

Informe Especializado:

Equipamiento para la industria alimentaria
en Malasia



I. Malasia

Datos generales		Indicadores Macroeconómicos			
Nombre oficial	Malasia	Año	2015	2016	2017*
Capital	Kuala Lumpur	Crecimiento PBI (%)	5.0	4.3	4.6
Idioma	Malayo	PBI Per cápita (US\$)	9 501	9 546	10 426
Moneda	Ringgit	Tasa de Inflación (%)	2.1	2.1	3.0
Población (2016)	31 millones	Tasa de desempleo (%)	3.2	3.2	3.2

Fuente: World FactBook
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Fuente: FMI
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ
(* Datos estimados)

II. Alcance del informe

El presente informe abarcará las 47 partidas que forman parte a la clasificación de la línea de equipamiento para la industria alimentaria para PROMPERÚ ¹

III. Información de la línea equipamiento para la industria alimentaria en Malasia

- Durante el 2014 los hoteles incrementaron sus ventas en apenas 3.5%, esto como consecuencia del aumento de hoteles económicos y a la elección por parte de los turistas de hospedajes de menor precio.
- El número de viajeros a este mercado, se espera incremento al ser Malasia el centro regional de conferencias, ferias y exhibiciones en la ASEAN, además de ser el país referente en cuanto a estándares Halal se refiere.
- Factores como la debilitación del ringgit², el decrecimiento del ratio de ocupación y la caída de los ingresos medios provocarían una reducción en la inversión por parte de los hoteles ya establecidos.

IV. Importación Mundial: Línea de equipamiento para la industria alimentaria en Malasia (2016)

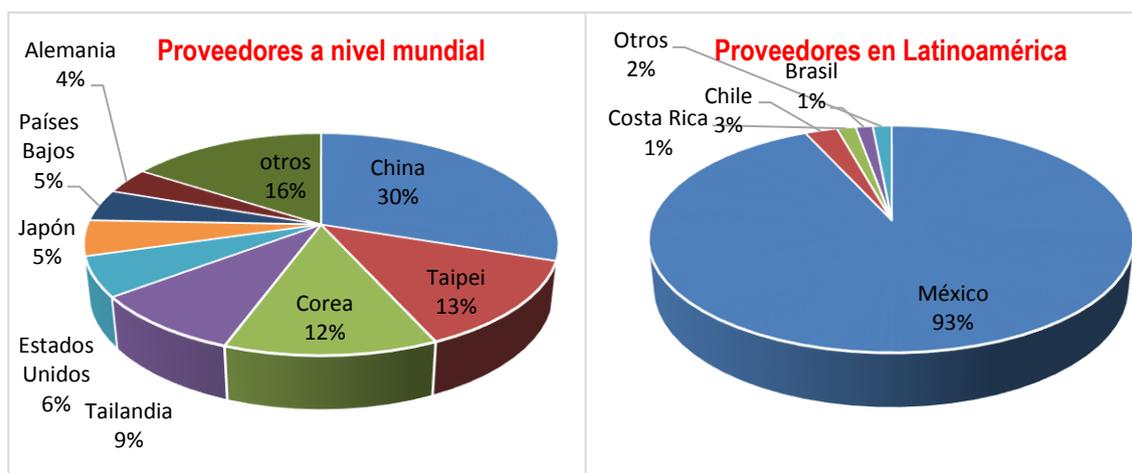
Ranking de Productos Importados (US\$ millones)

HS 6	Descripción	2014	2015	2016	Var. 16/15	Part. 16
Total		1 075	967	1 322	36.8%	100%
841950	Intercambiadores de calor	218	124	237	94.0%	17.9%
841989	Aparatos y dispositivos, aunque se calienten eléctricamente	103	83	236	183.2%	17.8%
841990	Partes de aparatos y de dispositivos, aunque se calienten eléctricamente	100	68	181	164.3%	17.9%
841869	Materiales, máquinas y aparatos para producción de frío	65	73	74	2.3%	5.6%
841810	Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas	75	69	74	6.9%	5.6%
841780	Hornos industriales o de laboratorio, que no sean eléctricos	37	10	72	590.6%	5.4%
851660	Hornos; cocinas, calentadores, incl. las mesas de cocción, parrillas	48	61	62	1.9%	4.7%
732393	De mesa, cocina o artículos de uso doméstico y sus partes, de acero inoxidable	19	35	39	8.9%	2.9%
820890	Cuchillas y hojas cortantes, de metal común	42	38	38	-0.5%	2.8%
843810	Máquinas y aparatos para panadería, pastelería, galletería	32	18	36	98.7%	2.7%
851679	Aparatos electrotérmicos, de uso doméstico	24	27	33	19.7%	2.5%
850940	Trituradoras y mezcladoras de alimentos	24	27	32	19.5%	2.5%
842833	Aparatos elevadores o transportadores, de acción continua, para mercancías	18	21	30	38.2%	2.2%

