

## Estudio del Mercado Internacional

### Tamaño de Mercado

A continuación se detallan el tamaño de la población y las importaciones totales de los países integrantes del continente asiático para el período 2005.

**Tabla14:** Tamaño de la población e importaciones totales (USD)

<i>País</i>	<i>Población</i>	<i>Importaciones totales (USD)</i>
<i>Afganistán</i>	22,664,136	-----
<i>Bangladesh</i>	123,062,800	20,6 Billones
<i>Bhután</i>	1,822,625	54.8 Millones
<i>Brunei</i>	361.400	-----
<i>Camboya</i>	13,600,000	78.6 Billones
<i>China</i>	1,300,000,000	39.2 Trillones
<i>Corea del Sur</i>	48,100,000	35.6 Billones
<i>Filipinas</i>	83,000,000	55.5 Billones
<i>Hong Kong</i>	6,800,000	160,6 Billones
<i>India</i>	1,100,000,000	17.2 Billones
<i>Indonesia</i>	217,000,000	26.5 Billones
<i>Japón</i>	127,100,000	10.2 Trillones
<i>Kazajstán</i>	16,916,463	43.2 Billones
<i>Kirguizistán</i>	4,529,648	42.2 Billones
<i>Laos</i>	5,800,000	25.3 Billones
<i>Malasia</i>	25,200,000	99.7 Billones
<i>Maldivas</i>	270,758	66.1 Millones
<i>Mongolia</i>	2,496,617	77.1 Billones
<i>Myanmar</i>	45,975,625	-----
<i>Nepal</i>	25,200,000	30.6 Billones
<i>Pakistán</i>	152,100,000	23.6 Billones
<i>Singapur</i>	4,300,000	-----
<i>Sri Lanka</i>	19,400,000	42.1 Billones
<i>Tadjikistan</i>	6,400,000	89.5 Billones
<i>Tailandia</i>	62,400,000	58.9 Billones
<i>Taiwán</i>		-----
<i>Turkmenistán</i>	4,900,900	47.4 Billones
<i>Uzbekistán</i>	23,418,381	-----
<i>Vietnam</i>	82,200,000	67.6 Billones

Fuente: Banco Mundial. Estadísticas de Agosto del 2005

Como se puede apreciar claramente en la tabla, los principales potenciales mercado en cuanto a la relación de su tamaño e importaciones totales son China y Japón. China posee una población de 1,300,000,000 habitantes y una cantidad aproximada de importaciones en dólares americanos (USD) de 39,2 trillones. Por su parte, Japón, si bien no cuenta con tanta población como China



(127,100,000 habitantes) es un gran importador de productos ya que para el período 2005 se registraron 10,2 trillones (USD).

En menor línea, se puede citar a países como Malasia, Tadjikistan, Vietnam y Corea, donde sus importaciones en el año 2005 rondan entre los 30 y 160 billones de USD.

Muy por debajo de estos primeros grupos de países encontramos a los demás, donde se puede destacar a Indonesia Pakistán e India, los cuales presentan un mínimo potencial en relación a su tamaño de población e importaciones totales.

## China

### Competencia

El mercado de productos lácteos (quesos) está experimentando un muy fuerte crecimiento en los últimos tiempos. Ello se debe a la voluntad del Gobierno de fomentar su consumo para así, además de nutrir a su población, potenciar el desarrollo de las zonas rurales de producción. De un consumo de 1.400.000 Tm. en 2002 se pasó a 1.600.000 en 2003, un incremento de casi un 20%. El consumo per cápita en China es actualmente 15Kg., lo cual supone un aumento asombroso. Sin embargo, este aumento en el consumo no ha podido ser seguido por la producción, con lo cual ha devenido necesaria la importación de productos lácteos. Los quesos son un producto de fortísimo potencial en el mercado chino. Aunque las importaciones de quesos supusieron sólo el 10% del total de productos lácteos en 2003, el aprecio que muestran los chinos por este alimento va en aumento.

