

2021

Perfil Mercado:

Mandarinas a Kuala Lumpur, Malasia



ADEX



Ministerio de Relaciones Exteriores

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN INTELIGENCIA COMERCIAL Y ANÁLISIS

DE MERCADOS INTERNACIONALES MRE-ADEX 2020

PERFIL MERCADO

MANDARINAS A KUALA LUMPUR, MALASIA

EMBAJADA DEL PERÚ EN MALASIA

SEGUNDO SECRETARIO EN EL SERVICIO DIPLOMÁTICO DE LA REPÚBLICA

GUILLERMO LAURIANO ROJAS

MAYO, 2021

RESUMEN EJECUTIVO	5
CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL PRODUCTO	6
1.1 Descripción del producto	6
1.2 Partida arancelaria	7
1.3 FODA del producto exportador	7
1.4 Competidores en el mercado local y objetivo	8
CAPITULO 2: PANORAMA NACIONAL	10
2.1 Oferta exportable peruana del producto	10
2.2 Exportaciones peruanas del producto al mundo (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años	13
2.3 Principales 10 mercados de destino del producto (Valor FOB, peso neto o unidades y precio promedio FOB. Últimos 5 años	15
2.4 Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB. Últimos 4 años	21
CAPITULO 3: PANORAMA INTERNACIONAL	26
3.1 Principales 10 productores mundiales de la Tangerina, mandarinas, clementinas, satsumas. Últimos 5 años.	27
3.2 Principales 10 importadores mundiales del producto. Últimos 5 años	28
3.3 Principales 10 exportadores mundiales del producto. Últimos 5 años	31
3.4 Principales 10 proveedores mundiales del producto en el mercado de destino (Malasia). Últimos 5 años	34
CAPÍTULO 4: MERCADO POTENCIAL	36
3.1 Tendencias generales del mercado y consumidor	36
4.2 Acceso al mercado	37
4.2.1 Barreras arancelarias	37
4.2.2 Barreras no arancelarias legales / voluntarias	38
4.3 Packaging (empaquete y etiquetado)	41
4.3.1 Tipo de empaque	41

4.3.2	Requisitos de etiquetado	42
4.4	Canales de comercialización	43
4.5	Precio (evaluación de precios en el mercado de destino)	45
4.6	Promoción	46
4.6.1	Directa (ferias, misiones comerciales, ruedas, etc)	46
4.6.2	Indirecta (e-commerce, market place, etc)	47
4.7	Clientes potenciales	48
	CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	49
	CAPÍTULO 6: RECOMENDACIONES	50
	BIBLIOGRAFÍA	51

RESUMEN EJECUTIVO

El presente perfil de mercado para la exportación de mandarinas a Malasia analiza en primer lugar el producto concernido, identificando, entre otros aspectos, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto, así como los competidores tanto en el mercado local como en el mercado objetivo.

De igual manera, con relación al panorama nacional se ha podido identificar que la producción de mandarina en el Perú se ha incrementado sostenidamente en los últimos 10 años, alcanzando un rendimiento de cerca de 500 toneladas métricas en 2019, siendo los departamentos de Junín, Lima e Ica, los que concentran el 90 por ciento del total de hectáreas destinadas a la producción de mandarina. Adicionalmente, si bien cosechas se realizan durante todo el año, el grueso se concentra entre los meses de abril y agosto, sumando alrededor del 82% del total cosechado en el año.

De otro lado, el principal mercado destino del producto son los Estados Unidos, seguidos de Reino Unido, Canadá, Países Bajos e Irlanda. En todos ellos se identificó una disminución en los envíos en valor FOB, observando una recuperación en el año 2020. Otros mercados importantes también son Rusia, China, Japón, Hong Kong y España.

En otro aspecto, la producción mundial es liderada por China, seguida de Japón y España, aunque con cantidades bastante reducidas en comparación al gigante asiático. Cabe resaltar que si bien el Perú no figura dentro de los 10 primeros productores, se ubicaba hasta el año 2018 en el puesto número 16 del ranking.

Con relación a los países importadores de mandarinas, cabe destacar que Malasia se ubica en el puesto número 10, mostrando un crecimiento en sus importaciones de mandarina por lo que podría ser un potencial mercado a explorar a mayor profundidad. Asimismo, destaca Rusia como el principal importador de mandarinas del mundo, seguida de Estados Unidos y Reino Unido.

Finalmente, cabe destacar el crecimiento constante que viene observando el consumo de frutas en general en Malasia. Individualmente, por cada tipo de producto, el consumo de fruta creció en los últimos años, con una proyección a que todos los productos crezcan en mayor o menor medida hasta el año 2023. Particularmente para las naranjas mandarinas y tangerinas se espera una tasa de crecimiento anual de 178.5 por ciento.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL PRODUCTO

1.1 Descripción del producto ¹

La mandarina, conocida con el nombre comercial *citrus unshui* o *citrus reticulata* es el fruto del árbol mandarino, frutal perenne, perteneciente a la familia de las rutáceas. Su cultivo es propicio en los países de clima cálido o templado (temperaturas entre 12° y 26° C y 80% de humedad) y su producción se obtiene a partir del cuarto año después del trasplante.

La mandarina es una fruta que presenta una piel de color amarillo vivo o anaranjado, que es delgada, rugosa y fácilmente despegable de la pulpa. La pulpa está dividida en 10 ó 12 gajos y tiene un sabor dulce agradable, además de ser muy aromática.

La pulpa contiene vitamina C, vitamina B, ácido cítrico, azúcar reductora y caroteno. Tiene propiedades broncodilatadoras y antiinflamatorias. Adecuada en el tratamiento de úlceras, ayuda el intestino y la digestión. También ejerce una clara acción antifecciosa y combate el desarrollo de enfermedades cardiovasculares, degenerativas y cáncer. Tiene efecto diurético, beneficioso en caso de hiperuricemia o gota.

El producto se comercializa fresco, encontrándose las zonas productoras en el Perú principalmente en las regiones de Lima e Ica.



¹ Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior:
<https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/117pdf2014Jul23.pdf>

1.2 Partida arancelaria

País de origen: PERÚ

IDENTIFICAR	
Partida Arancelaria:	0805.21.00.00
Descripción Arancelaria:	MANDARINAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y SATSUMAS)

Cuadro 1. Partida Arancelaria en País de origen

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

País de destino: MALASIA

IDENTIFICAR	
Partida Arancelaria:	0805.21.00
Descripción Arancelaria:	Mandarins (including tangerines and satsumas)
Arancel NMF	-
Arancel Preferencial a Perú	-

Cuadro 2. Partida Arancelaria en País de destino

Fuente: Departamento Real de Aduanas de Malasia (<http://mysstext.customs.gov.my/tariff/>)

Elaboración: Propia

1.3 FODA del producto exportador

En base a un análisis interno y externo del producto, completar la siguiente matriz.

	FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
	F1. Oferta de productos todo el año. F2. Exportaciones sostenidas en los últimos 4 años. F3. Condiciones climáticas favorables.	D1. Reducción de precio promedio por tonelada en últimos 4 años D2. Alto grado de perecibilidad del producto D3. Poca innovación en el sector
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO

O1. Aprobación de ingreso por autoridad sanitaria malasia. O2. Malasia gran consumidor de cítricos, especialmente en Año Nuevo chino. O3. Modificación de hábitos de consumo a raíz de la pandemia.	O1F1. Identificar potenciales compradores en país de destino. O2F2. Aprovechar el Año Nuevo Chino (enero-febrero) para posicionar producto peruano. O3F3. A mejores condiciones climáticas, mejor producción para un mejor aprovechamiento del producto.	O1D1. Aprovechar la autorización de ingreso para mantener precios competitivos. O2D2. Considerar la época del año para garantizar la rotación del producto. O3D3. Identificar potenciales nuevas variantes de acuerdo con los nuevos hábitos de consumo que deja la pandemia.
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA
A1. 80% importaciones de China. A2. China, Sudáfrica, Egipto, España y Australia cubren cerca del 100% de las importaciones de este producto. A3. Surgimiento de conflictos sociales	A1F1. Aprovechar la estacionalidad para una mejor llegada al público. A2F2. Consolidar al Perú dentro de uno de los principales importadores. A3F3. Minimizar las condiciones que puedan afectar la producción.	A1D1. Incursionar en el mercado con precios competitivos. A2D2. Considerar el momento del año para el inicio de la exportación. A3D3. Minimizar las condiciones que puedan afectar la producción.

1.4 Competidores en el mercado local y objetivo

Identificación de productos, competidores directos e indirectos. La información brindada es: Imagen referencial, marca, certificados, precio y enlace donde se encontró dicha información.

Mercado local:

Imagen Referencial	Marca	Precio	Certificados	Peso (para alimentos)	Fuente
	Hipermercados Metro S.A.	S/. 7.99 Kg	N/A	1 kg = 4 a 5 unidades	MINAGRI (https://app.powerbi.com) METRO (<a href="https://www.metro.pe/na-
ranja-de-mesa-importada-
x-kg-67296/p">https://www.metro.pe/na- ranja-de-mesa-importada- x-kg-67296/p)
	Hipermercados Metro S.A.	S/. 2.79 Kg	N/A	1 kg = 4 a 5 unidades	https://www.metro.pe/frutas-y-verduras/mandarina

Cuadro 3. Competidores Mercado Local
Fuente: MINAGRI e HIPERMERCADOS METRO S.A.
Elaboración: Propia

Mercado objetivo:

Imagen Referencial	Marca	Precio	Certificados	Peso (para alimentos)	Fuente
	Jeju mandarine orange (Corea)	USD 3,70	N/A	Por paquete de 5 unidades	Jaya Grocer (https://www.jayagrocer.com)
N/A	Mandarine Lokam (China)	USD 1,7	N/A	Por kilo	Jaya Grocer (https://www.jayagrocer.com)
	Nadorcott Mandarin (España)	USD 3,00	N/A	Por kilo	Jaya Grocer (https://www.jayagrocer.com)
	Nova Mandarin Oranges (Sudáfrica)	USD 3,00	N/A	Por kilo	Jaya Grocer (https://www.jayagrocer.com)
	Honey Murcott Mandarin Orange (Sudáfrica)	USD 3,20	N/A	Por kilo	Jaya Grocer (https://www.jayagrocer.com)

Cuadro 4. Competidores Mercado Objetivo
Fuente: Jaya Grocer
Elaboración: Propia

CAPITULO 2: PANORAMA NACIONAL

2.1 Oferta exportable peruana del producto

Si bien el enfoque del presente trabajo es la subpartida 0805.21.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas), considerando que esta clasificación recién ha estado vigente desde el año 2017, se ha visto convenientes tomar como referencia a todo el sector de mandarinas para el presente subcapítulo, toda vez que se cuenta con mayor información histórica.

Como se puede apreciar en el gráfico siguiente, la producción de mandarina en el Perú se ha incrementado sostenidamente en los últimos 10 años, alcanzando un rendimiento de cerca de 500 toneladas métricas en 2019.

Gráfico 1.

Producción mandarina miles de toneladas métricas 2009-2019

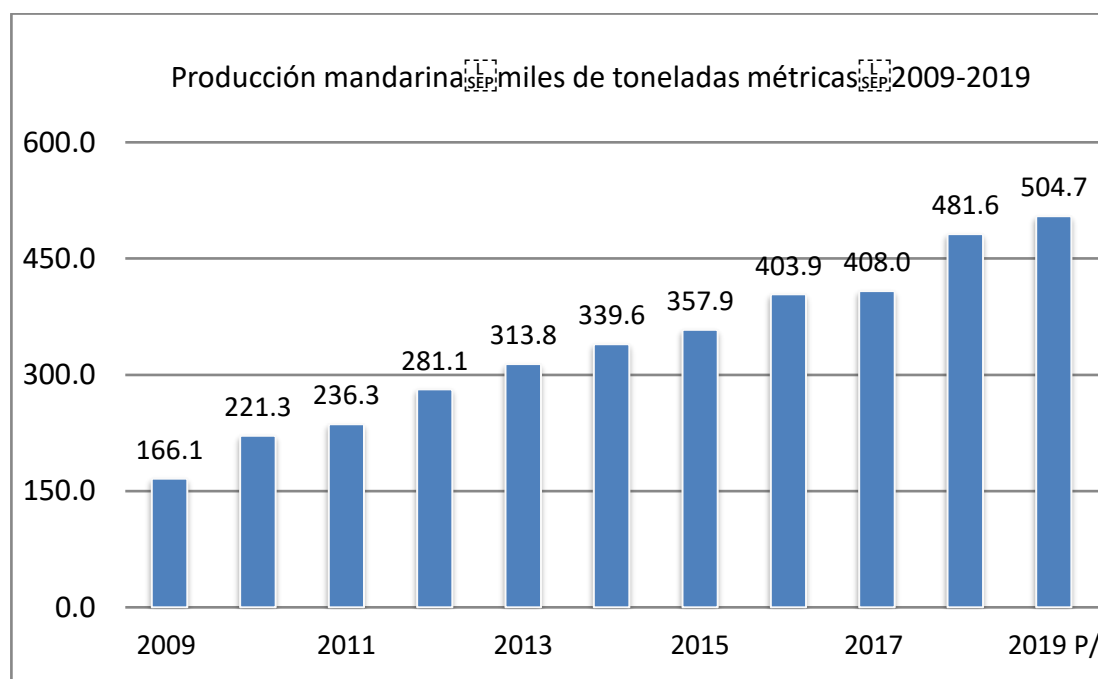


Gráfico 1. Producción mandarina miles de toneladas métricas 2009-2019

Fuente: INEI Producción agropecuaria, según principales productos

Elaboración: Propia

Asimismo, de acuerdo a la Asociación de Productores de Cítricos del Perú (ProCitrus) conforme a lo informado por la Agencia Agraria de Noticias, en mayo de 2019, Junín, Lima e Ica, concentraban el 90 por ciento del total de hectáreas destinadas a la producción de mandarina, en donde Junín alcanzaba 6 5583 ha, Lima 6 551 ha e Ica 4 677 ha, seguidos muy de lejos por Puno (808 ha), La Libertad (444

ha), Cusco (168 ha), Huánuco (139 ha) y San Martín (87 ha), como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Gráfico 2.

