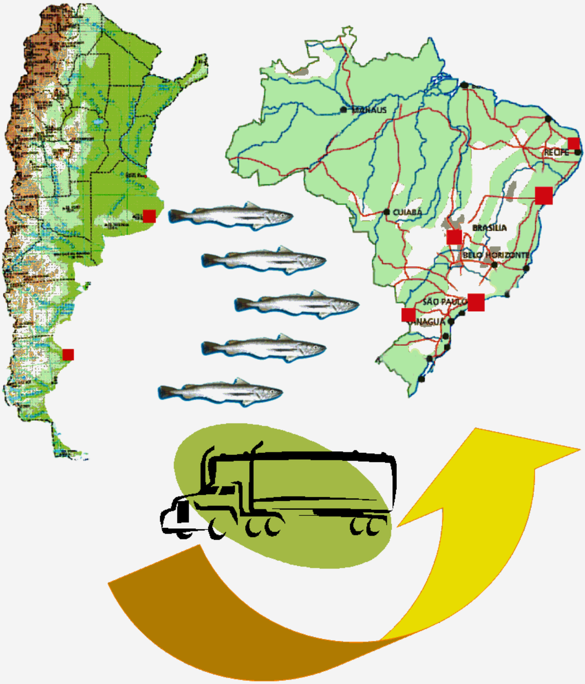
Análisis de Mercado
Filete de Merluza
P.A.: 0304.20.10



INDICE

Detalle	Página
Introducción	02
Presentación del Supuesto	03
Descripción del Mercado mundial del Producto	04 – 07
Selección del Mercado Meta	08 – 09
Perfil del Mercado Meta	10
Normativa de Acceso al Mercado Relativa al Producto	11
Información Relativa al Packing	12
Información Relativa a la Logística Internacional	12 - 13
Segmentación de la Demanda, Nivel de Precios y Competencia	14-16
Mecanismos recomendados de Inserción al mercado	16
Descripción del Mercado Interno de Producción de Filete de Merluza	16 – 17
Web's Site's Brasileros de Interés	17
Recomendaciones	18
Bibliografías	19

Introducción:

En el siguiente estudio de mercado se desarrollará una investigación documental tendiente a analizar el mercado del Filete de Merluza Congelado. Dentro de esta investigación se describirá tanto el mercado interno como así también el de destino, el cual surgirá como conclusión del estudio.

Asimismo la investigación se estructurará partiendo desde lo general a lo particular. Inicialmente se realizará una descripción del mercado mundial del producto, hasta llegar a un análisis particular del país destino y del país exportador.

En primera instancia se dará una descripción del mercado mundial del producto, detallando quienes son los principales países importadores, los principales exportadores, principales exportadores y que países tienen los índices mas elevado de consumo.

En una etapa posterior se seleccionará y segmentará el mercado meta. De este modo se abordarán y analizarán todas aquellas variables necesarias para poder comercializar la mercadería en el país seleccionado.

Algunas de las variables sobre las que se profundizará la investigación de mercado estarán orientadas a detallar aspectos económicos del país meta, la normativa vigente aplicada a este tipo de producto, como así también aquellos aspectos que hacen a la logística internacional del Filete de Merluza Congelado.

Se realizará también una descripción del mercado local focalizada al sector productivo y su relación con la comercialización del producto en el exterior, haciendo hincapié en los jugadores locales que se encuentran exportando actualmente al mercado meta, que serán potenciales competidores de nuestro inversor.

Por ultimo, se realizarán recomendaciones fundadas en la información presentada relativas a la comercialización del producto dentro del país seleccionado y aquellos servicios de post venta que se le deberán prestar a los importadores.

Presentación del Supuesto:

Para la comprensión del siguiente análisis se deberán considerar algunos supuestos a saber.

Para este caso se considerará que la investigación de mercado se realizará para un potencial inversor que destinaría una suma de capital para montar una estructura con el principal objetivo de comercializar y distribuir el producto bajo análisis.

