

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### ***Identificación de regulaciones para el queso Cotija y su introducción al mercado europeo***

**Autor: Marbi Nayarit Castillo Crespo**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Licenciado en Comercio Internacional**

**Nombre del asesor:  
Alejandro Chiquito Ruiz**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





## **ESCUELA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

*“IDENTIFICACIÓN DE REGULACIONES PARA EL QUESO COTIJA Y SU INTRODUCCIÓN AL MERCADO EUROPEO”*

**Tesis:**

**Que para obtener el título de:**

**LICENCIADA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**Presenta:**

**MARBI NAYARIT CASTILLO CRESPO.**

**Asesor:**

**ALEJANDRO CHIQUITO RUIZ**

**No. De acuerdo LCI 100843    CLAVE 16PSU0011T**

**Morelia Michoacán, Mayo 2014**

## **AGRADECIMIENTOS**

Me gustaría que estas líneas sirvan para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a todas aquellas personas que han estado apoyándome a lo largo de mi formación académica, por la orientación, el seguimiento y la motivación para crecer como una persona preparada y profesional.

### **A DIOS:**

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser fortaleza en momentos de debilidad y cumplir cada uno de mis objetivos, poniendo adecuadamente a las personas correctas en mi camino, por toda su protección y vida llena de aprendizajes.

### **A MIS PADRES:**

Agradezco a mi mamá María Dolores Crespo y papá Valentín Castillo por haberme forjado una vida con mucha educación, valores, amor, salud y sobre todo felicidad. Brindaron su mayor apoyo entendiendo mis ausencias y malos momentos. Por darme el mayor tesoro en mi vida de culminar una carrera con mucha dedicación, esfuerzos y sobre todo un gran ejemplo de vida a seguir.

### **A MIS HERMANOS:**

Hugo y Noé, porque nunca faltó un gran consejo para seguir luchando, para formarme como persona y crecer fuerte, por fijarme metas y cumplirlas, esos sueños que jamás se vieron inalcanzables y fueron admirados por ellos. Por esa unión familiar que a pesar de la distancia siempre se sintió presente.

### **A MI ASESOR ALEJANDRO CHIQUITO RUIZ:**

Por brindarme el mayor apoyo y conocimiento en el último estirón de mi carrera, brindándome toda la motivación en el ámbito profesional finalizando mis estudios en la elaboración de mi tesis, fortaleciéndome de sus grandes conocimientos, gracias por su confianza, paciencia y dirección en este trabajo.

## A MIS PROFESORES:

Agradezco por los grandes conocimientos que nos transmitieron, la dedicación por formarnos como personas profesionales. Por oportunidades tan grandes y las valiosas herramientas y por no dejarnos dar por vencidos jamás.

## A MIS AMIGOS:

Gracias a todos que han estado en el transcurso de mi vida universitaria, mostrando amor, confianza y apoyo y de igual manera a aquellos que ya no están pero dejaron algo de enseñanza en mi vida. Agradezco de todo corazón cada momento compartido y ánimo para no dejarme caer.

## A MIS ENTRENADORES Y COMPAÑEROS DEPORTISTAS

Ya que siempre fueron parte de mi vida universitaria, me inculcaron bastante disciplina, esfuerzo, calificación y coraje para conseguir un buen lugar dentro y fuera de la cancha. Porque me enseñaron que se puede trabajar en equipo y resaltar siendo todo un gran líder con el ejemplo, apoyo mutuo y mostrando las habilidades que posee uno como persona.

## PRÓLOGO

En la presente tesis titulada “Identificación de regulaciones para el queso Cotija y su introducción al mercado europeo”, se presenta la posible propuesta de llevar a cabo un proyecto de exportación al mercado europeo, en el cual se pretende hacer apertura a ese mercado y abrir una posibilidad de dar a conocer un producto mexicano como lo es el Queso Cotija.

Esta tesis está dividida en 3 capítulos con los siguientes temas; el primer capítulo, es el marco teórico, el cual habla de la historia, proceso y propiedades del queso Cotija; el segundo capítulo es el contexto del mercado, aquí se mostrará la búsqueda de mercado y el último capítulo serán las recomendaciones de mercado. A lo largo de los capítulos se mostrará cada una de las investigaciones, procesos que se tomarán en cuenta para realizar la comercialización-del producto, conocer culturas a las que se pretende exportar e historia, para tener la posibilidad de incorporar este nuevo producto a un nuevo mercado muy diferente con un buen éxito.

El objetivo de esta investigación es fortalecer tanto el conocimiento de cómo llevar a cabo una investigación de mercado, mediante el aprendizaje que se ha llevado durante los diversos años de carrera y sobre todo, el realizar dicho proyecto de exportación a otro país tratando de adquirir grandes beneficios.

Cabe aclarar que este es un plan de exportación, el cual se pretende abrir nuevos mercados aportando nuevos conocimientos a empresarios que desconozcan dichas oportunidades, tomando en cuenta que realizando la investigación a esta nueva apertura se puede aportar un gran avance al crecimiento de las exportaciones y la economía mexicana. Así mismo esta propuesta está estructurada de manera que se pueda obtener la oportunidad de nuevas negociaciones, así como iniciarla con la venta de quesos, en el marco del TLC de México y la Unión Europea.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVOS .....	3
RESUMEN EJECUTIVO .....	4
CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO .....	6
1.1.- Historia del queso Cotija.....	6
1.2.-Proceso del queso Cotija.- .....	9
1.2.1.- Localización geográfica.- .....	9
1.2.2.- Sobre el proceso de obtención del queso Cotija Región de Origen.- .....	11
1.2.3.- La higiene de las prácticas de ordeña, producción y manejo del queso.- .....	12
1.3.- Propiedades del queso Cotija.- .....	14
1.3.1.- El ganado.- .....	14
1.3.2.- La alimentación del ganado.- .....	14
1.3.3.- La leche.- .....	14
1.3.4.- El cuajo y la sal.- .....	15
1.3.5.- El queso.-.....	15
1.4.- ¿Por qué exportar? .....	18
1.5.-Identificación de la oferta exportable.....	19
CAPITULO 2 CONTEXTO DEL MERCADO .....	20
2.1.- Selección del mercado de destino y justificación.-.....	20
2.2.- Posibilidades y competencia en el mercado.-.....	26
2.2.1.- PAÍSES BAJOS.- .....	27
2.2.2.- FRANCIA.-.....	28
2.2.3.- ITALIA.-.....	29
2.2.4.- ESPAÑA .....	30
2.2.5.- Estadísticas SIAVI.....	31
2.2.6.- País elegido para exportar.....	33
2.2.7.-Fideralimentare.....	34
2.3.- Acceso al mercado:.....	37
2.3.1.- Demanda en importaciones, Italia. ....	38
2.3.2.- Analisis cualitativo de la demanda.- .....	41
2.3.3.-Seguridad alimentaria.....	44

2.3.4.-Seguridad de los animales.- .....	46
2.4.-Busqueda de los clientes.- .....	47
2.5.- Promoción y Comercialización.-.....	51
2.6.- Estimación de precios.- .....	52
CAPITULO 3 PROPUESTA DE SOLUCIÓN .....	55
3.1.- Plan de exportación: .....	55
3.1.1.-Proceso operativo.- .....	55
3.1.2.- Documentación básica para exportar en México.-.....	60
3.1.3.- Documentación requerida para el país de destino.- .....	62
3.1.4.- Requisitos específicos para el queso.- .....	75
3.1.5.- Logística operativa y estimación de precios.- .....	81
3.2.- Evaluación del proyecto .....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
BIBLIOGRAFÍA .....	87

## INTRODUCCIÓN

La investigación de tesis que a continuación se presenta llevará como título “Identificación de regulaciones para el queso Cotija y su introducción al mercado europeo”

Tomando en cuenta que se llevará a cabo la identificación de regulaciones y restricciones no arancelarias del alimento denominado “Queso Cotija” siendo este un producto alimenticio seco, para que se pueda realizar el proceso de exportación al mercado Europeo, llevándose a cabo en el año 2014 a 2015, ya que se pretende que este producto sea reconocido en Europa, en específico en Italia, Francia, Países Bajos y España, identificando clientes con los cuales se puedan llevar a cabo negociaciones, beneficiando a la población y al empresario que ofrece el producto de Cotija de la Paz, Mich., y generando empleo.

Se pretende llegar a objetivos muy específicos como conocer el mercado exacto, precio al que pueda ser vendido dicho producto, así como realizar un plan de exportación del “Queso Cotija” para que éste pueda entrar al mercado europeo con una búsqueda de clientes para ofrecer el producto, conociendo así todas las normas oficiales de Europa para alimentos lácteos y contrastar las propiedades del producto para que entre libremente al país de destino.

Incluyendo que el presente trabajo deberá responder algunas preguntas que ayudaran a concluir dicha tesis así como ¿Qué pasos y requisitos debo seguir para llevar a cabo un plan de exportación a Europa, y entrar con el producto al mercado libremente?, ¿Qué tipo de clientes quiero? ¿Dónde los puedo encontrar?, ¿Qué Normas Oficiales pide el mercado europeo para la entrada del queso Cotija?, ¿Por qué el mercado Europeo pide tantas reglamentaciones para que un producto de otro país pueda entrar a su mercado?

La razón por la cual realizo esta investigación, primeramente es porque el “Queso Cotija” hace pocos años entró a un concurso de quesos en Europa y obtuvo el primer lugar, es por esta razón que me interesa realizar un plan de exportación a esta zona ya que de manera empírica se muestra un amplio mercado e incluso diversidad de clientes para venderles el producto, tomando en cuenta que esto traería ingresos lo cual sería benéfico para el municipio de Cotija. Debido a lo anterior, es por eso que quiero llevar a cabo una profunda investigación, con documentación específica y guías de exportación necesarias.

El segundo motivo es por el beneficio del Municipio de Cotija de la Paz, Mich. ya que si se llega a realizar la exportación se generaría más empleo ya que la empresa empezaría a generar más productos y necesitaría más mano de obra para la producción del queso.

