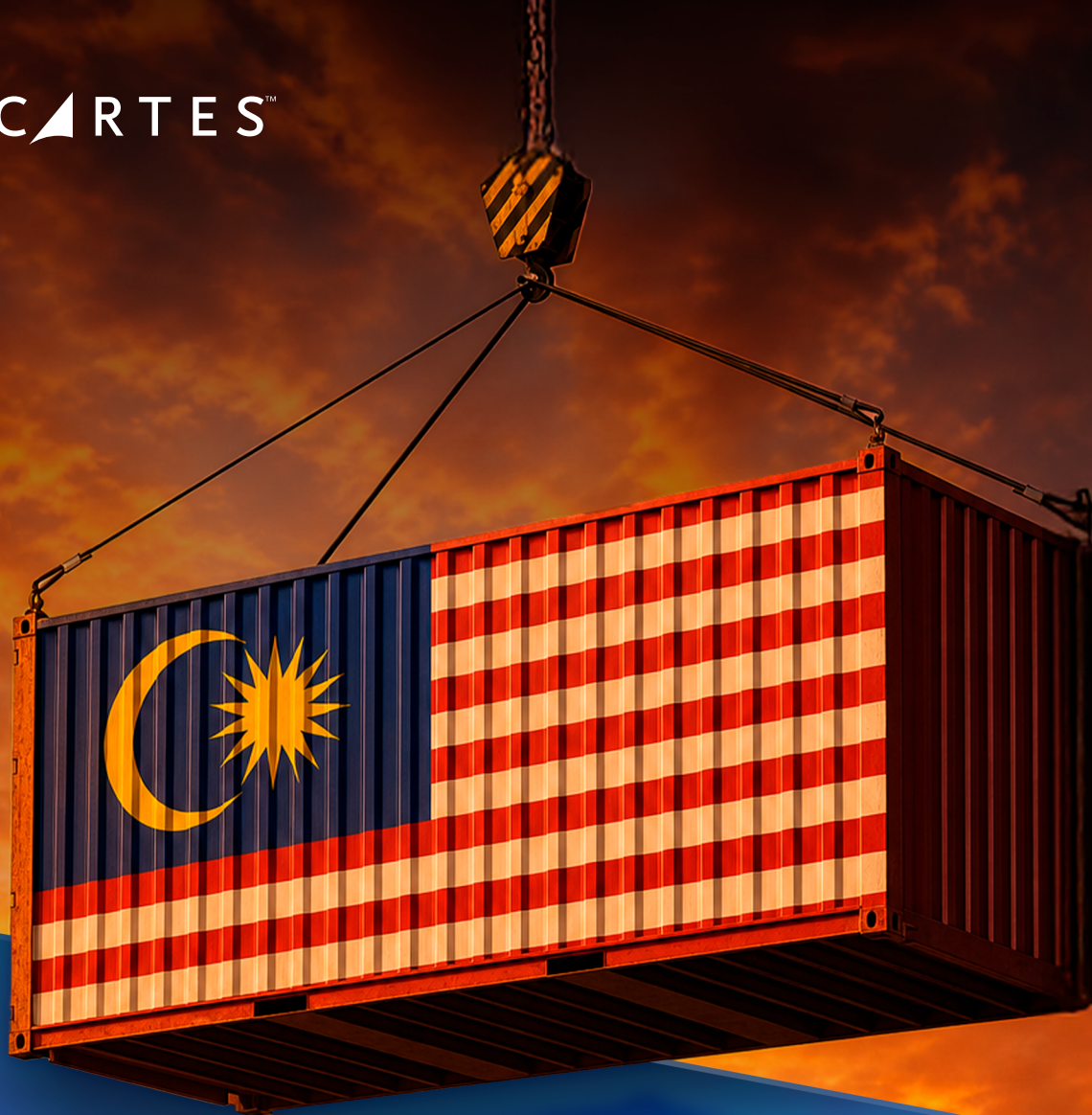


DESCARTES™



El mercado de Malasia cambió. ¿Su estrategia también?

Descubra las oportunidades y compare el ranking de los principales importadores y exportadores de América Latina en 2025.

Principales hallazgos

Malasia continúa fortaleciendo su posición como uno de los centros industriales y comerciales más relevantes del Sudeste Asiático. Su capacidad productiva, infraestructura logística y conectividad global la convierten en un socio estratégico para las economías latinoamericanas.

Los datos analizados revelan una alta concentración del comercio bilateral en mercados específicos, liderados por México en las importaciones y por Ecuador en las exportaciones. Al mismo tiempo, se identifican oportunidades para empresas que buscan diversificar mercados, optimizar costos y ampliar su presencia internacional mediante decisiones respaldadas por información confiable.

