

**SISTEMATIZACIÓN  
ESTUDIO DE MERCADO**



**QUESOS**

# QUESOS

**PROYECTO "APOYO A LA TRANSFORMACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS"**

CONSORCIO



**PARA EL 2003 EL PROYECTO HA IMPULSADO LA CONFORMACIÓN DE GRANDES CONSORCIOS  
DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES Y PRODUCTORAS**

Con el apoyo de la COSUDE





2



# SISTEMATIZACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

# QUESOS



**PROYECTO "APOYO A LA TRANSFORMACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS"**

CONSORCIO



**PARA EL 2003 EL PROYECTO HA IMPULSADO LA CONFORMACIÓN DE GRANDES CONSORCIOS  
DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES Y PRODUCTORAS**



Con el apoyo de la COSUDE



Vertical text on the right edge of the page, possibly a page number or reference code.

00006159

270  
481

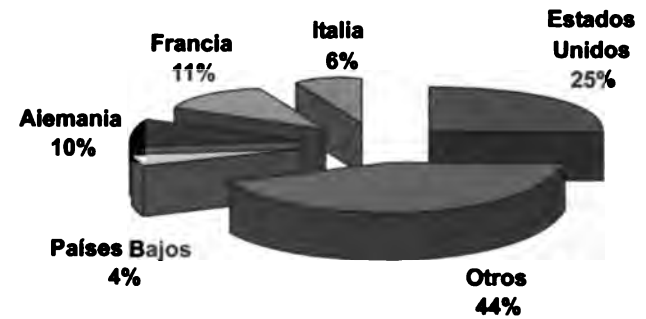
***Esta sistematización se realizó tomando la información del estudio de mercado  
realizado por el Consultor Fidel Rodríguez con el apoyo de  
Eugenia Quingalsa, Paulina Vásquez y Jorge Sandoval, en el año 2001.***

***Edición: Unidad Coordinadora del Proyecto  
Rubén Flores y Nancy Medina  
con el apoyo de Yolanda Velasco Tapia  
Mayo 2002***



# Producción Mundial de quesos

- **La producción mundial de quesos, en el año 2000 volvió a registrar el crecimiento de años anteriores llegando a más de 16 millones de toneladas métricas.**
- **Estados Unidos es el principal productor ya que aporta con el 25%.**
- **Los países asiáticos y América Latina son los países con mayor crecimiento en el consumo.**



El Ecuador está en el puesto 68, con 7 millones de toneladas métricas.

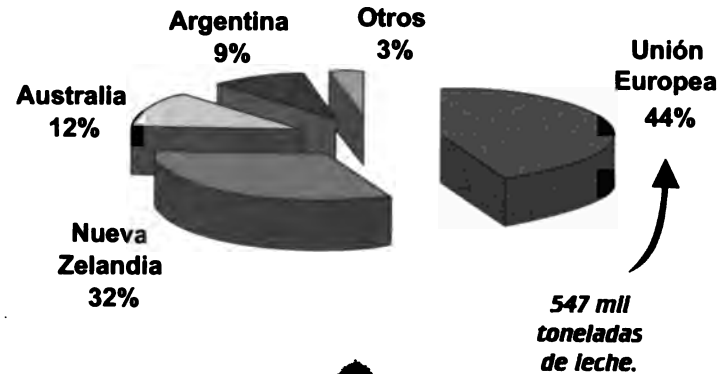
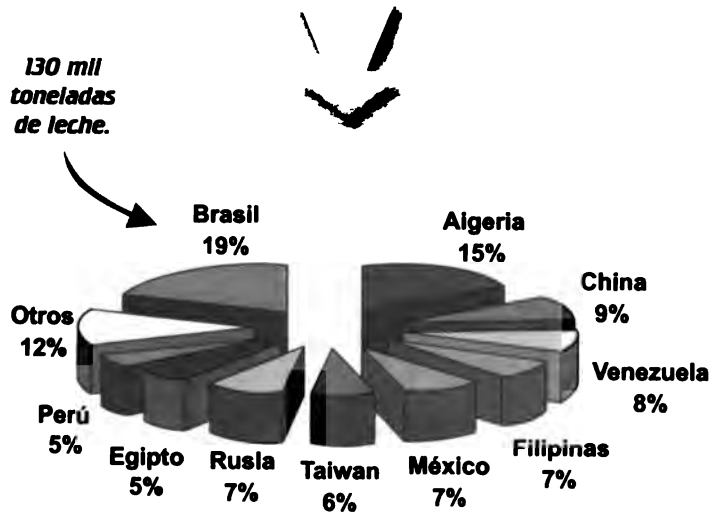
- **México, Brasil, Venezuela y Perú aparecen con mayor demanda sobre productos como quesos, yogurt y helados.**
- **El consumo se concentra en las "marcas globalizadas", que tienen la ventaja de ser reconocidas por su nivel de calidad.**



# Comercio Mundial de leche entera en polvo

## IMPORTACIONES

Total de compras de los países  
(685 mil toneladas)



## EXPORTACIONES

Total de ventas de los países  
(1.24 millones de toneladas)



Fuente: FAO, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Comercio Internacional de Productos Agrícolas, 2000.

# Comercio Mundial de quesos



Representa alrededor del 15% de la producción total (2.4 millones de toneladas métricas)

## IMPORTADORES

### Principales compradores

- Rusia
- Japón
- Estados Unidos

## EXPORTADORES

### Principales vendedores

- Nueva Zelanda
- Australia
- Alemania
- Francia

El volumen comercializado disminuyó en 1998 y se recuperó en 1999 debido al crecimiento de las exportaciones de Argentina, Nueva Zelanda y Australia que compensaron la caída de las exportaciones de la Unión Europea.



