) Elaboración: Inteligencia de Mercados - PromPeru *Estimado⁵

Analizando el contexto económico, en Malasia, se espera que el impulso económico se modere a una tasa de crecimiento promedio anual de 4,6% en 2018-2023. Se espera que la demanda mundial de productos electrónicos respalde las exportaciones. Sin embargo, a medida que aumentan las tasas de interés en las economías desarrolladas, esto también podría traducirse en tasas más altas en Malasia, las cuales podrían aumentar el endeudamiento entre los consumidores y las empresas. Cualquier desaceleración en China, es también un riesgo importante, dado su estatus como socio comercial clave.

Por otro lado, a medida que retrocede el impacto del alza de los precios del petróleo, se espera que la inflación anual baje a 2,5% para el 2023, dentro del rango objetivo de BNM. Las expectativas de mayores tasas de interés en Malasia podrían dar como resultado una apreciación moderada del ringgit frente al dólar estadounidense en 2018-2023.

El Ringgit malayo es la moneda oficial de Malasia. Está dividida en 100 Sen (centavos) y su código es MYR esta moneda está dirigida por el Banco Negara de Malasia (Bank Negara Malaysia). Las equivalencias monetarias en relación a los dólares americanos (USD) y soles peruanos (PEN), se muestran a continuación⁶:

1 USD = 3.97269 MYR
US Dollar ↔ Malaysian Ringgit
1 USD = 3.97269 MYR 1 MYR = 0.251718 USD
1 PEN = 1.20820 MYR
Peruvian Sol ↔ Malaysian Ringgit
1 PEN = 1.20820 MYR 1 MYR = 0.827681 PEN

Fuente: XE.com Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPeru. Fecha 18/05/2018

⁴ Euromonitor – Country Profile Sweden (2018)

⁵ IFM (2018) en: <https://bit.ly/2FB85E0>

⁶ XE en: <https://www.xe.com>

3.2. Evolución de los principales sectores económicos

En relación a la composición del PBI por sectores en Malasia, el sector servicios representa el 54,7% del PBI en el 2017, seguido por la industria (36,9%), y la agricultura (8,4%)⁷.

No obstante, cabe destacar que las manufacturas fueron el mayor contribuyente al valor agregado bruto (VAB) en 2017, debido a la fortaleza en la producción eléctrica y electrónica, incluidos los dispositivos semiconductores, tales como teléfonos inteligentes y tabletas. La producción automotriz, una de las más grandes de la región, también se suma a la destreza de la fabricación.

La minería, contribuyó significativamente a la productividad general en Malasia, debido a la naturaleza lucrativa de esta industria, pero su nivel fue el único subsector en declinar durante 2012-2017 como resultado de los menores precios mundiales de las materias primas.

3.3. Nivel de competitividad

En la siguiente tabla se presenta la clasificación global de los datos de Doing Business, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 190 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, Malasia y otros países similares⁸.

Cuadro N° 02
Facilidad para hacer negocios 2018

Criterios	Malasia	Perú	Indonesia	Vietnam	Tailandia	China
Facilidad de hacer negocios	24	58	72	68	26	78
Apertura de un negocio	111	114	144	123	36	93
Manejo permiso de construcción	11	61	108	20	43	172
Acceso a electricidad	8	63	38	64	13	98
Registro de propiedades	42	44	106	63	68	41
Obtención de crédito	20	20	55	29	42	68
Protección de los inversores	4	51	43	81	16	119
Pago de impuestos	73	121	114	86	67	130
Comercio transfronterizo	61	92	112	94	57	97
Cumplimiento de contratos	44	63	145	66	34	5
Insolvencia	46	84	38	129	26	56

Fuente: Doing Business 2018. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú.

Del cuadro N° 02, se puede mencionar que el país de Malasia, se encuentra en el puesto Nro. 24 del Doing Business. De los cuales destaca en algunos criterios como el acceso a la electricidad (Nro.8) y la protección de los inversores (Nro.4).

Entre los principales países fronterizos, tenemos a Indonesia, país el cual destaca en acceso a la electricidad e insolvencia (Nro. 38), en el caso de Vietnam, destaca por su posicionamiento en el manejo permiso de construcción (Nro.20), Tailandia al igual que Malasia, destaca en el acceso a la electricidad (Nro.13) y finalmente China se encuentra ubicado en los 5 primeros lugares en el cumplimiento de contratos.