USD 17.9 B

IMPORTACIONES
DESDE MALASIA

USD 3.0 B

EXPORTACIONES
HACIA MALASIA

11 Países

MERCADOS LATAM
ANALIZADOS

México y Ecuador

LÍDERES DEL
COMERCIO BILATERAL

Fuentes: Descartes Datamyne™

Panorama del comercio entre América Latina y Malasia

Durante los últimos años, Malasia ha consolidado su papel como un actor clave en las cadenas globales de suministro, especialmente en sectores como manufactura avanzada, componentes electrónicos, productos químicos, bienes de consumo y logística internacional.

Para las empresas latinoamericanas, el mercado malasio representa una puerta de acceso al Sudeste Asiático, una de las regiones más dinámicas y económicamente vibrantes del mundo. Comprender cómo fluyen los intercambios comerciales entre ambas regiones permite a las empresas identificar oportunidades de expansión, detectar tendencias emergentes y fortalecer la competitividad internacional. El acceso a información detallada sobre importadores y exportadores, productos comercializados y movimientos del mercado se ha convertido en un factor determinante para la toma de decisiones estratégicas.



Principales países importadores de productos de Malasia

El análisis de las importaciones de productos de Malasia por parte de los principales países importadores evidencia una marcada concentración en ciertos mercados latinoamericanos. Esto refleja tanto la capacidad de compra de estos países como la relevancia de los productos malasios en de sus cadenas productivas y comerciales.



México es, por mucho, el principal país importador de productos malasios y representa la mayor parte de las importaciones.

POSICIÓN	PAÍS IMPORTADOR	CANTIDAD (VOLUMEN)	% CANT.	VALOR (USD)	% VALOR
1	MEXICO	1282.34 M kg	59.21%	\$16.28B	90.88%
2	ARGENTINA	518.64 M kg	23.95%	\$251.09M	1.41%
3	CHILE	176.10 M kg	8.14%	\$268.82M	1.51%
4	PERU	90.55 M kg	4.19%	\$237.39M	1.33%
5	COLOMBIA	35.73 M kg	1.65%	\$195.25M	1.1%
6	BOLIVIA (PLURINATIONAL STATE OF)	14.72 M kg	0.68%	\$39.78M	0.23%
7	PARAGUAY	14.66 M kg	0.68%	\$108.35M	0.61%
8	ECUADOR	12.82 M kg	0.6%	\$61.17M	0.35%
9	COSTA RICA	10.59 M kg	0.49%	\$424.20M	2.37%
10	PANAMA	5.43 M kg	0.26%	\$21.98M	0.13%
11	URUGUAY	2.89 M kg	0.14%	\$15.74M	0.09%
12	NICARAGUA	1.40 M kg	0.07%	\$11.50M	0.07%

Nota: Los datos están basados en Declaraciones de Aduana de los siguientes países: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela.

Además de México, países como Costa Rica, Chile, Argentina y Perú mantienen relaciones comerciales relevantes con Malasia, consolidando una red de intercambio que continúa creciendo y diversificándose. La presencia de estos mercados demuestra el potencial de la región para ampliar oportunidades de negocio mediante una mejor comprensión de la dinámica comercial internacional.

Principales exportadores hacia Malasia

Las exportaciones hacia Malasia muestran cómo distintos países latinoamericanos han logrado posicionar sus productos en un mercado altamente competitivo y conectado con las cadenas globales de valor.



Ecuador lidera las exportaciones regionales hacia Malasia, seguido por Perú, México y Costa Rica.

POSICIÓN	PAÍS PROVEEDOR	CANTIDAD (VOLUMEN)	% CANT.	VALOR (USD)	% VALOR
1	ECUADOR	156.38 M kg	22.41%	\$1.05 B	34.97%
2	PERU	154.97 M kg	22.21%	\$269.75 M	9%
3	MEXICO	133.78 M kg	19.18%	\$869.92 M	29.01%
4	COLOMBIA	100.27 M kg	14.37%	\$164.22 M	5.48%
5	CHILE	94.87 M kg	13.6%	\$276.45 M	9.22%
6	URUGUAY	43.87 M kg	6.29%	\$21.54 M	0.72%
7	BOLIVIA (PLURINATIONAL STATE OF)	6.49 M kg	0.93%	\$24.81 M	0.83%
8	COSTA RICA	2.33 M kg	0.34%	\$312.02 M	10.41%
9	PANAMA	2.11 M kg	0.31%	\$1.55 M	0.06%
10	PARAGUAY	1.87 M kg	0.27%	\$3.34 M	0.12%
11	NICARAGUA	922,265 kg	0.14%	\$7.30 M	0.25%

Los resultados reflejan oportunidades para que otros mercados latinoamericanos incrementen su participación mediante estrategias comerciales basadas en inteligencia de mercado, análisis competitivo y conocimiento profundo de la demanda internacional. La identificación de productos con mayor potencial y de sectores en crecimiento puede marcar la diferencia entre reaccionar al mercado y anticiparse a él.

