



MERCADO DE LA MANZANA Y LA PERA EN MALASIA

Informe comercial elaborado por la Embajada de la República Argentina en Malasia.

29 de abril de 2022

I. Características del mercado



1. Producción local

Malasia no produce comercialmente manzanas ni peras, por dos motivos: las condiciones climáticas tropicales imperantes en el país todo el año y la falta de una variedad que, a un costo razonable, se adapte a este clima.

Los únicos dos emprendimientos sobre los que se tiene conocimiento son la Penang Tropical Fruit Farm, en las afueras de la ciudad de Georgetown, en la isla de Penang, que como su nombre lo indica se dedica a frutas tropicales, pero también cultiva manzanas y peras. En cualquier caso su producción es artesanal y tiene por objeto la venta de lo cultivado a los turistas que se acercan para interiorizarse de las diferentes técnicas de cultivo, deleitarse con la amplia variedad de frutas y disfrutar del placentero paisaje. El otro lugar de cultivo de peras y manzanas es Cameron Highland, en granjas experimentales, cuyo éxito en la materia ha sido dispar, pues, al parecer, ha resultado complejo encontrar una variedad que soporte la escasa variabilidad de la temperatura (agradable para los estándares tropicales malasios, pero igualmente elevada en promedio), la alta radiación y la estación de intensas lluvias.

2. Patrones de consumo

No obstante lo arriba indicado, los malasios son grandes consumidores de manzanas, según algunas encuestas esta constituye la fruta más consumida en este país, con un market share de casi 15%, por encima de las frutas tropicales tradicionales (mango, melón, banana) y el orgullo local: el durian.

La pera, si bien menos popular, alcanza a ubicarse dentro de las diez más consumidas, con un 2,89% del total, llamativamente por encima del ananá y la papaya, delicias tropicales.

La razón de este comportamiento a priori llamativo es que, en promedio, la fruta fresca tiene un costo elevado en este país, incluso la producción local de variedades tropicales, por lo que son las clases más pudientes resultan los principales consumidores.

En general, el consumidor de menores recursos adquiere jugos frutales envasados, a veces de dudosa procedencia y calidad, altos en azúcares y de poco contenido de frutas frescas. Estos jugos suelen acompañar las comidas, especialmente entre los malayos, de religión musulmana. Estos jugos son producidos en los propios lugares de consumo con frutas de la más baja calidad, con una alta concentración de azúcar agregada, agua y considerable hielo. Incluso más barato suele ser el jugo elaborado a base de polvos procesados.

El jugo de manzana es, entonces, considerablemente popular, al nivel del jugo de naranja y mango entre los de mayor popularidad, siendo la manzana verde más requerida que su variedad roja. No se ha observado consumo de manzana horneada o cocida de alguna forma entre los platillos locales.

La pera, por su parte, es consumida de un modo muy diferente al habitual en Argentina. Puede ser asada, horneada, hecha puré, agregada a sopas, ensaladas, salsas, marinadas, bebidas; y solo las de mejor calidad ingeridas como refrigerio o luego de la comida. Vale decir que existen numerosas variedades de pera provenientes de China, utilizadas para cada uno los fines antes mencionados, siendo escasas, muy costosas y dulces las que son similares a las que se consumen en nuestro país.

Las variedades de manzana más consumidas por los malasios son: Fuji (usualmente la más económica, de origen chino), Granny Smith, Royal Beauty, Red Crisp, Red Delicious, Royal Gala, Envy, SugarBee y Organic Ambrosia.

Los tipos más consumidos de pera en Malasia son: Forelle, Packham, Ya, Fragrant, Century, Gong, Crown, Snow y Conference. Mención aparte merece la pera Singo, la amplia favorita, de color ligeramente marrón, no muy dulce y cuya vida en góndola es más larga que otras variedades; suele encontrarse envasada de forma individual, en pequeñas cajas de cartón, envuelta en un llamativo papel plegado.

Según datos de la FAO, el consumo per cápita de manzana en el año 2017 fue de 3,5 kilos, muy lejos de los 20 kilos que se consumen en China, pero a la vez muy por encima de los vecinos tropicales que en ningún caso alcanzan el kilo por cápita anual. Si se utilizan las estadísticas de importación y se le descuentan las exportaciones¹, arroja un consumo per cápita para el año 2021 de 3,19 kilos, bastante similar al de FAO y estable con respecto a años anteriores, si bien con una leve tendencia a la baja.