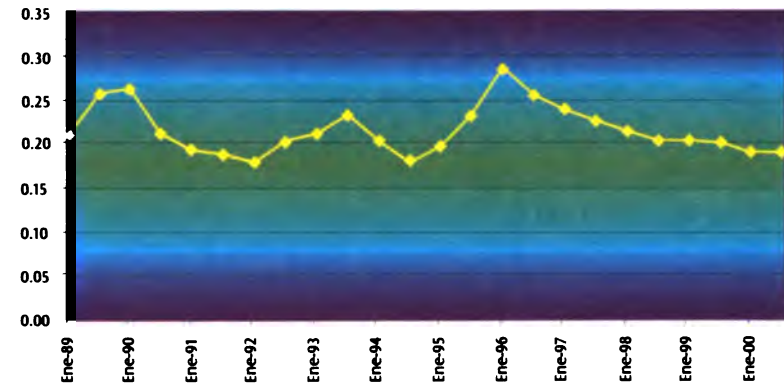


# Precios internacionales de la leche

- *La caída de los precios desde 1996 se debe al aumento de la producción entre 1996 y 2000.*
- *A mediados del 2000 los precios comenzaron a recuperarse gracias a la demanda de los países importadores y al limitado abastecimiento de los países exportadores.*
- *Los precios mínimos de los quesos corresponden a 1.100 USD la tonelada entre 1986 y 1987.*
- *Los máximos se registraron en 1996 alcanzando los 2.500 USD por tonelada.*



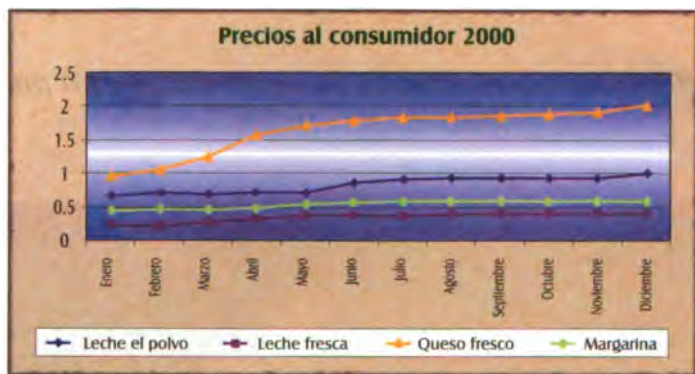
**Precio Internacional FOB de la Leche Entera en polvo, 1989-2000, (US\$/lt)**



- *Los precios Internacionales del queso, actualmente se ubican entre USD 2.300 y USD 2.500 por tonelada.*
- *Australia y Nueva Zelanda han mantenido precios relativamente bajos en un esfuerzo competitivo por mantener el crecimiento de sus exportaciones.*

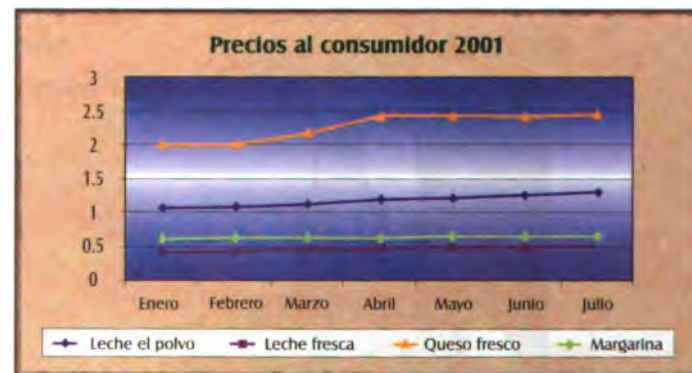


# Precios locales de productos lácteos



- En el año 2000 se produjo un incremento de los precios al consumidor de queso fresco, de casi 0.95 dólares por kilo en el mes de Enero a 2 dólares en el mes de Diciembre. Esto significó un incremento del 110%.
- En el gráfico se puede también observar el comportamiento de los precios de Leche Fresca (litró), Leche en Polvo (250 gramos) y Margarina (200 gramos).

- En Enero del Año 2001 los precios al consumidor de queso fresco se ubicaron alrededor de 2.04 dólares por kilo, para el mes de Julio estos se elevaron a 2.48 dólares es decir crecieron un 21%.
- El promedio hasta este mes fue de 2.3 dólares por kilo.



# MERCADOS DE LA SUBREGIÓN

## COLOMBIANA



- ▶ **La disponibilidad de leche es de 116 litros/persona/año.**
- ▶ **En derivados lácteos, los consumidores prefieren los quesos y el yogurt.**
- ▶ **Existe un trabajo intenso de mercadeo de la industria en la valoración nutricional.**

El mercado de lácteos se encuentra en expansión. Los productos más elaborados como los quesos, son para los consumidores de ingresos más altos



- ▶ **1994 y 1996 fueron los años donde se registraron las más altas tasas de crecimiento debido a la difusión del ordeño en climas templado y caliente, con ganado de doble propósito y cruces entre ganados de carne.**
- ▶ **El crecimiento de los derivados industriales se ha visto limitado por razones de precio y la escasa cobertura de la red de comercialización en frío.**
- ▶ **La mayor dificultad para la expansión del mercado radica en una estructura regional de precios que impide colocar los excedentes regionales en los principales centros nacionales de consumo.**
- ▶ **Existe potencialidad de exportación en lactosuero, quesos de pasta azul, leche y nata en polvo y mantequilla.**



El mercado de lácteos se encuentra en expansión. Los productos más elaborados como los quesos, son para los consumidores de ingresos más altos

# PERÚ



- ▶ **El mayor riesgo constituye la política de importaciones que gravó con una sobretasa a los insumos que utiliza la industria, pero dejó sin un gravamen compensatorio a los productos terminados como la leche evaporada, la UHT, los quesos o la mantequilla.**
- ▶ **Aunque la política trata de proteger la producción nacional, deja un espacio muy amplio para sustituir la materia prima nacional por productos finales importados.**
- ▶ **Existe potencialidad de exportación en pastas lácteas para untar, queso fresco, mantequilla y lactosuero.**

- ▶ **El 52% del total de la producción nacional de leche se destina al auto consumo y el 22% a la alimentación de los terneros y algunas mermas.**
- ▶ **La industria formal procesa el 26% restante, del cual el 61% se destina a la producción de leche evaporada, 14% a la producción de leches en polvo, 8% a la pasteurizada y el 17% a derivados lácteos como yogurt, helados y quesos.**

Perú, tiene una creciente importación de leche en polvo entera, mantequilla y algunos tipos de quesos.