⁷ Euromonitor: Country Profile Sweden (2018)

⁸ Doing Business (2018) en: <http://espanol.doingbusiness.org/rankings>

4. Comercio exterior de bienes

4.1. Intercambio comercial de Malasia con el mundo

Cuadro N° 03
Millones de US\$

Comercio Exterior	2013	2014	2015	2016	2017	TCP	Var%
						2017/2013	2017/2016
Exportaciones	228 316	234 135	200 211	189 414	216 428	-1,3%	14,3%
Importaciones	205 814	208 823	176 175	168 375	193 856	-1,5%	15,1%
Balanza Comercial	22 503	25 312	24 036	21 039	22 572	-	-
Intercambio Comercial	434 130	442 958	376 385	357 789	410 284	-1,4%	14,7%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

De acuerdo a la estadística de Trade Map (2018), las exportaciones de Malasia al mundo registraron un valor exportado de US\$ 216 428 millones en el 2017, lo cual significó un crecimiento de 14,3% con respecto al mismo periodo del año anterior, este crecimiento se ve sustentado debido a la continua demanda de productos electrónicos. Asimismo, la balanza comercial fue superavitaria acumulando un monto de US\$ 22 572 millones.

Dentro de los principales destinos de exportación de Malasia en el año 2017, se encuentran países como: Singapur con un valor exportado de US\$ 30 986 millones, lo cual significó un crecimiento de 12,3%, seguido de mercados como China (US\$ 29 188 millones / 22,9%), Estados Unidos (US\$ 20 576 millones/ 6,3%), Japón (US\$ 17 304 millones / +13,5%) y Tailandia (US\$ 11 690 millones/ +10,0%), entre otros mercados.

Por otro lado en el 2017, las importaciones registraron un valor de US\$ 193 856 millones, lo cual significó un crecimiento de 15,1%, este crecimiento se ve sustentado por la demanda interna y los altos precios mundiales del petróleo. Entre los principales proveedores del mercado de Malasia se encuentran países como China, el cual registro un valor de US\$ 38 040 millones y un crecimiento de 10,9% en relación a similar periodo del año anterior, seguido de otros mercados como Singapur (US\$ 21 447 millones/ +22,9%), Estados Unidos (US\$ 16 047 millones/ +19,6%), Japón (US\$ 14 692 millones/ +7,0%), y Taipéi chino (US\$ 12 666 millones/ +25,6%).

4.2. Intercambio comercial de Malasia con Perú

Las exportaciones de Perú al mercado de Malasia totalizaron un valor de US\$ 130 millones en el 2017, lo cual significó un crecimiento de 17,2% en relación a similar periodo del año anterior. En el 2017, el sector tradicional representó el 91% de participación del total de envíos al mercado de Malasia.

Cuadro N° 04

Información Comercial: Malasia - Perú							
(US\$ Millones)							
Indicadores	2013	2014	2015	2016	2017	Var. % Prom. 17/13	Var. % 17/16
Exportaciones de Perú a Malasia	56	22	29	111	130	23,1%	17,2%
Importaciones de Perú desde Malasia	189	162	153	178	157	-4,5%	-12,1%
Balanza Comercial	-132	-140	-125	-68	-27	-32,8%	-60,0%
Intercambio Comercial	245	183	182	289	286	4,0%	-0,9%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Un dato clave que se debe señalar es que en el año 2017, el mercado de Malasia se ubicó en el puesto N° 30 como destino de las exportaciones peruanas. No obstante, en ese mismo año un total de 84 empresas exportaron 74 productos (HS10), y cuyo principal envío fue los minerales de cobre y sus concentrados.

El sector tradicional totalizó un valor de US\$ 117 millones, lo cual significó un crecimiento de 33,2% en relación al mismo periodo del año anterior, este incremento se ve sustentado por los envíos de minerales de cobre y sus concentrados (US\$ 114 millones). Asimismo, el sector no tradicional totalizó un monto de US\$ 12 millones, lo cual significó una caída de -45,5%, el principal producto (HS10) enviado fue el cacao en grano entero o partido en crudo (US\$ 5 millones).