Mi enfoque será cualitativo ya que estaré dando seguimiento a un proceso lo cual hace que mi investigación sea totalmente descriptiva. Este enfoque me ayudará a aportar un beneficio, podré realizar una investigación basada en los procesos en la que yo analice para interpretarlo y dar seguimiento a todo este proyecto.

En este proyecto también se hace mención del enfoque cuantitativo ya que lo elegí porque tomaré mucho en cuenta datos, de lo que serán entrevistas, revistas, materiales visuales y de ahí empezaré a recopilar información que serán de suma importancia.

La siguiente investigación tomará en cuenta dos tipos, el primero será exploratorio ya que llevaré a cabo una investigación profunda, esto se debe a que debo realizar un proceso para la exportación, con identificación de mercados, clientes, transportes, regulaciones y restricciones arancelarias, ya que esta zona es muy estricta en la importación de nuevos productos, es por eso que se profundizará la investigación. Y el segundo, será la investigación descriptiva, porque por medio de ella se mostrarán las reglas, procesos a seguir ya que para realizar la exportación se tiene que basar en guías ya sean básicas o avanzadas mostrando estas un seguimiento al proceso que ofrecen.

Se pretende utilizar herramientas como entrevistas al personal de diferentes oficinas gubernamentales que promueven exportaciones, investigación de los requisitos que pide la Unión Europea ( RRNA, normas oficiales) y consulta de páginas de TLC´S, embajadas, requisitos, legislaciones, las cuales serán útiles para la investigación.

## **JUSTIFICACIÓN**

Debido a la gran competencia en el mercado de nuestro país se requiere implementar una estrategia de ventas entrando a nuevos mercados extranjeros, ya que el producto queso Cotija se vende de muy buena forma en el mercado nacional. De tal manera que al realizar una nueva apertura también se beneficie nuestro municipio generando más empleos.

## **OBJETIVOS**

### **General.-**

Ofrecer un producto de buena calidad en el mercado, planeando una estrategia para que el queso Cotija pueda entrar a los países Europeos y así pudiendo tener una gran participación para que pueda ser consumido por el cliente.

### **Específicos.-**

Hacer mejora de ventas e ingresos económicos, al mismo tiempo proporcionando al consumidor un producto de calidad.

Para incrementar la producción diaria y con la posibilidad de que sea conocido de mejor manera en el mercado extranjero.

Lograr que el queso Cotija pueda entrar a otros países legalmente sin necesidad de que sufra de alguna alteración y cambio de sabor.

Encontrar una buena vinculación con el gobierno para que así pueda apoyarnos en lo que pueda ser posible para llevar a éxito el proyecto de exportación.

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis consiste en el desarrollo de un plan de entrada al mercado europeo con el producto queso Cotija. El objetivo central es ofrecer un producto de buena calidad en el mercado, planeando una estrategia para que el queso Cotija pueda entrar a los países europeos y así pudiendo tener una gran participación para que pueda ser consumido por nuevos clientes.

Por medio de este plan se pretende ayudar a los empresarios productores de queso al proceso de exportación; actualmente existen solo guías dispersas. Creando una guía general e identificando los pasos del proceso de cómo se lleva a cabo una exportación en términos generales, el empresario exportador tendrá la oportunidad de obtener la información necesaria del sector de alimentos percederos de origen animal lo que hará que sus exportaciones sean más eficientes.

Principalmente se pretende realizar la venta de este producto en otro país pudiendo hacer que entre legalmente, ya que por años se ha intentado hacerlo y no se ha hecho una negociación por falta de información y conocimiento, es por eso que se eligió trabajar a fondo con este proyecto para llevar a cabo la exportación.

Cabe señalar que nuestro país cuenta con preferencias arancelarias debido al TLC con la unión europea lo cual facilita la entrada de nuestro producto con reducción arancelaria. Utilizando en la logística el transporte aéreo para hacer llegar las muestras al cliente por medio de contenedores de avión. Claro todo esto es enviado legalmente con documentación ya que el producto si es apto para el consumo humano y aprueba todos los requisitos pedidos por los países europeos.

Es entonces que concluimos en que el queso Cotija si puede ser exportado a Italia ya que tiene que contar con requisitos específicos como el control de residuos de plaguicidas en productos de origen vegetal y de origen animal destinados al consumo humano, control de residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos de origen animal destinados al consumo humano, control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano, control sanitario de los productos de origen animal no destinados al consumo humano, trazabilidad, el cumplimiento y la responsabilidad en los

alimentos. Pudiendo también mandar pruebas por medio del transporte aéreo en contenedores especiales con refrigeración.

Y dar a conocer que nuestro producto entra al mercado europeo en total competitividad con los demás quesos vendidos, ya que cuenta con un precio promedio en lo que los demás quesos de la competencia son vendidos al cliente.

# CAPITULO 1 MARCO TEÓRICO

## 1.1.- Historia del queso Cotija

El queso Cotija se remonta al inicio de la colonia, tiene su periodo de auge en el siglo XVIII y hasta mediados del siglo XX, gracias a los arrieros y comerciantes de Cotija. Sin embargo, a causa de la competencia desleal que enfrenta con quesos de más bajo precio por su menor calidad, en los años 60's empieza su decadencia y ya para los 90's está a punto de desaparecer, y junto con él, una forma de vida sustentable con más de 400 años de tradición: la cultura ranchera de la Sierra de Jal-Mich. Ante este problema, varios son los sectores académicos que se manifiestan; unos sugieren la creación de una asociación de queseros, otros proponen una denominación de origen como medio para proteger al queso Cotija y revertir esta tendencia hacia su desaparición. (Moreno García, 1980), (Chombo Morales, 1996) y (Barragán y Chávez, 1997).

En 1999 en junta de cabildo del Ayuntamiento de Cotija se hace una propuesta tecnológica consistente en mejorar las prácticas sanitarias tanto en la producción de leche como en la elaboración y manejo del queso, con la finalidad de proporcionar a los productores el conocimiento que les brindará la oportunidad de solicitar y principalmente sostener una certificación del origen para su producto. Las autoridades de Cotija dieron su aprobación y apoyo; el presidente municipal de Cotija convoca a los productores, quienes acogen con entusiasmo la iniciativa y es así como en la época de lluvias de ese año los investigadores del Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco, A. C. (CIATEJ ), con el liderazgo de la Maestra Patricia Chombo y el apoyo económico del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología ( CONACYT), se internan en la sierra y se comienza el proyecto con los productores de Lourdes, municipio de Cotija, y con los de Santa María del Oro y Quitupán, del vecino estado de Jalisco.

En los primeros días del mes de noviembre del 2000, motivados por la notoria mejoría en los quesos, el Ayuntamiento de Cotija y los productores de queso Cotija deciden organizar la primera "Feria Regional del Queso Cotija".

Se inician así los trámites para dotar a los productores de una figura legal, y durante la segunda feria el Presidente municipal hace entrega del Acta Constitutiva de la "Asociación

Regional de Productores de Queso Cotija, SPR de RI”, a su primer presidente, el Sr. José Vargas Barajas.

En el año 2001 junto con el Dr. Esteban Barragán, investigador del Colegio de Michoacán, A. C. (COLMICH), se acuerda hacer una asociación civil que aglutine a los diversos actores sociales, productores, autoridades de los tres niveles de gobierno (de Jalisco y Michoacán), instituciones académicas y personas simpatizantes con el proyecto, y así surge el Consejo Regional para la Certificación del queso (Crecer), que da origen oficialmente a la Asociación Civil “Pro Sierra de Jal-Mich” a finales del 2002. Es entonces que con la participación de la Asociación Regional de Productores de Queso Cotija, los investigadores y actores sociales integrados dentro de Pro Sierra de Jal-Mich se plantean como eje rector del proceso, el proyecto: “La Potencialización del Patrimonio Cultural en la Sierra de Jal-Mich”, cuyo objetivo es coadyuvar en la protección y reactivación del patrimonio cultural de la sierra de Jal-Mich, mediante la obtención de la denominación de origen para su producto más emblemático: el queso Cotija; proceso que se propuso como activador de un desarrollo regional integral y orientado hacia la equidad social, la rentabilidad económica y el respeto hacia el medio ambiente, en suma un proceso sustentable.

Derivado del proyecto señalado: el apoyo de las autoridades de los tres niveles de gobierno e instituciones académicas y sobre todo por el entusiasmo y esfuerzo cotidiano de los productores, se han obtenido los siguientes logros:

- La generación del conocimiento en torno al bien patrimonial (historia de la tradición, la especificidad del producto tomada tanto de las características geográficas del medio donde se elabora, como del proceso productivo).
- El mejoramiento de la calidad mediante la hibridación del conocimiento tradicional y tecnológico.
- La realización de la Feria Regional del Queso Cotija, celebrada ininterrumpidamente desde el año 2000 a la fecha.
- Construcción de la primera sala de ordeño mecánico con financiamiento de FONAES y asesoría técnica de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la UNAM, 2002.

- Primer producto alimenticio artesanal que obtiene una Marca Colectiva (*Queso Cotija Región de Origen*) en México, 2005.
- **Primer lugar de quesos extranjeros en el Campeonato Mundial de Quesos de Calidad, en Cremona, Italia, 2006.**
- Entrega oficial de los certificados de hato libre de las campañas de brucelosis y tuberculosis a los productores por parte de SAGARPA, 2007.
- Maduración del queso en cava bajo condiciones de humedad relativa y temperatura controladas, 2007.
- Desarrollo de nuevas presentaciones: empacado, envasado al alto vacío y etiquetado de origen, 2008.
- Posicionamiento de la marca y del producto en diversos nichos de mercado, 2008.
- Iniciación del desarrollo empresarial mediante la creación del Centro de Articulación Productiva e Innovación Tecnológica (CAP-CENIT); desde estas figuras se ejercita el control de calidad y de precio y se orienta la promoción, 2009.
- Premio Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos para la UNAM por las investigaciones químicas al queso Cotija Región de Origen, 2009.
- La propuesta de Norma Mexicana (NMX) del queso Cotija, 2009.
- La entrada del proceso al círculo de los intereses y apoyos de las instituciones (Alvarez Barajas Ruben, 2004)

## **1.2.-Proceso del queso Cotija.-**

### **1.2.1.- Localización geográfica.-**

**Localización.** El centro de la región se localiza en el cruce de las coordenadas de los 19° 30' de latitud norte y los 102° 45' de longitud oeste. Aunque su forma no es cuadrada (tiene forma de herradura orientada al norte), va de los 19°15' a los 19°40' latitud norte y de los 102°30' a los 103°05' de longitud oeste, abarcando una superficie territorial de aproximadamente 2,400 km .