Es la intención de este inversor conformar una trader con sede en Buenos Aires a los efectos de poder introducir el Filete de Merluza producido por la pesca costera nacional e insertarlo en mercados no típicos.

Por otra parte cabe aclarar que no es intención del inversor, por lo menos en esta etapa inicial, avanzar en la cadena productiva de la extracción del Filete de Merluza. Esto implica un menor capital inicial que permitirá al potencial inversor insertarse en el sector y adquirir experiencia con un capital reducido.

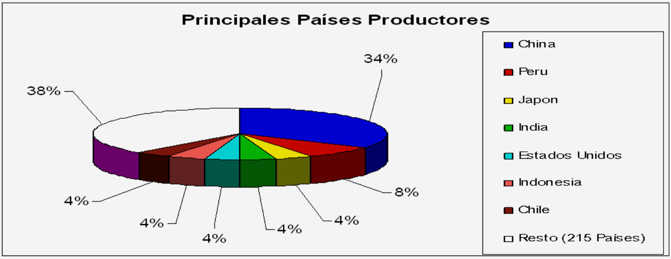
El principal interés del inversor es adquirir mercadería extraída por las flotas locales, comprarles a los productores en grandes cantidades a precios competitivos e insertar el pescado en el exterior.

Por lo expuesto todo el trabajo de investigación se abordará desde la perspectiva de una consultora entendida de comercio internacional, la cual asesorará al inversor para que con la información presentada se puedan obtener conclusiones y de esta manera llegar a una estrategia de inserción adecuada.

Descripción del Mercado mundial del Producto

A continuación se presentarán una serie de cuadros y tablas tendientes a identificar a los principales jugadores mundiales del Sub sector de Pescados.

Principales Productores (Pesca + Acuicultura) – Año: 2003



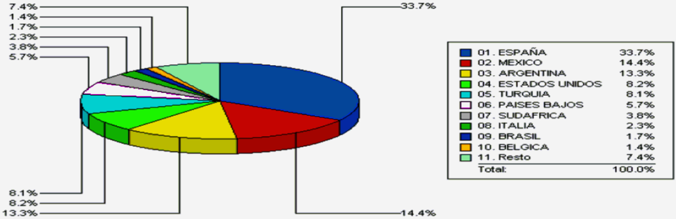
Fuente: Icex

Como se puede observar en la gráfica, el 42 % de la extracción mundial de pescado la realizan entre China y Perú. Otros países con menor incidencia en la producción mundial son Japón, India, Estados Unidos, Indonesia y Chile con un 20 % de la producción mundial.

Cabe aclarar que la flota mundial de pesqueros más grande del mundo, como así también la mayor cantidad de personal abocado al sector lo posee China. Si bien no posee una gran tecnificación de sus procesos de extracción las variables antes mencionadas hacen que sea el principal productor mundial de pescado.

Otro de los países productores destacados es Perú, el cual posee una de las flotas más importantes de América Latina y por mucho es el principal productor del continente. De todas formas realizaremos un análisis con mayor profundidad mas adelante cuando analicemos los potenciales países competidores del sector.

Participación Porcentual de los Principales Exportadores – Año: 2003



Fuente: Icex

De los datos presentados por la gráfica podemos apreciar que el 61,4 % de las exportaciones mundiales realizadas en el año 2003 las llevan a cabo entre España, México y Argentina respectivamente con un 33,7 %; 14,4 % y 13,3 %.

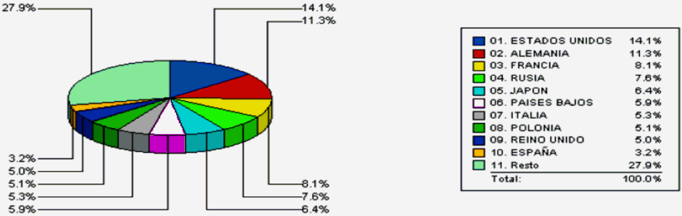
Cabe destacar que tanto la participación en las exportaciones como la producción mundial, están siempre supeditadas a que se respeten o no los cupos máximos de pesca permitidos por los organismos reguladores de cada uno de los países bajo análisis.