El 35,5% de los malasios adultos han manifestado en una encuesta haber consumido peras en el último año. Efectuando el mismo cálculo que en el caso de las manzanas, pues tampoco hay producción comercial de peras en Malasia, el consumo per capita de pera para el año 2021 fue de poco más de 1 kilo, una leve reducción con respecto al 1,2 kilos que había alcanzado en años anteriores.

II. Estadísticas

Manzanas

Las importaciones de manzana de Malasia muestran un comportamiento regular, con una leve tendencia al alza. Sin embargo, y a pesar de las dificultades del año 2021 el valor importado ha supera al récord de 2019.

Las exportaciones, por su parte, muestran un comportamiento similar al de las importaciones, respondiendo ello a que Malasia no produce manzana, por lo que depende de la cantidad importada para reexportarla, en valores crecientes, a países de la región (principalmente Tailandia, Indonesia, Brunei y Singapur). La balanza comercial es altamente

¹ Dada la casi nula producción local, este cálculo resulta aproximadamente preciso.

negativa, atento lo indicado más arriba. Como casi todos los alimentos consumidos en Malasia, la manzana es un producto neto de importación.

Tabla 1: Estadísticas comercio exterior de manzana en Malasia, 2017-2021

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Importaciones	111.708	113.148	119.661	113.673	121.199
Exportaciones	1.195	1.147	1.427	2.024	2.387
Comercio total	112.903	114.295	121.088	115.697	123.586
Balanza comercial	-110.513	-112.001	-118.234	-111.649	-118.812

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadística de Malasia.

Nota: Cifras en miles de dólares.

Los principales orígenes de las importaciones son China (40%) y Sudáfrica (33%), con presencia de Nueva Zelanda (11%) por debajo. Es notable la caída de Sudáfrica, Francia y Estados Unidos en los últimos años, como contrapartida del aumento de China y Turquía, y en menor medida, Nueva Zelanda. Nuestro país aparece mucho más abajo con apenas algunas exportaciones en 2017 y 2019.

Estos datos son palpables en los mercados populares (presencia de la manzana china) y los supermercados de clase media/alta (presencia de la manzana sudafricana y neozelandesa). Como se dijo más arriba la manzana de origen chino es utilizada para la fabricación de jugos que acompañan a las comidas tradicionales asiáticas, mientras que la fruta sudafricana y neozelandesa se consume fresca. La primera se comercializa de forma similar a la de nuestro país: a granel por peso, mientras que las otras en bolsas de entre 5 y 10 unidades a un precio fijo (ver más abajo). Y si bien, se ha indicado que las frutas no son competencia directa, se observa una cierta estacionalidad entre el producto chino vs el estadounidense y el producto sudafricano vs el neozelandés. El producto turco parece competir con el chino en cuanto a calidad, pero su estacionalidad es menos marcada.

Tabla 2: Orígenes de las importaciones de manzana de Malasia, 2017 - 2021

Países	2017	2018	2019	2020	2021
China	33.701	36.883	33.430	41.172	49.101
Sudáfrica	49.062	46.625	52.016	39.044	40.557
Nueva Zelanda	9.228	8.605	12.663	13.412	13.532
Turquía	1.387	1.407	2.866	3.871	7.481
EEUU	7.636	11.539	6.666	7.086	4.993
Francia	8.198	5.519	5.649	5.163	1.573
Italia	734	670	2.798	1.022	1.137
Argentina	22	0	20	0	0
Mundo	111.708	113.148	119.661	113.673	121.199

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadística de Malasia.

Nota: Cifras en miles de dólares.

En lo que respecta a la Argentina, no hay registros de exportaciones a Malasia, probablemente por el secreto estadístico. Nuestros principales destinos de las exportaciones son Bolivia, Brasil y Paraguay. Estados Unidos y Rusia se había constituido como los mayores destinos en la década pasada, pero en los últimos años, quizás como consecuencia de la actual pandemia, han decaído en importancia. Resulta relevante además resaltar que las exportaciones totales de Argentina equivalen a la mitad de importado por Malasia, así que el exportador argentino no debería tener dificultades en colocar cantidades del producto en el mercado malasio, siendo las principales dificultades la fuerte competencia estacional de Sudáfrica y Nueva Zelanda, como así también el ahorro en fletes.

Tabla 3: Destino de las exportaciones de manzana de Argentina, 2017 - 2021

Países	2017	2018	2019	2020	2021
Brasil	12.253	19.379	22.030	24.075	19.134
Bolivia	3.973	3.629	4.713	6.245	6.345
Paraguay	5.269	4.372	3.424	4.217	5.795
EEUU	14.929	9.308	11.392	4.007	5.454
Rusia	8.730	14.763	11.211	6.106	4.925
Alemania	5.778	8.909	3.845	4.772	4.075
Francia	3.219	6.164	2.105	3.299	3.365
Países Bajos	4.483	7.334	3.398	2.444	2.017
Reino Unido	2.950	3.088	2.422	2.162	1.984
Mundo	74.792	93.140	81.849	72.275	55.043

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trademap.