- ▶ **El 54% de la producción nacional se destina a la industria formal y artesanal. El 25% para queso en finca y el 29% para queso industrial.**
- ▶ **La producción industrial de queso es realizada por 23 empresas afiliadas a la Asociación de Industriales del Queso, Aniqueso.**
- ▶ **Poseen una capacidad de producción de 2.150.000 litros/día y procesan 1.463.000 litros/día en promedio, es decir, utilizan el 68% de su capacidad instalada.**

Venezuela muestra una dependencia de materia prima importada



# VENEZUELA



- ▶ **Las importaciones de quesos durante los noventa han crecido en 58% y 56% en toneladas y dólares respectivamente.**
  - ▶ **Su principal proveedor en 1999 fue Estados Unidos con una participación del 69%.**
  - ▶ **El principal destino de las exportaciones de quesos es Colombia a quien se vende aproximadamente el 90% del total.**
- ▶ **Existe potencialidad de exportación en yogurt, leche condensada y evaporada, queso fresco, mantequilla y quesos de pasta azul.**

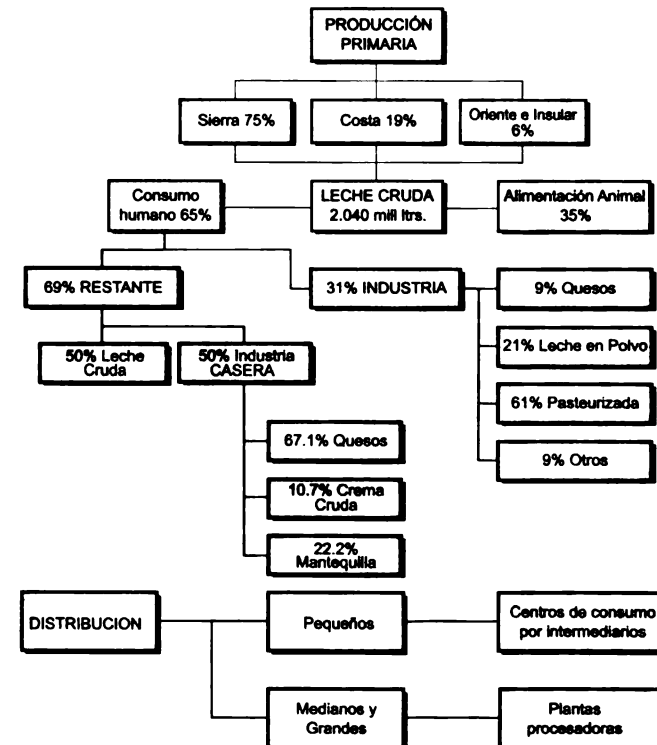
# ECUADOR

► **Esta cadena agroalimentaria presenta cuatro fases:**

- 1. Fase de producción primaria: (rojo)**
- 2. Fase de procesamiento Industrial (Industrial): (azul)**
- 3. Fase de procesamiento artesanal (Casera): (verde)**
- 4. Fase de Distribución: (negro)**



## Estructura de la Cadena de Productos Lácteos



# La producción de queso en el Ecuador

- La oferta de queso a nivel del mercado local se la puede clasificar en dos tipos:
- El queso artesanal Industria casera Queso fresco y maduro 87%
- El queso procesado Industria de lácteos Frescos, Maduros o especiales 13%

## Las marcas comercializadas

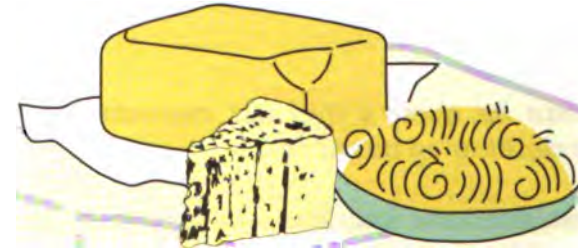
- Salnerito 9.8%
- González 8.9%
- Otras: Pura Crema, Vita Leche
- La oferta de queso fresco en el Ecuador ha crecido significativamente.
- A lo largo de la década la producción de queso ha registrando un crecimiento promedio anual del 3.43%.



## Flujo comercial de los quesos

- Las exportaciones de quesos, han pasado de 1.24 toneladas de queso fresco en 1990 a 27 toneladas en 1999.
- Los principales países hacia en donde se comercia quesos maduros son España, Colombia y Perú.
- Las Importaciones de Queso Maduro no son significativas pero tienen como países de origen a EEUU, México, Italia, Colombia y Perú.
- Ecuador se autoabastece de estos productos.

# Caracterización de la demanda



- **El consumo de leche, quesos y otros elaborados lácteos ha ido incrementándose en los mercados a nivel local en los últimos años.**
- **El mercado ecuatoriano ha registrado un crecimiento en el consumo per cápita, del 1% anual. Actualmente supera los 110 kilogramos por habitante al año.**
- **Este indicador de consumo per cápita en el Ecuador se reparte unos 80 Kg para la leche líquida y 30 kilogramos habitante al año para los derivados lácteos, en donde se encuentran los quesos.**



# Cuál es el consumo de quesos?



## A nivel de los hogares

- El 97% del mercado incluye entre su alimentación al queso.
- Existe un consumo promedio de 2.23 libras de queso por hogar a la semana.
- Representa una demanda de 0.51 libras por persona a la semana.

## A nivel de los Restaurantes

- El consumo promedio nacional de quesos es de 8.60 libras por restaurante a la semana.
- Este nivel varía en función de la especialidad del restaurante y de la capacidad del mismo.

