



MERCADO DE LA MIEL EN MALASIA

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

24 de noviembre de 2021

I. Características del mercado

1. Producción local

Malasia produce sólo alrededor del 4% de la demanda interna de miel, por lo que debe satisfacer el resto a través del aumento de las importaciones. Las áreas de producción se concentran principalmente en los Estados de Johor (Ponciano y Batu Pahat), Perak (Bagan Datuk), Selangor (Kuala Langat y Kuala Selangor) y Sabah.

La producción local se sustenta en dos tipos de abejas: *Apis cerana* (abejas locales) y *Apis mellifera* (abejas importadas). Las primeras son también conocidas como abejas asiáticas o abejas de la miel del Este. Es una de las ocho especies de abejas indígenas de Asia. En comparación con la *Apis mellifera*, la abeja *Apis cerana* es más pequeña de tamaño y por lo tanto su producción de miel es más baja. El rendimiento anual de las abejas locales es de alrededor de 9.5 kg y de las *A. mellifera* de aproximadamente 15 kgs. por año.

Adicionalmente, las abejas locales, popularmente kelulut (abejas sin aguijón) producen una miel amarga¹, difícilmente comparable con el producto que en el resto del mundo se denomina “miel”. Los productores locales tratan de explotar esta diferencia, para potenciar al producto malasio.

Uno de los principales problemas para la sostenibilidad de la apicultura en Malasia es la disponibilidad de abejas locales, que estuvieron amenazadas por la importación no controlada de abejas extranjeras, con las plagas que esto trajo aparejado; el desarrollo de la industria maderera con la consiguiente deforestación masiva de las selvas, también amenazando el hábitat natural de las abejas locales; el insuficiente conocimiento en el manejo adecuado de las abejas; y el bajo uso de nuevas aplicaciones tecnológicas.

2. Patrones de consumo

En Malasia, la miel es demandada principalmente por los hoteles y/o restaurantes y los servicios de catering para la preparación de alimentos y de productos de confitería, tanto para su venta en el mercado interno como para su reexportación. No hay un hábito generalizado de consumo en los hogares y su tasa de crecimiento es muy lenta.

El consumo local medio per cápita de miel natural es de 100 g anuales, considerado muy bajo. Una encuesta de la Universidad Multimedia de la ciudad de Malaca, estableció que el 46,5% de los encuestados sólo consumía miel cada tanto, sin perjuicio de lo cual, el 65,5% de los encuestados había consumido miel por más de 2 años. La misma encuesta concluía que la mayoría de las personas sólo consumía miel cuando estaban enfermos, si bien nuevas

¹ Esta “amargura” proviene de la humedad natural de la miel malasia, producto a su vez del clima tropical del país. Cuando esta humedad fermenta la miel, se origina el sabor amargo y la consistencia esponjosa del producto local.

cuestiones como la nutrición, salud, y calidad de la alimentación, también estaban siendo considerados por los consumidores. Esto es especialmente así, entre el público malayo, para quienes consideran a la miel un producto más medicinal que alimenticio.

La conclusión de este estudio señalaba que los factores determinantes para la compra de miel son la calidad, el estado de salud, y el precio, en ese orden, y que la marca y el empaquetado no eran determinantes al momento de decidir comprar el producto. Por el contrario, un envase llamativo y, probablemente caro, impulsaba a algunos participantes de la encuesta a optar por la competencia, atento manifestaron estar interesados en conseguir un producto de buena calidad, no un envase costoso. En este sentido también, el consumidor desconoce las diferentes variedades de miel, por lo que se inclina por el producto más tradicional, a un precio razonable.

Con relación a la miel importada, los consumidores malasios consideran que la miel procedente de Australia y Nueva Zelanda es de elevada calidad, si bien recientemente se produjeron órdenes de retiro de miel de manuka del mercado local por contener dihidroxiacetona y methylglyoxa. Perciben distinto a los productos procedentes de China, habiendo reparos sobre su calidad.

Con respecto a la miel de nuestro país, en Malasia solo se consigue aquella que es envasada en un tercer país o por un envasador local, ya que no hay marcas argentinas presentes. Es demandada por su precio y por la percepción de poseer una calidad similar a la australiana y neozelandesa.