Cuadro N° 05

Exportaciones por sectores económicos (Millones de US\$)			
SECTOR	2016	2017	Var% 17/16
TRADICIONAL	88	117	33,2%
Mineros	88	115	30,5%
Agrícolas	0	2	1184,5%
Pesquero	-	0	-
NO TRADICIONAL	23	12	-45,5%
Agropecuario	11	7	-34,7%
Minería no metálica	9	3	-63,7%
Químico	2	1	-44,4%
Pesquero	0	0	1050,6%
Textil	0	0	-37,8%
Sidero – Metalúrgico	0	0	-37,5%
Varios (inc. Joyería)	0	0	-
Metal Mecánico	0	0	15,5%
Maderas y papeles	0	0	-80,5%
TOTAL GENERAL	111	130	17,2%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

En el año 2017, se exportaron 66 productos (HS10) no tradicionales al mercado Malasia. Entre estos principales productos no tradicionales destacan: el cacao en grano entero o partido por un valor exportado de US\$ 5 millones, lo cual generó una caída de 38,5% y una participación de 44%, seguido por el fosfato de calcio naturales sin moler (US\$ 3 millones/ -63,7%), las demás frutas u otros frutos secos (US\$ 1 millón/ +72,5%), cabe destacar los tres principales productos mencionados representan un 75% del total exportado no tradicional al mercado de Malasia.

A continuación, se muestra el siguiente cuadro N°6, el cual resume los 10 principales productos no tradicionales exportados al mercado de Malasia. Cabe destacar, que se tomó como base de selección los 10 principales productos no tradicionales exportados en el año 2017.

Cuadro N° 06

Malasia: Principales productos no tradicionales									
(US\$ Millones)									
Partida	Descripción*	2013	2014	2015	2016	2017	TCP 2013- 2017	Var.% 17/16	Part. 2017
1801001900	Cacao en grano entero partido o crudo	2	5	1	9	5	27,1%	-38,3%	44%
2510100000	Fosfato de calcio naturales sin moler	4	6	3	9	3	-4,1%	-63,7%	27%
0810909000	Las demás frutas u otros frutos secos	-	0	0	0	1	-	72,5%	4%
1209290000	Demás semillas forrajeras para siembra	-	-	-	0	0	-	500,3%	4%
3203002100	Carmín de cochinilla	0	1	0	0	0	4,4%	3,9%	3%
0306171200	Colas de langostino sin caparazón cong	-	-	-	-	0	-	-	2%
2810001000	Ácido orto bórico	0	0	0	0	0	16,2%	5,9%	2%
0810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos	0	0	0	0	0	73,1%	-16,4%	2%
3808929100	A base de compuestos de cobre	0	0	0	0	0	-13,4%	34,2%	1%
3205000000	Lacas colorantes; preparaciones	0	0	0	0	0	12,7%	-41,2%	1%
	Resto	7	4	6	5	3	-19,1%	-40,0%	12%
TOTAL GENERAL		13	16	10	23	12	-1,4%	-45,5%	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

5. Acceso a mercado

5.1. Medidas arancelarias y no arancelarias

Medidas arancelarias

De Acuerdo al examen de políticas comerciales de Malasia publicado por la OMC en el 2017, se menciona que el arancel de aduanas de Malasia se revisa cada año durante el proceso de elaboración del presupuesto nacional. Alrededor del 20% de las líneas arancelarias están sin consolidar, y el promedio aritmético de los tipos consolidados es de 11,0% para los productos agropecuarios y 16,5% para los productos no agrícolas.

Asimismo, en el año 2017, el Arancel de Aduanas de Malasia está basado en la nomenclatura del SA 2017 y comprende 11.690 líneas al nivel de 10 dígitos. Prácticamente todos los tipos son ad valorem (el 99%); el 56,2% del total de líneas arancelarias están exentas de derechos, y el 42,8% de los tipos ad valorem son superiores al 0%⁹. Cabe destacar, que en relación a algunas otras cargas que afectan a las importaciones, la orden de aduanas indica que la Administración de Aduanas no cobra tasas por los procedimientos aduaneros.

Los derechos no ad valorem, que se aplican en su mayoría a productos agropecuarios, pueden encubrir un elevado nivel de protección arancelaria. Según los cálculos de la Secretaría de la OMC, en 2017 los equivalentes ad valorem calculables de los derechos no ad valorem oscilan, en general, entre el 0,2% (cigarrillos de clavo de olor) y el 465% (determinadas manufacturas de tabaco).

Para mayores detalles sobre temas aduaneros ingresar a: [Departamento de Aduanas Real de Malasia](#). La información disponible en este sitio web incluye información corporativa, organizaciones y asuntos tales como

⁹ Informe de políticas comerciales en: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tpr_s.htm

impuestos sobre bienes y servicios.