Distribución hectáreas producción de mandarina por región

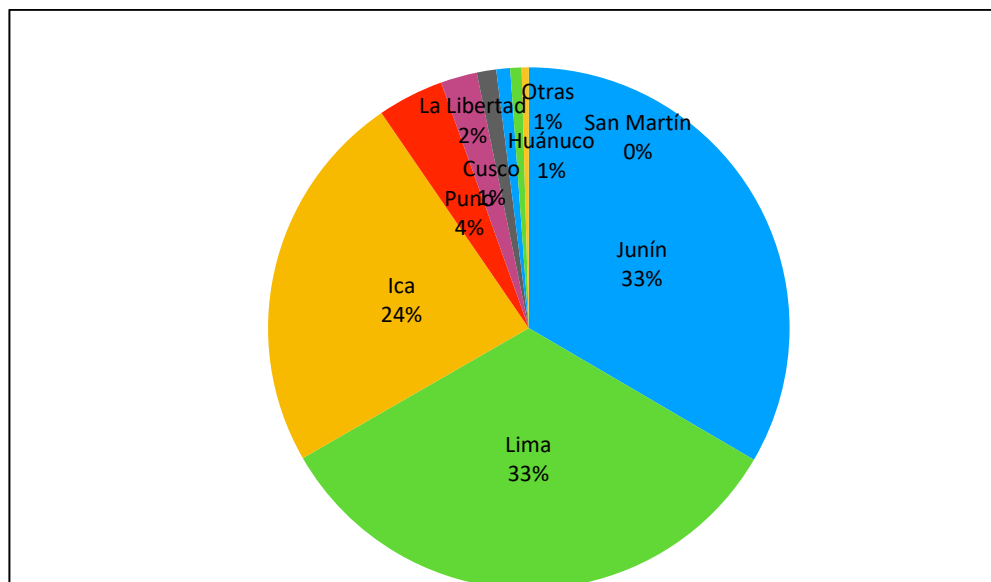


Gráfico 2. Distribución hectáreas producción de mandarina por región

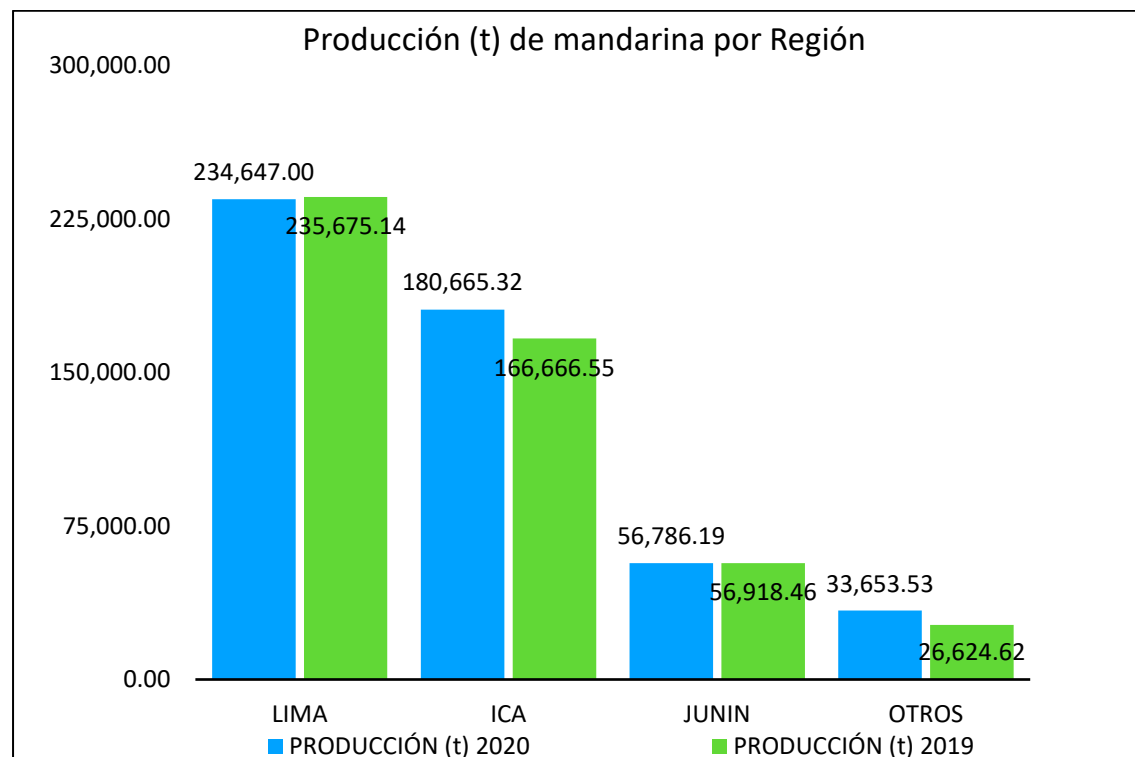
Fuente: Asociación de Productores de Cítricos del Perú (ProCitrus), consultado en Agencia Agraria de Noticias (mayo 2019)

Elaboración: Propia

De igual manera, se puede apreciar en el siguiente gráfico la distribución de la producción de mandarina del año 2020 (hasta el mes de noviembre) en donde se aprecia un leve crecimiento en comparación a la producción del año 2019 (también hasta el mes de noviembre). Con relación al año 2020, Lima concentró el 46,4 por ciento (234 647 tn), frente al 35,7 por ciento alcanzado por Ica (180 665,32 tn) y el 11,2 por ciento de participación de Junín (56 786,19 tn), así como un total de 33 653,53 tn repartido entre las demás regiones (La Libertad, Puno Arequipa, Ucayali, Loreto, Huánuco, Cusco, Madre de Dios, Ayacucho, Pasco, San Martín, Lambayeque, Tumbes y Moquegua), según información del Sistema Agrícola del MINAGRI.

Gráfico 3.

Producción (t) de mandarina por Región



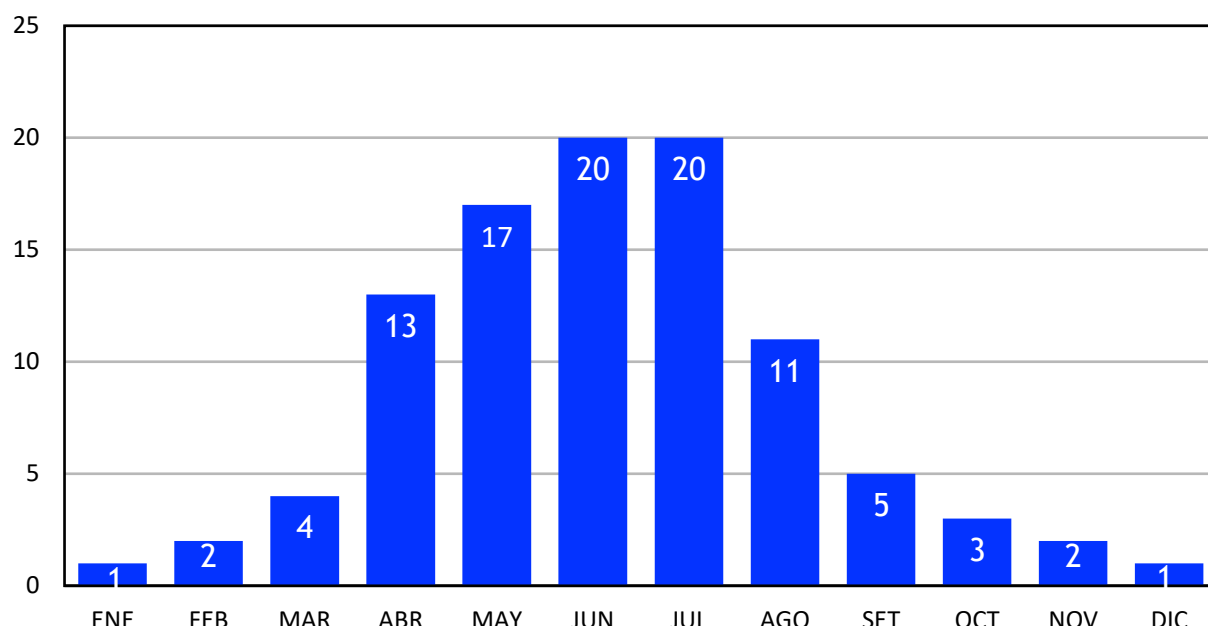
Fuente: Sistema Agrícola del MINAGRI

Elaboración: Propia

Finalmente, con relación a la estacionalidad del producto, cabe mencionar que en cuanto a las épocas en las que se realiza la cosecha de mandarinas, si bien en general éstas se realizan durante todo el año, debido a la diversidad de microclimas en las tres regiones del Perú, el grueso de la cosecha se concentra entre los meses de abril y agosto, los que suman alrededor del 82% del total cosechado en el año.

Gráfico 4.

Estacionalidad de la producción de mandarina (Distribución porcentual)



Fuente: MINAGRI
Elaboración: Propia

2.2 Exportaciones peruanas del producto al mundo (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años

Luego de revisar diversas fuentes, entre ellas ADEX Data Trade y Siicex, la información más remota que se pudo obtener es del año 2017, por ello el análisis que se realiza en el presente subcapítulo es el correspondiente a los años 2017, 2018, 2019 y 2020. En línea con lo indicado en el subcapítulo 2.1. la clasificación de la subpartida 0805.21.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas), recién ha estado vigente desde el año 2017.

Tabla 1.

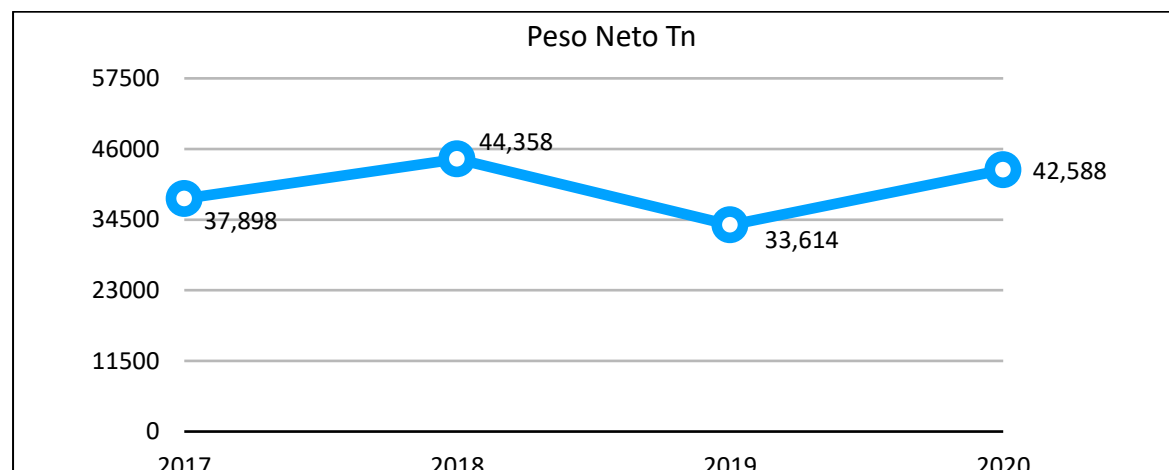
Exportaciones peruanas de la S.P.N 0805.21.00.00 al mundo (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB)

	2017	2018	2019	2020
Valor FOB USD (Miles)	43,265	46,819	34,085	45,046
Peso Neto Tn	37,898	44,358	33,614	42,588
Precio promedio FOB USD/Tn	1.142	1.055	1.014	1.058

Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Con relación al peso neto exportado del Perú al mundo se ha mantenido en un rango entre 33,6 Tn y 44.36 Tn entre 2017 y 2020, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

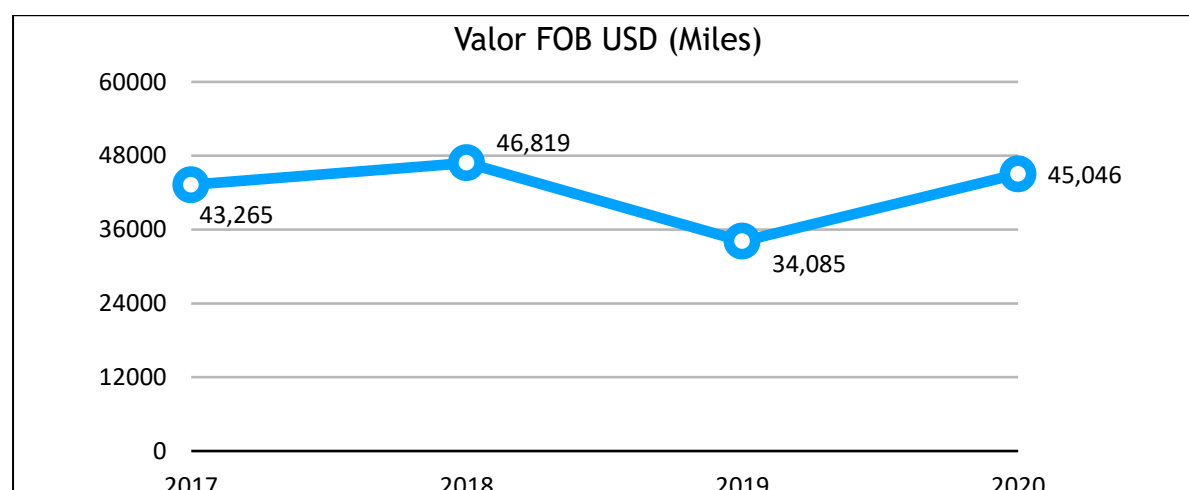
Gráfico 5.
Peso Neto Tn



Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Asimismo, en lo que respecta al valor FOB en USD, las exportaciones peruanas al mundo, se han mantenido en un rango entre USD 34 085 y USD 46 819 (miles), lo que puede visualizarse a continuación:

Gráfico 6.
Valor FOB USD (Miles)

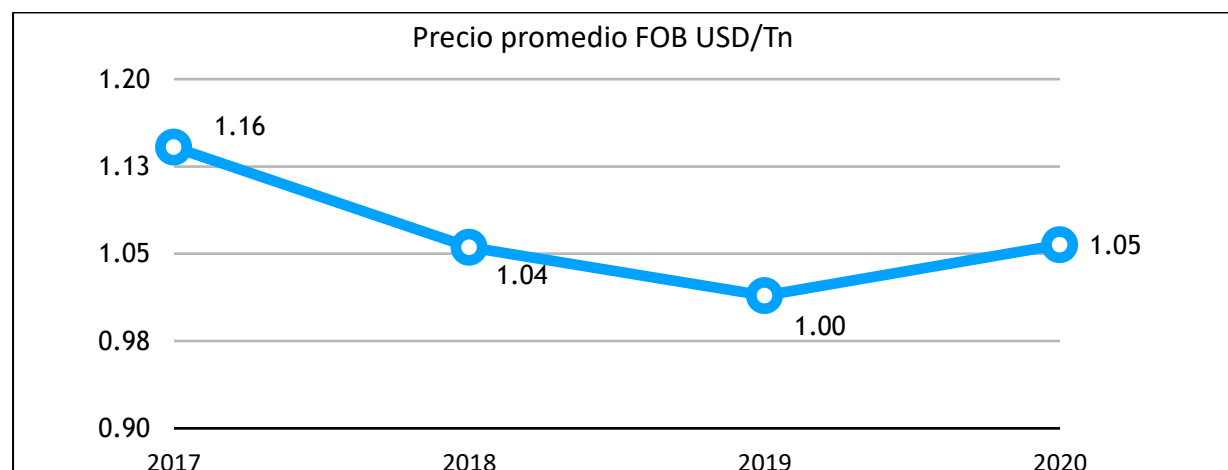


Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Finalmente, el comportamiento del precio promedio en USD por tonelada (Tn) durante los años indicados (2017-2020) se ha mantenido entre USD 1,014 y USD 1,142, como se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico 7.

Precio promedio FOB USD/Tn



Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar, el comportamiento de las exportaciones por peso neto (Tn) y valor FOB (USD) mantienen un comportamiento similar en los años analizados, no obstante en el 2018 se vio una caída en precio promedio, que tendió a recuperarse en el año 2020 no obstante ser un año marcado por la pandemia del Covid-19.

2.3 Principales 10 mercados de destino del producto (Valor FOB, peso neto o unidades y precio promedio FOB. Últimos 5 años)

Tabla 2

Principales 10 mercados de destino de la S.P.N 0805.21.00.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) según Valor FOB USD (Miles)

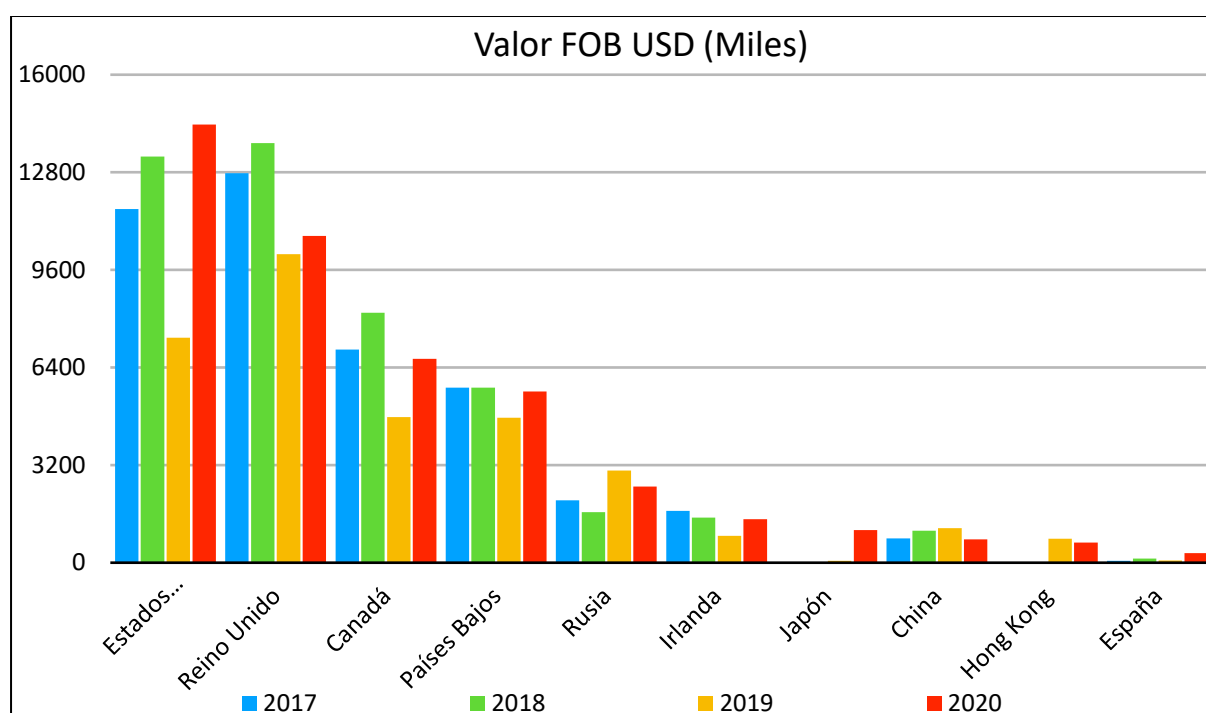
País	2017	2018	2019	2020	Flujo 2020/2019	Var%
						2020/2019
Estados Unidos	11,591	13,312	7,375	14,367	6,992	94,81 %
Reino Unido	12,775	13,763	10,115	10,710	595	5,88 %
Canadá	6,987	8,193	4,778	6,689	1,911	40,00 %
Países Bajos	5,737	5,743	4,752	5,613	861	18,12 %

Rusia	2,043	1,660	3,020	2,492	-528	-17,48 %
Irlanda	1,696	1,476	879	1,428	549	62,46 %
Japón	0,00	0,00	61	1,073	1,012	1659,02 %
China	799	1,051	1,134	761	-373	-32,89 %
Hong Kong	11	0,00	782	658	-124	-15,86 %
España	66	138	68	319	251	369,12 %

Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Gráfico 8

Principales 10 mercados de destino de la S.P.N 0805.21.00.00 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) según Valor FOB USD (Miles):



Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en la tabla y gráfico precedentes, el valor FOB de subpartida 0805.21.00 se ha mantenido por encima de lo 9 600 mil USD en los envíos a Estados Unidos y Reino Unido, principales compradores de este producto. No obstante, en el año 2019 se aprecia una caída significativa en lo referido a las exportaciones hacia Estados Unidos, lo que, como se verá líneas abajo se condice con

una disminución en los envíos a dicho país en ese periodo. De igual manera, tanto Reino Unido, Canadá, Países Bajos e Irlanda también experimentaron una disminución en el valor FOB en 2019. En Europa, España es también importador del producto aunque su participación es mucho menor en comparación con los ya mencionados. De otro lado, en el continente asiático China lidera los envíos de mandarinas, seguida de Hong Kong con compras importantes recién a partir de 2019 y Japón, que recién en 2020 compró mayores cantidades que en años anteriores.

Tabla 3

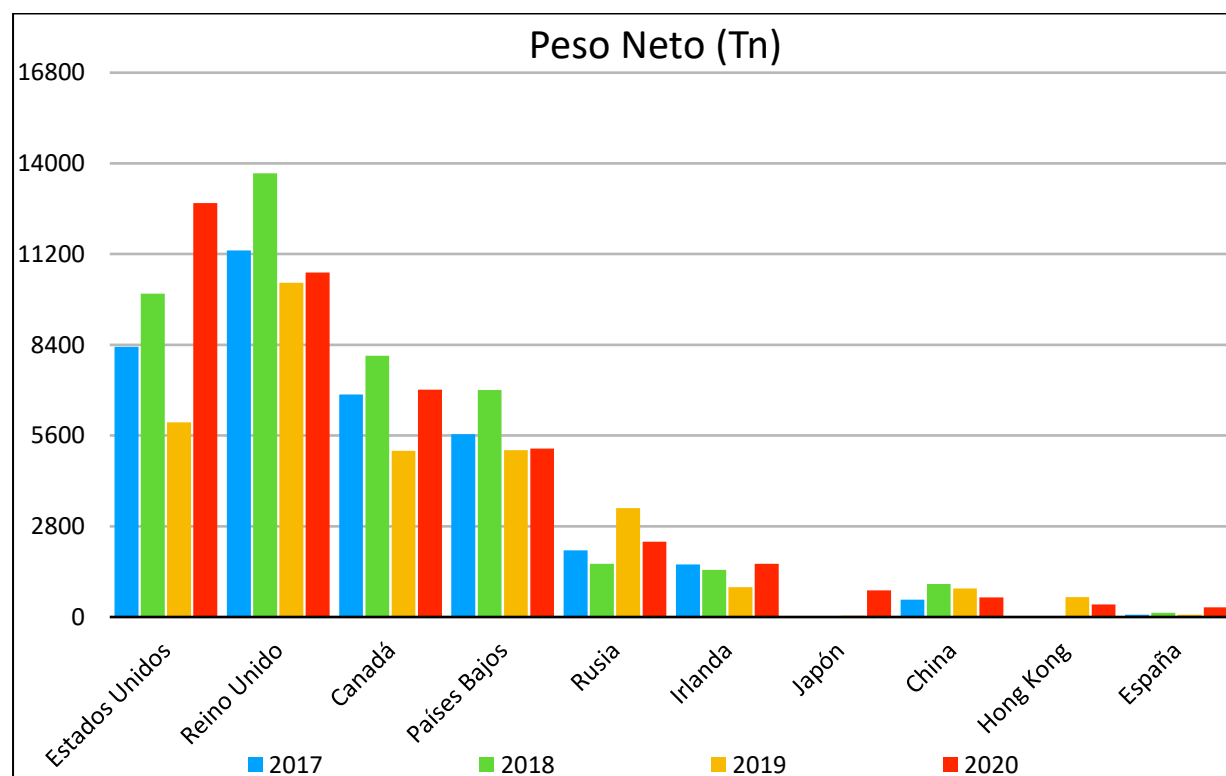
Principales 10 mercados de destino de la S.P.N 0805.21.00.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) según peso neto (Tn)

País	2017	2018	2019	2020	Flujo 2020/2019	Var%
Estados Unidos	8,341	9,979	6,007	12,777	6,770	112,70 %
Reino Unido	11,312	13,691	10,313	10,632	319	3,09 %
Canadá	6,865	8,061	5,128	7,014	1,886	36,78 %
Países Bajos	5,644	7,003	5,148	5,196	48	0,93 %
Rusia	2,059	1,644	3,357	2,321	-1,036	-30,86 %
Irlanda	1,621	1,452	923	1,639	716	77,57 %
Japón	0,00	0,00	46	824	778	1691,30 %
China	533	1,020	885	608	-277	-31,30 %
Hong Kong	12	0,00	620	391	-229	-36,94 %
España	67	135	69	297	228	330,43 %

Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Gráfico 9

Principales 10 mercados de destino de la S.P.N 0805.21.00.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) según peso neto (Tn)



Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

Con relación a las exportaciones según peso neto (Tn) se puede observar un patrón similar a los envíos de acuerdo al valor FOB, observándose una disminución en el año 2019 a los principales destinos (Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Países Bajos e Irlanda), siendo Rusia y Hong Kong los únicos destinos en los que se incrementó las exportaciones de mandarinas. En el resto de los destinos (Japón, China y España) reflejan un comportamiento similar a los envíos según valor FOB.

Tabla 4

Principales 10 mercados de destino de la S.P.N 0805.21.00.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) según precio promedio FOB:

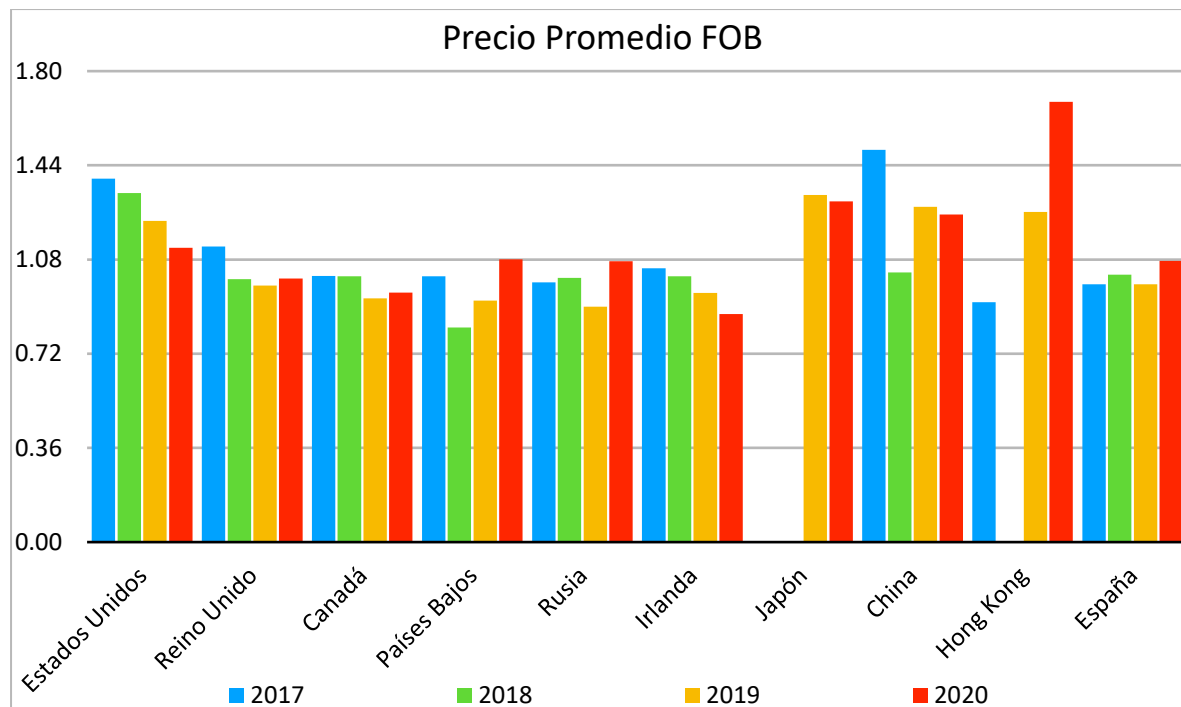
País	2017	2018	2019	2020	Flujo 2020/2019	Var% 2020/2019
Estados Unidos	1.39	1.33	1.23	1.12	-0.10	-8.41 %
Reino Unido	1.13	1.01	0.98	1.01	0.03	2.71 %
Canadá	1.02	1.02	0.93	0.95	0.02	2.35 %
Países Bajos	1.02	0.82	0.92	1.08	0.16	17.03 %
Rusia	0.99	1.01	0.90	1.07	0.17	19.35 %
Irlanda	1.05	1,02	0,95	0,87	-0,08	-8,51 %
Japón	0,00	0,00	1,33	1,30	-0,02	-1,80 %
China	1,50	1,03	1,28	1,25	-0,03	-2,32 %
Hong Kong	0,92	0,00	1,26	1,68	0,42	33,42 %
España	0,99	1,02	0,99	1,07	0,09	8,99 %

Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX

Elaboración: Propia

Gráfico 10

Principales 10 mercados de destino de la S.P.N 0805.21.00.00, mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas) según precio promedio FOB:



Fuente: ADEX DATA TRADE y SIICEX
Elaboración: Propia

A diferencia de lo observado en las tablas y gráficos anteriores, en lo que respecta a las exportaciones de mandarinas según peso promedio FOB se puede apreciar que con excepción de Estados Unidos, los tres principales destinos en Asia (China, Japón y Hong Kong) tienen un precio promedio por tonelada más elevado que el resto de destinos, con una clara diferenciación de Hong Kong que en el año 2020 alcanzó un precio promedio FOB de \$US 1,68, lo que podría explicarse en parte por el costo del flete ya que debe recorrer una distancia mayor para llegar a esos destinos.

2.4 Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB. Últimos 4 años

Tabla 5.

Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N 0805.21.00.00 (Valor FOB USD)

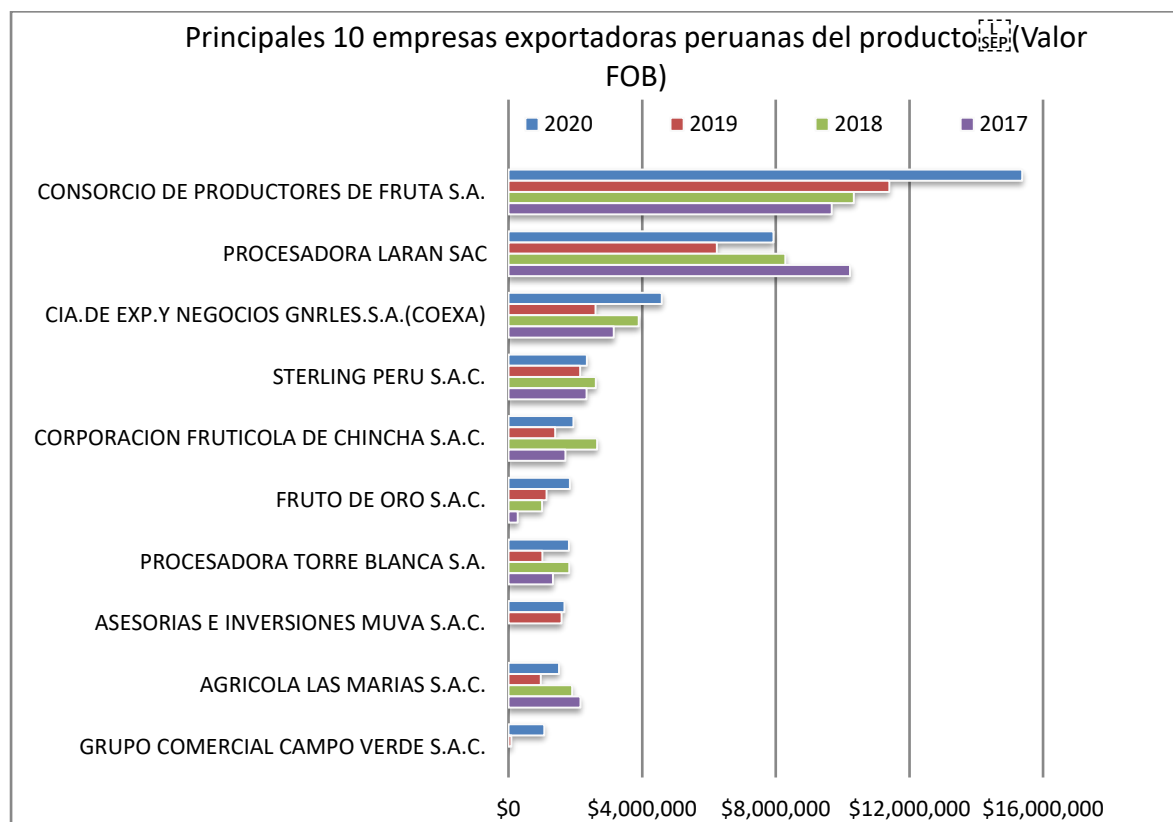
	2017	2018	2019	2020	Flujo 2020/2019	Var% 2020/2019
CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	9 679 448,22	10 340 883,51	11 401 505,51	15 380 682,85	3 979 177,34	34,90 %
PROCESADORA LARAN SAC	10 224 508,60	8 288 633,90	6 235 844,63	7 936 976,72	1 701 132,09	27,28 %
CIA.DE NEGOCIOS EXP.Y GNRLES.S.A.(COEXA)	3 156 415,55	3 894 890,78	2 601 306,34	4 592 993,33	1 991 686,99	76,56 %
STERLING PERU S.A.C.	2 332 838,78	2 618 769,60	2 148 790,11	2 346 276,62	197 486,51	9,19 %
CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	1 705 592,64	2 651 350,03	1 398 479,05	1 949 038,94	550 559,89	39,37 %
FRUTO DE ORO S.A.C.	273 236,56	1 004 025,40	1 139 127,91	1 837 522,70	698 394,79	61,31 %
PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	1 326 823,20	1 822 045,08	1 013 154,15	1 808 386,22	795 232,07	78,49 %
ASESORIAS E INVERSIONES MUVA S.A.C.	0,00	0,00	1 590 290,85	1 674 650,11	84 359,26	5,30 %
AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	2 151 003,10	1 902 503,88	963 668,00	1 511 618,05	547 950,05	56,86 %
GRUPO COMERCIAL CAMPO VERDE S.A.C.	0,00	0,00	84 625,60	1 072 520,80	987 895,20	1 167,37 %

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

Gráfico 11.

Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N 0805.21.00.00 (Valor FOB USD)



Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

En el gráfico precedente se puede apreciar como la empresa Consorcio de Productores de Fruta S.S. presenta un crecimiento sostenido en los últimos 4 años en lo que se refiere al valor FOB. Junto con la empresa Procesadora Laran SAC han sido los principales exportadores de mandarina en los años recientes. Se puede apreciar también que la mayoría de empresas experimentó una caída en el año 2019 que se condice con la reducción en el valor de las exportaciones en la sección Principales mercados de destino, no obstante la exportación del producto ha seguido creciendo.

Tabla 6.

Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N 0805.21.00.00 (Peso Neto Kg)

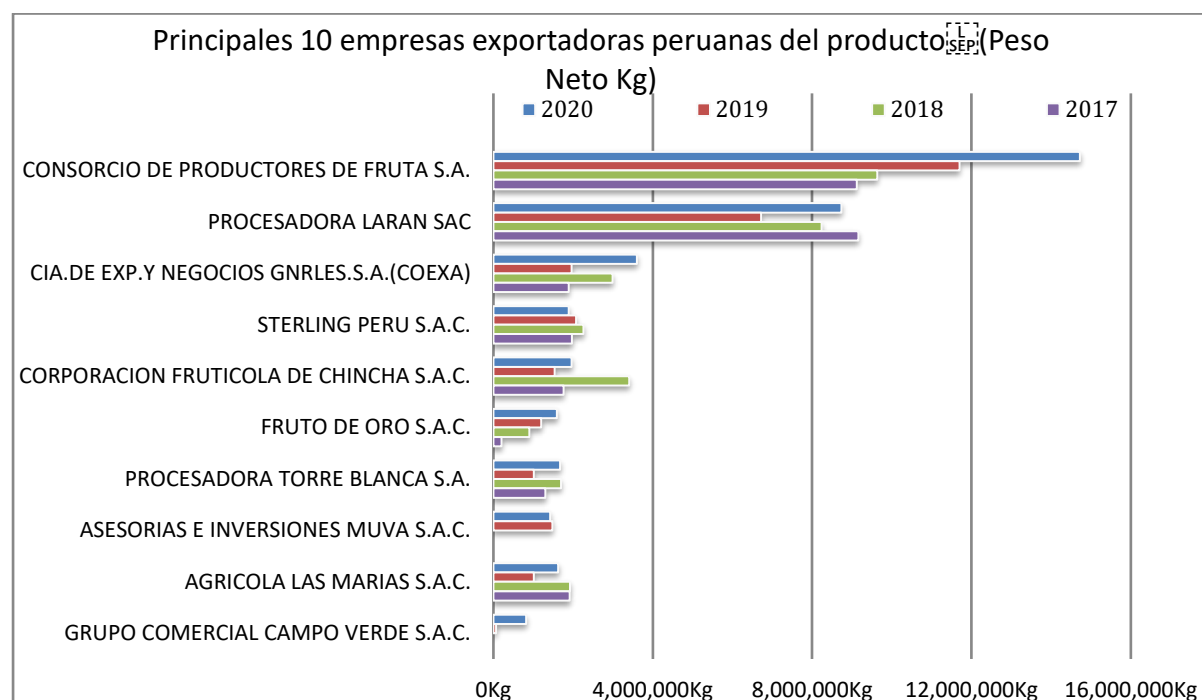
Empresa	2017	2018	2019	2020	Flujo 2020/2019	Var%
						2020/2019
CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	9 122 020,00	9 631 597,80	11 700 750,90	14 718 888,20	3 018 137,30	25,79 %
PROCESADORA LARAN SAC	9 164 085,05	8 235 939,90	6 721 437,80	8 732 193,05	2 010 755,25	29,92 %
CIA.DE EXP.Y NEGOCIOS GNRLES.S.A.(COEXA)	1 889 650,00	2 987 228,00	1 963 382,00	3 604 796,00	1 641 414,00	83,60 %
STERLING PERU S.A.C.	1 970 380,00	2 261 630,00	2 077 328,00	1 890 513,45	-186 814,55	-8,99 %
CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	1 759 254,00	3 412 690,00	1 538 960,00	1 960 826,00	421 866,00	27,41 %
FRUTO DE ORO S.A.C.	206 360,00	899 450,00	1 201 240,00	1 596 245,00	395 005,00	32,88 %
PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	1 300 865,00	1 697 510,00	1 013 315,00	1 673 727,00	660 412,00	65,17 %
ASESORIAS E INVERSIONES MUVA S.A.C.	0,00	0,00	1 478 295,00	1 420 655,00	-57 640,00	-3,90 %
AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	1 913 391,88	1 919 760,00	1 013 688,00	1 629 174,00	615 486,00	60,72 %
GRUPO COMERCIAL CAMPO VERDE S.A.C.	0,00	0,00	68 720,00	823 680,00	754 960,00	1 098,60 %

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

Gráfico 12.

Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N 0805.21.00.00 (Peso Neto Kg)



Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

Al igual que en el gráfico anterior, se puede apreciar que con relación al peso neto exportado las empresas Consorcio de Productores de Fruta S.A. y Procesadora Lara SAC concentran la mayor cantidad de envíos. En general, el volumen de exportaciones se ha mantenido estable, siendo Consorcio de Productores de Fruta S.A. la única empresa que ha experimentado un crecimiento sostenido entre 2017 y 2020.