Nota: Cifras en miles de dólares.

Peras

Las importaciones de manzana de Malasia muestran un comportamiento muy regular, con una muy leve tendencia al alza. Sin embargo, y a pesar de las dificultades surgidas a partir de la pandemia iniciada el año 2020, los valores importados en dicho año y 2021 han superado las marcas previas.

Las exportaciones, por su parte, muestran un comportamiento similar al de las importaciones, respondiendo ello a que Malasia no produce peras, por lo que depende de la cantidad importada para reexportarla, en valores crecientes, a países de la región (principalmente Singapur, Indonesia, Tailandia, y Brunei). La balanza comercial es altamente negativa, atento lo indicado más arriba. Como casi todos los alimentos consumidos en Malasia, la pera es un producto neto de importación.

Tabla 4: Estadísticas comercio exterior de pera en Malasia, 2017-2021

Año	2017	2018	2019	2020	2021
Importaciones	37.035	37.041	35.349	39.027	38.844
Exportaciones	615	430	842	705	676
Comercio total	37.650	37.471	36.191	39.732	39.520
Balanza comercial	-36.420	-36.611	-34.507	-38.322	-38.168

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadística de Malasia.

Nota: Cifras en miles de dólares.

El principal origen de las importaciones es China (77% del total), seguido por Sudáfrica con un 22% del market share, es decir que estos dos países se reparten la casi totalidad de las importaciones malasia de pera. Nuestro país aparece mucho más abajo con operaciones puntuales cada año.

Tanto en los mercados populares como en los principales supermercados se ha verificado la presencia de la pera china, se desconoce el canal de comercialización de la pera sudafricana, cuya oferta no se ha encontrado ni siquiera en portales de internet.

Tabla 5: Orígenes de las importaciones de pera de Malasia, 2017 – 2021

Países	2017	2018	2019	2020	2021
China	27.689	27.968	25.273	30.763	29.724
Sudáfrica	8.377	7.289	8.947	7.159	8.422
Australia	183	1.029	214	362	191
Corea	285	274	302	405	164
Japón	137	108	151	44	144
Chile	43	0	133	165	114
<i>Argentina</i>	26	3	3	42	13
Mundo	37.035	37.041	35.349	39.027	38.844

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Departamento de Estadística de Malasia.

Nota: Cifras en miles de dólares.

En lo que respecta a la Argentina, no hay registros de exportaciones a Malasia, probablemente por el secreto estadístico. Nuestros principales destinos de las exportaciones son Brasil, Rusia, Estados Unidos e Italia. Todos ellos bastante estables, excepto quizás la leve disminución de Brasil que ha sido, en parte, compensada por aumentos en México, Perú y Canadá.

Tabla 6: Destino de las exportaciones de pera de Argentina, 2017 - 2021

Países	2017	2018	2019	2020	2021
Brasil	82.858	88.881	74.593	68.395	63.546
Rusia	56.536	70.454	53.218	59.086	42.549
EEUU	38.956	45.036	38.042	35.971	38.186
Italia	18.735	24.397	14.948	20.521	16.319
México	3.729	4.178	6.807	6.353	9.996
Perú	5.543	5.405	8.254	9.637	9.291
Canadá	7.891	7.848	7.732	8.001	9.116
Mundo	256.624	296.952	242.192	254.850	216.156

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trademap.

Nota: Cifras en miles de dólares.

III. Tratamiento arancelario

Según información provista por el Departamento de Aduanas de Malasia, a diferencia de lo que ocurre con la gran mayoría de alimentos que Malasia importa sin ser productor, se aplica un arancel del 5% a la importación de manzana y pera. Ninguno de estos productos es gravado con el SST (Sales & Services Tax), similar al Impuesto al Valor Agregado.

Seguramente resulte de utilidad saber que, merced los Acuerdos de Libre Comercio que ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, según su sigla en inglés) tiene con China, Corea, Australia y Nueva Zelanda, estos países no abonan el arancel arriba indicado. Asimismo, tanto Chile como Turquía tampoco abonan el arancel del 5% en virtud de los Acuerdos de Libre Comercio firmados por dichos países con Malasia.