- ◆ El Queso Fresco es el que presenta el mayor nivel de consumo con el 47%.
- ◆ Cada ecuatoriano consume en promedio un queso fresco redondo de 500 gramos al mes.

# Cómo quieren nuestros quesos?

## **A. Consumidores finales: Amas de casa-Hogares**

- **Adquieren el producto en pequeños volúmenes para el consumo del hogar y la alimentación diaria.**
- **Adquieren principalmente quesos tiernos, frescos, mozzarella, parmesano, entre otros.**
- **Se preocupan por la calidad, aspecto y sabor.**



## **C. Consumidores Industriales: Restaurantes**

- **Reflejan el consumo al por mayor y en diversos tipos de queso.**
- **El volumen de consumo es susceptible a variaciones de conformidad con aspectos coyunturales como: turismo, temporadas vacacionales, feriados, entre otras.**
- **Factores como la calidad, el aspecto, la forma de presentación, el lugar de procedencia y el sabor son especialmente importantes.**

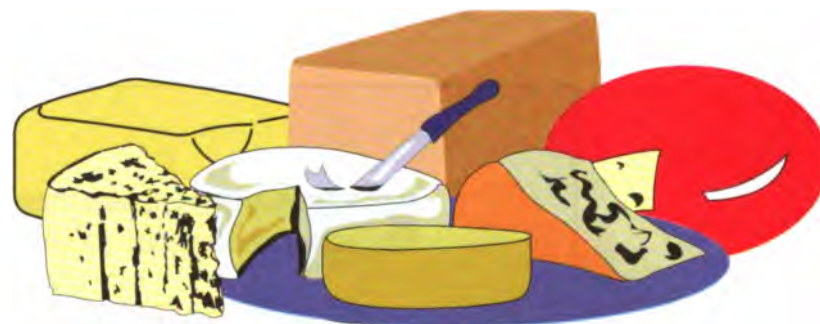
## **B. Intermediarios: Mercaderes**

- **Existe una subdivisión entre mercados mayoristas y minoristas.**
- **Dentro del llamado mercado minorista, existen distribuidoras o frigoríficos.**
- **Su demanda depende en gran parte de la zona de influencia y capacidad de refrigeración.**



## ***Cómo se venden nuestros quesos ?***

- ***Enfundado tradicional, al frío y al vacío.***
- ***Cortado al peso.***
- ***Unidades al granel***
- ***Gavetas para restaurantes grandes o vendedores minoristas.***
- ***Bloques de queso para restaurantes grandes o vendedores minoristas.***



## ***Los Vendedores y Restaurantes al momento de comprar Quesos exigen:***

- ***Registro Sanitario → evita que el producto sea decomisado.***
- ***Marca y forma de empaque (funda preferentemente y empacado al vacío).***
- ***Transporte → servicio puerta a puerta.***
- ***Acceso a crédito al momento de la compra → plazos semanales.***



# Canales de comercialización



# Canales de comercialización para el Queso Maduro especial

- **Cadenas de auto-servicios** → **Supermaxi, MI Comisariato.**
- **Tiendas distribuidoras especializadas en queso.**
- **Delicatessen** → **Sanduches del Español, Tiendas Queseras de Bolívar, Distribuidoras Floralp.**



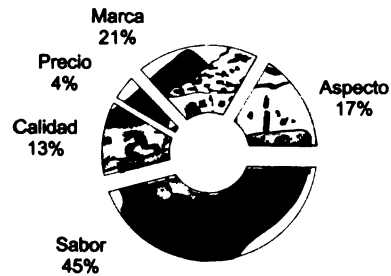
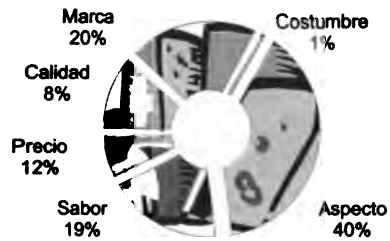
- **Entre 1995 y el año 2000 las ventas de queso a través de las cadenas de autoservicios registraron una tasa de crecimiento promedio anual del 209%.**
- **Promociones, publicidad, bandejas de rebanados, bandejas de picados, desarrollo de nuevos productos, entre otros, son los sistemas de venta que permiten captar la atención de los consumidores y provocar un crecimiento en el nivel de consumo.**
- **La participación de las ventas en el 2000 de acuerdo al tipo de queso maduro fueron las siguientes: Queso Cheddar 8%, Fresco en bloque 29%, Ricota 9% y Holandés 2%.**
- **La estacionalidad en el consumo de queso maduro es creciente a lo largo del año, mostrando a enero como el mes de menor consumo y a diciembre como el más alto.**

# Conclusiones



1. La demanda de quesos en el Ecuador por parte de los hogares prefiere los quesos tiernos y criollos.
2. El mecanismo de distribución a través de los supermercados y autoservicios es cada vez más significativo. En el caso de las Cadena Comerciales, la demanda insatisfecha por quesos bordea el 30%, lo que significa un potencial interesante de mercado.
3. A nivel del queso con marca, entre los principales posicionados en el mercado nacional se encuentran El Kiosco, Parmalat, González y el Salinerito.
4. La estrategia de comercialización de Quesos para pequeños productores debe sustentarse en la necesidad de consolidar el mercado de los quesos maduros y en el caso del queso fresco apuntar a generar marcas que se vayan posesionando en el mercado por su calidad.