Es decir si cualquiera de los organismos reguladores considerase que es necesario aplicar veda por depredación de alguna o varias especies, bruscamente de un año a otro, percibiríamos un posicionamiento diferente de principales productores y exportadores.

Por citar un Ejemplo, en Latinoamérica, Perú posee una de las flotas pesqueras mas grandes, pero se encuentra en veda en una gran variedad de especies depredadas, lo que hace que no aparezca como uno de los principales exportadores, pero si como un productor importante.

De todas formas, debido a las estructuras de las flotas pesqueras y aguas continentales con potencial extracción que poseen, países como Perú, Chile, Argentina, México, España, China, Estados Unidos, hacen que sean siempre importantes productores y exportadores con gran incidencia a nivel mundial dentro del sector.

Participación Porcentual de los Principales Importadores – Año: 2003



Fuente: Icex

El 25,4 % de las importaciones mundiales son realizadas por Estados Unidos y Alemania quienes son dos de los principales importadores mundiales. Otros países con un nivel de importaciones significativo son Francia, Rusia y Japón, con un 8,1 %, 7,5 % y 6,4 % respectivamente de las importaciones mundiales.

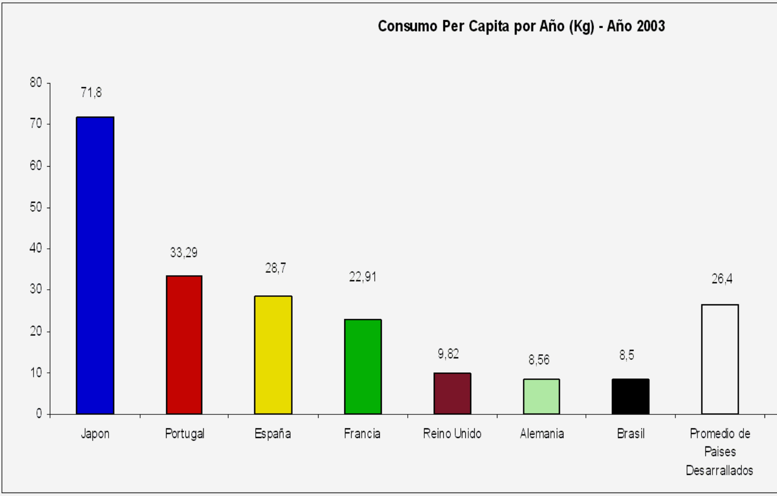
De acuerdo a la gráfica “Principales Consumidores Mundiales – Año: 2003”, podemos observar que los países que presentan mayor propensión marginal al de consumo de pescado son en general países desarrollados tales como Japón, Portugal, España y Francia.

Esto se debe a que este producto alimenticio es una parte esencial de sus dietas dadas las características nutritivas que presenta. Es decir, poseen un hábito de consumo de pescado mayor que los países en Desarrollo, donde es sustituido por otro tipo de carnes tales como las carnes rojas (de vaca en Argentina o de buey en Brasil).

Esto se ve reflejado en los promedios de consumo per capita por año de países en desarrollo y países desarrollados, arrojando valores de 13,3 Kg. y 26,4 Kg. respectivamente. Se puede observar que el continente africano posee un promedio del 8 Kg. frente a 8,5 Kg. que posee el continente Latinoamericano, reforzando lo antes expuesto donde queda evidenciado el mayor consumo de pescado que presentan los países desarrollados frente a los países en desarrollo.

Lo anteriormente expuesto nos permitirá en la sección recomendaciones, sacar conclusiones acerca de la estrategia de exportación futura que deberá llevar a cabo el inversor.

Principales Consumidores Mundiales – Año: 2003



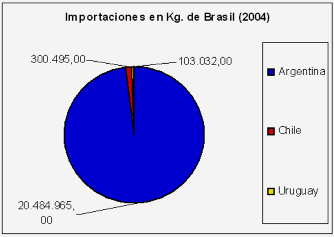
Fuente: Elaboración propia en base a datos del Icex y del Ministerio de Ganadería y Pesca de Brasil.