### Producción nacional

La producción de la industria láctea china fue, en los primeros meses de 2005, de 5.500 millones USD, según la Asociación China de Productos Lácteos. Los beneficios alcanzaron 336,9 millones USD en 2005, un 51,89% más que el año anterior. Estas cifras indican un crecimiento casi exponencial de la oferta de productos lácteos en los últimos años, debido al apoyo del Gobierno chino y al buen hacer de las empresas locales. Existen empresas chinas muy fuertes; tanto es así que las 10 primeras controlan el 53% del mercado. Las principales son:

- Yili (Facturación: 500 mill USD, 2005).
- Mengniu (Facturación: 600 mill USD, 2005).
- Bright (Facturación: 600 mill USD, 2005)
- Sanyuan
- Sanlu
- Wandashan

### Importaciones

Las importaciones de productos lácteos de China en 2005, incluyendo reexportaciones desde Hong Kong, excedieron los 400 millones de USD.

En el primer semestre de 2005, las importaciones de quesos aumentaron en un 76% respecto al mismo periodo en el año anterior (hasta 87.624 Tm).

Los principales exportadores de quesos a China son:

**Tabla 15:** Principales exportadores de quesos a China (millones de USD)

<i>País</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>03 % Cuota</i>	<i>04 % Cuota</i>	<i>05 % Cuota</i>
Mundo	3976013	5732621	9753471	100,00	100,00	100,00
Nueva Zelanda	2237131	3705366	6267959	56,27	64,64	64,26
Australia	615062	799458	1702373	15,47	13,95	17,45
Estados Unidos	658757	367874	487408	16,57	6,42	5,00
Alemania	103777	91848	382477	2,61	1,60	3,92
Francia	159213	370716	298065	4,00	6,47	3,06

Fuente: Cámara de Comercio exterior de China

Nueva Zelanda domina el mercado de los quesos frescos, fundidos, y “otros”, con un 82%, 81%, y 58%, respectivamente, del total de importaciones.

Los quesos que más se ven en los estantes de los supermercados en China son: cheddar, mozzarella, brie, y camembert. Los formatos preferidos por los chinos son: lonchas, rallado, untar, y porciones.

#### Principales Marcas proveedoras de quesos

Las marcas extranjeras con más presencia son:

- Anchor (NZ)
- Valumetric (NZ)
- Mother’s Choice (Australia)
- Président (Francia)
- Entremont (Francia)
- Arla (Dinamarca)
- Dairyland (Dinamarca)
- Kraft (EEUU) .

#### Ambiente Legal

##### Barreras arancelarias e impuestos

Se aplican dos tipos de impuestos a los quesos importados: los derechos de aduana y el impuesto sobre el valor añadido (IVA importación). Estos impuestos se aplican sobre el valor CIF (Cost Insurance Freight) de las mercancías. El IVA es uniforme, con una tarifa del 17%. No se aplica el impuesto al consumo a este tipo de productos por lo que debe aplicarse una tarifa del 0%.

Estas barreras impuestas por el gobierno chino se encuentran detallados en el anexo del presente trabajo.

### Normativa de etiquetado

El AQSIQ, la Administración Estatal para la Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena, está a cargo de las consultas, examen, control y registro de etiquetado.

En el año 2000 se publicó una ley que exige la presentación de un embalaje completo, además de obligar a la impresión directa de la información en el paquete, en color, en el idioma original traducida al chino. Esto sin duda supone un coste mayor para los productores o sus importadores.

A lo que obliga la ley, es a la inclusión de una contraetiqueta (no una pegatina en blanco y negro). En esta deberá incluirse la información que se detalla a continuación, tras lo cual deberá ser aprobada por las autoridades y debidamente certificada.

- Nombre del producto
- Lista de ingredientes
- Contenido neto y contenido sólido
- Nombre y dirección del fabricante
- Nombre y dirección del distribuidor
- Indicaciones de fechas e instrucciones de almacenaje
  1. Fecha de producción, periodo de validez o de almacenaje
  2. La fecha deberá de ser indicada en el formato AA/MM/DD
  3. Se podrá indicar de la siguiente manera la fecha de caducidad:
    - a. “de preferencia consumir antes de....” “a consumir antes de .....
    - b. “Validez hasta ....” “Conservación hasta .....
    - c. “Periodo de validez ....meses” “Periodo de conservación:....meses”
- Categoría de calidad
- Código del estándar aplicado al producto
- Otros requisitos adicionales