A continuación, se muestra un cuadro de preferencias arancelarias de los principales productos no tradicionales peruanos exportados al mercado de Malasia:

Cuadro N° 07

Malasia: Preferencias arancelarias para Perú para principales productos no tradicionales						
RK	Partida	Descripción	Posición de Perú	Principales competidores (%) (Part.)	Arancel NMF	Preferencia Arancelaria Perú
1	180100	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	10	Costa de Marfil (28%) Ghana (22%) Ecuador (11%)	0%	0%
2	251010	Fosfatos de calcio naturales, fosfatos aluminocálcicos naturales	9	Egipto (47%) Suecia (28%) China (20%)	0%	0%
3	081090	Tamarindos frescos, los anacardos	10	Tailandia (66%) Vietnam (9%) India (7%)	5,00% + 205,53 \$/Ton	30,0%
4	120929	Semillas forrajeras, para siembra	-	Filipinas (39%) India (19%) China (13%)	0%	0%
5	320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal	4	Japón (29%) China (18%) Dinamarca (12%)	0%	0%
6	030617	Camarones y langostinos congelados	49	China (34%) India (15%) Indonesia (13%)	0%	0%
7	281000	Óxidos de boro	2	Estados Unidos (49%) Turquía (44%)	0%	0%
8	081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos.	7	Sudáfrica (25%) Estados Unidos (16%) Marruecos (15%)	5%	5%
9	380892	Fungicidas	-	China (33%) Indonesia (16%) Tailandia (13%)	0%	0%
10	320500	Lacas colorantes; preparaciones a que se refiere la nota 3	2	China (52%)	0%	0%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Medidas no arancelarias

En relación a las medidas no arancelarias, diversas fuentes consultadas revelan por ejemplo, que la información y documentos que deben tener las importaciones que ingresen a Malasia deberán ser: la factura comercial, la lista de empaque, carta de entrega, prospecto, catálogo o documentos relacionados, certificado de seguro, carta de porte aéreo, carta de crédito (si aplica), licencias o certificados si los productos lo requieren, pago de flete, descripción de los paquetes (valor, peso, cantidad origen).

Asimismo, todos los bienes importados por el país de Malasia deben identificar el agente de importación. Por ejemplo, en el caso de los medicamentos pre-embalados se deben etiquetar en inglés o Bahasa Malasia, indicando las sustancias y componentes. Consecuentemente con ello, en relación a las importaciones prohibidas la OMC menciona que: las prohibiciones de importación y las prescripciones en materia de licencias se rigen por la Orden de Aduanas (Prohibición de Importaciones) de 2017, que entró en vigor en abril de 2017 y supuso la revocación de la Orden de Aduanas (Prohibición de Importaciones) de 2012. La Orden contiene cuatro listas, con arreglo a las cuales algunas mercancías están terminantemente prohibidas y otras no pueden importarse a

menos que se posea una licencia de importación para algunos bienes como armas y explosivos, drogas y productos químicos, plantas y entre otros, además todas las importaciones de maquinarias pesadas para la construcción requieren la autorización del Ministerio de Comercio e Industria. El otorgamiento de licencias compete a la Real Administración de Aduanas de Malasia.

Otro de los temas importantes son las certificaciones, como el caso de Halal de Malasia, esta certificación consiste en un estándar complementario de ISO (MS15000:2004), que establece los estándares para la producción, manejo y almacenamiento de comida “halal”. En Malasia la Cooperación de Desarrollo de la industria es el instituto certificador de “halal”¹⁰

En los temas que respectan a las normas de origen, según la OMC; Malasia carece de legislación nacional sobre las normas de origen para las importaciones y no aplica normas de origen no preferenciales. Se aplican normas preferenciales a las importaciones efectuadas en el marco de los acuerdos comerciales preferenciales y acuerdos de libre comercio¹¹.

Un tema a considerar es que las medidas antidumping y compensatorias siguen estando reguladas por la Ley de Derechos Compensatorios y Antidumping de 1993, y el Reglamento de Derechos Compensatorios y Antidumping de 1994, que no han sufrido cambios desde el examen anterior, en 2014. El Ministerio de Comercio Exterior e Industria se encarga de administrar la legislación relativa a las medidas antidumping y compensatorias en Malasia.