IV. Requisitos para la importación

Para exportar ajo a este mercado se requiere:

1. Licencia de importación:

La licencia de importación se tramita ante la División de Calidad y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Salud y su otorgamiento está sujeto a la inspección y aprobación por parte del organismo. Como así también de la inspección y aprobación del embarque por parte de los Malaysian Quarantine and Inspection Services (MAQIS) y de la Federal Agricultural Marketing Authority (FAMA).

2. Certificados y requisitos del producto

Las mencionadas autoridades requieren un **certificado sanitario** que debe ser expedido por la autoridad competente del país de exportación.

3. Estándares

El consumidor musulmán se siente más seguro consumiendo producto con la certificación halal. En nuestro país, el único organismo reconocido por Malasia para la emisión de dicha certificación es el Centro Islámico de la República Argentina.

No existe un requisito específico para la certificación halal de manzanas y peras, como tampoco para otras herbáceas, verduras y/o frutas. Consultados numerosos consumidores musulmanes al respecto, señalan que se sentirían asegurados si el producto cuenta con la certificación halal pero que ello no sería un obstáculo para su consumo. Ello sumado a que en el caso de la pera es un alimento más relacionado a la cultura china que a la malaya, resulta que la certificación no reviste mayor relevancia. Excepto en caso que la pera o manzana sea destinada a la producción de un alimento procesado, el importador requiera su certificación halal a fin de obtener la misma para el producto final.

V. Etiquetado y envasado

Todos los alimentos pre-ensados vendidos en Malasia deben estar etiquetados correctamente, proporcionando la información importante y útil para que los consumidores puedan decidir. Los requisitos de etiquetado para consumo humano se rigen por la Ley de Alimentos de 1983 y el Reglamento de Productos Alimenticios de 1985, cuyos principales lineamientos son:

- Todas las etiquetas deben estar impresas con claridad en el envase o material firmemente unido al envase. Si el paquete es de un material transparente, la etiqueta puede colocarse directamente dentro del mismo.
- El tamaño de fuente de letra no debe ser inferior a 10, a menos que se indique lo contrario. Todas las letras debe ser de un color que contraste fuertemente con el color de fondo.
- El idioma de la etiqueta será el bahasa malasio o inglés y puede incluir la traducción en otro idioma.
- Datos importantes a incluir en la etiqueta:
 - Nombre común para describir el alimento.
 - Si el producto alimenticio está mezclado, la etiqueta deberá indicar el contenido de la mezcla y especificar que es "mixto".
 - Lista de ingredientes, por orden decreciente de importancia, por peso.

- Peso mínimo neto o el volumen o el número del contenido del paquete. Peso mínimo del alimento escurrido, cuando sea empaquetado en líquido.
- Información de la empresa responsable de los productos envasados (nombre y dirección del fabricante / envasador o su agente; nombre y dirección del importador en Malasia: nombre del país de origen de los alimentos.
- Permanentemente marcada o en relieve la fecha; o bien la fecha de caducidad o "consumir antes de" en el formato "día, mes, año" o "mes, año".

Las siguientes son las principales prohibiciones para una etiqueta de alimentos:

- Contradecir la descripción o declaraciones principales.
- Palabras que indican clasificación, calidad o superioridad, sin la aprobación de las autoridades pertinentes,
- Palabras como "agravada", "medicinal", "tónico" o "salud" o similares.

2.- Específicas para la manzana y la pera

Se recomienda envases atractivos para apelar a la atención del consumidor. Las etiquetas son importantes por su efecto visual y especialmente en el caso de las peras altamente sofisticadas para resaltar la calidad y excepcionalidad del producto, destinado a un consumo suntuario para un festejo especial. Pero además deben seguir las normas locales, que en relación a la manzana fraccionada suelen ser bastante laxas y apenas incluyen nombre del producto en inglés/bahasa malasia, peso, precio por kilo y precio final. Se suele indicar la fecha de envasado, pero se han encontrado etiquetas donde ni siquiera este dato estaba presente.

En los mercados tradicionales se comercializan en grandes cajones donde el consumidor pide la cantidad deseada de producto y el vendedor utiliza una pequeña pala para levantar una cantidad aproximada de manzanas que luego es vertida en una bolsa, pesada y cobrada, con un redondeo que, usualmente, suele favorecer al consumidor, lo que constituye una muestra de la generosidad del vendedor para con sus clientes. No se ha observado la venta al peso de peras, pues el producto suele arribar desde origen ya envasado para su comercialización al consumidor final.