#### Requisitos básicos:

- El etiquetado no deberá de desprenderse del envase del producto.
- La etiqueta del producto deberá ser resistente a cualquier contratiempo surgido durante el proceso de su distribución. El contenido del etiquetado no podrá mostrarse ilegible o borroso, deberá ser presentado en su totalidad de manera clara y legible al momento de la compra del producto por el consumidor.
- El contenido del etiquetado deberá ser: claro, conciso, y legible. Las letras, códigos y gráficos deberán ser: directos, fáciles de comprender, y deberán utilizarse colores que contrasten para el fondo y para las letras.
- El nombre del producto deberá estar ubicado en un lugar visible del etiquetado. El nombre del producto y su contenido neto deberán estar dentro de una misma perspectiva visual.
- Los ideogramas chinos utilizados en el etiquetado deberán ser ideogramas estándar (simplificados).
- Podrá utilizarse la alfabetización fonética pinyin en el etiquetado, siempre y cuando esta sea correcta, y la mención en pinyin sea más pequeña que la mención en ideogramas chinos.



- Podrán incluirse menciones en idiomas de las minorías étnicas de China, o en idiomas extranjeros, teniendo en cuenta que estas menciones tendrán que corresponder estrictamente a las menciones en idioma chino, y la mención en idioma extranjero no podrá superar en tamaño a las menciones en idioma chino.
- Las indicaciones de medidas deberán ser las unidades reglamentarias nacionales, como son:
  1. PESO: Gramos (gr.) o Kilos (kg.)
  2. VOLUMEN: Mililitros (mL. o ml.) o Litros (L. o l.)

Los importadores deben preparar las etiquetas y someterlas a la aprobación de los organismos autorizados por AQSIQ antes de la llegada de la mercancía a puerto chino. El procedimiento de registro de etiquetas se debe efectuar en alguno de los centros de control y supervisión sanitario de los productos alimentarios importados: Dalian, Tianjin, Beijing, Qingdao, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, o Zhuhai. Las etiquetas tienen validez para toda China.

#### Marco Jurídico de la Distribución

El 1 de junio de 2004 entraron en vigor las Medidas para la Administración de Inversiones Extranjeras en el Sector Comercial. Estas medidas vienen a abrir el país a las empresas extranjeras en cuanto a la distribución de sus productos.

Actualmente una empresa extranjera (agente, minorista, mayorista, o franquicia) establecida en China puede importar y exportar libremente y vender sus productos, aunque éstos no hayan sido elaborados en China, salvo una serie de restricciones relacionadas con medicinas, sal, tabaco, y determinados productos químicos. Anteriormente, antes de la inclusión de China en la OMC, esto no era posible.

## Japón

### Competencia

#### Producción nacional

La producción de quesos en Japón es muy modesta debido a la escasez de materia prima y a la inexistente tradición del queso dentro de la gastronomía del país. Asimismo las condiciones climáticas son menos favorables que en otros países.

Las exportaciones japonesas de queso son prácticamente inexistentes y únicamente se dan a países como Taiwán o Corea del Sur y en un volumen escasísimo.

A continuación se detalla la relación entre la producción y la importación de quesos.

**Tabla16:** Relación entre producción e importación de quesos en Japón (en Toneladas)

	2001	2002	2003	2004
<i>Producción doméstica</i>	34,9	36,5	33,7	34,3
<i>Importaciones</i>	176,8	184,5	202,3	199,5
<i>Total</i>	211,7	221	236	233,8
<i>Peso relativo de las importaciones</i>	83,5%	83,4%	85,5%	85,3%

Fuente: Cámara de Comercio Exterior de Japón

Como se puede observar, las importaciones tienen un gran peso relativo en el consumo de quesos en el Japón, donde las mismas abarcan más del 80 % del consumo de estos productos.

Las principales empresas productoras de Japón son:

- Morinaga Milk Industry Co
- Meiji Milk Products Co
- Snow Brand Milk Products Co

Es importante además, analizar la utilización del queso importado en Japón, es decir dividir en productos importados para el consumo final y aquellos utilizados para la elaboración de quesos procesados. A continuación se detalla este aspecto.