Selección del Mercado Meta

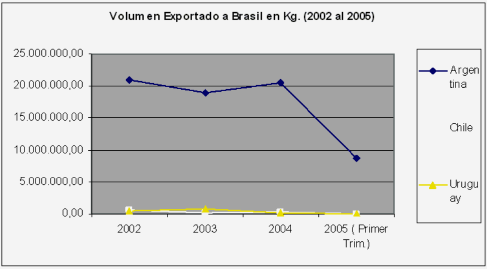
Introducción:

Dado que el mercado seleccionado no surge por la simple observación de la descripción del mercado mundial del producto, pasaremos a explicar el porque de la selección de Brasil como destino inicial de las exportaciones.

Como se puede observar, en la tabla presentada a continuación la distribución del mercado o el Market Share, de importaciones de Brasil cuenta con un alto porcentaje de importaciones argentinas. Del total de Filete de merluza importado por Brasil durante el año 2004, un 98,06 % corresponden a exportaciones Argentinas, el 1,43 % a Chile y el 0,51 % a Uruguay.



Fuente: Elaboración Propia en Base a datos de Mercosur On Line



Fuente: Elaboración Propia en Base a datos de Mercosur On Line

De acuerdo a la gráfica “Volumen de Exportaciones a Brasil”, podemos apreciar que el nivel de exportaciones del periodo analizado (2002-2005) es estable. Por otra parte, las estimaciones realizadas pronostican para el año en curso un nivel de exportaciones similar a los años anteriores.

Las dos variables anteriormente analizadas son determinantes para la selección de mercado.

Los motivos por los que estas variables son determinantes al momento de la selección del mercado se desarrollan a continuación:

1. En primer lugar, ya existen importadores brasileños con un hábito de importación de pescados desde Argentina.

2. El ingreso al mercado será menos dificultoso debido a la tradición exportadora de los productores argentinos a ese mercado.

3. Esto hace que la logística de exportación se encuentra sumamente experimentada, reduciendo riesgos de transporte.

4. Los pescados de procedencia argentina, son considerados de alta calidad en el mercado destino.

Otros fundamentos por lo que se elige Brasil como mercado de destino son:

1. Los organismos de certificación de calidad en el proceso de integración del MERCOSUR, lograron estandarizar requerimientos de ingreso, lo que implica que el producto apto para consumo en el mercado interno, lo sea también en el mercado destino, Brasil. Esto hace que los costos de certificación de calidad sean más baratos y que no existan problemas de acceso a mercado inesperados.

2. Por ultimo cabe destacar que otros de los factores decisivos fue la veda que existe en Brasil por la depredación excesiva de su flota pesquera.

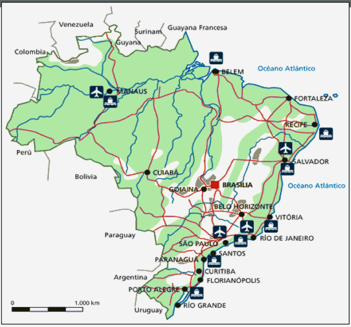
Sumado a esto el país destino, cuenta con una gran cantidad de embarcaciones de pequeño calado que realizan pesca a pequeña escala, factor que hace que no se pueda levantar la veda, debido a que no se da tiempo a que se recuperen las especies en peligro. Esto no es un detalle menor ya que las autoridades de las ciudades costeras no realizan esfuerzos tendientes a controlar este tipo de actividad y es en gran medida uno de los factores por los que no se permite que las especies depredadas no logren alcanzar volúmenes que las mantengan fuera del margen del peligro de extinción.

Por todo lo expuesto, se le recomienda al inversor que inicialmente oriente sus esfuerzos al desarrollo del mercado de importaciones de Brasil.

Perfil del Mercado Meta

A continuación, daremos un perfil macroeconómico a los efectos de que el inversor conozca aun mas el mercado al cual se le recomienda exportar.