VI. Canales de distribución

1. Generalidades

La venta directa en el mercado malasio resulta difícil, por lo que la mayoría de los exportadores encuentran que la mejor forma de iniciar operaciones es a través de la identificación de un distribuidor o agente local. Un distribuidor local es normalmente responsable de manejar el despacho de aduanas, establecer los vínculos entre mayoristas / minoristas, la comercialización del producto directamente a las grandes empresas o el gobierno y asume los gastos de servicio post-venta. Como alternativa también se puede

acceder a algún esquema de asociación con empresas locales u optar por la distribución de licencias y franquicias.

Las principales canales de distribución al por menor (principalmente de alimentos) son los hipermercados, supermercados y grandes almacenes que abarcan el 56% de los suministros directos a la población y las tiendas de abastecimiento o mini-mercados populares que registran un 43% del mercado. El 1% restante corresponde a kioscos.

Hay varias cadenas de hipermercados, supermercados y grandes almacenes, tanto locales como extranjeras (siendo las principales: Cold Storage, Lotus, Aeon, Mercato, Village Grocer y Jaya Grocer). La mayoría cuenta con bocas de expendio en las principales ciudades y centros urbanos de Malasia, donde residen los consumidores de medios y altos ingresos. No están autorizados a operar las 24 horas.

En las grandes ciudades, los supermercados e hipermercados se están posicionando como los lugares más confiables para la adquisición de alimentos envasados. Esto es atribuible a las campañas de marketing, promociones de precios atractivos y concursos con premios con el fin de atraer a los consumidores. Además, presentan la ventaja de ser “ventanillas únicas” donde además de ofrecer alimentos envasados, es posible adquirir una amplia gama de productos que incluyen los sectores de belleza y el cuidado personal y la electrónica, entre otros.

En lo que hace a las peras, y a algunas variedades exclusivas de manzanas, su comercialización también se efectúa en buena medida en los principales portales de internet (similares a Mercado Libre), como ser Lazada o Shopee, cuyos precios se presentan más abajo.

2. Venta de manzana y pera

Como se mencionó antes buena parte de la venta de manzanas y la casi totalidad de las peras suele efectuarse del producto envasado en origen. Solamente las manzanas de menor calidad se venden al peso en los mercados populares, siendo adquiridas, en su mayor parte, por propietarios de puestos de comida. Las compras por consumidores finales se efectúan en los supermercados de las cadenas antes indicadas y responden a un producto de mayor calidad.

3. Etiquetados, Envases y Precios de venta al público

Como se dijo al comienzo del informe, el mercado malasio de manzanas aparentemente podría dividirse en dos categorías claramente diferenciadas: China, Sudáfrica y Turquía por un lado, compitiendo por el producto más económico con valores por debajo del promedio general². Mientras que Nueva Zelanda y Estados Unidos participan con un producto notablemente más caro, en general, de una mayor calidad y cualidades adicionales (orgánico, variedades reconocidas, envases llamativos). En los principales supermercados se

² Claro que el valor total está muy influenciado por el precio china, dado el volumen de las importaciones desde dicho país.

ofrecen manzanas de estos dos últimos orígenes, según la estación, con alguna oferta del producto chino, sudafricano o turco a un precio sensiblemente menor.

Tabla 7: Precio por kilo de las importaciones de manzana de Malasia, datos 2017 – 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
Promedio general	\$1.06	\$1.13	\$1.13	\$1.07	\$1.14
China	\$1.04	\$1.15	\$1.14	\$1.02	\$1.12
Sudáfrica	\$0.98	\$1.04	\$1.04	\$0.99	\$1.03
Nueva Zelanda	\$1.59	\$1.69	\$1.68	\$1.57	\$1.79
Turquía	\$0.89	\$0.85	\$0.91	\$0.93	\$1.02
Estados Unidos	\$1.19	\$1.10	\$1.33	\$1.26	\$1.44
Francia	\$1.26	\$1.24	\$1.13	\$1.16	\$1.21
Italia	\$1.06	\$1.46	\$1.02	\$1.16	\$1.18

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trademap.

Nota: Cifras en dólares por kilogramo.

En el caso de la pera, el promedio general está muy sesgado hacia el valor de China, con una leve corrección por el precio sudafricano. Sin embargo, resulta significativa la diferencia que hay entre el bajo precio chino y lo alto del precio de los demás países. En alguna medida ello podría responder a cuestiones de calidad y variedad, pero aun así las diferencias son grandes (doble, triple y hasta el cuádruple por kilo).