Más allá de los volúmenes: dónde están las oportunidades

El volumen comercial no siempre refleja el verdadero potencial de un mercado. Al comparar el volumen y el valor de las importaciones, las empresas están mejor posicionadas para identificar países y las rentables. Algunos mercados pueden tener una participación relativamente pequeña en términos de volumen, pero una contribución significativa en términos de valor, lo que puede indicar una especialización en productos de mayor valor agregado.

Para las empresas que buscan expandirse internacionalmente, este tipo de análisis permite enfocar recursos en las oportunidades con mayor potencial de retorno.



Los datos revelan oportunidades que no siempre son visibles a través de los indicadores tradicionales de volumen comercial. Por ejemplo, mercados como Costa Rica muestran un valor por kilogramo extremadamente alto en comparación con los grandes volúmenes totales.

Inteligencia comercial en acción

En un entorno global cada vez más competitivo, la información confiable se ha convertido en una ventaja estratégica. Las soluciones de Descartes Datamyne™ permiten acceder a registros detallados de comercio internacional para identificar compradores, proveedores, productos, volúmenes, valores y tendencias de mercado.

Con acceso a datos reales y actualizados, las empresas pueden:



Identificar nuevos clientes y proveedores.



Monitorear la actividad de competidores.



Detectar tendencias emergentes.



Evaluar oportunidades de expansión internacional.



Reducir riesgos en la toma de decisiones.

La inteligencia comercial permite sustituir la incertidumbre por información accionable.

Ejemplos de registros comerciales

El acceso a registros detallados de comercio internacional permite comprender cómo se mueven los productos a través de las cadenas globales de suministro y quiénes participan en cada operación.

Caso 1: Ejemplo de exportación

EXPORTADOR REAL

Empresa 1

DESTINO / COMPRADOR

Empresa 2

Mercancía	F865***** (Material promocional)
Código Arancelario	HS 4911.9***** (Otros impresos y material de industrias gráficas)
Logística y Valor	Modo: Terrestre (ROAD) Volumen: 160 kg Valor Comercial: USD 204,61

Caso 2: Ejemplo de importación

PROVEEDOR REAL

Empresa 1

IMPORTADOR DE DESTINO

Empresa 2

Mercancía	BAT***** (Productos promocionales y decorativos)
Código Arancelario	HS 9703***** (Obras originales de estatuaria o escultura)
Logística y Valor	Modo: Aéreo (AIR) Cantidad: 1 unidad (4.20 kg) Valor Comercial: USD 147,94

Fuentes: Descartes Datamyne™

Este tipo de información permite identificar relaciones comerciales activas, analizar mercados y descubrir nuevas oportunidades de negocio con absoluta visibilidad aduanera.

Conclusiones estratégicas

El análisis de los flujos comerciales entre América Latina y Malasia demuestra que las oportunidades de crecimiento internacional continúan expandiéndose para las empresas que cuentan con información precisa y actualizada. La capacidad de identificar tendencias, monitorear mercados y comprender la actividad de los competidores permite tomar decisiones más rápidas y fundamentadas.

Cómo los datos comerciales impulsan mejores decisiones

- ✓ **Identificar mercados con mayor potencial de crecimiento.**
- ✓ **Descubrir oportunidades de mayor valor agregado.**
- ✓ **Monitorear competidores y socios comerciales.**
- ✓ **Anticipar cambios en la demanda global.**
- ✓ **Reducir riesgos mediante decisiones basadas en datos reales.**
- ✓ **Fortalecer estrategias de expansión internacional robustas.**

Transforme los datos en ventajas competitivas

Las oportunidades de negocio valiosas suelen estar ocultas entre millones de registros globales. Con Descartes Datamyne™, su empresa obtiene acceso a información estratégica sobre importaciones, exportaciones, competidores, tendencias de mercado y oportunidades de crecimiento internacional.

Transforme datos en decisiones más inteligentes y descubra nuevas posibilidades para expandir su negocio.