II. Estadísticas

Las importaciones de miel de Malasia muestran un comportamiento irregular, con una tendencia a la baja. Sin embargo, y a pesar de las dificultades del presente año, se perfila una recuperación en los valores importados. Mientras que las exportaciones tuvieron su pico en 2016 y desde entonces se encuentran estancadas, con un pequeño rebote en 2020, que parece consolidarse en los primeros nueve meses de 2021. La balanza comercial es altamente negativa, atento lo indicado más arriba.

La miel natural es un producto neto de importación. No obstante, si se analiza la balanza comercial en el rubro, se verifica que Malasia efectúa también exportaciones, registrando un notable crecimiento en 2017, para volver a los valores normales de períodos anteriores en 2018.

Tabla 1: Estadísticas comercio exterior de miel en Malasia, 2016-Sep 2021

Año	2016	2017	2018	2019	2020	Variación	3T 2021
Importaciones	15	12.7	13.7	11.3	11.5	-23.33%	10.9
Exportaciones	1.7	2.1	1	1	1.4	-17.65%	0.9
Comercio total	16.7	14.8	14.7	12.3	12.9	-22.75%	11.8
Balanza comercial	-13.3	-10.6	-12.7	-10.3	-10.1		-10

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

Nota: Cifras en millones de dólares.

China, Australia, Nueva Zelandia y Taiwán compiten año a año por el podio entre los países de origen de las importaciones de miel. Como se aprecia el mercado es muy cambiante en su composición, lo que implica poca fidelidad en la cadena de importaciones. Si bien los datos sobre volúmenes no son del todo confiables, resulta claro que la miel de origen chino es de menor precio, probablemente por su inferior calidad.

En lo que respecta a la Argentina, de inferior exportaciones de miel al inicio del período considerado, en 2018 inició un proceso de rápido crecimiento, alcanzando el récord de US\$ 423 mil en 2019. Por la proyección que tenemos para los primeros nueve meses de este año, 2021 puede ser récord en lo que hace a exportaciones del producto. Al respecto, cabe mencionar que se han recibido numerosas consultas sobre importadores malasios de miel por parte de productores de nuestro país, siendo este un producto que ha despertado notable interés entre los asistentes a las presentaciones de esta Embajada.

Tabla 2: Importaciones de miel de Malasia (millones), 2016- Sep2021

Países	2016	2017	2018	2019	2020	3T 2021
Australia	2.358	2.157	2.306	1.658	2.083	1.653
China	2.959	2.323	2.628	2.353	2.017	2.173
Nueva Zelandia	2.370	1.582	2.065	1.684	1.888	1.949
Taipei Chino	2.603	2.731	2.245	1.750	1.857	1.839
Tailandia	1.269	1.165	1.381	1.363	1.111	889
Estados Unidos	844	495	540	676	642	458
Argentina	123	109	286	423	352	297
Irán	215	214	299	173	249	103
India	96	82	161	160	202	116
Francia	163	109	203	129	183	16
Mundo	15.027	12.706	13.718	11.335	11.491	10.936

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

Nota: Cifras en miles de dólares.

En general, la miel que exporta Malasia es miel que ha sido previamente importada desde terceros países. Los importadores aprovechan el reconocimiento del estatus “Halal” de Malasia (principio general basado en las enseñanzas del Islam que, para los alimentos, exige no contengan impurezas y requieran de tratamientos especiales) y normalmente re-empaquetan el producto denominándolo “Halal” y como producido en Malasia. Esta es una práctica peligrosa porque el producto puede haber sido adulterado o contaminado, sobre lo cual ha habido denuncias en los Estados Unidos. Como contrapartida de dicho fenómeno, algunas marcas provenientes de dicho país del Norte de América comercializan en este país miel de origen argentino, envasada en ese país.

III. Tratamiento arancelario

Según información provista por el Departamento de Aduanas de Malasia, no se aplica impuesto a la importación de miel. No obstante, a partir de 2018, Malasia impone el SST (Sales & Services Tax), también conocido como Impuesto al Valor Agregado. La tasa es del 5% sobre el valor de la venta, siendo aplicable a la miel.

IV. Requisitos para la importación

Para exportar miel a este mercado se requiere:

1. Licencia de importación:

La licencia de importación se tramita ante el Ministerio de Salud y su otorgamiento está sujeto a la inspección y aprobación por parte del organismo.

Asimismo, la importación está sujeta a la aprobación de la División de la Seguridad y Calidad de los Alimentos. Como de la inspección y aprobación de los Malaysian Quarantine and Inspection Services (MAQIS).