## Factores de relevancia al comprar



# GUAYAQUIL

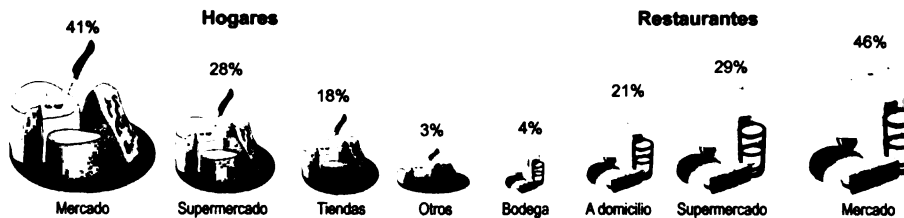
Es importante que los quesos tengan registro sanitario y un transporte refrigerado

En los restaurantes se consume a la semana doce libras de queso

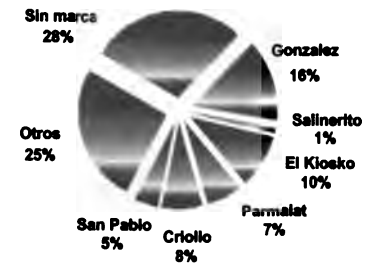
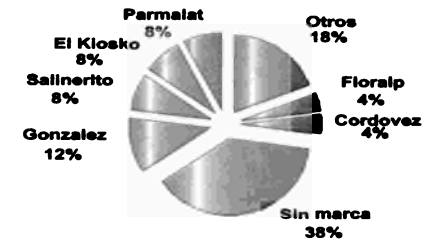
En los hogares consumimos dos libras semanales