Resulta asimismo llamativo que el precio por kilo de la pera sea menor que el de la manzana, pues intuitivamente, siguiendo los precios que se registran en los supermercados la pera es notablemente más cara en la góndola, tal es así, que como veremos en la siguiente sección, se la suele vender por unidad. La explicación a esta situación puede estar relacionada con la considerable importación de peras destinadas a cocinar platillos locales (tartas, sopas, ensaladas, pastelería, etc.), usualmente de un sabor menos dulce y con formas (irregular) y colores (roja, verde, marrón) menos llamativos.

El precio del producto argentino probablemente no sea relevante pues son operaciones puntuales cuya registración pueda no ser del todo correcta.

Tabla 8: Precio por kilo de las importaciones de pera de Malasia, datos 2017 – 2021

	2017	2018	2019	2020	2021
Promedio general	\$0.85	\$0.90	\$0.94	\$0.93	\$1.05
China	\$0.80	\$0.85	\$0.89	\$0.89	\$1.04
Sudáfrica	\$1.05	\$1.05	\$1.04	\$1.04	\$1.04
Australia	\$1.76	\$1.24	\$1.96	\$1.76	\$2.42
Corea	\$1.93	\$2.14	\$2.20	\$2.30	\$2.88

Japón	\$3.34	\$4.32	\$4.08	\$2.10	\$4.36
Chile	\$1.30	na	\$1.41	\$1.18	\$1.61
Nueva Zelandia	na	\$4.73	\$4.60	\$3.88	\$4.50
Taiwan	\$3.00	\$3.33	\$3.50	\$3.88	\$4.67
Argentina	\$1.13	\$1.50	\$0.38	\$1.40	\$0.81

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Trademap.

Nota: Cifras en dólares por kilogramo.

Según relevamiento efectuado en diferentes puntos de venta de Kuala Lumpur (abril de 2022), precios de manzanas y peras (sombreado amarillo):

Tabla 9: Portal de compras por internet Lazada

Fresh Fruit China Fuji Apple - (5 pcs)	RM 9.60
Nature2U Fresh Fruit - Granny Smith Green Apple - (1 pc)	RM 1.00
Royale Grocer Red Fuji Fresh Apple 1pc per pack Epal Merah - (1 pcs)	RM 2.10
Royale Grocer New Zealand/USA Premium Fresh Red Apple - (4pcs)	RM 11.50
South Africa Crisp Red Apple M Size - (14 Pcs)	RM 9.99
Red Apple South Africa Royal Beauty (5pcs)	RM 6.49
Royale Grocer Fresh Granny Smith Green Apple Hijau S size - (5 pcs)	RM 4.60
Red Crispp Apple South Africa - (5 Pcs)	RM 9.50
Fresh Ya Pear - (10 Pcs)	RM 9.60
Fresh Century Pear - (3 Pcs)	RM 8.90
South Africa William Pear - (2 Pcs)	RM 13.40
Fresh Korea Singo Pear 500gm± - (2pcs)	RM 18.94

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Tabla 10: Portal de compras por internet Shopee

Japan Fuji Apple Epal Merah AA - (1 Pcs)	RM 1.90
FRESH Apple Delicious USA 220-230g AAA Sweet Fruits - (1 Pcs)	RM 2.50
FRESH Apple Fuji China 190-200g Gred A Sweet Fruits - (1 Pcs)	RM 2.50
FRESH Apple Fuji Korean 300-400g Size XL Gred A Sweet Fruits - (1 Pcs)	RM 3.50
YMS Fresh Fruit South Africa Red Apple (L) - (1 Pcs)	RM 1.50
Fresh Fruit-Royal Gala Apple - (1 Pcs)	RM 1.60
Korea Singor Pear (Sweet & Juicy) - (1 Pcs)	RM 6.00
Organic Argentina Pear AAA - (6 Pcs)	RM 14.90
Buah Golden Pear - (4 Pcs)	RM 18.55

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Tabla 11: Portal de compras por internet *Online Pasar* (página web del mercado central local)

Japan Fuji Apple Epal Merah AA - (1 Pcs)	RM 1.90
FRESH Apple Delicious USA 220-230g AAA Sweet Fruits - (1 Pcs)	RM 2.50
FRESH Apple Fuji China 190-200g Gred A Sweet Fruits - (1 Pcs)	RM 2.50
FRESH Apple Fuji Korean 300-400g Size XL Gred A Sweet Fruits - (1 Pcs)	RM 3.50
YMS Fresh Fruit South Africa Red Apple (L) - (1 Pcs)	RM 1.50
Fresh Fruit-Royal Gala Apple - (1 Pcs)	RM 1.60
Korea Singor Pear (Sweet & Juicy) - (1 Pcs)	RM 6.00
Organic Argentina Pear AAA - (6 Pcs)	RM 14.90
Buah Golden Pear - (4 Pcs)	RM 18.55