Además se requiere el permiso indicado en el International Trade in Endangered Species Act 2008 [Act 686], emitido por el Department of Wildlife and National Parks of Malaysia.

2. Certificados y requisitos del producto

Las mencionadas autoridades requieren los siguientes certificados:

Certificado sanitario: debe ser expedido por la autoridad competente del país de exportación.

Certificado de Análisis: Este certificado es obligatorio y debe ser emitido por un laboratorio reconocido por la autoridad competente del país exportador. Se solicita principalmente para medir los parámetros de residuos de medicamentos veterinarios (Cloranfenicol).

Asimismo, las importaciones de estos productos no pueden contener dihidroxiacetona ni methylglyoxa, y no pueden exceder los siguientes valores en materia de metales contaminantes (miligramos/kilogramos):

- Arsénico: 1
- Plomo: 0.5
- Estaño: 40
- Mercurio: 0.05
- Cadmio: 1
- Antimonio: 1

Cabe destacar que de acuerdo al art. 130 del Reglamento de Productos Alimenticios de 1985, la miel debe contener una reducción de azúcares no menor al 60%, y su contenido de sacarosa y azúcares no debe exceder el 10%.

3. Estándares

SIRIM Berhad, conocido anteriormente como el “Standards and Industrial Research Institute of Malaysia”, es actualmente la empresa estatal que provee la infraestructura institucional y técnica para el gobierno, para el desarrollo de los estándares y la certificación de la calidad.

Para la exportación de miel a este destino, es recomendable obtener la certificación SIRIM, que clasifica la miel en distintos grados, basados en los defectos, la calidad del sabor, la claridad y la cantidad de humedad en la misma.

Adicionalmente, 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.²

V. Etiquetado y envasado

1. Normas generales

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.

² Este es uno de los motivos que indican algunos exportadores argentinos para preferir exportar el producto a granel y que luego sea envasado en destino.

- 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.

NOTA: La falta de cumplimiento del etiquetado con la normativa vigente puede acarrear una pena de prisión de hasta 3 años o multa, o ambas. Los alimentos importados que no cumplan con los reglamentos pueden ser re-etiquetados, reprocesados o reacondicionados dentro de los 3 meses de importación antes de despacho a plaza.

2.- Específicas para la miel

Se recomienda envases atractivos para apelar a la atención del consumidor. Estos envases pueden estar en diversos tipos de recipientes como botellas de vidrio, envases de plástico y latas.

Localmente, los envases más pequeños que se encuentran en el mercado al público vienen en formas y colores atractivos y pueden ser reutilizados para almacenar otros productos después de consumir la miel. También se presentan los descartables para productos de menor precio. Otro aspecto a considerar es que los diseños de las botellas y los recipientes sean seguros y se encuentren sellados con firmeza para permitir el transporte y no tenga pérdidas.

Las etiquetas son importantes como efecto visual, pero además deben seguir las normas locales, que en adición a las informadas anteriormente, para la miel deben incluir:

El nombre del producto, en este caso "Honey", debe estar claramente visible en la etiqueta.

Si se utiliza un distribuidor local o si el envasado lo efectúa una empresa local, su nombre y dirección así como el nombre y dirección de su granja de donde proviene, debe estar en la etiqueta. Así mismo, debe incluirse la fecha de envasado de la miel y el peso neto.

Para los productos con miel de diferentes sabores, el nombre del sabor también debe mencionarse en la etiqueta, incluyendo si se trata de miel procesada o en bruto.

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 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, Tesco, Aeon, Mercato y Jaya Grocer). La mayoría cuenta con bocas de expendio en las principales ciudades y centros urbanos de Malasia, donde residen la mayoría de la mitad de los consumidores de medios y altos ingresos. Ofrecen productos locales e importados e incluyen bebidas alcohólicas, panaderías y comidas preparadas para llevar. 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.

2. Venta de miel

La mayor parte de la miel que se vende en Malasia es miel procesada con precios más baratos que la miel natural en bruto. Esta última, en su mayoría se encuentra disponible en farmacias, tiendas de productos orgánicos y algunos supermercados con sectores de productos gourmet. Prima generalmente la miel silvestre, salvo alguna oferta limitada de miel de granja.

Respecto a la miel de producción local, se comercializa también por intermedio de pequeños negocios de venta a lo largo de las carreteras, en el mercado libre y a través de la venta directa, principalmente en el área rural.