El queso de mayor consumo es el Fresco

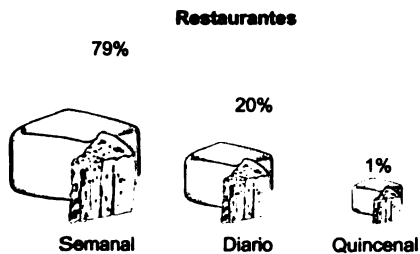
## Lugar de abastecimiento



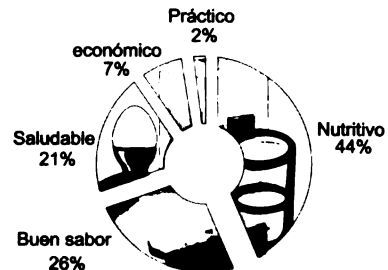
## Marcas de preferencia



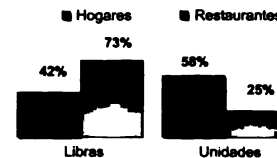
## Frecuencia de compra



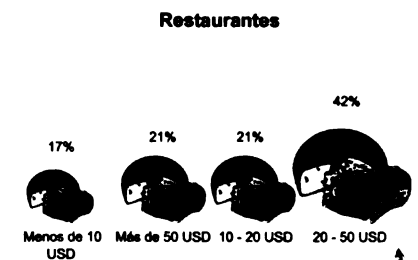
## Ventajas del consumo



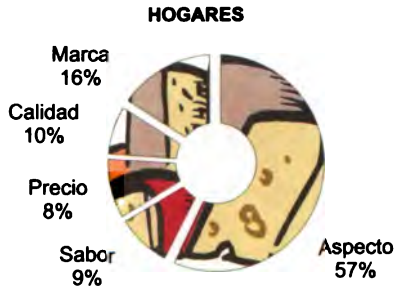
## Formas de consumo



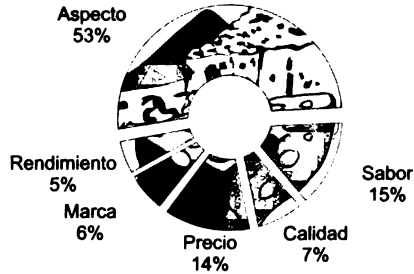
## Gasto en quesos



## Factores de relevancia al comprar



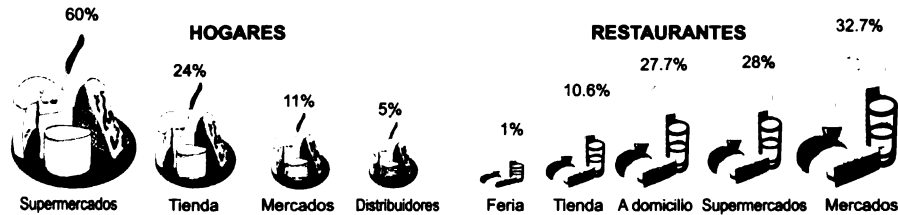
## RESTAURANTES



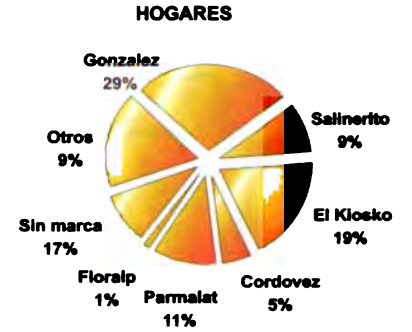
# QUITO



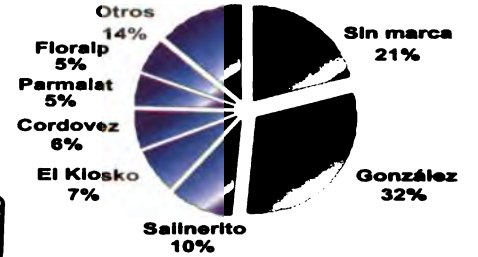
## Lugar de abastecimiento



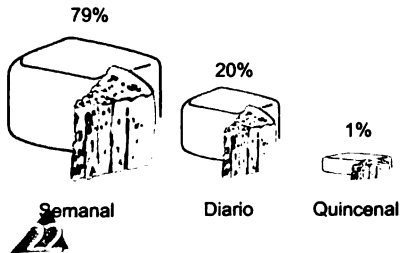
## Marcas de preferencia



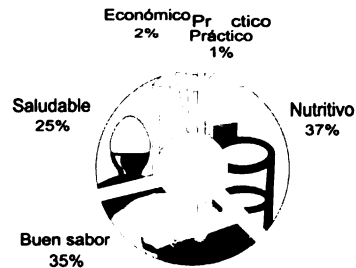
## RESTAURANTES



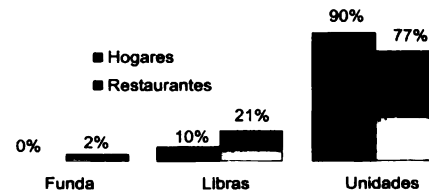
## Frecuencia de compra



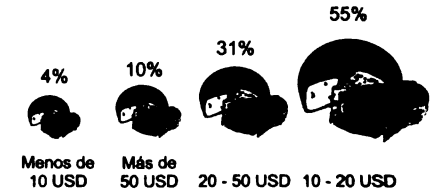
## Ventajas del consumo



## Formas de consumo



## Gasto en quesos



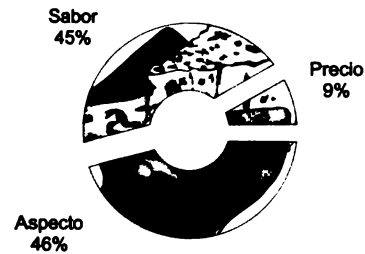


## Factores de relevancia al comprar

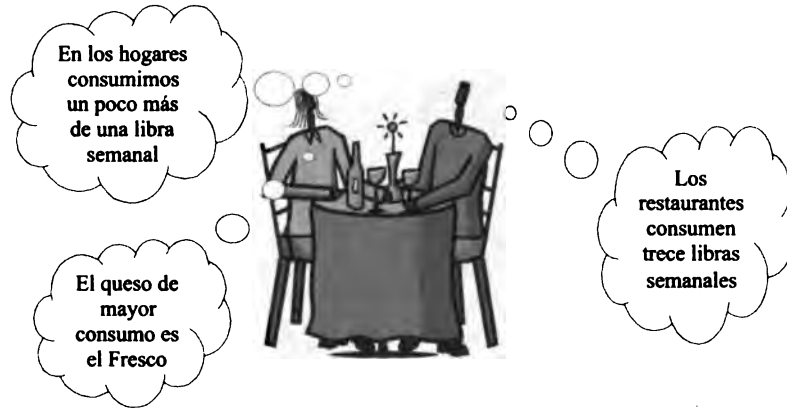
### HOGARES



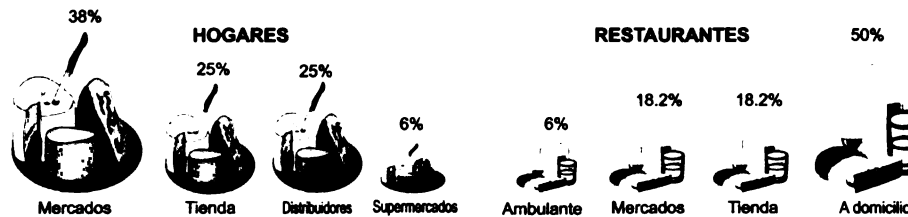
### RESTAURANTES



# TULCÁN

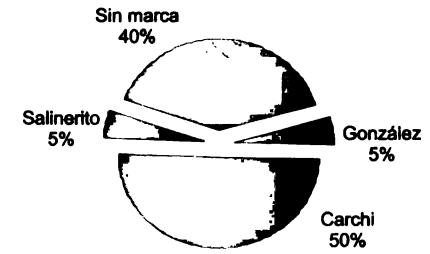


## Lugar de abastecimiento



## Marcas de preferencia

### HOGARES

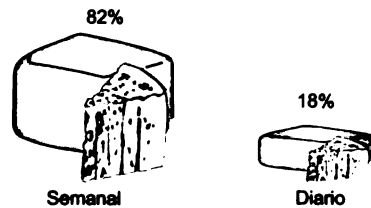


### RESTAURANTES

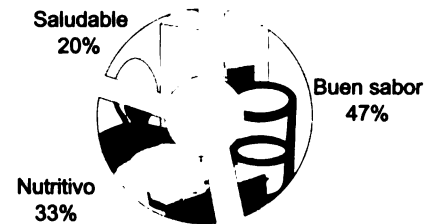


## Frecuencia de compra

### RESTAURANTES



## Ventajas del consumo



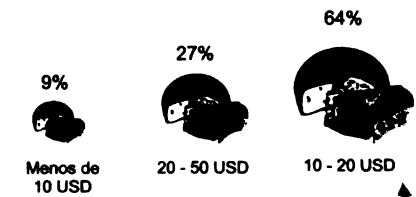