Tabla 7.*Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N 0805.21.00.00 (Peso Promedio FOB)*

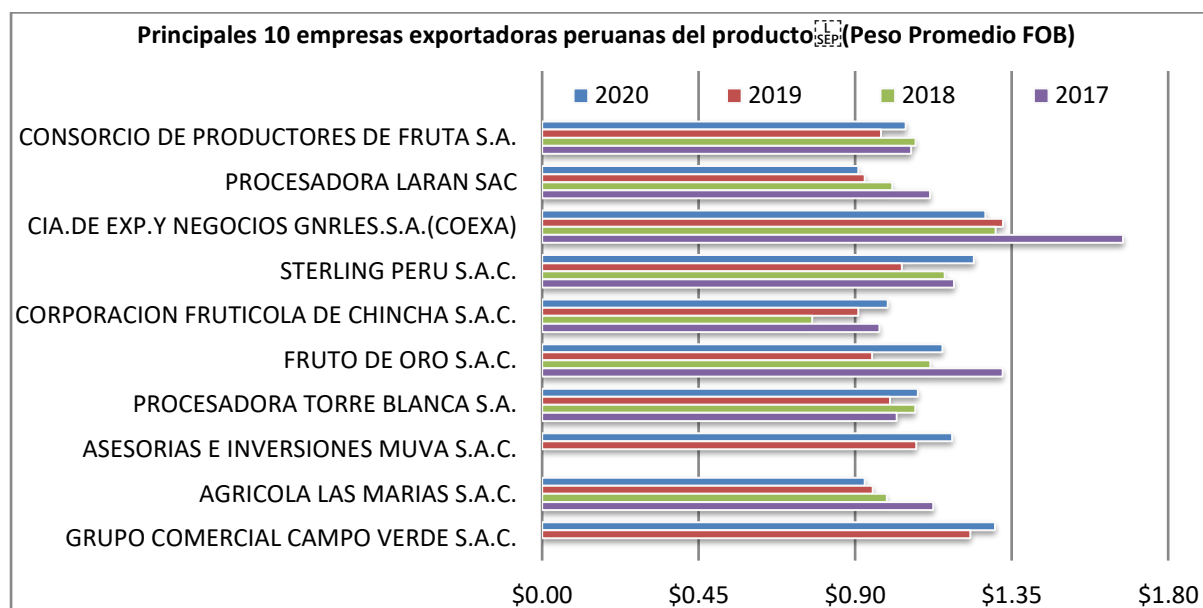
Empresas	2017	2018	2019	2020	Flujo 2020/2019	Var% 2020/2019
CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	1,06	1,07	0,97	1,04	0,07	7,24 %
PROCESADORA LARAN SAC	1,12	1,01	0,93	0,91	-0,02	-2,03 %
CIA.DE EXP.Y NEGOCIOS GNRLES.S.A.(COEX A)	1,67	1,30	1,32	1,27	-0,05	-3,83 %
STERLING PERU S.A.C.	1,18	1,16	1,03	1,24	0,21	19,98 %
CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	0,97	0,78	0,91	0,99	0,09	9,38 %
FRUTO DE ORO S.A.C.	1,32	1,12	0,95	1,15	0,20	21,39 %
PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	1,02	1,07	1,00	1,08	0,08	8,06 %
ASESORIAS E INVERSIONES MUVA S.A.C.	0,00	0,00	1,08	1,18	0,10	9,58 %
AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	1,12	0,99	0,95	0,93	-0,02	-2,40 %
GRUPO COMERCIAL CAMPO VERDE S.A.C.	0,00	0,00	1,23	1,30	0,07	5,74 %

Fuente: ADEX DATA TRADE

Elaboración: Propia

Gráfico 13.

Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto (Peso Promedio FOB)



Fuente: ADEX DATA TRADE

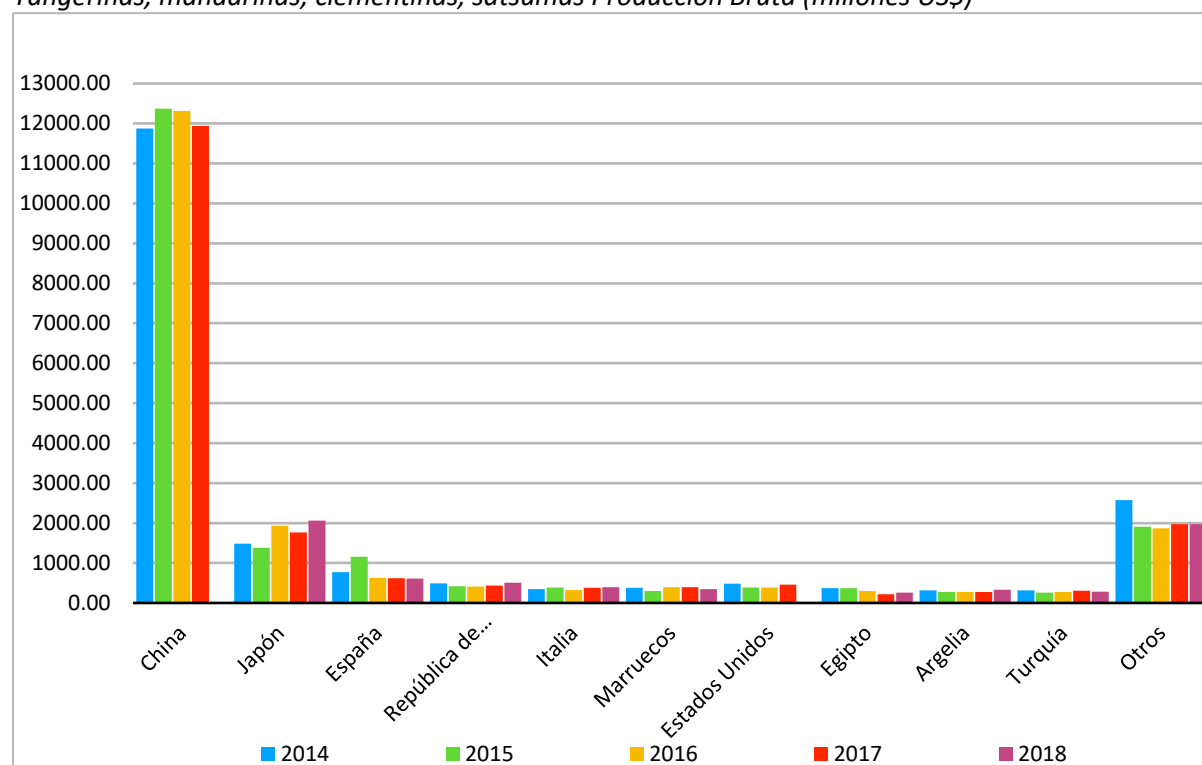
Elaboración: Propia

A diferencia de los gráficos anteriores, aquí se puede apreciar una distribución del precio promedio bastante pareja que oscila entre los \$US 0.90 y los \$US 1,35, resaltando la empresa Cia. de Exp. y Negocios Gnrales S.A. en el año 2017 en donde registró un precio promedio de \$US 1,67 manteniéndose luego en el rango mencionado. Cabe hacer notar también que la empresa Corporación Frutícola de Chincha S.A.C. registró el precio promedio más bajo, ubicándose en \$US 0,78 durante el año 2018.

3.1 Principales 10 productores mundiales de la Tangerina, mandarinas, clementinas, satsumas. Últimos 5 años.

Gráfico 14.

Tangerinas, mandarinas, clementinas, satsumas Producción Bruta (millones US\$)



Fuente: FAO (<http://www.fao.org/faostat/es/?#data/QV>)

Elaboración: Propia

En base a la información obtenida de FAO Stat, actualizada hasta el 2018, se puede apreciar que la producción mundial de tangerinas, mandarinas, clementinas y satsumas es liderada por China, seguida de Japón y España, aunque con cantidades bastante reducidas en comparación al gigante asiático. Aunque no aparece en el cuadro de los 10 primeros productores de estos productos, el Perú se ubicaba hasta el año 2018 en el puesto número 16 del mismo ranking.

3.2 Principales 10 importadores mundiales del producto. Últimos 5 años

Tabla 8.

10 principales importadores (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)

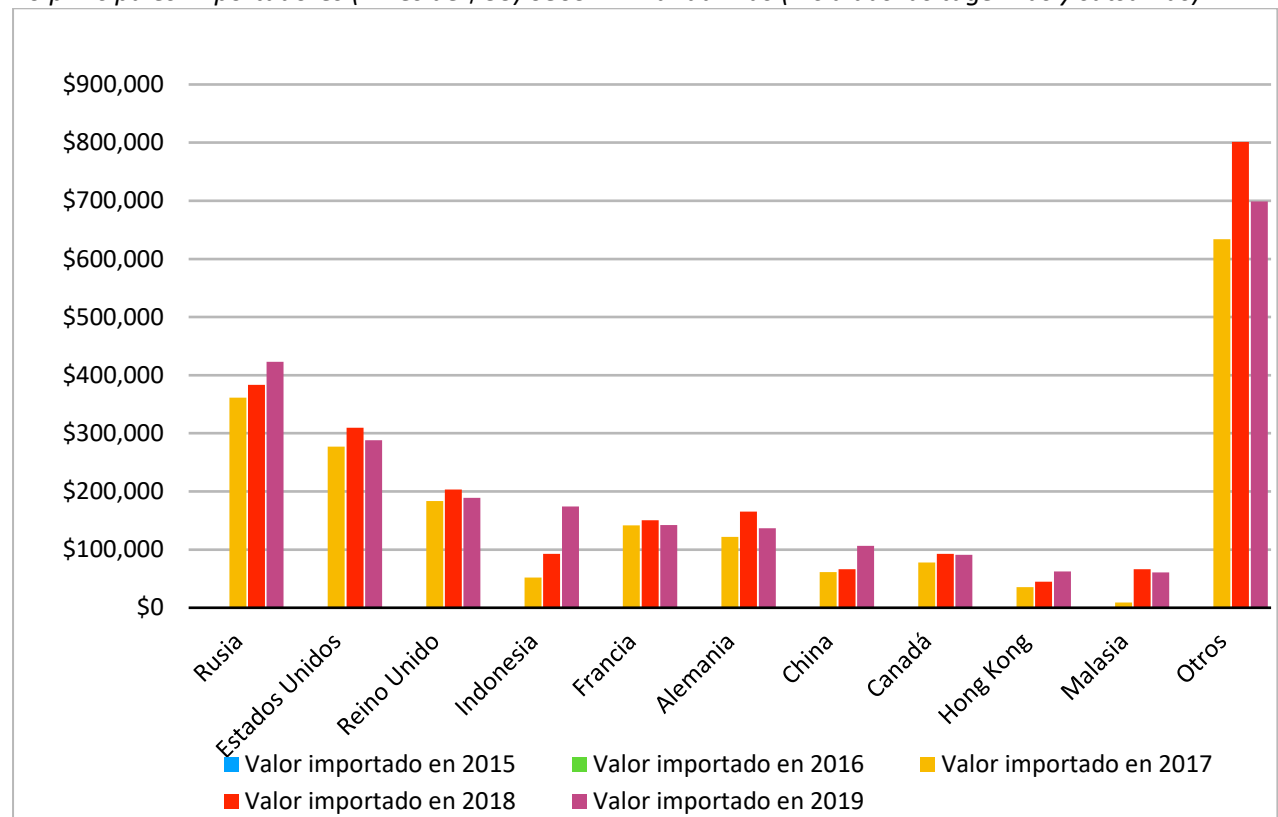
Países Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019
Rusia	0	994	361 116	383 149	423 060
Estados Unidos	0	0	277 271	309 656	288 298
Reino Unido	0	0	183 475	203 588	188 810
Indonesia	0	0	51 863	92 836	174 012
Francia	0	0	141 734	150 479	142 125
Alemania	0	0	121 675	165 618	136 913
China	0	0	61 534	66 146	106 349
Canadá	0	0	78 137	92 486	91 313
Hong Kong	0	0	35 324	44 746	62 206
Malasia	0	0	8 968	66 542	60 846
Otros	11	30	633 620	801 253	698 573

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Gráfico 15.

10 principales importadores (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)



Fuente: Trade Map
Elaboración: Propia

Gráfico 16.

10 principales importadores 0805.21 mandarinas (incluidas las tagerinas y satsumas) (2019)

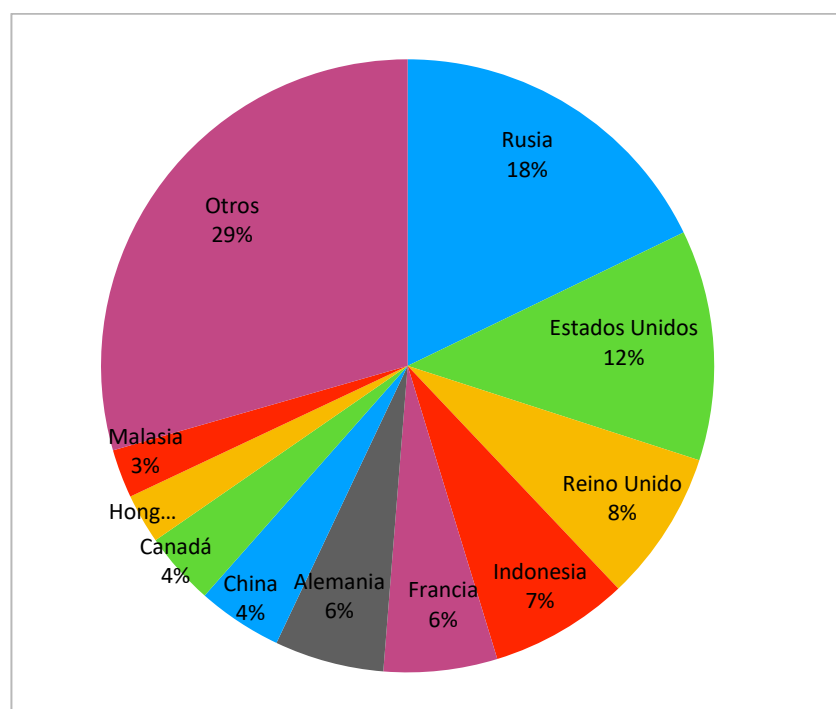


Gráfico 16. 10 principales importadores 0805.21 mandarinas (incluidas las tagerinas y satsumas) (2019)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en la tabla y los gráficos precedentes, Rusia es el principal importador de mandarinas del mundo, seguido de Estados Unidos y Reino Unido, asimismo, junto con Indonesia y Francia, representan cerca del 50 por ciento de las importaciones mundiales del citado producto. De igual manera se puede apreciar un incremento en las importaciones en casi la totalidad de los países analizados. Cabe anotar que Malasia, mercado para el que se realiza este trabajo, figura en el puesto número 10, mostrando también un crecimiento en sus importaciones de mandarina por lo que podría ser un potencial mercado a explorar a mayor profundidad.

3.3 Principales 10 exportadores mundiales del producto. Últimos 5 años

Tabla 9.

10 principales exportadores (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)

Países Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
China	0	0	718632	864318	840947
Turquía	0	0	215042	241202	298032
Sudáfrica	0	0	192539	252816	260925
España	0	0	197847	225272	229936
Marruecos	0	0	93405	151290	160352
Australia	0	0	107633	93505	145288
Israel	0	0	129881	129808	116345
Chile	0	0	86806	113332	94213
Estados Unidos	0	0	50281	55232	61259
Pakistán	0	0	18870	45676	47517
Otros	3	551	264304	321515	294875

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Gráfico 17.