3. Etiquetados, Envases y Precios de venta al público

Según relevamiento efectuado en supermercados zona céntrica de Kuala Lumpur (noviembre de 2021):

No	Name and Picture	Weight	Price	Country of origin
1	Health Paradise Organic perfect raw honey 	750 ml	RM 30.90	Vietnam
2	Country Farm Organics Acacia Mangium Honey 	1 kg	RM 47	Malasia

3	Capilano Pure Australian Honey 	400 gms	RM 22.50	Australia
4	CED Pure Honey 	500 gms	RM 12.50	Malasia
5	Radiant Acacia Honey 	500 gms	RM 31.90	Nueva Zelanda
6	Muar Mangrove Honey 	420 gms	RM 39	Malasia

7	Alshifa Natural Honey 	1 kg	RM 49	Arabia Saudi
8	Langnese Golden Clear Honey 	250 gms	RM 18.29	Alemania
9	Alce Nero Miele di Acacia 	400 gms	RM 47.20	Italia
10	Erlbacher Organic Blossom Raw Honey 	500 gms	RM 37.60	Alemania

11	Bulgarian Honey Wildforest Honey 	320 gms	RM 20.80	Bulgaria
12	Cottage delight Pure Set Honey 	260 ml	RM 33	Reino Unido
13	Meadows Australian Honey 	500 gms	RM 18.50	Australia
14	Lohas Organic Black Forest Honey 	500 gms	RM 79	Nueva Zelandia

15	Pure Harvest Organic Australian Honey Raw 	1 kg	RM 78.70	Australia
16	Manuka Health MGO 400+ Manuka Honey 	250 gms	RM 165.90	Nueva Zelandia
17	Wescobee Pure Honey 	375 gms	RM 24.90	Australia
18	Ameera organic Honey 	500 gms	RM 22.89	Irán
19	4 Honey Naturally Golden Honey 	700 gms	RM 68	Malasia

20	Sahara Natural Pure Honey 	500 gms	RM 23	Irán
21	Airborne Honey Honeydew Honey 	500 gms	RM 41.90	Nueva Zelandia
22	Eva Honey 	1 kg	Rm 18.99	Malasia
23	Beechwood Outback Honey 	240 gms	RM 31.30	Australia
24	Taylor Pass Manuka H UMF 5+ 	375 gms	RM 100.90	Nueva Zelandia

25	Basik Honey 	1 kg	RM 89.90	Australia
26	Ambrosia Honey Organic 	500 gms	RM 65.90	Australia
27	Dorsata Gold Honey 	700 gms	RM 96	Malasia
28	New Morning RU Acacia Honey 	350 gms	RM 35.80	Bulgaria

Nota: Elaboración propia. Tipo de cambio MYR 4,15 = USD 1

VII. Ferias y eventos de promoción relativas al sector

- The Malaysia International Food & Beverage Trade Fair (MIFB)
Edición 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)
Edición 2021: del 9/11 al 31/12 (virtual)
Organizador: Ministerio de Comercio e Industria en Malasia.
Tel: +603-6203 7032
Email: enquiry@mih.com.my
Web: www.mih.com.my

- FHM 2022 –Malaysian International Exhibition of Food & Hotel
Edición 2022: Noviembre
Lugar: Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC)
Organizador: Informa Markets
Tel. +603 9771 2688
E-mail: sales-mes@informa.com
Web: <http://www.foodandhotel.com/>

VIII. Listado de importadores y distribuidores

Compañía	:	GBA Corp Sdn Bhd
Dirección	:	Wisma GBA, Lot 8, Jalan PPU 3, Taman Perindustrian Puchong Utama, 47100 Puchong, Selangor.
Teléfono	:	603- 80228888
Fax	:	603- 80687357
Contacto	:	Mr Benny Tan (Managing Director) Ms Zehli (Product Manager of honey)
Email	:	mahtzeli@gbaglobal.com , benny@gba.po.my ,
Página web	:	http://www.gba.com.my
Compañía	:	Sejahtera United Sdn Bhd
Dirección	:	Lot 57, Jalan Sepintas 26/13, Hicom Industrial Estate, Section 26, 40000 Shah Alam, Selangor.
Teléfono	:	603- 5191 7500
Fax	:	603- 5191 7368
Contacto	:	Mr Tee Lee Yu (Marketing Director) Mr Michael Tan (Marketing Manager)
Email	:	mtan@susb.com.my ; hq@susb.com.my
Página web	:	www.susb.com.my