5.2. Otros impuestos aplicados al comercio.

Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)¹²:

- Tasa estándar= 6% en el 2017.

6. Oportunidades comerciales

El organismo responsable de las actividades de promoción de las exportaciones sigue siendo la Corporación Malasia de Desarrollo del Comercio Exterior (MATRADE), adscrita al Ministerio de Comercio Exterior e Industria.

6.1. Preferencias obtenidas en acuerdos comerciales¹³

De acuerdo al Portal de Acuerdos Comerciales de Malasia, se menciona que este país forma del importante bloque del ASEAN integrado por los países de: Indonesia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Vietnam, Brunei, Camboya, Laos y Myanmar. Este bloque a nivel regional ha negociado acuerdos comerciales con Australia y Nueva Zelanda, China, la Unión Europea, India, Japón, Korea, Hong Kong.

Asimismo se destaca su participación en la negociación de la Asociación Económica Integral Regional (RCEP) que se inició durante la XXI Cumbre de la ASEAN en Phnom Penh, Camboya en noviembre de 2012. Los 16 países participantes son 10 naciones de la ASEAN, Australia, China, Japón, Corea, India y Nueva Zelanda.

Por otro lado, se destaca la participación de Malasia en el TPP, el cual es un acuerdo comercial entre 12 naciones de la Cuenca del Pacífico: Australia, Brunei, Canadá, Chile, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Perú, Singapur, Estados Unidos y Vietnam. Ahora pues bien, luego de la salida de Estados Unidos, se creó el CPTPP integrado por

10 Información de la OMC, Proexport Colombia y el Instituto de Comercio Exterior Español (ICEX)

11 Examen de Política comercial Malasia - OMC.

12 Impuestos en Malasia (2018)

13 Acuerdos comerciales, WTO (2018)

los once países menos Estados Unidos, el CPTPP incorporará el Acuerdo TPP original, con la suspensión de un número limitado de disposiciones, manteniendo al mismo tiempo el alto nivel y la naturaleza integral del Acuerdo.

No obstante Malasia forma parte del Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), La Organización de Naciones Unidas, la Mancomunidad de Naciones, el G15 y el Grupo de los 77.

Finalmente a nivel bilateral, Malasia cuenta con acuerdos comerciales con los países de: Australia, Chile, India, Japón, Nueva Zelandia, Pakistán, Turquía, la Unión Europea y EFTA¹⁴.

Para mayor información visitar: <http://fta.miti.gov.my/?mid=49>

6.2. Productos con potencial exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el Departamento de Inteligencia de Mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al país de Malasia. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de Malasia (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto “estrella”; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como “prometedor”. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como “consolidado”, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como “estancado”

Sector agropecuario

Sector agropecuario					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
070320	Ajos frescos o refrigerados	Estrella	187	0%	China (94%) India (4%) Estados Unidos (1%)
080610	Uvas frescas	Estrella	72	5%	Estados Unidos (27%) Sudáfrica (23%) Australia (16%)
080550	Limones	Estrella	21	5%	Sudáfrica (50%) Turquía (13%) Egipto (12%)
071231	Hongos del género "Agaricus"	Prometedor	17	5%	China (91%) Alemania (4%) Holanda (2%)
080440	Aguacates "paltas" frescas o secas	Prometedor	8	5%	Australia (54%) Kenia (18%) Estados Unidos (5%)
071239	Setas y demás hongos y trufas, secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas	Prometedor	8	0%	China (98%) Francia (1%) Estados Unidos (1%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

14 Ministerio de Comercio Internacional e Industria de Malasia (2018)

Una Encuesta Nacional de Salud y Morbilidad realizada en 2015 encontró que solo el 6% de los adultos malasio consumen suficientes frutas y hortalizas. Asimismo, las tendencias indican que las uvas seguirán siendo importantes en este mercado. La tendencia va de variedades con semillas a sin semillas del tipo uvas rojas y blancas. Se prefiere una uva más grande, con un sabor dulce. Por otro lado, la palta también está creciendo en popularidad, sin embargo, hay una mayor demanda de paltas Hass, verdes y "sin madurar".