**El espacio territorial:** se refiere al área geográfica donde pastorea el ganado productor de la leche con la que se elabora el queso, donde están ubicados los ranchos de ordeña y las queserías; este espacio corresponde a la delimitación de lo que queda actualmente de la cuna u origen territorial de este queso.

**Límites de adscripción político-administrativa.** La región se ubica en las inmediaciones serranas de los estados de Jalisco y Michoacán (sierra de Jal-Mich), en jurisdicción de los municipios de Sta. María del Oro, Jalisco, sur de Tocumbo y de Cotija, Michoacán principalmente.

**Factores geográficos físicos:** Incluyen la topografía y el clima, traducidos en ciertos parámetros de temperatura ambiental y precipitación pluvial anual, lo que permite un rango de humedad relativa específica que se relaciona con las características del queso elaborado y añejado en dicha región.

**Forma:** La región es una ladera templada, de transición climática, muy plegada y con escalonamiento altitudinal, que va desde los pies de monte que se elevan a partir del Valle de Tierra Caliente, formando a partir de allí una figura de herradura (con el arco orientado al norte) que llega hasta un poco antes de las cumbres frías del Eje Neovolcánico.

**Altitud:** Esta región se ubica entre los 700 y 1700 msnm aproximadamente.

**Clima:** La temperatura media anual va de los 25° C al sur, a los 20° C en los otros tres puntos cardinales que forman el arco de la herradura.

**Vegetación:** La cubierta vegetal de la región es Selva Baja Caducifolia con vegetación secundaria irregular; en el perímetro externo de esa figura de herradura que tiene la región, su vegetación Caducifolia limitada con bosque mixto (encino-pino).

**Edafología:** Predomina el suelo areno-arcilloso y pedregoso: Cambisol en la parte alta de la ladera, donde limita con Luvisol de la tierra fría, al norte; Regosol y Ranquer en la parte más baja, donde limita con Vertisol de la Tierra Caliente al sur.

**Geología:** Dichas unidades de suelo se posan sobre rocas ígneas extrusivas en la mitad oriente e Intrusivas al poniente; hay toba intermedia en sus fronteras más altas donde colinda con basaltos y toba ácida más brecha volcánica ácida en las partes medias y bajas de la región, colindando al sur con las rocas sedimentarias o conglomerados del Valle del Río Grande.

**Factores humanos o culturales:** Esto se refiere a la forma y conocimiento ancestral de hacer y atender el queso en un medio geográfico específico, por un grupo social determinado (los rancheros del Jal-Mich).

Esta región se ha caracterizado fundamentalmente por su poblamiento escaso y disperso en ranchos aislados dedicados a la explotación ganadera con producción estacional - durante los cuatro meses de lluvias- de queso, asociada al cultivo itinerante de maíz de temporal en terrenos sumamente accidentados y bajo el régimen de pequeña propiedad mayoritariamente.

En dicha región se ha desarrollado una “cultura ranchera” que contrasta con la desarrollada en sus regiones vecinas: la región plana, agrícola y ejidal de la tierra caliente con la que limita al sur, así como con el territorio indígena de la Sierra Purépecha al oriente mayoritariamente comunal, y con las zonas boscosas -en su mayor parte también comunales- de la Sierra del Tigre al norte, la de Tamazula y la del Alo al poniente. (Alvarez Barajas Ruben, 2004)

### **1.2.2.- Sobre el proceso de obtención del queso Cotija Región de Origen.-**

1.- El queso se obtendrá mediante el proceso tradicional con calidad controlada, respetando los tiempos y condiciones que exige cada una de las etapas que enseguida se especifican:

2.- La leche que se utilice en la elaboración del queso será la recién ordeñada del día y se hará pasar por cedazos limpios para retener cualquier materia extraña, antes de su utilización.

3.- La leche obtenida se deja reposar en un recipiente de acero inoxidable limpio.

4.- Una vez que la leche alcanza la temperatura óptima para ser cuajada, se le incorpora el cuajo, mezclándolo rápidamente, pudiendo acompañarse de una parte de la sal total añadida, según la costumbre.

5.- La consistencia de la cuajada se prueba cruzándola con una cuchara y, una vez alcanzado el punto deseado, se corta hasta obtener grumos equivalentes en tamaño a un grano de maíz.

6.- La mezcla de suero y cuajada cortada (quebrada o batida) se deja reposar hasta que la cuajada cortada se asiente en el fondo del recipiente (es posible ayudarlo a bajar - "asentar"- de manera manual o ejerciendo sobre ella presión descendente con una cuchara de acero inoxidable). Para poder eliminar el suero, éste se drena o se saca con un recipiente limpio.

7.- La cuajada se separa del suero y se deja escurrir en una artesa que podrá ser de madera apropiada o de acero inoxidable. Posteriormente se amasa incorporándole la sal.

8.- La masa salada -queso fresco- se puede moldear o dejar reposar sobre la artesa, para que al día siguiente se incorpore una cantidad equivalente del primer amasado y así tener la cantidad adecuada para llenar el aro (cincho, cinturón o fajo del diámetro específico) cubierto en su interior con dos bandas de ixtle (fibra de maguey) con las que se envolverá la masa, las que confieren en conjunto la forma y el volumen de pasta, que a su vez habrá de dar lugar a las piezas con la presentación tradicional cilíndrica de alrededor de 20 kg.

**9.-** La pasta fajada se prensará durante 18 a 24 horas, volteándola sobre su propia cara al concluir el periodo. A partir de esta etapa se considera que inicia la vida de cada pieza de queso.

**10.-** La pasta ya prensada se mantiene fajada para que no pierda el formato cilíndrico tradicional del queso Cotija Región de Origen; se voltea sobre su cara diariamente hasta que deja de escurrir suero ("hasta que se orea"), durante 15 días o hasta que adquiera la firmeza necesaria para que cada pieza pueda ser manipulada.

**11.-** El queso se desfaja (se le quita el aro), cuando la consistencia es adecuada pero se continua volteándolo, alternando la cara expuesta al medio diariamente, durante los primeros tres meses de su vida.

**12.-** La superficie del queso se limpia -"soba"- durante los tres primeros meses de su elaboración, con un trapo limpio, suave pero que no desprenda hilos o materia extraña que pueda poner en riesgo la calidad del queso.

**13.-** El queso se limpia y se voltea cada tercer o cuarto día durante los tres primeros meses de producido. (Alvarez Barajas Ruben, 2004)

### **1.2.3.- La higiene de las prácticas de ordeña, producción y manejo del queso.-**

**1.-** La ordeña se realizará higiénicamente, esto consiste en asear cada uno de los pezones de la vaca con agua pura y secarlos con un lienzo limpio.

**2.-** La práctica de apoyo de la ordeña con el becerro podrá seguirse realizando siempre y cuando los pezones de la vaca sean limpiados después del mamado del becerro y siempre y cuando el ordeñador evite el contacto de sus manos con partes del cuerpo no aseadas de cualquiera de los dos animales.

**3.-** La persona que ordeñe deberá conservar las manos limpias, por lo que una segunda persona deberá ser la que limpie los pezones de la vaca. El ordeñador puede secar los pezones con un lienzo limpio, evitando tocar otras partes del animal durante la ordeña.

**4.-** Los utensilios (avíos) y todo el equipo o material usado para la elaboración del queso Cotija Región de Origen se mantendrán limpios, alejados de contaminaciones y fuera del alcance de insectos, aves, plagas u otros animales.

**5.-** El sellado y pre sellado de los pezones puede permitirse, siempre y cuando no sea el ordeñador el que alternadamente ordeñe y tome los envases de los selladores; por lo que la segunda.

**6.-** Se evitará que la leche utilizada como materia prima para la elaboración del queso Cotija Región de Origen, desde su obtención entre en contacto con recipientes y materiales sucios, materia extraña, contaminantes o cualquier tipo de animal.

**7.-** Todos los utensilios y materiales deberán ser inspeccionados por los responsables de la producción, antes de ser utilizados en cualquier operación relacionada con la elaboración del queso, con el objeto de utilizar solamente los que comprobadamente se encuentren limpios.

**8.-** El queso deberá cuidarse, mantenerse limpio y libre de materia extraña, insectos, aves, plagas y cualquier tipo de animal.

**9.-** Las personas involucradas en el proceso de elaboración del queso deberán encontrarse libres de enfermedades para poder elaborarlo y manipularlo.

**10.-** Las personas involucradas en el proceso de elaboración del queso deberán realizar las operaciones de acuerdo a los principios de higiene y buenas prácticas de manufactura que se establecen en estas reglas de uso.

### **1.3.- Propiedades del queso Cotija.-**

#### **1.3.1.- El ganado.-**

- 1.- El ganado que produzca la leche con la que se elabora el queso Cotija Región de Origen deberá estar sano.
- 2.- El hato completo deberá contar con certificado vigente “Libre de brúcela y tuberculosis”. Lo mismo se aplica para el ganado que sea introducido a la región.
- 3.- Las vacas productoras de la leche deberán ser criollas o híbridas (cruza de diversas razas), siempre y cuando la calidad específica de la leche para la producción del queso Cotija Región de Origen mantenga un mínimo de 3.7% de grasa y 3.0% de proteína.

#### **1.3.2.- La alimentación del ganado.-**

- 1.- Las vacas productoras de la leche destinada a la elaboración del queso, se alimentan durante el periodo de ordeña en libre pastoreo tal como lo expresan los lugareños: “desahogadas en el potrero, echándose un bocado aquí y otro allá”, esto es, únicamente en praderas naturales y/o inducidas, localizadas en la región que protege esta marca.
- 2.- Durante la época de elaboración del queso, las vacas productoras de la leche no deberán consumir alimentos balanceados o concentrados.

