

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS

## Oportunidades Comerciales

Malasia



Tabla de Contenido

- 1. Datos generales ..... 3
- 2. Indicadores Macroeconómicos ..... 3
- 3. Exportaciones Perú - Malasia (FOB US\$ millones)..... 3
- 4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales ..... 3
- 5. Oportunidades Comerciales ..... 3
- 6. Tendencias del Consumidor ..... 6

# Malasia

## 1. Datos generales

Nombre oficial	Malasia
Capital	Kuala Lumpur
Idioma	Malayo
Moneda	Ringgit
Población (2016)	30 millones

Fuente: World FactBook Elaboración: Promperú

## 2. Indicadores Macroeconómicos

Año	2014	2015	2016*
Crecimiento PBI (%)	6,0%	5,0%	4,4%
PBI Per cápita (US\$)	25 147	26 315	27 278
Tasa de Inflación (%)	3,1%	2,1%	3,1%

Fuente: FMI Elaboración: Promperú / Nota: \*Proyectado

## 3. Exportaciones Perú – Malasia (FOB US\$ millones)

Sector	2011	2012	2013	2014	2015	Var.% 15/14	TCP. % 15/11
Tradicional	0,5	6	43	5	19	261,1	147,1
No Tradicional	6	22	13	16	10	-41,8	11,3
Total	7	28	56	22	29	32,7	43,9

Fuente: SUNAT / Elaboración: Promperú

## 4. Preferencias obtenidas en Acuerdos Comerciales

- Acuerdo de Asociación Transpacífico – TPP (Por entrar en vigencia): A la fecha, Perú no cuenta con un Acuerdo Comercial bilateral vigente con Malasia. Sin embargo, ambas partes son firmantes del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés), el cual permitirá un relacionamiento preferencial entre doce economías de la cuenca del Pacífico.

Es en este contexto, productos de interés para Perú como las uvas, mandarinas, paltas y arándanos frescos, así como manufacturas diversas y algunas líneas de confecciones ingresarán exentos de arancel al mercado malayo a partir de la entrada en vigencia del acuerdo.

Para mayor información acerca de la desgravación arancelaria aplicada por Malasia a los productos originarios de países del TPP visitar:

[Lista para exportar a Malasia](#)

## 5. Oportunidades Comerciales<sup>1</sup>

<sup>1</sup> A través de la metodología CEPAL (Comisión Económica para América Latina) se ha podido identificar oportunidades para productos clasificados en dos grandes grupos: "Estrella" y "Prometedor". En primer lugar, los productos "Estrella" hacen referencia a aquellos que han mostrado un fuerte dinamismo en sus compras de los últimos cinco años y que cuentan con una participación destacable sobre las importaciones totales. En otras palabras, son aquellos productos que mayor potencial de éxito tienen en la actualidad en el mercado de destino. En segundo lugar, se encuentran los productos "Prometedores", cuyas importaciones crecen a tasas superiores al promedio pero que aún no tienen una participación relevante sobre las compras totales. Estos productos son los que mejores perspectivas de éxito tienen a futuro de mantenerse la tendencia y que podrían ser aprovechados por los exportadores nacionales.

## Alimentos

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones US\$	Arancel Perú - TPP	Participación Proveedor
1	'070320	Ajos frescos o refrigerados	Estrella	122	0%	China - 96% HK - 2%
2	'080610	Uvas frescas	Estrella	53	0%	EEUU - 37% Australia - 18%
3	'030749	Calamares y potas congelados, seco, salados o en salmuera	Estrella	52	0%	China - 51% India - 12%
4	'030499	Filetes y demás carne de pescado, frescos, refrigerados o congelados (Perico / Anguila)	Estrella	39	0%	Indonesia - 45% Vietnam - 31%
5	'081090	Otros frutos frescos (Frutas exóticas)	Estrella	21	0% - 4,5%	Tailandia - 63% China - 10%
6	'030729	Conchas de abanico congeladas, secas, saladas o en salmuera	Prometedor	23	0%	China - 36% Japón - 21%
7	'080550	Limonos y limas, frescos	Prometedor	10	0%	Sudáfrica - 52% Turquía - 18%
8	'030819	Pepinos de mar congelados, secos, salados o en salmuera	Prometedor	6	0%	Indonesia - 31% Filipinas - 22%
9	'030563	Anchoas saladas, sin secar, ni ahumar o en salmuera	Prometedor	3	0%	Tailandia - 91% Indonesia - 8%
10	'030314	Truchas congeladas	Prometedor	3	0%	Noruega - 73% Chile - 26%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