Fuente: TRADEMAP Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹ 7321111100, 7321111900, 7321119000, 7321901000, 7321909000, 7323931000, 7323941000, 8208900000, 8215990000, 8417209000, 8417809000, 8418102000, 8418103000, 8418109000, 8418300000, 8418691200, 8419310000, 8419509000, 8419899900, 8419909000, 8428330000, 8433609000, 8433909000, 8435900000, 8437101900, 8437109000, 8437801100, 8437809900, 8437900000, 8438101000, 8438202000, 8438400000, 8438501000, 8438509000, 8438600000, 8438801000, 8438802000, 8438809000, 8438900000, 8451500000, 8509401000, 8509409000, 8509900000, 8514900000, 8516602000, 8516603000, 8516790000

² Moneda de Malasia



Fuente: TRADEMAP Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

V. Exportaciones Peruanas de la línea equipamiento para la industria alimentaria hacia mercado de Malasia (US\$ millones)

No se han registrado envíos de productos de esta línea al mercado de Malasia durante los últimos 3 años.

VI. Productos peruanos con potencial en el mercado de Malasia para la línea de equipamiento para la industria alimentaria

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2016 Millones de US\$	Arancel Perú	Participación Proveedor
1	841950	Intercambiadores de calor	Estrella	237	25%	China 23% Estados Unidos 17.9%
2	841780	Hornos industriales o de laboratorio, que no sean Eléctricos, incl. los incineradores	Prometedor	72	0%	China 52.9% Japón 16.3%
3	851660	Hornos; cocinas, calentadores, incl. las mesas de cocción, parrillas	Prometedor	62	20%	China 82.8% Tailandia 5.3%
4	732393	De mesa, cocina o artículos de uso doméstico y sus partes, de acero inoxidable	Prometedor	39	20%	China 74% Tailandia 12.9%
5	851679	Aparatos electro térmicos, de uso doméstico	Prometedor	33	20%	China 82.7% Tailandia 6.4%
6	850940	Trituradoras y mezcladoras de alimentos, así como exprimidoras de frutas y de verduras	Prometedor	32	20%	China 76.8% Suiza 4.4%
7	842833	Aparatos elevadores o transportadores, de acción continua, para mercancías	Prometedor	30	5%	China 39.6% Estados Unidos 22.6%
8	732111	Aparatos de cocción y calentaplatos, de uso doméstico, de fundición, hierro o acero	Prometedor	28	20%	China 86.8% Indonesia 4.6%
9	851490	Partes de hornos eléctricos industriales o de laboratorio	Prometedor	18	0%	China 44% Sudáfrica 19.6%
10	841830	Congeladores horizontales del tipo arcón "cofre", de capacidad <= 800 l	Prometedor	15	30%	China 98.1% Países Bajos 0.7%

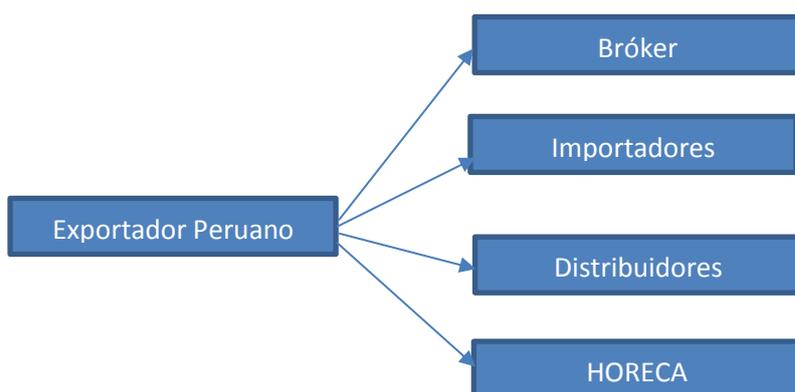
Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