#### **1.3.3.- La leche.-**

- 1.- Toda la leche utilizada para la elaboración del queso, deberá ser fresca y provenir de las vacas ordeñadas durante los meses de lluvia (junio a noviembre) en los ranchos que cubren los requerimientos establecidos en la presente marca.
- 2.- La leche utilizada para la elaboración del queso podrá desgordarse manualmente según la costumbre, mas no deberá desgrasarse mecánicamente.
- 3.- La cantidad de sólidos grasos de la leche utilizada para elaborar el queso no deberá ser menor a 3.7% o 37g / Lt.
- 4.- Las proteínas de la leche no serán menores a 3.0 % o 3 g /Lt.
- 5.- La leche no deberá contener residuos de compuestos químicos, ejemplo: de antibióticos, hormonas, desparasitantes, neutralizantes, fertilizantes, detergentes, etc.

**6.-** La leche utilizada como materia prima en la elaboración del queso no deberá contener materia extraña como pelo, insectos, estiércol, etc.

**7.-** La leche utilizada como materia prima para la elaboración del queso deberá estar ausente de organismos patógenos.

**8.-** Los préstamos de ganado y de leche entre personas y unidades de producción podrán seguirse haciendo como se acostumbra, a condición de que los animales y la leche en intercambio cumplan con los requerimientos contenidos en estas reglas.

#### **1.3.4.- El cuajo y la sal.-**

**1.-** El cuajo deberá ser natural, elaborado higiénicamente por los mismos productores de queso, a partir del cuajo de rumiantes jóvenes; o en su defecto, se podrá utilizar cuajo comercial de origen natural, no microbiano, es decir, cuya composición corresponda a la mezcla enzimática proveniente del extracto enzimático del estómago de rumiantes.

**2.-** La sal deberá ser de mar (de grano), libre de materia extraña y compuestos químicos, obtenida mediante proceso artesanal para que tenga la consistencia necesaria para su incorporación durante el salado.

#### **1.3.5.- El queso.-**

**1.-** El queso deberá producirse de manera natural, es decir, a partir de leche entera, sin la adición de compuestos químicos o análogos de leche u otros ingredientes que no sean sal y cuajo, cuyas especificaciones se describen en esta norma. Solamente podrán ser añadidos cultivos microbianos que refuercen la inocuidad del producto.

**2.-** El queso deberá estar libre de cualquier microorganismo patógeno.

**3.-** El queso deberá estar libre de compuestos químicos ajenos a su naturaleza, como pesticidas, fertilizantes, detergentes, etc.

**4.-** La composición básica del queso será la siguiente: Humedad máxima 36 %

Grasa mínima 23 % Proteína mínima 25 %

**5.-** El queso Cotija Región de Origen deberá tener un mínimo de tres meses de vida dentro del área geográfica que protege esta marca, considerando el inicio de su vida a partir del retiro de la prensa.

**6.-** El queso mantendrá su presentación tradicional cilíndrica, de gran formato, cuyas dimensiones en promedio son: 40 cm. de diámetro y 18 cm. de altura, con peso de alrededor de 20 kg; correspondiente al tamaño y peso más comunes. Cualquier variación en peso y tamaño debe guardar los parámetros de calidad especificado en estas reglas y la proporción diámetro / altura.

**7.-** Los tipos de queso.

El queso Cotija Región de Origen podrá subclasificarse comercialmente por su tiempo de añejamiento y por su consistencia:

**7.1.-** Por su tiempo de añejamiento, afinado o maduración se subclasificará:

**a)** Añejo, cuando un queso tenga de tres a seis meses de vida.

**b)** Rendido, cuando el queso tenga más de seis meses de vida.

**7.2.-** Por su consistencia y características al corte, el productor lo podrá sub clasificar como:

**a)** De Tajo, aquel que al corte no se desmorona, las paredes del corte se mantienen en su posición, debido a su menor contenido de sal y mayor contenido de grasa sobre el total de la materia seca.

**b)** De Grano, se desmorona al corte, por su mayor contenido de sal y mayor contenido de materia seca.

**c)** De Medio Tajo o de Medio Grano, condición intermedia entre “Tajo y Grano”.

**7.3.-** El productor podrá subclasificar adicionalmente su queso por el nombre de su rancho el de su familia, o cualquier otro signo distintivo.

En esta investigación se asientan las reglas que han acordado cumplir los miembros de la Asociación Regional de Productores de Queso Cotija quienes, bajo la figura legal de Sociedad de Producción Rural (SPRR), el 7 de marzo de 2005 obtuvieron del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) la Marca Colectiva del queso *Cotija Región de Origen* bajo los números 867585 y 867586.

La marca colectiva es un signo distintivo que sirve para diferenciar en el mercado los productos o servicios de los miembros de una asociación o sociedad respecto de los productos o servicios de terceros. Dicha marca o signo se coloca en el producto para indicar especialmente que ha sido elaborado por un grupo específico de personas en una región determinada (IMPI). La marca colectiva representa una protección oficial y con ella una ventaja competitiva del producto en el mercado, dando garantía de autenticidad y calidad a los consumidores y un sobre precio para los productores; sobreprecio justificado por las especificidades geográficas y culturales incorporadas en el producto por las condiciones precarias en que éstos producen y por el apego a determinadas normas de calidad y por la preservación del medio ambiente.

Con estas reglas de uso de la marca colectiva se inicia el proceso de protección oficial - tendiente a una denominación de origen- de este queso que tiene por cuna la amplia región serrana que históricamente ha reconocido como cabecera a Cotija. En la actualidad, sólo un reducido número de productores dispersos en un “santuario rancharo” al sur de la ciudad de Cotija, donde confluyen los estados de Jalisco y Michoacán (Sierra de Jal-Mich), más por la tenacidad que les impone su aislamiento que por las ganancias que les arroja su actividad agropecuaria, siguen recreando la tradición que permite contar aún con un producto artesanal de alta calidad y con las características que desde hace más de cuatro siglos le han dado su buena fama en todo el país. (Alvarez Barajas Ruben, 2004)

#### **1.4.- ¿Por qué exportar?**

Gracias a que ha firmado acuerdos comerciales en tres continentes, México se ha posicionado como una puerta de acceso a un mercado potencial de más de mil millones y 60% del PIB mundial. (PROMEXICO)

México cuenta con una red de 10 Tratados de Libre Comercio con 44 países (TLCs), 28 Acuerdos para la Promoción y protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) y 9 acuerdos de comercio (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de ALADI.

Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la ALADI, esta información presentada por PROMEXICO facilita el saber hacia dónde se pueden realizar exportaciones con preferencias arancelarias.

Ahora bien, ¿Por qué exportar?, Porque México tiene una enorme variedad de productos tanto como naturales como procesados, mas sin embargo son pocas las personas que en realidad realizan una exportación y aprovechan cada uno de los TLC'S con los que se cuenta. Para crecer y consolidar la empresa si el mercado interno es competitivo, para aumentar la competitividad dando mayor calidad, para realizar mayores alianzas tanto con empresas nacionales como extranjeras, diversificar el producto y el mercado para hacerle frente a la fuerte y creciente competitividad mundial.

Más sin embargo el exportar es una medida muy eficaz para expandir el negocio a nivel global, mientras que esto mismo hace que se expanda la cartera de clientes e ingresos. La gran ventaja que se tiene para exportar es que no necesariamente se exige un tamaño específico para realizar las exportaciones, es por eso que se pretende realizar esta acción ya que todo depende de la rentabilidad que tenga nuestro producto fuera del país. Y saber definir a que tiempo se llevará a cabo esto, ya sea a largo, mediano o corto plazo.

Se ha tomado la decisión de llevar a cabo el proceso de exportación del "Queso Cotija" porque es un producto el cual tiene una enorme venta a nivel nacional, con un primer lugar ganado en una feria en Europa, es por eso que se decidió elegir el mercado europeo, principalmente Italia, todo esto por realizar la apertura de nuevos mercados, empezar a

realizar nuevos convenios, dinamizando la economía tanto del Municipio de Cotija, Michoacán como la del país.

### **1.5.-Identificación de la oferta exportable.**

La empresa Cotijense cuenta con una capacidad de producción diaria de 35 a 40 kilos de queso, es decir que a la semana es una producción de 240 kilos, lo cual indica que son 960 kilos mensuales aproximadamente.

Tomando en cuenta que el 80% se vende aquí en el país en los estados de Guanajuato., D.F., Aguascalientes y Jalisco.

Ahora hablando en cuanto a exportaciones si se tiene una oferta exportable, ya que la empresa cuenta con un cliente el Estados Unidos de América, en donde vende kilos de queso Cotija seco, esto indica que la empresa tiene para ofrecer más a otros mercados, ya que lo único que falta son clientes y apertura de conocimientos hacia otros países.

#### **El Queso Cotija...**

Se tiene clasificado como Queso Cotija Región de Origen, queso de pasta dura, con una clasificación arancelaria 04069002, el cual cuenta con restricciones a la importación con lo siguiente:

Autorización sanitaria previa de la COFEPRIS (Únicamente cuando se destinen al consumo humano o para uso en los procesos de la industria de alimentos para consumo humano y se destinen a los regímenes aduaneros de importación definitiva, temporal o depósito fiscal. La autorización se presenta en términos del Art. 6 del Acuerdo) Capítulo 4 (Especificaciones) de la NOM-051-SCFI/SSA1-2010 (Adicionalmente, debe indicar la fecha de caducidad. El importador podrá optar por cualquiera de las alternativas previstas en el Numeral 6 del Anexo para comprobar el cumplimiento de la NOM). A partir del 3 de septiembre de 2012, Certificado Zoosanitario del SENASICA (El Certificado se otorga en términos del Punto Séptimo del Acuerdo). (SIICEX, 2014)

El queso Cotija llevara a cabo el proceso de exportación en cuanto a regulaciones arancelarias, cupos, aranceles de acuerdo a lo establecido en la SIICEX (Sistema Integral de Información de Comercio Interior).