Principales exportadores (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)

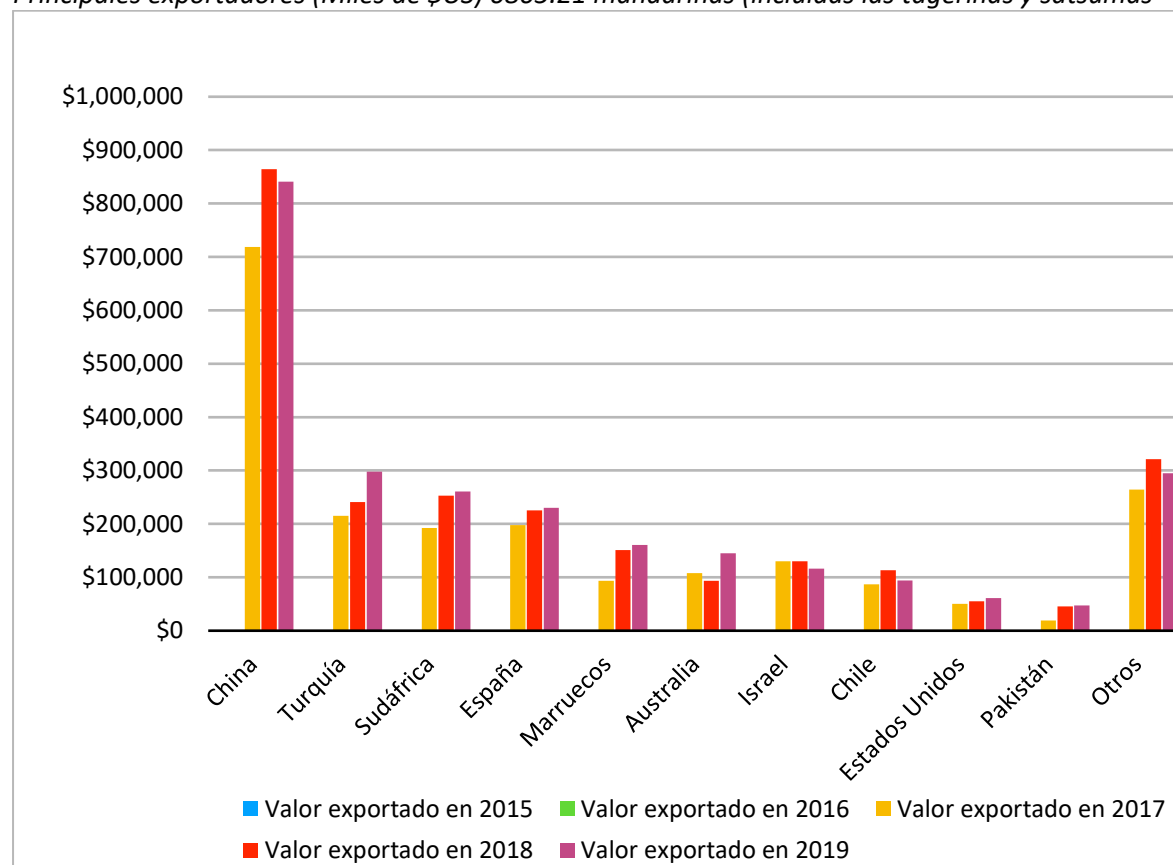


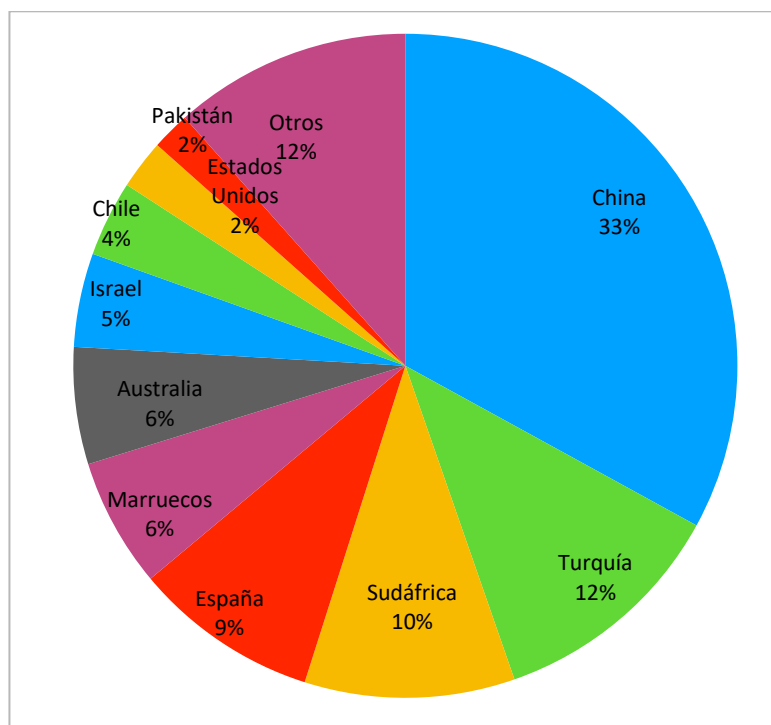
Gráfico 17. Principales exportadores (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Gráfico 18.

10 principales exportadores (Miles \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas tangerinas y satsumas) (2019)



Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Como se puede apreciar en la tabla y los gráficos precedentes, Al igual que en la sección sobre la producción mundial, se puede apreciar que China lidera las exportaciones mundiales de mandarina cubriendo la tercera parte de la oferta exportable a nivel internacional, seguida por Turquía y Sudáfrica. Asimismo cabe destacar el crecimiento en las exportaciones de este producto desde el año 2017.

De otro lado, de acuerdo a la información recopilada en Trade Map el Perú ocupó la posición número 13 como exportador de esta subpartida.

3.4 Principales 10 proveedores mundiales del producto en el mercado de destino (Malasia). Últimos 5 años

Tabla 10.

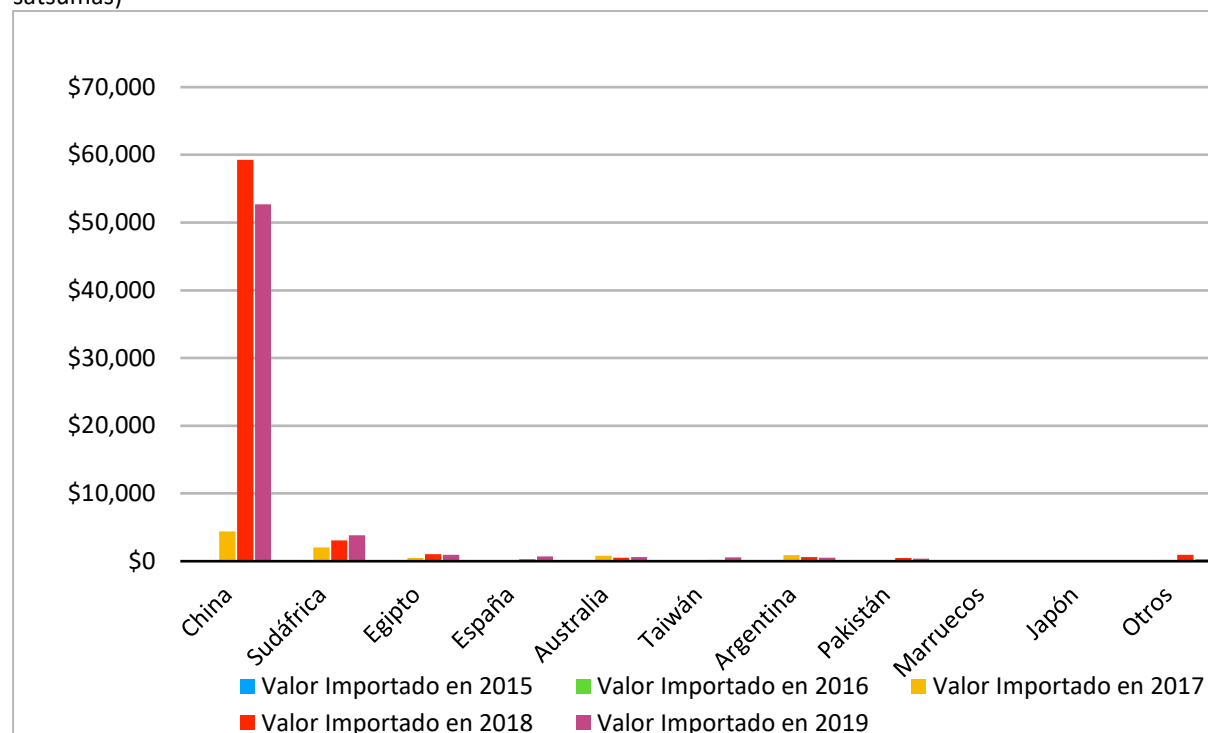
10 principales proveedores a Malasia (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)

Países Proveedores	Valor Importado en 2015	Valor Importado en 2016	Valor Importado en 2017	Valor Importado en 2018	Valor Importado en 2019
China	0	0	4388	59274	52679
Sudáfrica	0	0	2021	3080	3829
Egipto	0	0	467	1018	960
España	0	0	86	265	700
Australia	0	0	803	504	627
Taiwán	0	0	0	179	591
Argentina	0	0	921	624	540
Pakistán	0	0	69	475	358
Marruecos	0	0	0	112	146
Japón	0	0	26	60	122
Otros	0	0	185	949	294

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Gráfico 19. 10 principales proveedores a Malasia (Miles de \$US) 0805.21 mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)



Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

En línea con su calidad de principal productor y exportador mundial del producto, en la tabla y los gráficos precedentes se puede apreciar que China también es el principal proveedor de mandarinas para Malasia, cubriendo cerca del 90 por ciento del mercado, seguido por Sudáfrica y Egipto que cubren el 6 y el 2 por ciento respectivamente. Cabe mencionar que si bien China tiene una presencia bastante importante, el mercado malasio para las mandarinas tiene una tendencia a seguir creciendo, como se ha podido apreciar en páginas anteriores.

CAPÍTULO 4: MERCADO POTENCIAL

4.1 Tendencias generales del mercado y consumidor

El consumo de frutas en general viene observando un crecimiento constante en Malasia. Individualmente, por cada tipo de producto, el consumo de fruta creció en los últimos años, con una proyección a que todos los productos crezcan en diversas magnitudes hasta el año 2023². Particularmente para las naranjas mandarinas y tangerinas se espera una tasa de crecimiento anual de 178.5 por ciento. No obstante, se observa un crecimiento importante en la categoría « otras frutas » con un volumen total de 1,7 millones de toneladas, que incluye, entre otras, frutas que se cultivan localmente como durians, rambutans y langsat. Cabe mencionar que los plátanos son el producto de mayor consumo exclusivo en Malasia con un volumen de 500 000 toneladas. Asimismo, las naranjas, manzanas y peras tienen aproximadamente el mismo volumen, mientras que los melocotones, ciruelas y uvas tienen volúmenes más pequeños con menos de 100 000 toneladas respectivamente. También las cerezas, los arándanos y los limones experimentaron un crecimiento de dos dígitos entre los años 2013-2018, con una expectativa de crecimiento más alta a futuro.

Asimismo, cabe mencionar que si bien el consumo de frutas y verduras está creciendo en Malasia, las tasas de consumo generales son bajas en comparación con otros países de la región. Según una encuesta de salud nacional realizada por el ministerio de salud de Malasia en 2019, solo el 6% de la población consumía una cantidad suficiente de frutas y verduras en Malasia, aunque esta proporción está aumentando³. Entre los factores que explican el menor consumo de frutas y vegetales frescos en Malasia, se encuentra el equilibrio entre el trabajo y la vida de los malasios. Ello debido a que el mercado laboral en Malasia es altamente competitivo, ocasionando que muchos trabajen muchas horas extras para mantenerse al día con la carga de trabajo, reduciendo así el tiempo disponible para comprar y consumir frutas y verduras frescas. No obstante, el vegetarianismo y el veganismo están creciendo en el país. Hoy se estima que hay aproximadamente 2 millones de vegetarianos, representando aproximadamente el 5% de la población. Como es común en muchas naciones de la región, existe una tendencia hacia el consumo de productos saludables, promovidos también por el gobierno. En términos de origen étnico, hay evidencia que sugiere que los consumidores de origen étnico chino tienen el nivel más alto de consumo de frutas y verduras, mientras que los consumidores de origen étnico malayo tienen el más bajo.

² The Food and Beverage Market Entry Handbook: Malaysia: a Practical Guide to the Market in Malaysia for European Agri-food Products (Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2020), pág. 82.

³ http://www.iku.gov.my/images/IKU/Document/REPORT/NHMS2019/Report_NHMS2019-NCD_v2.pdf

En general, las frutas y verduras se encuentran fácilmente disponibles con los mercados nocturnos conocidos como *Pasar malam*, sin embargo, como se ha mencionado, el equilibrio entre la vida laboral y la vida personal de los malasios afecta el consumo de frutas y verduras a pesar de la disponibilidad. De igual manera, el precio es un factor clave en la decisión de compra, ya que muchas personas de bajos ingresos no pueden comprar normalmente frutas y verduras importadas. Las frutas de producción nacional, que incluyen durian, mangostán y rambután, se encuentran fácilmente disponibles y son más baratas que las frutas importadas, lo que ayuda a aumentar las ventas de los productos nacionales.

De otro lado, en las zonas más pudientes, que son la mayoría en las grandes ciudades, las frutas y verduras se apilan por producto en los estantes de los supermercados, por lo que es fácil para los consumidores encontrar los productos que buscan. Evidentemente, los precios varían entre los diferentes tipos de frutas y verduras, siendo a aquellas provenientes de otros países, como Europa, Estados Unidos o Australia, las que se venden al por menor en un rango de MYR 9.00-20.00 (USD 2.00-5.00) por 100 gramos. En comparación, la fruta producida localmente y la de los países vecinos se vende usualmente en el rango MYR 2.00-9.00 (USD 0.50-2.00) por 100 gramos. Las promociones de precios de la fruta premium importada son raras.