VII. Acceso al Mercado

Acuerdos Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Foro de Cooperación Económica Asia – Pacífico [Ver]
Aranceles	<ul style="list-style-type: none"> • Las tasas arancelarias siguen situándose entre cero y el 90%, aunque los aranceles no ad valorem tienden a ocultar tipos pico mucho más altos. En 2013 el 80% de las tasas fueron de un 10% o menos. • Las licencias de importación y exportación las gestiona el Ministerio de Comercio e Industria [Ver] • Todos los impuestos y derechos de importación sobre los bienes importados deberán ser pagados por adelantado antes de que los bienes puedan ser puestos a disposición del comprador. Lo mismo se aplica a las mercancías exportadas.
Otros Impuestos	<ul style="list-style-type: none"> • Desde abril de 2015, existe un nuevo impuesto sobre el valor añadido, llamado GST (Good and Service Tax). Su tipo general es del 6%, aunque puede ser del 0% para algunas transacciones. Asimismo, se ha establecido un régimen de exenciones. Este impuesto grava el intercambio de bienes y servicios, incluidas las importaciones.
Estándares	<ul style="list-style-type: none"> • Department of Standards Malaysia [Ver aquí]

VIII. Canales de Comercialización

La distribución en Malasia se da principalmente por las comercializadoras situadas en las principales ciudades. Algunas trading tienen su sede en Singapur con sucursales en Malasia y su sede principal en Kuala Lumpur. El papel de las comercializadoras es amplio como los inventarios, importación, distribución, comercio interno, financiación, información comercial, desarrollo de recursos naturales, inversiones, entre otros.



Elaboración: Promperú

IX. Principales actores

A continuación los principales distribuidores de equipamiento para el sector hotelero en Malasia:

- Asahi Kitchen Equipment: www.advanced-ace.com
- Ca Impact: www.caimpact.com.my
- Ce Products Synergy: www.ce-products.com
- Dulas Industries: www.dulasindustries.com
- Euroasia foodequipment www.euroasia.my
- FKF Hotel & Restaurant supplies: www.fkfhotelsupply.com.my
- Hotel and hospital solution: www.kpgworld.com

X. Perfil del consumidor

- El 68% de la población de este país se encuentra entre los 15 a 65 años. La fuerza laboral es de 14 millones de habitantes, de este número el 56% tiene educación secundaria, los graduados representan sólo el 24% de la PEA.
- Malasia es un estado dinámico y en constante evolución. Siendo un país de renta media, a partir de 1970 pasó de ser un país en desarrollo a ser uno recientemente industrializado. Además, ha pasado de estar enfocado a la exportación

de materias primas a ser una economía multisectorial impulsada en el uso de alta tecnología, el conocimiento y el uso intensivo de capital.

- Fuerte influencia por la compra de productos locales.
- Desde el ingreso de Groupon al mercado de Malasia, se ha incrementado la compra de productos via on line, incrementándose la compra de diversos productos a través de las diversas webs que ofrecen este servicio.

XI. Eventos Comerciales

Nombre del Evento	Ciudad	Fecha	Enlace	Part .de PROMPERU
Franchise International Malaysia Exhibition and Conference	Kuala Lumpur	12/05/2017 – 14/05/2017	http://www.mfa.org.my/newmfa/	No
Metaltech Malaysia	Kuala Lumpur	24/05/2017 – 27/05/2017	http://www.tradelink-ite.com.my/	No
Malaysian International Food & Beverage Trade Fair	Kuala Lumpur	09/08/2014 – 11/08/2017	http://mifb.com.my/	No
Malaysian International Food, Hotel & Restaurant Exhibition	Kuala Lumpur	26/09/2017 – 29/09/2017	http://www.foodandhotel.com/home/index.php	No

Fuente: AUMA

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

XII. Embajada del Perú en Malasia

Embajadora de Perú en Malasia	Embajador Guido Felipe Loayza Devescovi
Dirección	Dirección: Wisma Selangor Dredging, 6th Floor, South Block 142-A, Jalan Ampang 50450 Kuala Lumpur, Post Box N° 18
E-Mail	embperukl@gmail.com , embperu@streamyx.com , embaperu-kualalumpur@rree.gob.pe

XIII. Links de interés

- [Malaysian investment development authority](#)
- [Ministry of International Trade and Industry Malaysia \(MITI\)](#)
- [Federation of Malaysian Manufacturers Directory](#)
- [Malaysia Productivity Corporation](#)