## **CAPITULO 2 CONTEXTO DEL MERCADO**

### **2.1.- Selección del mercado de destino y justificación.-**

Se ha elegido el mercado europeo ya que se pretende tratar de ingresar a nuevos mercados, mostrando estadísticamente las exportaciones que se realizan a nivel mundial y principalmente lo que es México. Como se ha ido mencionando anteriormente el principal motivo por el que se elige Europa es por la participación que tuvo el queso Cotija en la feria en el año 2006 y una manera clara de saber cómo se encuentra la competencia en el mercado destinado es analizando estadísticas de quienes importan queso y cuanto exporta México.

La fracción arancelaria tiene como denominación un sistema de clasificación de mercancías a fin de comercio internacional, para designar al código utilizado en una operación de importación o exportación, siendo este autorizado mediante las autoridades. La clasificación que obtiene el queso y con el que se basa cada una de las estadísticas que se mostraran en seguida es la 040690 y es así que se podrán conocer las cantidades de exportación que realizan los países.

Estadísticamente los principales países exportadores son los siguientes:

- Cuadro número 1

### Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2012

Producto : 040690 los demas quesos.

Exportar hacia    

Exportar hacia número de líneas por página :

SH8	Exportadores	Indicadores comerciales										
		Valor exportada en 2012 (miles de USD) ↓	Saldo comercial 2012 (miles de USD) ↓	Cantidad exportada en 2012	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2008-2012 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2008-2012 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2012 (%) ↓	Participación en las exportaciones mundiales (%) ↓	Distancia media de los países importadores (km) ↓	Concentración de los países importadores ↓
	Mundo	18.068.367	235.076	3.381.979	Toneladas	5.343	2	4	-5	100	2.488	0,06
+	<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a> ↓	3.144.781	2.402.910	610.989	Toneladas	5.147	2	8	-9	17,4	1.405	0,18
+	<a href="#">Alemania</a> ↓	2.686.114	-383.254	622.009	Toneladas	4.318	2	4	-6	14,9	1.206	0,09
+	<a href="#">Francia</a> ↓	2.414.101	1.581.327	347.647	Toneladas	6.944	0	3	-6	13,4	1.916	0,13
+	<a href="#">Italia</a> ↓	1.478.882	290.916	136.395	Toneladas	10.843	7	5	-6	8,2	3.370	0,1
+	<a href="#">Nueva Zelanda</a> ↓	799.114	784.088	221.236	Toneladas	3.612	1	2	13	4,4	10.234	0,11
+	<a href="#">Irlanda</a> ↓	680.649	553.369	163.742	Toneladas	4.157	0	4	-4	3,8	1.663	0,33
+	<a href="#">Dinamarca</a> ↓	661.196	435.565	112.238	Toneladas	5.891	-2	0	-1	3,7	1.962	0,12
+	<a href="#">Suiza</a> ↓	532.269	305.997	53.709	Toneladas	9.910	2	2	-1	2,9	1.969	0,23
+	<a href="#">Estados Unidos de América</a> ↓	529.260	-493.089	126.540	Toneladas	4.183	21	20	15	2,9	6.305	0,14
+	<a href="#">Belarús</a> ↓	458.159	453.257	96.534	Toneladas	4.746	11	6	1	2,5	1.013	0,97

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

Analizando el cuadro 1, 8 países de 10 pertenecen a la unión europea lo cual beneficia a la elección de mercado que se pretende hacer la exportación, de tal manera que vemos que tienen una amplia actividad comercial en este producto.

- Cuadro número 2

## Estadísticas de las exportaciones de México a Países Bajos.-

### Comercio bilateral entre México y Países Bajos (Holanda)

Producto : 040690 los demas quesos.

Unidad: Dólar EUA miles

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Exportar hacia

Período (número de columnas): 3 por página número de líneas por página:

Código del producto	Descripción del producto	México exporta hacia Países Bajos (Holanda)			México exporta hacia el mundo		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012	Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
04069001	Quesos y requesón: Los demás quesos: De pasta dura, denominado Sardo, cuando su presentación así lo indique.	0	0	0	0	0	0
04069002	Los demas quesos: de pasta dura, denominado reggiano o reggianito, cuando su presentación así lo indique.	0	0	0	0	0	0
04069003	Los demas quesos: de pasta blanda, tipo colonia, cuando su composición sea: humedad de 35.5% a 37.7%, cenizas de 3.2% a 3.3%, grasas de 29.0% a 30.8%, proteínas de 25.0% a 27.5%, cloruros de 1.3% a 2.7% y acidez de 0.8% a 0.9% en ácido láctico.	0	0	0	0	0	0
04069004	Los demas quesos: duros o semiduros, con un contenido en peso de materias grasas inferior o igual al 40%; únicamente grana o parmesano-reggiano, con un contenido en peso de agua, en la materia no grasa, inferior o igual al 47%; únicamente danbo, edam, fontal, fontina, fy	0	0	0	62	1.471	112
04069005	Los demas quesos: tipo petit suisse, cuando su composición sea: humedad de 68% a 70%, grasa de 6% a 8% (en base húmeda), extracto seco de 30% a 32%, proteína mínima de 6%, y fermentos con o sin adición de frutas, azúcares, verduras, chocolate o miel.	0	0	0	1.072	938	1.215
04069006	Los demas quesos: tipo edmont, cuyas características sean: grasa mínima (en materia seca) 45%, humedad máxima 40%, materia seca mínima 60%, mínimo de sal en la humedad 3.9%.	0	0	0	0	90	0
04069099	Los demas quesos: los demás.	0	0	0	12.963	12.862	12.161

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

- Cuadro número 3

Estadística de las exportaciones de México a Francia.

Comercio bilateral entre México y Francia  
Producto : 040690 los demas quesos.

Unidad: Dólar EUA miles

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Exportar hacia    

Período (número de columnas):  3 por página  número de líneas por página: Por defecto (25 por página) 

Código del producto	Descripción del producto	México exporta hacia Francia			México exporta hacia el mundo		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012▼	Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
04069001	Quesos y requesón: Los demás quesos: De pasta dura, denominado Sardo, cuando su presentación así lo indique.	0	0	0	0	0	0
04069002	Los demas quesos: de pasta dura, denominado reggiano o reggianito, cuando su presentación así lo indique.	0	0	0	0	0	0
04069003	Los demas quesos: de pasta blanda, tipo colonia, cuando su composición sea: humedad de 35.5% a 37.7%, cenizas de 3.2% a 3.3%, grasas de 29.0% a 30.8%, proteínas de 25.0% a 27.5%, cloruros de 1.3% a 2.7% y acidez de 0.8% a 0.9% en cido lctico.	0	0	0	0	0	0
04069004	Los demas quesos: duros o semiduros, con un contenido en peso de materias grasas inferior o igual al 40%; únicamente grana o parmegiano-reggiano, con un contenido en peso de agua, en la materia no grasa, inferior o igual al 47%; únicamente danbo, edam, fontal, fontina, fy	0	0	0	62	1.471	112
04069005	Los demas quesos: tipo petit suisse, cuando su composición sea: humedad de 68% a 70%, grasa de 6% a 8% (en base húmeda), extracto seco de 30% a 32%, proteína mínima de 6%, y fermentos con o sin adición de frutas, azúcares, verduras, chocolate o miel.	0	0	0	1.072	938	1.215
04069006	Los demas quesos: tipo egmont, cuyas características sean: grasa mínima (en materia seca) 45%, humedad máxima 40%, materia seca mínima 60%, mínimo de sal en la humedad 3.9%.	0	0	0	0	90	0
04069099	Los demas quesos: los dem s.	0	0	0	12.963	12.862	12.161

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

- Cuadro número 4

Estadística de las exportaciones de México a Italia.-

Comercio bilateral entre México y Italia

Producto : 040690 los demas quesos.

Unidad: Dólar EUA miles

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Exportar hacia    

Período (número de columnas):  3 por página  número de líneas por página: Por defecto (25 por página) 

Código del producto	Descripción del producto	México exporta hacia Italia			México exporta hacia el mundo		
		Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012▼	Valor en 2010	Valor en 2011	Valor en 2012
04069001	Quesos y requesón: Los demás quesos: De pasta dura, denominado Sardo, cuando su presentación así lo indique.	0	0	0	0	0	0
04069002	Los demas quesos: de pasta dura, denominado reggiano o reggianito, cuando su presentación así lo indique.	0	0	0	0	0	0
04069003	Los demas quesos: de pasta blanda, tipo colonia, cuando su composición sea: humedad de 35.5% a 37.7%, cenizas de 3.2% a 3.3%, grasas de 29.0% a 30.8%, proteínas de 25.0% a 27.5%, cloruros de 1.3% a 2.7% y acidez de 0.8% a 0.9% en cido lctico.	0	0	0	0	0	0
04069004	Los demas quesos: duros o semiduros, con un contenido en peso de materias grasas inferior o igual al 40%; Únicamente grana o parmesiano-reggiano, con un contenido en peso de agua, en la materia no grasa, inferior o igual al 47%; Únicamente danbo, edam, fontal, fontina, fy	0	0	0	62	1.471	112
04069005	Los demas quesos: tipo petit suisse, cuando su composición sea: humedad de 68% a 70%, grasa de 6% a 8% (en base húmeda), extracto seco de 30% a 32%, proteína mínima de 6%, y fermentos con o sin adición de frutas, azúcares, verduras, chocolate o miel.	0	0	0	1.072	938	1.215
04069006	Los demas quesos: tipo egmont, cuyas características sean: grasa mínima (en materia seca) 45%, humedad máxima 40%, materia seca mínima 60%, mínimo de sal en la humedad 3.9%.	0	0	0	0	90	0
04069099	Los demas quesos: los dem s.	0	0	0	12.963	12.862	12.161

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, www.intracen.org

Las estadísticas de los 3 países elegidos para realizar exportaciones cuentan con las mismas cantidades en exportación, analizándolas vemos que son escasas las exportaciones de nuestro país a Países Bajos, Francia e Italia y las que se realizaron fueron en 3 años atrás y actualmente no se ha logrado realizar más negociaciones, es decir, que totalmente se tiene que llevar un gran esfuerzo para hacer que el “queso Cotija” pueda llegar al mercado europeo con todas las posibilidades positivas, así realizando investigaciones de que requisitos pide el país de destino para lograr su venta.