Sector pesquero

Sector pesquero					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
030520	Hígados, huevas y lechas, secos, salados, en salmuera o ahumados	Prometedor	2	0%	China (35%) Vietnam (21%) Indonesia (17%)
030571	Aletas de tiburón, salmuera ahumados, secos, salados o en	Prometedor	1	7%	Indonesia (51%) China (23%) Japón (8%)
030563	Anchoas "Engraulis spp.", (Exc. filetes y vísceras) salados o en salmuera	Prometedor	3	7%	Vietnam (52%) Tailandia (46%) Myanmar (2%)
030572	Cabezas de pescado, colas y buchets, ahumados, secos, salados o en salmuera	Prometedor	2	0%	Vietnam (24%) China (20%) Hong Kong (19%)
030617	Camarones y langostinos congelados, incluso ahumado, incluso pelados o no, incl. camarones ...	Consolidado	72	0%	China (34%) India (15%) Indonesia (13%)
160554	Sepia y el calamar, preparados o conservados	Consolidado	5	0%	Vietnam (37%) Taiwán (26%) China (16%)
030489	Filetes de pescado congelados, nep	Consolidado	8	0%	Indonesia (32%) Vietnam (18%) China (17%)
030749	Sepia "Sepia officinalis, Rossia macrosoma Sepiola spp." y el calamar "	Consolidado	38	0%	China (54%) Vietnam (21%) Indonesia (7%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Una oportunidad que se presenta para los principales proveedores del sector pesquero es que según La Asociación de Pescadores Marinos de Malasia – MMFFAM (2018) mencionó que se requieren más importaciones de pescado para estabilizar los precios de los pescados y mariscos, por lo que al corto plazo se deberá importar en términos de demanda de 1,7 a 1.8 millones de toneladas de pescado marino consumible.

Cabe destacar, que actualmente el Perú viene exportando en reducidos montos de exportación colas de langostino sin caparazón, jibias y globitos y calamares y los demás peces congelados.

Sector textil y confecciones

Sector textil y confecciones					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
611120	Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés	Estrella	110	0%	China (25%) Bangladesh (22%) Vietnam (15%)
610610	Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niña	Estrella	38	0%	China (73%) Hong Kong (12%) Bangladesh (6%)
611420	Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.	Estrella	110	0%	China (15%) Indonesia (12%) Bangladesh (11%)
610442	Vestidos de punto, de algodón, para mujeres o niñas	Prometedor	9	0%	Indonesia (20%) China (18%) Singapur (15%)
611019	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto	Prometedor	3	0%	Singapur (44%) China (22%) Bangladesh (8%)
611430	Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.	Prometedor	4	0%	China (74%) Bangladesh (6%) Italia (5%)
611011	Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana	Prometedor	10	0%	China (42%) Vietnam (15%) Singapur (12%)
620442	Vestidos de algodón, para mujeres o niñas	Estrella	19	0%	India (53%) China (22%) Tailandia (4%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Las importaciones de Malasia del sector textil totalizaron un monto de US\$ 1 573 millones en el 2017, lo cual significó una caída de -17,0% con respecto a similar periodo del año anterior, destacan como principales mercados proveedores China con un valor importado de US\$ 735 millones, lo cual significó una caída de -29,2%, cabe destacar que este mercado representó el 47% del total importado, Bangladesh (US\$ 166 millones/ +19,4%), Vietnam (US\$ 91 millones/ +6,7%), Indonesia (US\$ 79 millones/ -21,8%) e India (US\$ 78 millones/ +1,5%), cabe destacar que los cinco principales proveedores representan el 73% del total importado en el 2017¹⁵.

Una tendencia que resalta mucho en este sector es el desarrollo y crecimiento exponencial de los textiles funcionales los cuales son textiles con funciones integradas de control o ajuste según su área de aplicación. Las funciones tales como el control de la temperatura, el control de la humedad, etc. son funciones que se desarrollan en la fabricación. Las fibras básicas y principalmente utilizadas en los textiles funcionales son fibras de viscosa (rayón) y poliéster. Asimismo, se prevé que Malasia sea uno de los mercados prometedores para el crecimiento del mercado textil.