Datos Generales de Brasil

Población (Total)	185.084.000 habitantes (Secretaria General de ALADI 2002).
Población Rural	37.202.000 habitantes (Secretaria General de ALADI 2002).
Población Urbana	147.882.000 habitantes (Secretaria General de ALADI 2002).
Forma de Gobierno	República Federal Multipartidista con dos Cámaras Legislativas (Cámara de Senadores y Cámara de Diputados).
Mapa de los Principales Aeropuertos y Puertos	 Venezuela Surinam Guayana Francesa Guyana Colombia BELEM Océano Atlántico MANAUS FORTALEZA RECIFE Perú SALVADOR Bolivia CUIABÁ GOIAINA BRASILIA Océano Atlántico BELO HORIZONTE VITÓRIA Paraguay RÍO DE JANEIRO SÃO PAULO SANTOS PARANAGUÁ CURITIBA Argentina FLORIANÓPOLIS PORTO ALEGRE RÍO GRANDE 0 1.000 km Uruguay
Idioma	Portugués
Datos Macroeconómicos	
Moneda	Real
Tipo de Cambio (al 09-05-05)	2.76 Reales por dólar americano.
Inflación % anual (2004):	6.28
Deuda Externa (Registrada al 2004)	U$ 235.000 (En millones).
Desempleo % (2004):	11.50
Preferencias	AAP.CE N° 18 - 100 % - (Fuente: ALADI).
Acuerdos Celebrados	ALADI, MERCOSUR

Normativa de Acceso al Mercado Relativa al Producto

Aranceles y Reintegros Asociados

Arancel Externo Común: 10 %
Tasa Estadística: 0,5 %
Derecho de Exportación: 5 %
Reintegro: 6 %

Mercado Único y Libre de Cambios - Ingreso de divisas -180 días

Los exportadores deberán ingresar al sistema financiero los fondos provenientes de las operaciones de exportación dentro de los 180 días corridos contados a partir de la fecha en que se haya efectivizado el embarque.

Adicionalmente a los plazos establecidos, se dispondrá de 90 días hábiles para la efectiva liquidación de las divisas de exportaciones de bienes y servicios.

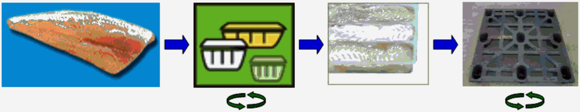
Certificaciones Necesarias

Cuando se presenten ACONDICIONADAS O NO para su venta directa al público (y cuya estabilidad esté o no asegurada), se fiscalizan en materia de cumplimiento de normas higiénico - sanitarias, en forma previa a su ingreso a plaza, por el SENASA.

Información Relativa al Packing

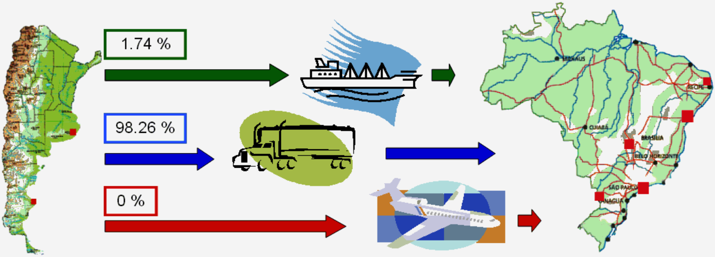
En cuanto al packing no existe una normativa que especifique un envase determinado para exportar este producto; sin embargo es recomendable utilizar los recipientes presentados a continuación por las siguientes razones:

1. Da una mejor presentación del producto.
2. Conservan mejor el frió.
3. Absorbe mejor cualquier posible impacto durante el manipuleo de la mercadería.
4. Conserva la integridad del Filete de Merluza Congelado.
5. Son recipientes reciclables, contribuyendo a la no contaminación ambiental.



Información Relativa a la Logística Internacional

Como se presenta en la gráfica, la mayoría de los envíos se realizan por medio del transporte terrestre, en conteiner's Reefer (Refrigerados) o directamente en camiones refrigerados. Esto es debido a que el precio del producto no absorbe el costo del envió utilizando transporte aéreo.[1]



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Mercosur On Line (MOL)

---

[1] Los puntos resaltados en Rojo en los Mapas de Argentina y Brasil Indican los principales puertos donde se extrae la merluza y los puntos de entrega de mercadería respectivamente.