Justificando ahora por qué se han seleccionado estos países es porque tenemos la ventaja de que el queso Cotija ya fue conocido en Europa en una competencia la cual se consiguió adquirir el primer lugar de quesos extranjeros en el Campeonato Mundial de Quesos de Calidad, en Cremona, Italia, en el año 2006, esto indica que el queso puede ser consumido en este mercado, mas sin embargo a pesar de que no se han realizado exportaciones de México para el país europeo es la oportunidad para aprender a realizarlas, conociendo que RRNA pide el país de destino, saber cómo y de qué manera poder exportar.

## **2.2.- Posibilidades y competencia en el mercado.-**

Como he llevado a cabo la investigación en el mercado de destino se ha visto que la competencia es muy grande y en el cuadro 1 se describen los países de donde provienen las importaciones de queso, a continuación se explicara lo que está pasando con las importaciones que realiza cada uno de los países seleccionados para realizar nuestras exportaciones de manera estadística, primeramente dando una breve explicación y posteriormente se mostraran las estadísticas.

Analizando las gráficas nos daremos cuenta que en realidad la mayor competencia es entre estos mismos países que estamos analizando (Países Bajos, Italia y Francia), ya que son grandes productores de queso, en diferentes variedades. Quizá haga entrar en un conflicto, pero se tiene que buscar a buenos clientes que deseen negociar el producto mexicano.

Las importaciones que realizaron estos países en los años del 2008-2012 fueron aumentando de manera del 30, 15, 5 y 3% cada uno en sus ventas año con año, más sin embargo en el año 2012 las importaciones de estos 3 países disminuyeron en un total del 5 a 30% lo cual nos da a conocer que la economía actual de la Unión Europea si ha afectado en las importaciones, más sin embargo no se cierra el camino para abrir nuevos campos económicos.

A continuación se mostrarán las estadísticas investigadas por medio de INTRACEN, dando a conocer los 5 principales países de los que importa Países Bajos, Francia e Italia.

## 2.2.1.- PAÍSES BAJOS.-

- Cuadro 5

### Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Países Bajos (Holanda) *i*

Producto: 040690 los demas quesos.

Unidad : miles Dólar EUA

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Exportar hacia    

Período (número de columnas):  5 por página  número de líneas por página: Por defecto (25 por página) 

1 2

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012 
	Mundo	659.808	543.285	617.107	785.954	741.871
	<a href="#">Alemania</a>	240.513	237.844	278.936	329.670	304.459
	<a href="#">Bélgica</a>	94.593	88.414	84.984	122.237	102.892
	<a href="#">Reino Unido</a>	47.502	37.758	51.213	87.525	95.559
	<a href="#">Francia</a>	52.001	40.502	44.506	56.215	55.536
	<a href="#">Italia</a>	24.361	21.089	23.405	32.577	34.327

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

## 2.2.2.- FRANCIA.-

- Cuadro 6

### Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Francia

Producto: 040690 los demas quesos.

Unidad : miles Dólar EUA

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Exportar hacia    

Período (número de columnas):  5 por página  número de líneas por página : Por defecto (25 por página) 

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012 
	Mundo	976.430	896.856	829.715	911.789	832.774
	<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a>	322.506	309.062	278.968	320.387	301.896
	<a href="#">Italia</a>	141.031	151.348	142.340	160.312	146.261
	<a href="#">Alemania</a>	215.088	167.117	149.132	150.591	123.471
	<a href="#">Suiza</a>	51.247	60.067	56.520	64.598	58.959
	<a href="#">Bélgica</a>	56.069	46.095	43.913	42.121	42.870

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

## 2.2.3.- ITALIA.-

- Cuadro 7

### Lista de los mercados proveedores para un producto importado por España en 2012 <sup>i</sup>

Producto: 040690 los demas quesos.

Las importaciones de España representan 3,51% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 10

Exportar hacia     número de líneas por página:  1 2 3 4

Comercio bilateral	Exportadores	Indicadores comerciales <sup>+</sup>											Arancelario (estimado) aplicado por España <sup>+</sup>	
		Valor importada en 2012 (miles de USD) <sup>v</sup>	Saldo comercial en 2012 (miles de USD) <sup>+</sup>	Participación de las importaciones para España (%)	Cantidad importada en 2012	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) <sup>+</sup>	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2008-2012 (% p.a.) <sup>+</sup>	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2008-2012 (% p.a.) <sup>+</sup>	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2011-2012 (% p.a.) <sup>+</sup>	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales <sup>+</sup>	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%) <sup>+</sup>		Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2008-2012 (% p.a.) <sup>+</sup>
	Mundo	625.474	-425.738	100	128.232	Toneladas	4.878	-3	0	-13		100	2	
<sup>+</sup>	<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a>	191.776	-188.252	30,7	41.373	Toneladas	4.635	-2	3	-9	1	17,4	2	<a href="#">0</a>
<sup>+</sup>	<a href="#">Alemania</a>	141.527	-123.684	22,6	33.435	Toneladas	4.233	-1	-1	-12	2	14,9	2	<a href="#">0</a>
<sup>+</sup>	<a href="#">Francia</a>	136.940	-111.144	21,9	23.562	Toneladas	5.812	0	4	-6	3	13,4	0	<a href="#">0</a>
<sup>+</sup>	<a href="#">Italia</a>	52.841	-44.705	8,4	5.757	Toneladas	9.179	-3	-4	-15	4	8,2	7	<a href="#">0</a>
<sup>+</sup>	<a href="#">Dinamarca</a>	28.849	-26.580	4,6	6.670	Toneladas	4.325	-22	-15	-38	7	3,7	-2	<a href="#">0</a>

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

## 2.2.4.- ESPAÑA

- Cuadro 8

### Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Italia *i*

Producto: 040690 los demas quesos.

Unidad : miles Dólar EUA

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Exportar hacia    

Período (número de columnas):  5 por página  número de líneas por página: Por defecto (25 por página) 

Bilateral a 8 dígitos	Exportadores	Valor importada en 2008	Valor importada en 2009	Valor importada en 2010	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012 
	Mundo	1.222.009	1.018.220	1.117.513	1.332.866	1.187.966
	<a href="#">Alemania</a>	569.468	446.548	507.823	639.699	538.826
	<a href="#">Francia</a>	184.869	167.762	185.726	184.463	158.908
	<a href="#">Países Bajos (Holanda)</a>	139.096	114.830	122.804	147.250	143.231
	<a href="#">Suiza</a>	106.016	97.569	87.169	78.693	72.377
	<a href="#">República Checa</a>	37.953	30.834	39.982	76.320	65.909

Fuente: Trademap del centro Internacional de Comercio (INTRACEN), recuperado el 20 de marzo de 2014, [www.intracen.org](http://www.intracen.org)

## 2.2.5.- Estadísticas SIAVI

Ahora analizando estadísticamente por medio de **SIAVI** (Sistema de Información Arancelaria Vía Internet) se muestra lo siguiente:

La fracción arancelaria en México es 04069002, lo que muestra que es distinta a la fracción mostrada en los cuadros de INTRACEN porque la fracción es 040690, es decir, que los primeros seis dígitos son identificados a nivel mundial y los últimos dos corresponden a los dígitos que cada país le otorga para tener una identificación especial del producto, estos los asigna a efecto de conocer la regulaciones arancelarias y no arancelarias para ese producto en particular.

- Cuadro 9

### EXPORTACIONES

#### Comercio Anual

Valor en **dólares** y Volumen en **Kg**

EXPORTACIONES	Valor 2013 ene-nov	Volumen 2013 ene-nov	Valor 2012 ene-dic	Volumen 2012 ene-dic	Valor 2011 ene-dic	Volumen 2011 ene-dic	Valor 2010 ene-dic	Volumen 2010 ene-dic	Valor 2009 ene-dic	Volumen 2009 ene-dic	Valor 2008 ene-dic	Volumen 2008 ene-dic	Valor 2007 ene-dic	Volumen 2007 ene-dic	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic
<b>Total</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	118	10	0	0	0	0	0	0	0	0
Belice	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	118	10	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Economía con datos de Banco de México y la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, en caso de diferencia prevalecerá de estos últimos.

Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI), recuperado el 28 de marzo de 2014, [www.economia-snci.gob.mx/](http://www.economia-snci.gob.mx/)

Por medio de las estadísticas mexicanas se ven las posibilidades de exportación, las cuales consideramos bajas ya que solo se realizaron en el año 2007 y estamos hablando de 118 kilos en todo ese año, son muy muy pocas, observando la estadística nos damos cuenta de que el país no ha hecho intentos por realizar exportaciones de esta fracción y lo cual indica que hay mucho por colaborar para lograr una exportación más de negociación.