15 TradeMap: Análisis del capítulo 61 y 62 de las importaciones de Malasia

Sector manufacturas diversas

Sector manufacturas diversas					
Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2017 (Millones de US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
790111	Cinc en bruto, sin alear, con un contenido de cinc >= 99,99% en peso	Estrella	259	0%	India (49%) Corea del Sur (12%) Estados Unidos (11%)
721420	Barras de hierro o acero sin alear, con muescas, cordones, huecos o relieves	Estrella	107	5%	Turquía (51%) Singapur (39%) China (10%)
392010	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de etileno y sin esfuerzo, estratificación	Estrella	188	20%	China (29%) Japón (19%) Corea del Sur (14%)
392062	Placas, láminas, hojas y tiras, de poli"tereftalato de etileno" no celular y sin esfuerzo	Estrella	77	20%	China (39%) Japón (22%) Taipei Chino (8%)
300490	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos	Estrella	918	0%	Alemania (18%) Estados Unidos (9%) Francia (8%)
760200	Desperdicios y desechos, de aluminio	Estrella	193	0%	Estados Unidos (41%) Singapur (12%) Japón (10%)
790112	Cinc en bruto, sin alear, con un contenido de cinc < 99,99% en peso	Prometedor	33	0%	Australia (30%) Corea del Sur (27%) Canadá (19%)
281512	Hidróxido de sodio "sosa o soda cáustica", en disolución acuosa	Prometedor	70	20%	Japón (69%) Indonesia (25%) Tailandia (6%)
701090	Bombonas "damajuanas", botellas, frascos, bicales, tarros, envases tubulares y demás recipientes	Prometedor	42	30%	China (73%) Tailandia (12%) Taipei Chino (4%)
392410	Vajilla y demás artículos para servicio de mesa o de cocina	Prometedor	24	20%	China (33%) Tailandia (17%) Indonesia (15%)

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

Las ventas de productos de fabricación de Malasia en abril de 2018 registraron un crecimiento del 8,2 por ciento en el aumento de RM65.5 mil millones en comparación con RM60.5 mil millones reportados hace un año. El Departamento de Estadística observó que el aumento significativo del valor de las ventas en abril se debió a un aumento de los productos eléctricos y electrónicos (13,9%), petróleo, productos químicos, caucho y plástico (6,3%) y productos alimenticios, bebidas y tabaco. (6.4 por ciento).

7. Tendencias del consumidor

De acuerdo al Portal Santander (2018) se menciona que entre las principales tendencias en este mercado tenemos que¹⁶:

- El estilo de vida de los consumidores de Malasia ha ido evolucionando debido a la creciente afluencia y los niveles de educación.
- Los malasios son cada vez más occidentalizados, sofisticados y cosmopolitas. Los consumidores, aunque son muy sensibles a los precios, también son conscientes de la marca y están cada vez más preocupados por la calidad.
- Los consumidores de Malasia cada vez están más en línea para comprar. Aunque algunos desconfían de proporcionar detalles financieros, la mayoría de ellos se sienten atraídos por las compras en línea debido a la transparencia en la decisión de precios, valores y disponibilidad de productos.
- Los consumidores de clase media gastan más, pero están empezando a controlar sus gastos como resultado de la decisión del gobierno de reducir los subsidios, pero también debido a las tasas de inflación, los altos precios de las propiedades y el lento crecimiento de los salarios.
- **Incremento de los niveles de ingresos y gastos:** los niveles de ingreso y gasto en Malasia han mostrado una mejora sostenida en los últimos años, sustentada por el crecimiento económico y la baja tasa de desempleo. A pesar de que el mercado está compuesto mayoritariamente por consumidores de bajos ingresos, la clase media se está expandiendo rápidamente debido a una mayor igualdad de ingresos, aumentando el gasto discrecional y generando oportunidades para las empresas nacionales y extranjeras¹⁷.
- **Las ventas de alimentos procesados se recuperan:** se prevé que para los próximos años, los principales minoristas y fabricantes intensifiquen los descuentos, promociones y ofertas con el fin de aumentar las ventas, las cuales actualmente se encuentran estancadas. Asimismo, la cercanía de los centros comerciales a las zonas residenciales dinamizará el consumo en las principales ciudades.
- **Preferencias por los frescos:** los consumidores continúan prefiriendo las frutas y verduras frescas, en desmedro de las presentaciones procesadas que son adquiridas únicamente durante los periodos promocionales. La popularidad de las variedades frescas se debe principalmente a que los malayos consideran que estas son cultivadas de manera natural y a su mayor presencia en los puntos de venta durante todo el año.
- **El boom de los pescados y mariscos procesados:** aunque en Malasia se continúa prefiriendo los pescados y mariscos frescos, los consumidores demandan cada vez más productos procesados debido a los estilos de vida agitados que impulsan fuertemente las ventas de las categorías relacionadas a la conveniencia. En este contexto, las presentaciones congeladas tienen mayor éxito debido a los periodos de almacenamientos más largos, la gama más amplia de productos ofrecidos y a los menores precios unitarios en relación a las variedades refrigeradas
- Existe una asociación de consumidores en Malasia: <http://www.eraconsumer.org/>