Container's a utilizarse para el transporte de la mercadería

REEFER 20´
[20´x 8´x 8,6´]

Capacidad – Reefer 20'	
Volumen útil	24.3 m3
Peso máximo carga	22,000 kg
Tara	3,400 kg
Peso Bruto máximo	25,400 kg

REEFER 40´
[40´x 8´x 8,6´]

HIGH CUBE REEFER 40´
[40´x 8´x 9,6´]

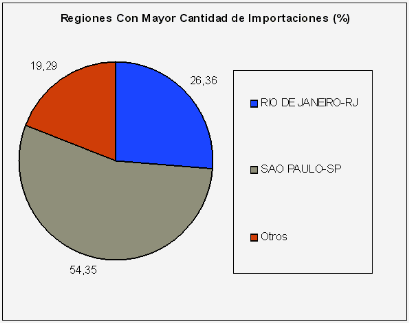
Dimensiones internas	
Largo	5,025 mm
Ancho	2,225 mm
Alto	2,169 mm
Apertura de techo	
Anchura	2,219 mm
Altura	2,118 mm
Otros	
Rango temperatura	-25/+25 ºC
Requisitos eléctricos	380/440V. 50/60Hz.trifásico

Dependiendo del volumen del embarque a realizarse se deberán utilizar estos contenedores adaptados especialmente para el transporte de mercadería a la que no se le puede cortar la cadena de frió.

Cotizaciones a Algunas de las Ciudades de Mayor Nivel Importador

Modalidades de Transporte a Utilizar	Transporte Terrestre, Marítimo y Fluvial.
Costo del Transporte	
Via Marítimo - Pto. Paranagua	Consolidados (LCL) - U$ 50 a U$ 60
Vía Marítimo - Pto. Santos	Consolidados (LCL) - U$ 25 a U$ 35
Via Marítimo - Pto. Paranagua	Container 20 ´(FCL) - U$ 700
Vía Marítimo - Pto. Santos	Container 20 ´(FCL) - U$ 400
Via Marítimo - Pto. Paranagua	Container 40 ´(FCL) - U$ 1000
Vía Marítimo - Pto. Santos	Container 40 ´(FCL) - U$ 550
Vía Terrestre – Curitiba	Consolidados (LCL) - h/3000 Kg. U$ 560; h/6000 Kg. U$ 700
Vía Terrestre – Curitiba	FCL 10 Tn. / 40 m3 - U$ 1050
Vía Terrestre – Curitiba	FCL 26 Tn. / 70 m3 - U$ 1450
Vía Terrestre - San Pablo	Consolidados (LCL) - h/3000 Kg. U$ 575; h/6000 Kg. U$ 725
Vía Terrestre - Rio de Janeiro	Consolidados (LCL) - h/3000 Kg. U$ 575; h/6000 Kg. U$ 725
Via Terrestre - Porto Alegre	Consolidados (LCL) - h/3000 Kg. U$ 575; h/6000 Kg. U$ 725
Packing Necesario (Venta Unitaria)	Bandeja de Contencion y Bolsa Cobertora. De 300 a 400 Grs.
Packing Necesario (Venta Granel)	Master 20 kg - 4 bloques de 5 Kg. Interfoliado.

Segmentación de la Demanda, Nivel de Precios y Competencia



Fuente: Elaboración propia en base a datos de MOL y Proexport

Como se puede observar en la gráfica, el 80,71 % de las exportaciones de Argentina, Chile y Uruguay, tienen como destino las ciudades de Río de Janeiro y San Pablo, siendo que el resto de las ciudades solo representan un 19,29 % del total de importaciones realizadas por Brasil.

Otras ciudades con menor nivel de importaciones DE Filete de Merluza Congelado son Mato Grosso, Paraná y Pernambuco, con 6,87 %, 2,94 % y 2,55 % respectivamente.