**Tabla17:** Distinción entre quesos para consumo final y aquellos para elaborar otros (en Toneladas)

		2001	2002	2003	2004
<i>Queso para consumo directo</i>	<i>Producción Nacional</i>	14827	15977	14628	14159
	<i>Importaciones</i>	104666	111881	127903	128788
	<i>Total</i>	119493	127858	142531	142947
	<i>Peso relativo de las importaciones</i>	87,6%	87,5%	89,7%	90,1%
<i>Queso utilizado para la elaboración de quesos procesados</i>	<i>Producción Nacional</i>	20093	20534	19041	20188
	<i>Importaciones</i>	72196	72662	74394	70744
	<i>Total</i>	92289	93199	93435	90932
	<i>Peso relativo de las importaciones</i>	78,2%	78,0%	79,6%	77,8%

Fuente: Cámara de Comercio Exterior de Japón

Es importante apreciar aquí, que las importaciones, como se mencionó anteriormente, tienen un peso muy importante en el consumo interno de quesos. Los productos para consumo final son casi en su totalidad importados, como se puede observar, abarcan el 90 % del los mismo, tendencia que se encuentra en alza. Esto es muy importante para el presente estudio, ya que este, básicamente consiste en la exportación de quesos para consumo final. Es aquí donde se cree en forma preliminar que Brookner S.A. podría encontrar un nicho importante de mercado para comercializar sus productos.

### Importaciones

A continuación se detallan los principales proveedores de quesos al Japón

**Tabla18:** Principales Exportadores (miles de Toneladas)

	2001		2002		2003		2004	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
<i>Australia</i>	78,45	41,97	89,59	43,68	80,03	39,60	93,06	45,72
<i>Nueva Zelanda</i>	50,66	27,10	49,68	24,22	53,41	26,43	45,13	22,17
<i>Dinamarca</i>	12,44	6,65	13,03	6,35	14,16	7,01	11,88	5,84
<i>Francia</i>	4,92	2,63	5,70	2,78	6,20	3,07	6,69	3,29
<i>Italia</i>	2,49	1,33	3,15	1,53	4,10	2,03	4,47	2,20
<i>Holanda</i>	7,59	4,06	9,13	4,45	10,24	5,07	11,34	5,57
<i>Alemania</i>	7,82	4,18	10,85	5,29	12,30	6,09	12,18	5,98
<i>Estados Unidos</i>	4,02	2,15	4,34	2,11	4,47	2,21	4,31	2,12

Fuente: Japan Tariff Association



Las importaciones por países muestran un predominio de Australia y Nueva Zelanda. Ambos mercados abarcan más del 60% de las importaciones japonesas. Fundamentalmente esto se debe a factores como:

- Proximidad geográfica.
- Alta capacidad productora.
- Buenas comunicaciones con Japón y posibilidad de un aprovisionamiento de manera continua.

En Japón, las tradings toman un rol bastante importante en las etapas de importación y distribución. Las principales empresas importadoras del mercado japonés son:

- Mitsubishi
- Mitsui & Co
- Tomen Corporation
- Itochu Corporation
- Marubeni Corporation
- Sumitomo Corporation

### Ambiente Legal

#### Barreras arancelarias

Con el objeto de favorecer a la industria japonesa, las importaciones de queso natural para ser procesado en Japón están parcialmente sujetas a una cuota libre de aranceles.

La importación de quesos sí están sujetos a los gravámenes recogidos en el régimen general de la Ley de Aduanas y Aranceles. La Ronda Uruguay disminuyó los aranceles para los países pertenecientes a la Organización Mundial del Comercio y así cada año los aranceles disminuyen.

Los mismos son descriptos en el anexo del presente trabajo.

#### Ley sobre la higiene de los alimentos

Con el objetivo de verificar la higiene de los alimentos para garantizar la seguridad de los consumidores, cualquier producto de alimentación, incluido el queso, está sujeto a esta Ley. Los importadores están obligados a entregar una Notificación para la Importación de Alimentos a la Oficina de Cuarentena de la autoridad aduanera del puerto de entrada. Según la documentación facilitada se llevará a cabo o no un examen de la mercancía.

La sociedad japonesa es muy sensible a la higiene de los alimentos y los estándares de calidad son sumamente elevados.