Empresa : **DS Borneo Trading Sdn Bhd**
Dirección : A1-13-07, Arcosis Business Suite, Jalan Kiara, Mont Kiara 50480, Kuala Lumpur
Teléfono : +603 6411 3158
Contacto : Ms. Adeline Pang
Email : Adeline.pang@dsborneo.com
Sitio Web : <http://www.dsborneo.com>

Compañía : **Diethelm Holdings Malaysia Berhad**
Dirección : 74, Jalan Universiti, P.O Box 77, 46700 Petaling Jaya.
Teléfono : 603- 7966 0288
Fax : 603- 7954 4779
Contacto : Ms Adeline Chong (Group Business Development Manager)
Email : adeline.chong@dksh.com
Página web : www.dksh.com

Compañía : **Caremark Sdn Bhd**
Dirección : No. 6, Lorong Tandang B, Seksyen 51, 46050 Petaling Jaya, Selangor.
Teléfono : 603- 7785 6288
Fax : 603- 7785 2488
Contacto : Ms Yee (General Manager)
Email : kithar.yee@caremark.com.my
Página Web : www.caremark.com.my

Compañía : **Resource Food Supplies (M) Sdn Bhd**
Dirección : Lot No.2, Jalan Tiang U8/92, Taman Perindustrian Bukit Jelutong, Seksyen U8, 40150 Shah Alam, Selangor.
Teléfono : (603) 7846 7564
Fax : (603) 7847 3004
Email : sgchee@pc.jaring.my
Página Web : <http://www.resourcefood.com.my>
Contacto : Ms Eliza Chee (Director)

Empresa : **Justlife Group Sdn. Bhd**
Dirección : 15, Jalan PJU 3/47, Sunway Damansara, 47810 Petaling Jaya, Selangor.
Teléfono : +603- 7880 8035
Contacto : Mr. Darren Tai (International Trade Manager)
Email : darren@justlifeshop.com
Sitio Web : <http://www.justlifeshop.com/>

Empresa : **AEON CO (M) Sdn Bhd**
Dirección : 3rd Floor Taman Maluri Shopping Centre, Jalan Jejaka, Taman Maluri, Cheras,
55100 Kuala Lumpur
Teléfono : +603 - 9207-2005
Contacto : Ms. Magdalene Soon
Email : magdalene.soon@aeonretail.com.my
Sitio Web : <http://aeonbig.com.my>

Empresa : **Econsave Cash & Carry Sdn Bhd**
Dirección : Lot 218 & 219, 1 1/2 Miles, Jalan Pandamaran, 42000 Port Klang, Selangor.
Teléfono : +603 - 3167 0000
Contacto : Ms. Grace Tee (Purchasing Manager)
Email : gracetee@econsave.com.my
Sitio Web : <http://www.econsave.com.my>

Empresa : **The Food Purveyor Sdn Bhd (Buying for The Big Group and Village Grocer)**
Dirección : D-1-5 Sunway Nexis, No 1, Jalan PJU 5/1, Kota Damansara, 47810 Petaling
Jaya, Selangor
Teléfono : +603 – 6143 1366
Contacto : Mr. Mohd Eizuan (Senior Merchandising Manager)
Email : eizuan.mohdnoor@thefoodpurveyor.com
Sitio Web : <https://thefoodpurveyor.com/>

Empresa : **Trendcell Sdn Bhd (Buying for Jaya Grocer)**
Dirección : B-G-11.B-G13.B-G-15, Jalan Pjs 2B/4, Pusat Perniagaan Metro, 46150
Petaling Jaya, Selangor.
Teléfono : 603- 7770 0865
Contacto : Mr. Kanthan (Head of Merchandising)
Email : kanthan.k@jayagrocer.com
Sitio Web : <http://www.jayagrocer.com>

Empresa : **Lotuss Stores (Malaysia) Sdn Bhd (formerly known as Tesco)**
Dirección : Level 3, No.3, Jalan 7A/62A, Bandar Menjalara, 52200 Kuala Lumpur.
Teléfono : +603 - 6287 6000
Contacto : Mr. Shaiful Nizam Noordin (Senior Procurement Officer)
Email : shaiful.noordin@my.tesco.com
Sitio Web : www.tesco.com.my



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