4.2 Acceso al mercado

4.2.1 Barreras arancelarias

Al revisar diversas fuentes, incluyendo la herramienta Market Access Map, no se ha podido ubicar la partida 0805.21.00, sin embargo la partida más cerca para el producto en investigación, es la 0805.20.11.0 que considera también mandarinas (incluidas tangerinas y satsumas). Consecuentemente, se ha podido identificar que el régimen arancelario aplicado es el de Nación Más Favorecida (NMF) con relación al Perú, aplicando un arancel de 5% como derecho de aduana y un Equivalente Ad Valorem (EAV) también del 5%.

4.2.2 Barreras no arancelarias legales / voluntarias

- Barreras no arancelarias legales

En el caso de las mandarinas, se debe completar un análisis de riesgo de plagas (ARP) antes de la importación, sobre todo en caso que un país no haya exportado previamente el producto en cuestión a Malasia. Para este producto específico, la Embajada del Perú en Malasia en coordinación con SENASA han logrado el ARP por lo que este requisito se encuentra cumplido para el ingreso de mandarinas al mercado malasio.

Adicionalmente, de acuerdo a los procedimientos de aduanas se requiere un permiso de importación para cada envío, así como los siguientes requisitos generales para toda importación a Malasia:

Nombre	Descripción	Preparado por	Idioma
Factura de vía aérea	Documento con los detalles del transporte de productos por vía aérea y acredite el contrato de transporte entre el expedidor y la empresa del transportista. Se puede utilizar una guía aérea para el transbordo múltiple de productos.	Transportista (o su agente)	Usualmente Inglés
Conocimiento de embarque	Documento con los detalles del transporte internacional de productos por mar.	Transportista (o su agente)	Usualmente Inglés
Factura comercial; Factura de proforma	Factura comercial: documento que contiene los detalles de la transacción. Presentar en aduana por triplicado. Factura proforma: contiene detalles de esta transacción antes la factura respectiva. Puede ser necesaria en razón de los detalles adicionales que contiene.	Exportador	Inglés
Declaración de importación de aduanas	Documento que declara las mercancías que se importarán. Para completar en línea o manualmente con envío por triplicado.	Importador	Inglés o malayo
Declaración de valor imponible	Documento que contiene toda la información para la evaluación del valor imponible de un envío. Requerido para importaciones comerciales con un valor superior a MYR 10 000.00.	Importador	Inglés o malayo

Nombre	Descripción	Preparado por	Idioma
Certificado de seguro	Documento que acredite que se ha firmado un contrato de seguro por la mercancía. Puede ser necesario para el despacho de aduanas.	Compañía de seguros del importador/exportador	Inglés
Manifiesto	Documento que notifica a las autoridades la llegada de un barco / avión y que resume las mercancías cargadas en el mismo.	Agente de carga (o su agente)	Inglés o malayo
Lista de empaque	Documento que contiene los detalles del envío, incluido el contenido de los paquetes, la descripción de las mercancías, las marcas y los números.	Exportador	Inglés
Registro de la empresa	Documento que acredite que la empresa está registrada en Malasia.	Importador	Inglés o malayo
Certificado de origen no preferencial	Un documento que acredite el origen no preferencial de las mercancías a importar. Si bien no siempre es necesario, la aduana puede solicitarlo para mercancías sin origen preferencial sobre las cuales la aduana tiene dudas.	Exportador	Usualmente Inglés

Fuente: Comisión Europea. Market Access Database

Adicionalmente, en lo que respecta específicamente a productos agrícolas existen requisitos de ingreso que se detallan a continuación⁴:

- Certificado de fumigación que confirme que el tratamiento de fumigación se ha realizado de acuerdo con los requisitos de cuarentena de Malasia. Se preparará en papel con membrete de la empresa (sin plantilla específica).
- Certificado fitosanitario emitido por las autoridades fitosanitarias del país de exportación, debe estar traducido al inglés o malayo.
- Análisis de riesgo de plagas para nuevas plantas y productos vegetales.
- Permiso de importación de plantas y productos vegetales que se puede obtener del Departamento de Servicios de Inspección y Cuarentena de Malasia (MAQIS) previa solicitud y una tarifa de MYR 15.00. Válido para una sola importación.
- Certificado de conformidad de productos agrícolas que debe solicitar el importador ante la autoridad federal de comercialización agrícola (FAMA).

⁴ The Food and Beverage Market Entry Handbook: Malaysia: a Practical Guide to the Market in Malaysia for European Agri-food Products (Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, 2020), pág. 38-39.

Finalmente, cabe mencionar con relación a las normas, medidas sanitarias y fitosanitarias que la Ley de Cuarentena Vegetal de 1976 y el Reglamento sobre Plagas Agrícolas y Plantas Nocivas (Importación/Exportación) de 1981 son los principales instrumentos legislativos que se refieren específicamente a las frutas y verduras. Como se señaló anteriormente, es necesario un análisis de riesgo de plagas para los productos exportados a Malasia por primera vez.

Cabe anotar que el sitio web del Ministerio de Agricultura contiene mayor información (incluida la legislación y enlaces a formularios de permisos). Aunque la sitio está en malayo, varios de los documentos se encuentran en inglés. Se puede acceder a través del siguiente enlace:

<http://www.doa.gov.my/index.php/pages/view/341?mid=90>

- Barreras no arancelarias voluntarias: Certificaciones

Malasia no requiere mayores certificaciones para la importación específica de frutas y vegetales a las mencionadas en el numeral precedente. No obstante, algunas certificaciones voluntarias apreciadas en productos agrícolas son⁵:

- Estándar de Comercio Justo para Organizaciones de Productores en Pequeña Escala (Fair Trade International): se aplica a las organizaciones agrícolas de pequeña escala que suministran productos de Comercio Justo;
- Agricultura Orgánica - Unión Europea (REGULATION (EU) 2018/848 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 30 May 2018): producción orgánica y etiquetado de productos orgánicos;
- China GAP: proyecto gubernamental que establece normas públicas voluntarias para la certificación de la producción agrícola primaria (incluidos cultivos, ganado y acuicultura).
- Fair Trade USA APS para grandes plantaciones e instalaciones: el propósito del Estándar de Producción Agrícola (APS) es establecer los requisitos para todos los productores agrícolas o grupos de productores certificados según los estándares de Fair Trade USA.

5 ITC Sustainability Map <https://www.sustainabilitymap.org/home>

Cabe anotar que esta no es una lista exhaustiva, sino ilustrativa de este tipo de certificaciones voluntarias.

4.3 Packaging (empaques y etiquetado)

A continuación se presenta los tipos de empaque en que suelen venderse las mandarinas y el etiquetado correspondiente.

4.3.1 Tipo de empaque

A manera de resumen, de acuerdo a la Parte VI de la Regulación sobre Alimentos⁶ se establecen los siguientes requerimientos para el empaque:

- No debe transmitir a su contenido ninguna sustancia tóxica, nociva o contaminante, o una sustancia que pueda contribuir al deterioro de los alimentos.
- No debe estar hecho de esmalte o loza vidriada que pueda transmitir plomo, antimonio, arsénico, cadmio o cualquier otra sustancia tóxica a los alimentos.
- No deber hecho de cloruro de polivinilo que contiene más de 1 mg/kg de monómero de cloruro de vinilo.
- No deber haber sido utilizado o estar destinado a ser utilizado para un producto no alimentario.

Además, existen restricciones sobre los envases que pueden reciclarse. No pueden reciclarse los sacos de azúcar, flores o harina; las botellas y los recipientes para aceites/grasas comestibles; los recipientes utilizados para productos de origen porcino; y las botellas de plástico. En el caso de cualquier caja o cajón que se haya utilizado previamente para vegetales puede utilizarse en la preparación, envasado y almacenamiento de frutas y viceversa.

En general, la venta de mandarinas y todo tipo de cítricos, se realiza en empaques de plástico, similares a los mostrados en el numeral 1.4. También, para el caso particular de las mandarinas, se pueden encontrar en bolsas ziplock holgadas con capacidad aproximada para 1 kg. Suele utilizarse mallas para presentar los cítricos según lugar de distribución. Particularmente durante la época de Año Nuevo Chino (entre enero y febrero) se suelen ofrecer también en cajas.

⁶ P.U.(A) 437/85 FOOD REGULATIONS 1985 incluyendo última enmienda - P.U. (A) 208/2020



Mandarina Año Nuevo Chino



Mallas de Mandarinas

4.3.2 Requisitos de etiquetado

En la Regulación sobre Alimentos⁷, Parte IV, se establecen los requerimientos para el etiquetado, a continuación se menciona aquellos más relevantes para el producto estudiado:

- El etiquetado de los alimentos importados puede estar en malayo o en inglés.
- Toda la información en la etiqueta debe ser clara.
- A menos que se indique lo contrario, todos los datos de la etiqueta deben estar escritos con una fuente no menor a 10 puntos; y debe tener la misma importancia que otra información proporcionada



PAQUETE MANDARINAS



MANDARINAS ZIPLOCK

en el paquete. Si el paquete fuera muy pequeño, los datos deben ser del tamaño más grande posible y no menor de 2 puntos.

⁷ P.U.(A) 437/85 FOOD REGULATIONS 1985 incluyendo última enmienda - P.U. (A) 208/2020

- Todas las letras deben aparecer en un color que contraste claramente con el fondo de modo que sea claro y legible.
- Las etiquetas deben ser legibles y estar marcadas de modo que perduren; ya sea en el propio material de embalaje o en una etiqueta que esté adherida de forma permanente al material de embalaje. Se puede colocar una etiqueta dentro del paquete si (1) el paquete está hecho de material transparente y (2) el alimento en el paquete no está listo para el consumo directo (o si lo está, hay un envoltorio interior separado que no esté en contacto con la etiqueta).
- Cada palabra deberá ser (1) todo en mayúsculas; (2) todo en minúsculas o (3) en minúsculas con una inicial en mayúscula. Existe una excepción para los símbolos unitarios de pesos y medidas aceptados internacionalmente.

Existen, además, otros requerimientos para el etiquetado que no son aplicables a frutas y vegetales frescos, sino más bien a productos envasados, carnes como el cerdo o la res, productos que deben describir los ingredientes que contienen, productos que producen hipersensibilidad, presencia de aceites, grasas comestibles o aditivos, fecha de producción, peso, volumen, entre otros.

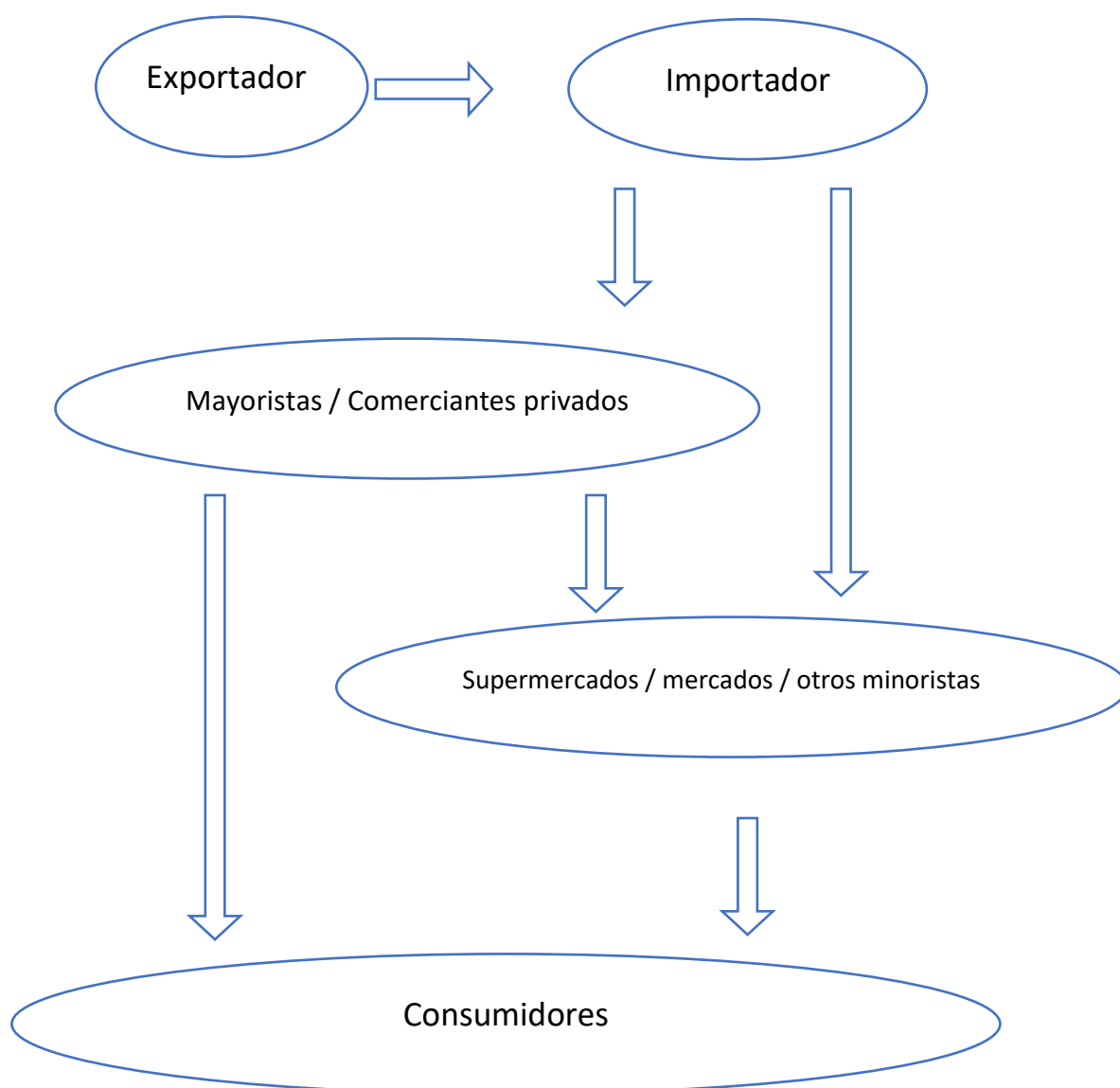
4.4 Canales de Comercialización

Los mayoristas dominan principalmente la cadena de distribución general de frutas y vegetales en Malasia. La mayor parte del suministro se distribuye a través de centros de distribución clave en la región central. La Autoridad Federal de Comercialización Agrícola (FAMA) adscrita al Ministerio de Agricultura e Industrias Alimentarias es responsable de la comercialización de productos agroalimentarios como vegetales, frutas y productos de la industria agropecuaria. Los supermercados, hipermercados y servicios de alimentos se abastecen de los mayoristas o directamente del centro de operaciones de FAMA.