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Tabla 12: Supermercado *Jaya Grocer*

Granny Smith Green Apple (South Africa) 8pcs/pack	RM 12.90
Fuji Apple (China) 3pcs/pack	RM 12.90
Breeze Apple (New Zealand) 8pcs/pack	RM 19.90
Garden Basket Spongebob Royal Gala Apple (South Africa) 750g	RM 9.90
Enza Envy Apple (USA) 6pcs/pack	RM 21.90
Fuji Apple (Korea) 1kg	RM 18.90
Organic Ambrosia Apple (Italy) 4pcs/pack	RM 21.90
SugarBee Apple (USA) 6pcs/pack	RM 22.90
Shingo Pear (Korea) – 2 Pcs	RM28.90
Qtee Pear (South Africa) – 800g	RM12.90
Packham Pear (South Africa) – 800g	RM9.90
Premium Golden Pear (China) – 2 Pcs	RM12.90
Spongebob Packham Pear (South Africa) – 850g	RM12.90

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Tabla 13: Supermercado *Mercato*

China Fuji Apple - 1 packet	RM17.95
USA Royal Gala Apple – 1 packet	RM16.90
Apple Fuji Korea - 10 Pcs	RM19.95
Organic Juliet French Apple – 1 packet	RM19.90
Apple USA Sugarbee - (6 Pcs)	RM22.95
Breeze New Zealand's First Apple – 1 Packet	RM15.95
Apple USA Royal Gala – 1 Pcs	RM4.95
Red Delicious Washington Apple – 6 Pcs	RM13.95
Apple France Royal Gala – 8 Pcs	RM18.99
Zenxin Organic Dazzle Apple – 4 Pcs	RM16.50
USA Apples – 6 Pcs	RM25.99
Granny Smith USA Apple – 8 Pcs	RM20.95
USA Fuji Apple – 4 Pcs	RM17.49
Meadows South African Granny Smith Apples – 1 Kg	RM9.95

New Zealand Organic Royal Gala – 4 Pcs	RM12.00
USA Washington Red Apples – 1 Pcs	RM3.99
Korea Pear – 2 Pcs	RM31.90
Meadows South African Packham Pears – 1 Kg	RM9.95
China Golden Pear – 1 Packet	RM3.51
Meadows Pear Forelle – 1 Kg	RM10.95

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Nótese a continuación la diferencia de variedad, y menores precios, con los dos siguientes supermercados, más orientados a la clase media local:

Tabla 14: Supermercado Lotus (ex TESCO)

Lotus Epal Royal Gala – 12 Pcs	RM7.99
Lotuss Epal Fuji – 8 Pcs	RM8.99
Epal Fuji China XL – 1 Pcs	RM1.99
Lotuss Epal Granny Smith – 12 Pcs	RM7.99
Pear Singo – 1 Pcs	RM2.99
Pear Gold – 1 Pcs	RM3.29

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Tabla 15: Supermercado Giant

CHINA Fuji Apple – 1 Pcs	RM1.00
--------------------------	--------

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,35 = USD 1

Finalmente, se puede apreciar que el precio de venta al público es sensiblemente superior al valor de las importaciones, lo que indica un mercado competitivo pero con márgenes interesantes para el minorista, especialmente entre los productos de mayor categoría. Nótese en ese sentido lo elevado de las manzanas y peras de origen estadounidense, coreano e italiano. Asimismo, comentario inverso puede hacerse a los productos chinos y sudafricanos.

VII. Ferias y eventos de promoción relativas al sector

- The Malaysia International Food & Beverage Trade Fair (MIFB)
Fecha: del 6 al 8 de julio de 2022
Lugar: Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC) (formato híbrido)
Organizador: CONSTELLAR EXHIBITIONS MALAYSIA SDN BHD
Tel: +603 7989 1133
Web: www.mifb.com.my/

- MIHAS (Malaysia International Halal Showcase)
 Fecha: del 7 al 10 de septiembre de 2022
 Organizador: Ministerio de Comercio e Industria en Malasia.
 Tel: +603-6203 7032
 Email: enquiry@mih.com.my
 Web: www.mih.com.my

VIII. Listado de importadores y distribuidores

Empresa : **Seng Heng Wholesale Fruit Dealer Sdn Bhd**
 Direccion : 50, Jalan Bidara 2/5, Taman Bidara
 68100, Selayang, Selangor, Malaysia
 Tel : +603 6138 7833
 Fax : +603 6137 6742
 Contact Person : Ms. Shayne
 Email : sengheng@tm.net.my