## Vestimenta y Decoración

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones US\$	Arancel Perú - TPP	Participación Proveedor
1	'611490	Demás prendas de vestir, de punto, de las demás materias textiles	Estrella	342	0%	China - 25% Indonesia - 16%
2	'610690	Camisas y blusas de las demás materias textiles para mujeres	Estrella	60	0%	China - 90% Indonesia - 2%
3	'620520	Camisas de algodón para hombres o niños	Estrella	41	0%	China - 35% HK - 13%
4	'620630		Estrella	39	0%	China - 74%

		Camisas y blusas para mujeres o niñas, de algodón				India - 5%
5	'620442	Vestidos de algodón para mujeres o niñas	Prometedor	15	0%	India - 53% China - 11%
6	'620640	Camisas, blusas y blusas camiseras de fibras sintéticas y similares	Prometedor	11	0%	Bangladesh - 17% China - 15%
7	'620819	Combinaciones y enaguas, para mujeres o niñas, de algodón	Prometedor	11	0%	China - 92% Indonesia - 6%
8	'611120	Prendas y complementos de vestir, de punto, de algodón para bebés	Prometedor	6	0%	China - 54% India - 14%
9	'611011	Suéteres, jerséis, cardiganes y similares de lana o pelo fino	Prometedor	5	0%	China - 29% Jordania - 15%
10	'620920	Prendas y complementos de vestir de algodón para bebés	Prometedor	2	0%	China - 54% Indonesia - 22%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

### Manufacturas Diversas

RK	Partida	Descripción	Clasificación	Importaciones 2015 Millones US\$	Arancel Perú - TPP	Participación Proveedor
1	'300490	Demás medicamentos preparados (Medicamentos para uso veterinario)	Estrella	798	0%	Alemania - 14% EEUU - 10%
2	'848180	Artículos de grifería y órganos similares	Estrella	414	0% - 20,8%	China - 25% EEUU - 13%
3	'843143	Partes de máquinas o aparatos de sondeo o de perforación	Estrella	364	0%	Singapur - 25% EEUU - 22%
4	'841370	Demás bombas centrífugas	Estrella	125	8,3% - 16,6%	China - 30% Japón - 13%
5	'841391	Bombas centrífugas, partes y piezas	Prometedor	83	0%	Japón - 15% EEUU - 14%
6	'730799	Coplas para minería	Prometedor	80	0% - 16,6%	Japón - 18% Singapur - 16%
7	'847982	Máquinas y aparatos para quebrar, moler y triturar	Prometedor	53	0%	Japón - 33% China - 25%
8	'940600	Construcciones prefabricadas	Prometedor	36	0%	China - 30% Turquía - 25%
9	'730840	Material de andamiaje, de encofrado o de apuntalado de fundición de hierro o acero	Prometedor	27	16,6%	China - 51% Alemania - 36%
10	'820719	Demás útiles de perforación o sondeo incluidas sus partes	Prometedor	17	0%	EEUU - 30% Singapur - 20%

Fuente: Trademap Elaboración: Promperú

## 6. Tendencias del consumidor

- ✓ **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 extranjeras.
- ✓ **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. Además, los tamaños de los cortes de pescados y mariscos congelados envasados son más grandes que los de los refrigerados, por lo cual los consumidores encuentran una mejor relación calidad – precio. Por ejemplo, los congelados, por lo general, se venden en paquetes de 700 gr. a 1 kg., mientras que las versiones refrigeradas se ofrecen en envases de 100 gr. a 300 gr.
- ✓ **MARCAS LOCALES E INTERNACIONALES COMPITEN INTENSAMENTE.** En 2015, las ventas de prendas de vestir en Malasia estuvieron dominadas por marcas locales como Padini, Anakku y Semlouis las cuales mostraron incrementos en sus ventas como consecuencia de sus fuertes redes de distribución y la buena reputación construida en el tiempo, mientras que marcas internacionales como Adidas, Inditex, H&M y Bata tuvieron desempeños negativos.