## Formas de consumo

### HOGARES Y RESTAURANTES



## Gasto en quesos

### RESTAURANTES



QUESOS QUE SE CONSUMEN MÁS EN LOS RESTAURANTES

## Factores de relevancia al comprar

### HOGARES

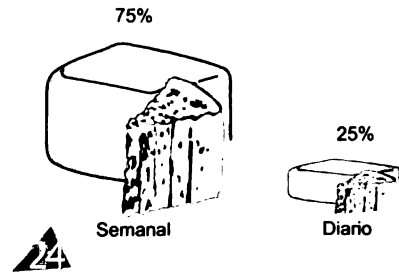


### RESTAURANTES



## Frecuencia de compra

### RESTAURANTES



# IBARRA

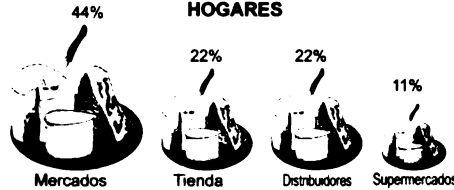


En los restaurantes se consume 7.3 libras semanales

Nos encanta el queso fresco, por eso consumimos libra y media semanal

## Lugar de abastecimiento

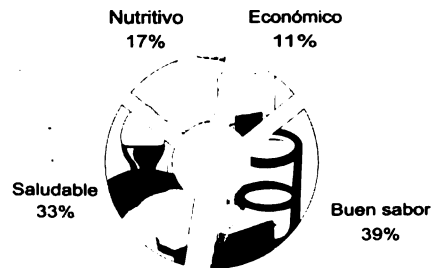
### HOGARES



### RESTAURANTES



## Ventajas del consumo



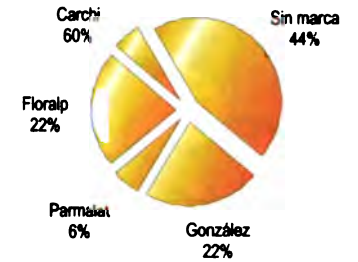
## Formas de consumo

### HOGARES Y RESTAURANTES



## Marcas de preferencia

### HOGARES



### RESTAURANTES



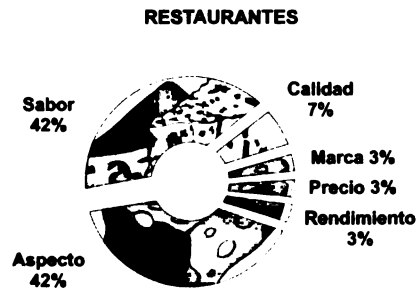
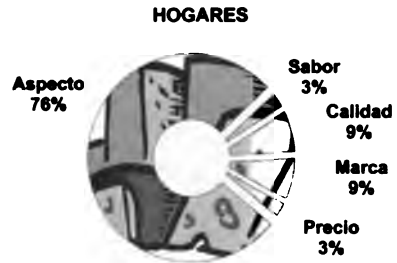
## Gasto en quesos

### RESTAURANTES

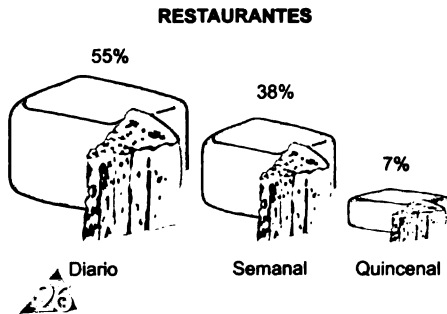




## Factores de relevancia al comprar



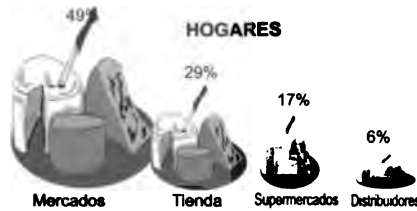
## Frecuencia de compra



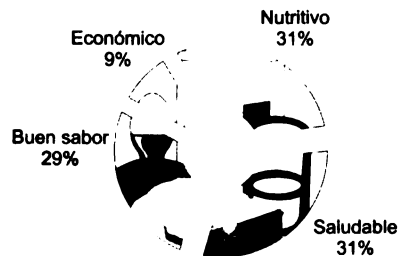
# SANTO DOMINGO



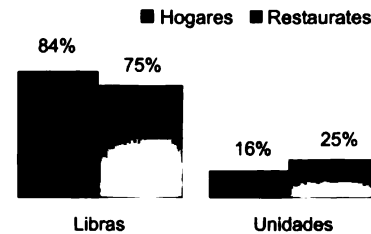
## Lugar de abastecimiento



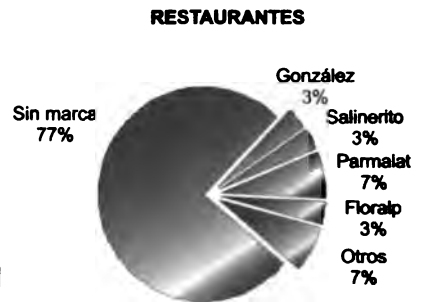
## Ventajas del consumo



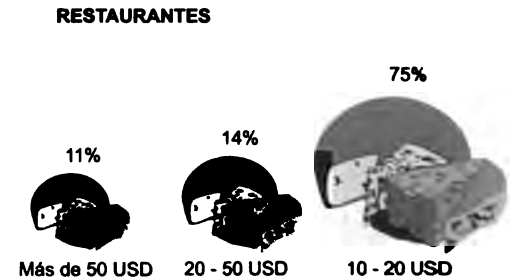
## Formas de consumo



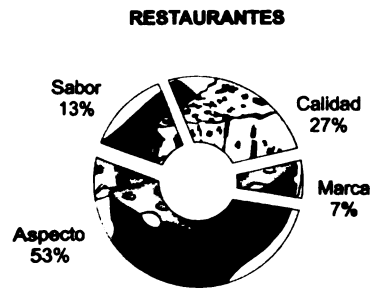
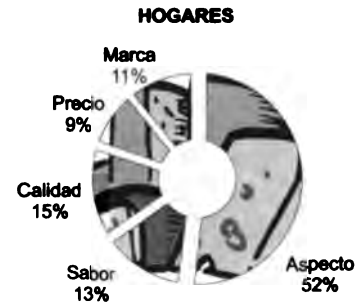
## Marcas de preferencia