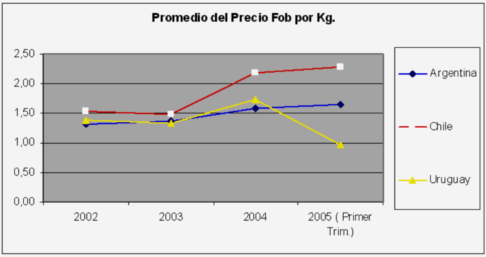
Características del Mercado Importador

El mercado de importadores esta atomizado. Es decir, en el mismo mercado existe una gran diversidad de importadores con una demanda de importaciones equilibrada entre unos y otros.

No surge de la investigación documental la presencia de jugadores con capacidad de fijación de precios, como podría ser el caso de un monopolio de importación.

En la mayoría de los casos el Valor FOB del embarque surge del libre juego de oferta y demanda del producto entre importadores y exportadores, tal como se muestra en la tabla “Niveles de Valores FOB para el Mercado Seleccionado”.

Niveles de Valores FOB para el Mercado seleccionado



Fuente: Elaboración propia en base a datos MOL

Para el periodo 2002-2005 el promedio de precio que aparece en la gráfica reafirma lo anteriormente expuesto y nos permite observar que el diferencial de precios de los tres países exportadores no es elevado.

Asimismo el promedio del valor FOB durante el periodo bajo análisis es de U$S 1,48, U$S 1,87 y de U$S 1,35 para las exportaciones de Argentina, Chile y Uruguay respectivamente.

Información Relativa a la Competencia y a Productos Sustitutos

A nivel países, los exportadores argentinos poseen, a la vista de la información presentada en páginas anteriores, la competencia potencial que podría significar el ingreso al mercado de los exportadores del Perú, con el nuevo acuerdo que se encuentra negociando el Mercosur con la Comunidad Andina.

Este seria prácticamente el único potencial competidor debido a que tanto Chile como Uruguay no poseen una porción de mercado que signifique un riesgo para futuras inversiones de los exportadores argentinos.

Dentro del mercado meta y durante la investigación documental no parecen existir empresas locales con una gran participación en el mercado interno.

Esto no implica que una vez superada la veda se decida darle impulso al sector tanto desde organismos públicos como desde el sector privado. Para poder determinar esta variable, se recomiendo realizar una investigación de campo dirigida a aquellos distribuidores y/o productores de Brasil, a los efectos de evaluar las posibilidades de incrementar las inversiones ante un cambio de la situación coyuntural actual.

En cuanto a los productos sustitutos podemos encontrar que cualquier tipo de carne (Roja o Blanca) puede ser un reemplazo del pescado. Esto depende, como haciamos referencia anteriormente, a los hábitos de consumo instalados en cada una de las regiones analizadas.

Mecanismos recomendados de Inserción al mercado

Se recomienda la participación en Ferias Alimentarías locales, y la participación en misiones comerciales organizadas por Fundación Exportar y Chancillería o cualquier otro organismo público.

Para el caso en que se participe en Misiones Comerciales, cabe aclarar que siempre es conveniente realizar una previa identificación de los potenciales compradores y acercarle esta información al organismo que se encuentre organizando el evento, con el propósito de acotar aun mas los márgenes de error y poder aprovechar lo máximo posible el tiempo de estadía en el país destino.

Feria del Sector

Fispal Alimentos 2004
Periodo: Junio de 2004
Local: Expo Center Norte / SP
Organizador: Fispal Feiras e Produtos Comerciais Ltda.
Tel.: (55 11) 3759-7090 / Fax: (55 11) 3759-7185
e-mail: alimentos@fispal.com / Site: www.fispal.com

Descripción del Mercado Interno de Producción de Filete de Merluza

La actividad pesquera está constituida por dos sub sectores:

1. el que opera desde puertos de Buenos Aires, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego

2. el que desarrolla sus actividades en alta mar y exporta directamente su producción a la UE, Japón y otros países.