- Cuadro 10

## IMPORTACIONES

IMPORTACIONES	Valor 2013 ene-nov	Volumen 2013 ene-nov	Valor 2012 ene-dic	Volumen 2012 ene-dic	Valor 2011 ene-dic	Volumen 2011 ene-dic	Valor 2010 ene-dic	Volumen 2010 ene-dic	Valor 2009 ene-dic	Volumen 2009 ene-dic	Valor 2008 ene-dic	Volumen 2008 ene-dic	Valor 2007 ene-dic	Volumen 2007 ene-dic	Valor 2006 ene-dic	Volumen 2006 ene-dic	Valor 2005 ene-dic	Volumen 2005 ene-dic	Valor 2004 ene-dic	Volumen 2004 ene-dic	Valor 2003 ene-dic	Volumen 2003 ene-dic
<b>Total</b>	6,087,037	916,811	6,224,012	990,610	7,388,219	1,202,003	4,733,061	891,054	4,211,739	958,191	6,318,342	978,274	3,758,442	740,884	2,786,127	693,295	2,869,434	730,591	1,264,983	328,417	2,200,293	619,737
Uruguay (República Oriental del)	5,442,044	828,900	5,170,091	834,724	6,748,125	1,100,300	4,259,366	811,500	4,131,500	943,180	5,435,011	845,573	3,049,608	589,479	1,821,896	458,946	1,271,618	315,500	878,475	222,525	1,050,932	280,832
Argentina, República	644,993	87,911	1,053,921	155,885	629,377	100,151	445,456	74,854	80,204	14,999	595,533	91,949	422,827	103,794	878,381	217,328	1,597,815	415,090	386,508	105,892	1,149,267	338,892
Australia (Comunidad Australiana)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	31	11	0	0	0	0	0	0
Chile (República de)	0	0	0	0	10,717	1,551	28,239	4,700	35	11	287,798	40,751	264,007	42,610	85,819	17,009	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22,000	5,000	0	0	0	0	0	0	0	0
Nueva Zelanda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Estados Unidos de America	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	94	13

Fuente: Elaborado por la Secretaría de Economía con datos de Banco de México y la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, en caso de diferencia prevalecerá de estos últimos.

**Fuente: Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAMI), recuperado el 28 de marzo de 2014, [www.economia-snci.gob.mx/](http://www.economia-snci.gob.mx/)**

Ahora analizando las importaciones que muestra SIAMI vemos que hay bastante relación con las estadísticas de INTRACEN porque en realidad son más las importaciones que se realizan a las exportaciones que se hacen.

Mas sin embargo no se sigue descartando la oportunidad de la apertura del mercado. Haciendo investigación más profunda de los países elegidos en Europa se mostrara a continuación qué ventajas tiene el producto de entrar con un buen éxito, enfocándome al país en el que se tiene mayor posibilidad por su participación en Italia en el año 2006 en el Campeonato Mundial de Calidad de Quesos.

## 2.2.6.- País elegido para exportar

✓ ITALIA.-

**Año de entrada en la UE:** miembro fundador (1952)

**Capital:** Roma

**Superficie total:** 301 263 km<sup>2</sup>

**Número de habitantes:** 60 millones

**Moneda:** Miembro de la zona euro desde 1999 (€)

**Espacio Schengen:** Miembro del espacio *Schengen* desde 1990



Italia pertenece a la Unión Europea país miembro desde 1952, lo cual indica que contamos con una ventaja arancelaria por el TLCUEM, ya que desde julio de 2000, México y la Unión Europea (UE) pusieron en vigor un Tratado de Libre Comercio (TLCUEM), que forma parte del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México-UE, el cual busca igualmente fomentar el diálogo político e intensificar la cooperación entre ambas Partes.

El TLCUEM primer acuerdo de libre comercio entre el Continente Americano y el europeo, ha generado un importante crecimiento en los flujos bilaterales del comercio y la inversión. (PROMEXICO)

Italia cuenta con una federación llamada *FEDERALIMENTARE* (Federación Italiana de la Industria Alimentaria), esta Federación que con sus 17 asociaciones, además de 2 Asociaciones conjunto, representa y protege a la industria de alimentos en Italia, la segunda industria manufacturera en el país después de la industria del metal. (FIFELARIMENTARE, 2014)

### **2.2.7.-Fideralimentare**

*Tiene como compromiso:*

- *Contribuir al desarrollo de la competitividad de la industria alimentaria en Italia y en el mundo;*
- *Apoyo a la calidad y la seguridad de la industria de alimentos y consolida una política de calidad de los productos de comida italiana, siempre más atentos a la evolución de los patrones de consumo y las necesidades de garantía y la información al consumidor;*
- *Promover una política de sinergias y la eficiencia de toda la cadena alimentaria (agricultura, transporte, distribución, tradicional y moderna);*
- *Fortalecer las empresas internacionales de los alimentos, cada vez más necesaria para el desarrollo de su propia en el sector exportador que tiene el mayor potencial de crecimiento;*
- *Aumentar la conciencia de la industria de la comida italiana en sus características económicas, en sus articulaciones y su evolución en la producción y ventas;*
- *Garantizar una preparación adecuada y la aplicación de los acuerdos alcanzados en la UE y la OMC, con el fin de garantizar a la industria alimentaria un marco de acción equilibrado y competitivo en el mundo;*
- *Contribuir a la formación de un marco jurídico que garantice las condiciones para las empresas italianas similares a los de la empresa de los principales países competidores;*
- *Promover la política ambiental integrada con las nuevas direcciones de desarrollo sostenible que tenga en cuenta las necesidades y prioridades específicas de procesamiento de alimentos;*
- *Fortalecer la capacidad para contratar en la industria alimentaria, con un coordinado de gestión de cuestiones horizontales de la composición;*

- *Las políticas de apoyo a la promoción de un estilo de vida saludable, entendida como inseparable de una dieta equilibrada y el aumento de la práctica del movimiento;*
- *Promover la inversión en investigación e innovación tecnológica para aumentar la capacidad industria competitiva comida italiana;*
- *Desarrollar políticas de promoción de las exportaciones y la visibilidad de todo el sistema alimentario en el extranjero con la organización de ferias CIBUS, en sus diversas articulaciones (CIBUS de Parma, Roma CIBUS, CIBUSTEC) y juntos en Anuga en el extranjero. (FEDERALIMENTARE)*
- *Promover la creación de organismos europeos, como el consorcio SPES (Spread Seguridad Europea), para facilitar la ejecución de proyectos integrados, los instrumentos facilitados por la Comisión Europea para restablecer la competitividad de las empresas mediante la movilización de una masa crítica de recursos y conocimientos en el campo de la investigación y el desarrollo tecnológico (incluidas las PYME NET y verdadera comida, la comida Plataforma Tecnológica para la vida y el Clúster AGROALIMENTARIA).*

*Partiendo de la información y oportunidad de apoyo que brinda esta federación nos da la posibilidad de hacer que nuestro producto vaya totalmente con las especificaciones que se pide, dándonos ventaja en informarnos en que porcentaje es el que se está exportando e importando como a continuación se mostrara;*

*A finales de 2012, la facturación total del sector alcanzó los € 130 mil millones, con el empleo de 405.000 empleados a nivel mundial distribuidos en 6.250 empresas pequeñas, medianas y grandes. La industria de la comida italiana - que junto con la agricultura, inducida y la distribución son el primer sector económico del país - y los procesos de compra alrededor del 72% de las materias primas nacionales. También es embajadora del Made in Italy en el mundo, ya que el 76% de las exportaciones de alimentos se compone de productos industriales de la marca. Las exportaciones alcanzaron un total de € 24,8 mil millones, mientras que las importaciones se detuvieron en € 18,7 mil millones, con un saldo positivo de nuestra balanza comercial de € 6,1 mil millones, casi un 40% en 2012. (banco de datos). (FEDERALIMENTARE)*

*Dentro de las 17 asociaciones que tiene FEDERALIMENTARE se cuenta con una asociación que nos ayudara con el empaquetado, tipo de especificaciones en el queso, que hacer en su importación, dicha asociación es llamada ASSOLATTE (Associazione Italiana Lattiero Casearia)-(Asociación Italiana de productos Lacteos).*

*Fundada en 1945, Assolatte - Asociación Italiana de Dairy Milk - es una asociación voluntaria de la industria. Assolatte es el organismo nacional responsable de representar y proteger los intereses económicos de la industria y los sindicatos que operan en el sector lácteo italiano Assolatte tiene sus sedes en Milán, Roma y Bruselas. En sus 65 años de vida, ha Assolatte aumentar progresivamente el número de empresas asociadas. Hasta la fecha se cuenta con cerca de 250 empresas que representan, en términos de volumen de negocio, más del 90% del sector nacional. Fondo que se confirma una vez más a la vanguardia de la comida italiana hecha con 15 millones de euros en 2011. (ASSOLATTE)*

*La información que brindan estas páginas son de gran utilidad para también saber a ciencia cierta los requisitos que se pide y manejan dentro de ese país.*

### 2.3.- Acceso al mercado: Potencial demanda del producto y RRNA.

En el año 2006 el mercado italiano de quesos se situó en aproximadamente 1.200.000 toneladas producción. Se trata de un mercado que, en gran parte se autoabastece ya que, de las más de 1.000.000 de toneladas producidas tan sólo un 23% (237.701 toneladas) se destina a los mercados exteriores. En cuanto a la penetración de las importaciones, éstas suponen el 36% del mercado con un volumen de 439.638 toneladas. El consumo de queso durante el año 2006 aumento ligeramente en un 1% con respecto al año 2005, alcanzando una media de 23,7 Kg. de queso consumido per cápita, uno de los más altos del mundo por detrás de Francia, Grecia y Alemania.

- Cuadro 11

CONSUMO ITALIANO QUESOS ( X 1.000 TONELADAS)									
1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1.161	1.239	1.220	1.230	1.293	1.265	1.299	1.342	1.374	1.399

Fuente: Ismea

Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

En el siguiente cuadro, podemos comprobar como la producción de Italia durante el año 2007 superó de nuevo el millón de toneladas, 1.042.820. Si a este dato le restamos las exportaciones, 245.075, y le sumamos las importaciones, 423,608, nos resulta un mercado de más de 1.200.000 toneladas de queso.