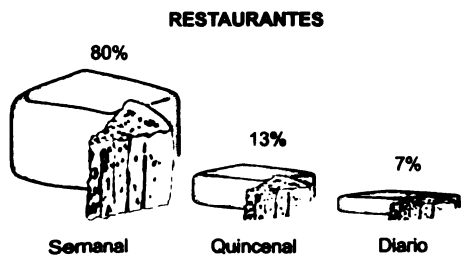
## Gasto en quesos



## Factores de relevancia al comprar



## Frecuencia de compra

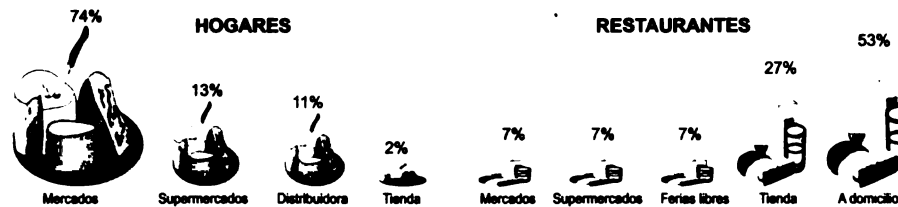


En los restaurantes se consume once libras semanales

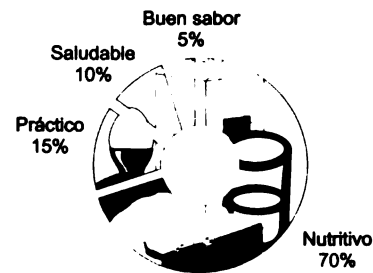


En los hogares consumimos dos libras semanales

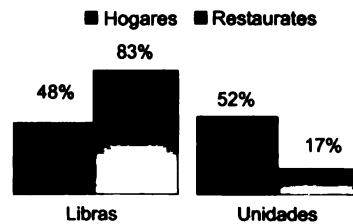
## Lugar de abastecimiento



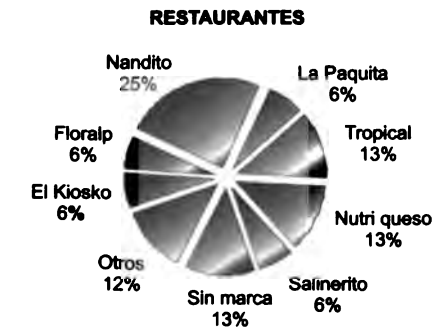
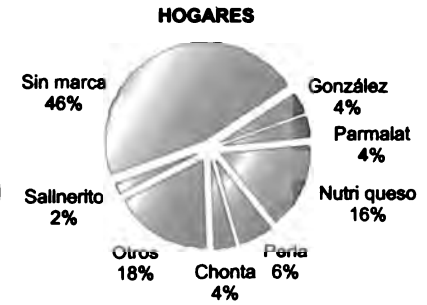
## Ventajas del consumo



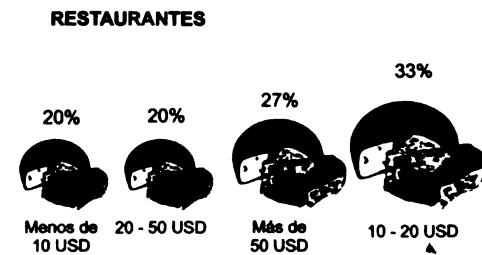
## Formas de consumo



## Marcas de preferencia

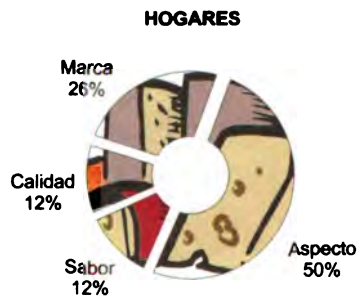


## Gasto en quesos

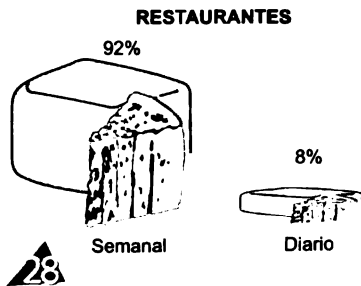


100% SUSTENTABLE 100% SUSTENTABLE 100% SUSTENTABLE 100% SUSTENTABLE 100% SUSTENTABLE

## Factores de relevancia al comprar



## Frecuencia de compra



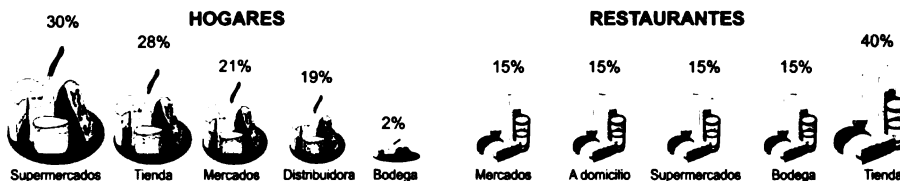
# RIOBAMBA

En los hogares consumimos más de libra y media semanal

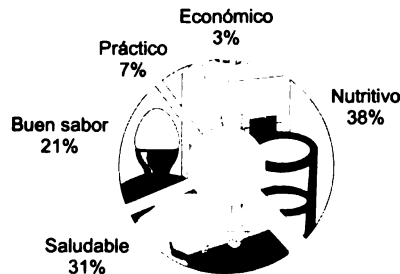


El queso de mayor consumo es el Fresco

## Lugar de abastecimiento



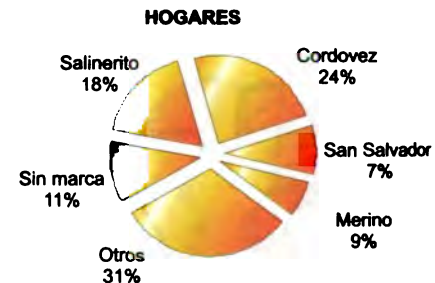
## Ventajas del consumo



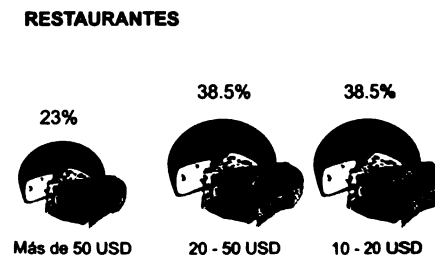
## Formas de consumo



## Marcas de preferencia



## Gasto en quesos



FECHA DE DEVOLUCION			

IICA  
E70  
481

Sistematización estudio de mercado  
QUESOS



# QUESOS

*Esta sistematización se realizó tomando la información del estudio de mercado realizado por el Consultor Fidel Rodríguez con el apoyo de Eugenia Quingaisa, Paulina Vásquez y Jorge Sandoval, en el año 2001.*

*Edición: Unidad Coordinadora del Proyecto  
Rubén Flores y Nancy Medina  
con el apoyo de Yolanda Velasco Tapia  
Mayo 2002*