¹⁶ Santander: Tendencias del consumidor sueco

¹⁷ Euromonitor: Malaysia Consumer LifeStyle

8. Cultura de negocios ¹⁸

En relación a la cultura de negocios que tiene los suecos se pueden destacar los siguientes puntos El Portal de Santander y algunas agencias de promoción comercial (2018) mencionan que:

- En Malasia la comunicación no verbal es un aspecto muy importante, ya sea con las expresiones, tonos de voz o lenguaje corporal, estos deben mostrar una actitud de armonía y respeto. En relación a la comunicación hay que ser sutiles, indirectos y pueden insinuar sobre un punto más que hacer una aseveración en forma directa.
- Antes de decir "NO" se recomienda usar el "Trataré", "lo evaluaré", "sería interesante" o "veré que puedo hacer".
- El silencio es un elemento muy importante en la comunicación de los malasios, para ello deben de hacerse algunas pausas y hablar despacio, respetar los turnos de la comunicación. Las respuesta a las interrogantes, deben ser respondidas en forma clara, cuidadosas y con respeto.
- Para amenizar alguna negociación, es bueno tocar algunos temas personales o de familia, para que estos comentarios muestren un lazo de interés o preocupación por la persona que está al frente.
- Las reuniones deben de programarse con dos semanas de anticipación, con una agenda ya programada.
- Las reuniones pueden continuarse con alguno almuerzo o cena.
- Es habitual que una de las personas más adultas dentro del grupo de negociación sea quien salude primero al grupo Malasio, ya que ello demuestra respeto hacia la jerarquía. Asimismo, el usual que el mayor del grupo Malasio de un discurso de bienvenida, por lo que se sugiere calma al momento de hablar¹⁹.
- Habrá un período de pequeñas conversaciones, el cual terminará cuando el malasio de más rango se mueva en forma confortable en la discusión de negocios.
- Las primeras reuniones son generalmente formales. Trate a los malasios con respeto y sea cauteloso de no perder su temperamento o aparecer irritado.

9. Links de interés

Cuadro N° 12

Entidad	Enlace
SME Bank	https://bit.ly/2GKewVZ
Institución para promover el desarrollo de la industria manufacturera en Malasia	http://www.midf.com.my/index.php/en/who-we-are-en
Acuerdos comerciales Malasia	http://fta.miti.gov.my/
Aduana de Malasia	http://www.customs.gov.my/ms
SME Corporation Malaysia (SME Corp. Malasia)	https://bit.ly/2rXW3O8
Corporación de Desarrollo de Comercio Exterior de Malasia La Agencia Nacional de Promoción Comercial de Malasia	http://www.matrade.gov.my/en/
Autoridad de Desarrollo de Inversiones de Malasia (MIDA)	http://www.mida.gov.my/home/
Departamento de Aduanas Real de Malasia.	http://www.customs.gov.my/ms

¹⁸ Santander (2018)

¹⁹ ProChile: ¿Cómo hacer negocios con Malasia?

Malaysia Productivity Corporation	http://wayup.my/
-----------------------------------	---

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

10. Eventos comerciales

Cuadro N° 13

Nombre Oficial del Evento Comercial	Sector	Lugar	Fecha	Enlace
MIFB, Feria Internacional de Alimentos y Bebidas de Malasia	Agrícola Alimentación embalaje Tecnología Vino	Kuala Lumpur	27 al 29 junio 2018	http://www.mifb.com.my/
Penang Signature Gold Fair	Joyería	Penang	10 al 12 agosto 2018	http://www.mijf.com.my/penanggold/
Agri Malaysia International Agriculture Technology Exhibition	Agrícola Agricultura	Shah Alam	27 al 29 septiembre 2018	http://www.agrimalaysia.com/
MIFF Malaysian International Furniture Fair	Diseño de interiores Industria de la madera Muebles	Kuala Lumpur	8 al 11 marzo 2019	http://2019.miff.com.my/

Fuente: Auma, ferias. Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

11. Bibliografía

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Acuerdos Comerciales del Perú
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- Market Access Map: www.macmap.org
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe
- Santander Tarde Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/suiza/llegar-al-consumidor>