Alrededor del 50-55% del volumen total de ventas de frutas y verduras en Malasia se realiza a través de canales minoristas (y el resto a través de servicios de alimentos y canales institucionales). Los mercados callejeros y populares son particularmente concurridos. En particular, en las zonas urbanas, el mercado nocturno conocido como *Pasar malam* ofrece frutas y verduras hasta altas horas de la noche y cuenta con una amplia variedad de ellas. La distribución minorista, se considera de importancia secundaria para estos canales. Entre los minoristas de alimentos, se estima que algo más de la mitad de la distribución se produce a través de los minoristas tradicionales, y los minoristas modernos, como los supermercados e hipermercados, representan el resto (poco menos del 50%). Cabe señalar que las ventas minoristas en línea continúan experimentando un crecimiento sustancial

en Malasia, que probablemente continuará debido a la pandemia del COVID-19 y al aumento del uso de este canal de distribución.⁸

A continuación se muestra un esquema simplificado sobre los canales de distribución de los productos agrícolas importados en Malasia⁹:



⁸ The participation of Malaysian fresh fruit and vegetable farmers in contact farming, Norsida Man, Nolila Mohd Nawi, Journal of agribusiness marketing vol 3 (2010) (<http://www.fama.gov.my/documents/20143/0/v3+5.pdf/14ccf7e0-870f-664b-ba72-66d9bdb53930>)

⁹ AN OVERVIEW OF FRUIT SUPPLY CHAIN IN MALAYSIA, Nor Azlina Zakaria Abdul Rahman Abdul Rahim, Faculty of Mechanical Engineering, Universiti Teknologi Malaysia (UTM) (2014) https://www.researchgate.net/publication/312197162_An_Overview_of_Fruit_Supply_Chain_in_Malaysia

4.5 Precio (evaluación de precios en el mercado de destino)

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro los precios se establecen principalmente por kilo del producto, oscilando entre los RM 16.90 y los RM 10.00 (al tipo de cambio de USD 1.00=RM 4.00 aproximadamente). Si bien se presentan precios principalmente de supermercados, el último ejemplo corresponde a un "wet market », lo que se conoce en Perú como un mercado de barrio, que es el lugar en donde la mayoría de malasios adquiere sus productos de diario, como se ha mencionado anteriormente. Si se considera que el precio promedio por tonelada FOB en 2020 fue de aproximadamente USD 1,058.00 (ver 2.2), si se considera el precio más bajo (USD 2,50) una tonelada de mandarinas se estaría vendiendo en Malasia a un precio no menor de USD 2,500.00, tendiendo el exportador un amplio margen de maniobra para negociar un precio competitivo por importadores malasios.

Cuadro 5.

Precio (evaluación de precios en el mercado de destino)

Mercado	Producto	Procedencia	Medida	Precio
Jaya Grocer	Honey Murcott Mandarin Oranges K9	Australia	1kg	RM 16.90 (USD 4.23)
Jaya Grocer	Clementine Mandarin Orange	España	1kg	RM 15.90 (USD 4.00)
Jaya Grocer	Honey Murcott Mandarin Orange K10	Sudáfrica	1kg	RM 12.90 (USD 3.23)
Jaya Grocer	Nadorcott Mandarin	N/A	1kg	RM 11.90 (USD 3.00)
Jaya Grocer	Nova Mandarin Oranges	Sudáfrica	1 paquete	RM 11.90 (USD 3.00)
Chow Kit	Nadorcott Mandarin	N/A	1kg	RM 10.00 (USD 2.50)

Cuadro 5. Precio (evaluación de precios en el mercado de destino)

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Propia

4.6 Promoción

4.6.1 Directa (ferias, misiones comerciales, ruedas, etc)¹⁰

Se presentan a continuación los dos principales eventos que cuentan con un gran número versiones y son los principales puntos de encuentro entre compradores y vendedores del rubro de alimentos y bebidas incluyendo productos frescos, en donde se podría promocionar no sólo las mandarinas sino también otros productos peruanos.

	Malaysian International Food & Beverage Trade Fair, MIFB
Lugar	KLCC Convention Centre, Kuala Lumpur
Fecha	Del 28 al 30 de julio de 2021
Frecuencia	Anual
Versión	21
Organizador	SPHERE EXHIBITS MALAYSIA SDN BHD
	Lot 1008, Level 10, Tower 2, Faber Towers, Jalan Desa Bahagia, Taman Desa, 58100 Kuala Lumpur, Malaysia.
	Tel : +60 3 7989 1133 Fax : +60 3 7988 0136
	https://sphereexhibits.com.my
Equipo del proyecto	https://mifb.com.my/about/
Sector principal	Alimentos y bebidas, pescados y mariscos, comida halal
Descripción	MIFB es el más grande evento de comercio enfocado en alimentos y bebidas de Malasia. Ofrece una plataforma para que las empresas de la industria exhiban sus productos y servicios. La Feria Comercial Híbrida MIFB 2021 permitirá a los visitantes y comerciantes internacionales de alimentos asistir a este evento desde cualquier país en el que se encuentren a través de la plataforma Business-to-Business. El versión MIFB 2019 posicionó a la feria como el evento comercial de alimentos y bebidas número uno en Malasia.

¹⁰ <https://www.matrade.gov.my/en/international-trade-event-list> y <https://sphereexhibits.com.my/trade-exhibitions/>

	Food & Hotel Malaysia, FHM
Lugar	KLCC Convention Centre, Kuala Lumpur
Fecha	Del 21 al 24 de setiembre de 2021
Frecuencia	Anual
Año inicio	1993
Organizador	INFORMA MARKETS
	Suite 5-01, Level 5, Sunway VISIO Tower, Lingkaran SV, Sunway Velocity, 55100 Kuala Lumpur, Malaysia
	Tel: + 60 3 9771 2688 Fax: + 60 3 9771 2799
	www.informamarkets.com
Equipo del proyecto	https://www.foodandhotel.com
Sector principal	Exhibición de alimentos, bebidas, hoteles, equipos para restaurantes y servicios de alimentos, suministros, servicios y tecnología relacionada
Descripción	Food & Hotel Malaysia (FHM), la feria de alimentos y hotelería más grande de Malasia, reúne a importantes tomadores de decisiones de la industria alimentaria y hotelera tanto locales como internacionales. En 2019 FHM atrajo a un total de 1.545 empresas participantes y 30.080 visitantes profesionales de 77 países. Se registraron un total de 7.742 "business match" en la aplicación móvil FHM 2019. FHM 2021 avanza hacia la digitalización con seminarios web relacionados a la industria, marketplace, "business match" en línea, entre otros.

Fuente: Adex Data Trade, Auma.de
Elaboración: Propia

4.6.2 Indirecta (e-commerce, market place, etc)¹¹

En este punto vale la pena mencionar plataforma Saladplate (<https://www.saladplate.com>) como un importante mercado mayorista internacional para el abastecimiento de alimentos, bebidas y productos de hospitalidad a nivel mundial.

¹¹ Fuente: Investigación de campo
Elaboración: Propia

De igual manera la plataforma Lazada (<https://www.lazada.com.my>), muy utilizada en Malasia, ofrece una importante oferta en cuanto productos frescos que puede aprovecharse

4.7 Clientes potenciales

A continuación se presenta la lista de los principales importadores malasios de productos frescos que, a su vez, distribuyen los productos los principales supermercados y tiendas del país:

Cuadro 6.

Clientes potenciales

N	Empresa	Correo	Teléfono	Web
1	Chop Tong Guan Sdn Bhd	sweeaik@ctg.com.my	+60 4 505 7711	http://www.tongguan.com.my/index.html
2	TY Import & Export Sdn Bhd	N/A	+60 3 4280 1755	http://ty.net.my
3	KHAISHEN TRADING Sdn Bhd	info@khaishen.com	+ 60 3 6120 6171	http://www.khaishen.com
4	Fruitable Fresh (M) Sdn Bhd	vincent@fruitable.com.my	+60 3 32920188	https://www.fruitable.com.my
5	Poo Trading Import & Export Sdn Bhd (PTIE)	mail@ptie.com.my	+60 4 502 2002	https://www.ptie.com.my

Cuadro 6. Clientes potenciales

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Propia

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

Existe un potencial mercado para las mandarinas peruanas que debe ir acompañado de un incremento en la producción con la finalidad competir con los países que ya tienen un mercado consolidado en Malasia como son China, España, Egipto, Sudáfrica, Australia, entre otros

Para iniciar una penetración importante en el mercado malasio el Perú necesita hacerlo a través de los principales importadores de productos frescos que a su vez facilitan la distribución del producto localmente.

Las ferias en Malasia son un espacio importante para conocer los productos aunque un acercamiento directo con los importadores podría representar un mejor costo-beneficio

CAPÍTULO 6: RECOMENDACIONES

Resaltar la experiencia peruana de exportar mandarinas a China que es el principal exportador mundial del producto, sería un punto de partida atractivo para los importadores malasios que principalmente suelen ser empresarios de ascendencia china.

Utilizar a los importadores como el medio para alcanzar los mercados y supermercados locales, en su gran mayoría se encargan también del empaquetado de acuerdo al lugar de distribución del producto.

Tener presente el potencial de participar en las ferias sobre bebidas y alimentos mencionados para posicionar no sólo el producto estudiado sino también los diferentes productos peruanos frescos.

BIBLIOGRAFÍA

- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) (2014) Sitio web: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichaproducto/117pdf2014Jul23.pdf>
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) Sitio Web: <https://www.sunat.gob.pe>
- Departamento Real de Aduanas de Malasia. Sitio web: <http://mysstext.customs.gov.my/tariff/>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) Sitio web: <https://www.gob.pe/midagri>
- HIPERMERCADOS METRO S.A. Sitio web: <https://www.metro.pe/Cyber-Metro>
- Jaya Grocer. Sitio web: <https://www.jayagrocer.com>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Producción agropecuaria, según principales productos, Sitio web: <https://www.inei.gob.pe>
- Asociación de Productores de Cítricos del Perú (ProCitrus), consultado en Agencia Agraria de Noticias (2019), Sitio web: <https://agraria.pe>
- Sistema Agrícola del MIDAGRI, Sitio web: <http://siea.minagri.gob.pe/portal/>
- ADEX DATA TRADE Sitio web: <http://www.adexdatatrade.com>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), Sitio web: https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=160.00000
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) Sitio web: <http://www.fao.org/faostat/es/?#data/QV>
- Trade Map, Sitio web: <https://www.trademap.org>
- Oficina de Publicaciones de la Unión Europea (2020) The Food and Beverage Market Entry Handbook: Malaysia: a Practical Guide to the Market in Malaysia for European Agri-food Products págs. pág. 38, 39 y 82 (2021) Sitio web: https://ec.europa.eu/chafea/agri/sites/chafea/files/malaysia-handbook-2020_en.pdf
- Ministerio de Salud de Malasia (2019) Non-Communicable Diseases: Risk Factors and other Health Problems (2021) Sitio web: http://www.iku.gov.my/images/IKU/Document/REPORT/NHMS2019/Report_NHMS2019-NCD_v2.pdf
- Comisión Europea. Market Access Database, Sitio web: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>
- P.U.(A) 437/85 FOOD REGULATIONS 1985 incluyendo última enmienda - P.U. (A) 208/2020 Sitio web: <http://fsq.moh.gov.my/v6/xs/dl.php?filename=8d5c76ef4e25e89a74bfe93dda41c2a5.pdf>

- ITC Sustainability Map <https://www.sustainabilitymap.org/home>
- Norsida Man, Nolila Mohd Nawi (2010) The participation of Malaysian fresh fruit and vegetable farmers in contact farming, Journal of agribusiness marketing vol 3 (2021) sitio web: <http://www.fama.gov.my/documents/20143/0/v3+5.pdf/14ccf7e0-870f-664b-ba72-66d9bdb53930>
- AN OVERVIEW OF FRUIT SUPPLY CHAIN IN MALAYSIA, Nor Azlina Zakaria Abdul Rahman Abdul Rahim, Faculty of Mechanical Engineering, Universiti Teknologi Malaysia (UTM) (2014) https://www.researchgate.net/publication/312197162_An_Overview_of_Fruit_Supply_Chain_in_Malaysia
- SPHERE EXHIBITS MALAYSIA SDN BHD Sitio web: <https://sphereexhibits.com.my/trade-exhibitions/>
- Malaysia External Trade Development Corporation (MATRADE) <https://www.matrade.gov.my/en/international-trade-event-list>
- Malaysian International Food & Beverage Trade Fair, MIFB Sitio web: <https://mifb.com.my/about/>
- INFORMA MARKETS Sitio web: www.informamarkets.com
- Food & Hotel Malaysia, FHM Sitio web: <https://www.foodandhotel.com>
- Saladplate Sitio web: <https://www.saladplate.com>
- Chop Tong Guan Sdn Bhd Sitio web: <http://www.tongguan.com.my/index.html>
- TY Import & Export Sdn Bhd Sitio web: <http://ty.net.my>
- KHAISHEN TRADING Sdn Bhd Sitio web: <http://www.khaishen.com>
- Fruitable Fresh (M) Sdn Bhd Sitio web: <https://www.fruitable.com.my>
- Poo Trading Import & Export Sdn Bhd (PTIE) Sito web: <https://www.ptie.com.my>