#### Normativa de etiquetado

Todos los productos de alimentación que se venden en Japón, tanto de origen nacional como internacional, están sujetos a unos requerimientos de etiquetado. Esta normativa exige un etiquetado en japonés, con las siguientes partidas:

- Nombre del producto
- Lista de Ingredientes
- Lista de aditivos





- Peso neto
- Fecha de caducidad
- Método de conservación
- País de origen
- Nombre del importador y del exportador

Además, los fabricantes e importadores de quesos están obligados a incluir en su etiquetado los principales nutrientes y las calorías de acuerdo con la Ley de Etiquetado de Productos de Nutrición. El etiquetado incluirá la siguiente lista de componentes nutricionales por cada 100 gramos consumidos:

- Calorías
- Proteínas
- Grasas
- Azúcares
- Sodio

## Corea del Sur

### Competencia

#### Producción Nacional

Se estima que el consumo de queso en Corea excederá los 15,000 Tm en el 2006, tres veces más que el nivel de 5,778 Tm, obtenidos en el 2001. La producción total en Corea es de 12,000 Tm. Es importante aclarar aquí que este número de producción domestica incluye la importación de quesos para ser procesados posteriormente.

#### Mercado general de los quesos

La producción local de quesos en Corea se dividen en productores de quesos naturales y quesos procesados. Los primeros abarcan el 65% del total consumido en el país, mientras que los procesados ocupan el restante 35% del mercado de consumo.

El queso natural elaborado por excelencia en Corea es el muzzarella, el cual agrupa el 99% del mercado de quesos naturales. Por otra parte, el mayor queso procesado elaborado es el cheddar, el cual se destaca por ocupar el 59% del mercado de quesos procesados.

A continuación se destacan los mayores productores locales divididos por región.

**Tabla19:** Producción doméstica divididas por regiones (Tm)

<i>Regiones</i>	<i>Producción</i>	<i>Porcentaje de Mercado</i>
Seoul	5,748	44%
Haiati	2,387	18%
Maeil	2,172	17%
Namyang	1,393	11%
Doosan	418	3%
Samyang	143	1%
Imshil	676	5%
Total	12,936	100

Fuente: USDA: Departamento de agricultura de Estados Unidos

#### Importaciones

El total de importaciones de quesos exceden los 14,000 Tm. Las importaciones son dominadas por el queso muzzarella y el cheddar para el sector de restaurantes.

A continuación se describen las importaciones de quesos por países.

**Tabla20:** Principales exportadores (Tm)

	2002		2003		2004		2005	
	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	%
<i>Australia</i>	1.184	42.18	1.955	62.44	4.663	42.2	5.550	40.16
<i>Estados Unidos</i>	873	31.1	211	6.74	3.040	27.7	3.250	23.5
<i>Nueva Zelanda</i>	554	19.73	724	23.12	1.574	14.3	2.550	18.4
<i>Dinamarca</i>	23	0.82	140	4.47	1.227	11.1	1.918	13.9
<i>Canadá</i>	-----	-----	-----	-----	62	0.56	257	1.86
<i>Holanda</i>	-----	-----	73	2.33	317	2.88	195	1.41
<i>Reino Unido</i>	-----	-----	12	0.38	23	0.21	54	0.39
<i>Alemania</i>	-----	-----	-----	-----	60	0.54	21	0.15
<i>Suiza</i>	78	2.78	8	0.25	9	0.08	13	0.09
<i>Francia</i>	95	3.38	8	0.25	13	0.12	12	0.08
<i>Total</i>	2.807	100	3.131	100	10.988	100	13.820	100

Fuente: USDA: Departamento de agricultura de Estados Unidos

Como se puede apreciar en la tabla, las importaciones muestran un claro predominio de Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda con más del 80% de las importaciones coreanas. Muy por debajo es ese nivel se destacan países como Dinamarca, Canadá y Holanda con un casi 20% de quesos vendidos hacia Corea.

### Ambiente Legal

#### Barreras arancelarias

El arancel impuesto por el gobierno coreano para las importaciones de quesos es del 36%. El mismo se encuentra detallado en el anexo del trabajo

#### Documentos exigidos en Aduana

- Factura original
- Lista de embalaje
- Certificación de análisis
- Certificación de composición
- Certificado sanitario (Certificate as to condition/ Health certificate)