Empresa : **D'Fresh Sdn Bhd**
 Direccion : 86-1, Jalan 2/3A, Pusat Bandar Utara,
 Off KM12, Jalan Ipoh,
 68100 Kuala Lumpur, Malaysia
 Tel : +603 6138 9611
 Fax : +603 6138 7926
 Contacto : Mr. Andrew Day
 Email : eagleffm@gmail.com

Empresa : **Euro Atlantic Sdn Bhd**
 Direccion : Lot 341, Jalan Pinggiran 2, Pinggiran Ukay, Ulu Klang,
 68000 Ampang, Selangor, Malaysia
 Tel : +603 4251 8482 ext 103
 Fax : +603 4260 4102
 Sitio Web : <http://www.euro-atlantic.com.my/>
 Contacto : Mrs. Su'aidah Ahmad (Procurement for Oversea)
 Email : aida@euro-atlantic.com.my

Empresa : **LLS Fresh Fruits Marketing Sdn Bhd**
 Direccion : Lot 9,10&14, HSK Industry/Warehouse Centre,
 Mile 4, Penampang Road,
 P.O. Box 11926
 88821, Kota Kinabalu, Sabah, Malaysia
 Tel : +6088 713 340
 Fax : +6088 718 625

Contacto : Mr. Lim Kan Yin
Email : llstc136@gmail.com

Empresa : **Aeon Co. (M) Bhd**
Direccion : 3rd Floor, Jusco Maluri Shopping Centre,
Jalan Jejaka, Taman Maluri, Cheras,
56100 Kuala Lumpur, Malaysia

Tel : +603 9207 2005
Fax : +603 9207 2006
Website : <http://aeonretail.com.my/>
Contacto : Mr Lim Chung Weng (Merchandising Manager)
Email : lim.chung-weng@aeonretail.com.my

Empresa : **Chop Tong Guan Sdn Bhd**
Direccion : 805, Lorong Perindustrian Bukit Minyak 11,
14000 Bukit Mertajam, Penang, Malaysia

Tel : +604 505 7711
Fax : +604 505 7222
Sitio Web : www.tongguan.com.my
Contacto : Mr. Koay Swee Aik
Email : sweeaik@ctg.com.my

Empresa : **Khaishen Trading Sdn Bhd**
Direccion : Pt 31116, Jalan Rawang, Taman Selayang Baru,
68100 Batu Caves, Selangor, Malaysia

Tel : +603 6120 6171
Fax : +603 6120 4728
Sitio Web : www.khaishen.com
Contacto : Mr. Daniel Chang (Marketing Manager)
Email : danielchangfw@gmail.com
stanley.loh@khaishen.com

Empresa : **Fruitable Fresh (M) Sdn Bhd**
Direccion : No.5, Jln Sg.Batu 11/KU6, Kawasan Perindustrian Sg.Puloh , 42100 Klang

Tel : +603-32920188
Fax : +603-32920988
Sitio Web : <https://www.fruitable.com.my/>
Contacto : Mr. Vincent
Email : vincent@fruitable.com.my

Empresa : **MBG Fruits Sdn Bhd**
Direccion : No. 8, Lorong Teknologi B, Nouvelle Industrial Park,
Taman Sains Selangor 1, Kota Damansara PJU5,

47810 Petaling Jaya
Tel : +603 6148 8602 / +6012 2470 697
Fax : +603 6140 2988
Sitio Web : <http://mbg.com.my/MBG/>
Contacto : Ms. Liew May Lee
Email : mayliew_mbg@yahoo.com

Empresa : Carzo Sdn Bhd
Direccion : 21, Jalan 6/3^a, Pusat Bandar Utara,
Batu Caves, 68100 Selangor, Malaysia
Tel : +603 6128 3268
Contacto : Ms. Eunice Lee
Tel : +6010 2388 883
Email : eunicelee@carzofruits.com / admin1@carzofruits.com

Empresa : Poo Trading Import & Export Sdn Bhd
Direccion : Plot 128, Jalan Perindustrian Bukit Minyak 7,
Kawasan Perindustrian Bukit Minyak,
14000 Bukit Mertajam, Pulau Pinang, Malaysia
Tel : +604 502 2002
Contacto : Ms. Eling
Email : eling@ptie.com.my / mail@ptie.com.my



Muchas gracias por su atención.
Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina en
Malasia.
<http://emsia.cancilleria.gob.ar>