Las exportaciones al Brasil provienen del "sub sector continental", liderado por la provincia de Buenos Aires (80%), siguiéndole en orden de importancia Chubut y Santa Cruz.

Argentina, además le provee a Brasil pescados sin elaborar, aunque por un monto muy poco significativo.

Del total de pescado exportado el 95 % es Filete de Merluza Congelado. Si bien Argentina no posee diversificadas las exportaciones de este sector, se puede aprovechar lo expuesto para lograr rendimientos de escala.

Existen en Argentina una gran diversidad de agentes especializados exclusivamente a la comercialización del pescado extraído en alta mar, con una gran experiencia en el mercado brasileño.

Se pudo observar en el mercado interno, que no existen empresas con capacidad de conformación de precios ni monopolios dentro del sector. Los jugadores dentro del mercado de exportación que existen son básicamente dos:

1. Productores que Exportan o,
2. Agentes de Negocios que colocan excedentes en Brasil.

Web's Site's Brasileros de Interés

1. www.agricultura.gov.br - Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento

2. www.anvisa.gov.br - Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria

3. www.abia.org.br - Asociación Brasileña de la Industria Alimenticia

Recomendaciones

1. Elaboración de estrategias comerciales tendientes a ingresar al mercado meta (Brasil). Ej.: Envío de Mailing, Circulares Informativas, Desarrollo de un Web Site Castellano / Portugués, carga de datos en sitios oficiales de promoción de exportaciones tales como Proargentina y Argentina Tradenet.

2. Prestar servicios de seguimientos de embarque a los efectos de poder corregir aquellos desvíos que surjan por la entrega del producto.

3. Realizar una selección meticulosa de aquellos productores / proveedores del mercado interno los cuales nos vayan a proporcionar la mercadería para exportar.

4. De acuerdo a la Segmentación del Mercado, orientar esfuerzos a ciudades como Río de Janeiro y San Pablo, donde se concentran la mayor cantidad de importadores.

5. Participar activamente en Ferias internacionales, ya que son aquellas, los centros que permiten conocer tanto la oferta como la demanda del producto en el mercado meta.

6. En el caso de participar en Misiones Comerciales, es conveniente realizar investigaciones previas y remitirle la información al organismo organizador para acotar márgenes de error en cuanto a la selección de potenciales importadores y poder de este modo maximizar la agenda de negocios.

7. Tanto en Ferias como en Misiones Internacionales, aprovechar aquellos subsidios otorgados por la provincia y por la nación para el desarrollo de mercados.

8. Desarrollar actividades tendientes a la investigación y puesta en marcha de la Acuicultura, no explotada en nuestro mercado, para poder lograr niveles de producción que no estén sujetes a los cupos máximos de pesca permitidos y aumentar de este modo la oferta exportable.

9. Se recomiendo realizar una investigación de campo dirigida a aquellos distribuidores y/o productores de Brasil, a los efectos de evaluar las posibilidades de incrementar las inversiones ante un cambio de la situación coyuntural actual (haciendo referencia a la Veda pesquera que existe actualmente).

10. Una vez inserto cierto volumen de mercadería en el mercado destino, se recomienda realizar un estudio de mercado tendiente a evaluar la posibilidad de realizar exportaciones desde Perú, y aprovechar el desarrollo de mercado que posee este país en países desarrollados.

Bibliografía Utilizada:

1. www.exportar.org.ar (Fundación Exportar)
2. www.aladi.org (ALADI)
3. www.proexport.com (Pro Export)
4. www.prochile.cl (Prochile)
5. www.mercosuronline.com (Mercosur On Line)
6. www.fao.org (FAO Stats)
7. www.icex.es (ICEX España)
8. www.senasa.gov.ar (SENASA)
9. www.mecon.gov.ar (Ministerio de Economía y Producción)
10. www.infoleg.gov.ar (Info Leg)
11. www.agricultura.gov.br (Web Site Oficial de Brasil)
12. www.indec.mecon.ar (Instituto Nacional de Estadística y Censo)
13. www.pcram.com.ar (PC RAM)