- Cuadro 12

PRODUCCIÓN DE QUESOS EN LA EUROPA DE LOS 15 (TONS)							
NACIÓN	2.003	2.004	2.005	2.006	2.007	VARIACIÓN 2007/2006	CUOTA SOBRE LA UE 2007
ALEMANIA	1.816.408	1.865.385	1.923.568	1.994.750	2.017.428	1,14%	28,83%
FRANCIA	1.654.119	1.698.293	1.672.110	1.685.500	1.723.350	2,25%	24,63%
<b>ITALIA</b>	<b>986.690</b>	<b>1.021.603</b>	<b>1.053.960</b>	<b>1.033.040</b>	<b>1.042.820</b>	<b>0,95%</b>	<b>14,90%</b>
HOLANDA	654.110	671.425	664.441	711.500	730.540	2,68%	10,44%
REINO UNIDO	356.492	351.520	384.640	397.300	373.800	-5,91%	5,34%
DINAMARCA	326.400	335.500	355.100	335.100	345.900	3,22%	4,94%
AUSTRIA	146.000	140.000	144.000	148.000	152.000	2,70%	2,17%
SUECIA	111.900	118.000	118.800	136.800	139.100	1,68%	1,99%
IRLANDA	133.087	133.125	135.872	134.720	127.712	-5,20%	1,83%
<b>ESPAÑA</b>	<b>125.100</b>	<b>117.800</b>	<b>118.300</b>	<b>118.850</b>	<b>108.820</b>	<b>-8,44%</b>	<b>1,56%</b>
FINLANDIA	102.800	97.400	97.200	99.900	101.850	1,95%	1,46%
BÉLGICA	59.568	62.636	59.570	64.990	62.678	-3,56%	0,90%
PORTUGAL	58.013	57.208	58.070	55.710	57.143	2,57%	0,82%
GRECIA	26.621	21.730	16.880	12.490	12.140	-2,80%	0,17%
LUXEMBURGO	3.100						0,00%
<b>TOTAL UE-15</b>	<b>6.562.411</b>	<b>6.693.629</b>	<b>6.804.516</b>	<b>6.930.656</b>	<b>6.997.288</b>	<b>0,96%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Eurostat

Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

Italia es el tercer productor europeo de queso, por detrás de Francia y Alemania y el cuarto a nivel mundial, donde el líder es Estados Unidos con una producción anual de más de 4 millones de toneladas de queso. En cualquier caso, puede afirmarse que la producción italiana se mantiene estable situándose en torno a un millón de toneladas. (milan)

### 2.3.1.- Demanda en importaciones, Italia.

Según datos del ISTAT, Italia importó 423.608 toneladas de quesos durante el 2007, lo que supuso un descenso del 3,6% respecto al año anterior rompiendo con la tendencia positiva que se registraba desde el año 1993. Las exportaciones, por otro lado, crecieron un 3,3% situándose en 245.075 toneladas. En lo alto de la clasificación de los quesos italianos más exportados estarían la *mozzarella*, el *Grana Pagano* y el *Parmigiano Reggiano* confirmándose como líderes indiscutibles de la oferta quesera italiana. Otros quesos típicos con peso son el *Gorgonzola*, *Provolone* y *Pecorino Romano*. (milan)

- Cuadro 13

IMPORTACIONES				EXPORTACIONES			
AÑO	TONELADAS	VARIACION %	MILL. €	AÑO	TONELADAS	VARIACION %	MILL. €
2002	350.044	1,79	1.155	2002	196.289	9,12	995
2003	374.024	6,85	1.186	2003	204.210	4,04	1.104
2004	393.570	5,23	1.220	2004	220.697	8,07	1.150
2005	417.878	6,18	1.263	2005	233.666	5,88	1.179
2006	439.638	5,21	1.314	2006	237.101	1,47	1.235
2007	423.608	-3,65	1.361	2007	245.075	3,36	1.319

Fuente: Istat

Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

Más de la mitad de las importaciones de Italia proceden de Alemania con 234.436 toneladas (55% de cuota de las importaciones italianas) seguido de Francia con 43.670 (10% de cuota) y Bélgica con 31.442 (7,4%). España se situó como el octavo socio comercial exportando a Italia 7.955 toneladas y con una cuota del 1,8% en cantidad y del 1,5% en valor. En términos generales los quesos que más se exportaron a Italia fueron sobre todo frescos (32% del valor total y 39% en volumen), semiduros (14% en valor y en volumen) y fundidos (9% y 9,4% respectivamente).

España exportó a Italia principalmente quesos frescos y de transformación lo que seguramente indica una relación importaciones-exportaciones entre empresas del mismo grupo o una exportación a granel. Los quesos españoles más conocidos son quesos regionales y generalmente con Denominación de Origen destinados a tiendas especializadas. (milan)

- Cuadro 14

IMPORT ENE-DIC 2007	ALEMANIA (1°)		FRANCIA (2°)		ESPAÑA (8°)		TOTAL	
ITALIA	Ton.	miles de €	Ton.	miles de €	Ton.	miles de €	Ton.	miles de €
<b>QUESOS</b>	<b>234.436</b>	<b>711.644</b>	<b>43.670</b>	<b>145.705</b>	<b>7.955</b>	<b>21.273</b>	<b>423.608</b>	<b>1.361.327</b>
Brie	550	2.614	4.949	19.506		1	5.503	22.149
Edam Gouda	27.750	87.988	409	1.473	44	149	32.054	102.123
Tipo suizo	11.235	42.098	5.616	21.009			32.834	143.583
Tipo griego	741	2.379	116	311	74	328	4.126	20.372
Frescos	116.583	316.776	14.472	26.583	5.442	14.227	166.169	444.583
Blandos de pasta azul	16.244	53.612	8.809	34.197	109	622	28.618	95.589
Semiduros	30.850	108.282	2.857	13.481	75	577	60.260	218.685
Duros e rallados	2.853	11.011	3.591	21.045	159	450	19.187	78.253
Fundidos	7.740	23.063	2.277	6.717	144	300	40.031	124.788
Para transformación	13.853	42.918	301	396	1.894	4.525	19.057	55.775

Fuente: Assolatte

Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

En cuanto al destino de las exportaciones italianas, Francia fue el principal socio comercial de Italia tanto por valor, con una cuota del 15,5% sobre el total, como en volumen con un 17,4%, seguido de Estados Unidos y de Alemania. Los quesos más demandados fueron el *Parmigiano Reggiano* (36% del valor total), la *Mozzarella* y frescos (23,8% del valor) y los quesos rallados (9,3%). España fue el sexto socio comercial de Italia por valor con un total de 68.484 mil euros (5% del total de las exportaciones) y el quinto por volumen con 16.919 toneladas (7% sobre el total). Los principales quesos destinados a España fueron el *Parmigiano Reggiano* y el *Grana Padano* (27% sobre el valor total), *Mozzarella* y frescos (20%) y fundidos (13,6%).

- Cuadro 15

EXPORT ENE-DIC 2007	FRANCIA (1º)		ALEMANIA (2º)		ESPAÑA (6º)		TOTAL	
ITALIA	Ton.	miles de €	Ton.	miles de €	Ton.	miles de €	Ton.	miles de €
<b>QUESOS</b>	<b>42.749</b>	<b>205.533</b>	<b>33.910</b>	<b>200.373</b>	<b>16.919</b>	<b>68.484</b>	<b>245.075</b>	<b>1.318.865</b>
Grana Padano Parmigiano Reggiano	5.454	41.737	11.394	88.630	2.476	19.083	60.477	474.703
Pecorino Fiore Sardo	573	3.771	713	5.524	31	196	19.671	112.624
Gorgonzola	2.978	14.538	3.399	15.950	720	3.637	14.706	74.156
Provolone	718	3.126	529	3.018	1.044	5.238	4.620	24.978
Mozzarella y frescos	22.342	78.150	7.308	29.053	3.953	14.300	83.514	315.048
Mascarpone y otros grasos	2.228	8.079	1.204	4.602	525	2.002	9.878	41.027
Blandos de pasta azul	876	4.778	913	5.555	173	622	5.637	31.421
Otros semiduros	464	2.645	1.910	11.116	399	1.444	7.662	40.837
Otros duros	579	2.901	1.187	7.878	1.185	6.682	8.296	48.159
Rallados	4.964	36.629	5.027	27.967	913	4.394	18.964	123.468
Fundidos	160	535	46	177	4.554	9.366	7.724	18.644
Para transformación	751	4.811	253	708	794	1.285	2.919	8.841

Fuente: Assolatte

Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

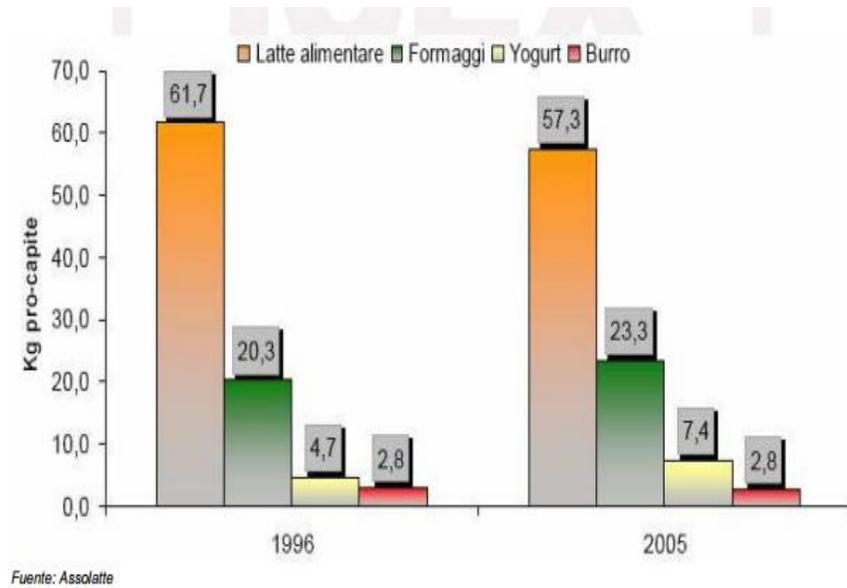
### **2.3.2.- Analisis cualitativo de la demanda.-**

El cuarto producto agroalimentario más consumido por las familias Italianas es el queso, por detrás de la carne de ternera, de la fruta y de los sustitutivos del pan como son los *grissini* y los *crackers*. Es uno de los principales alimentos de su dieta y es utilizado como ingrediente principalmente con la pasta, la pizza, la ensalada, como aperitivo o como postre. Los italianos son los cuartos consumidores de queso en el mundo por detrás de Grecia, Francia y Alemania con un consumo anual per cápita de 23 kg. (milan)

Cada tipo de queso tiene unas peculiaridades y unas finalidades diferentes por lo que el consumidor adquiere varias tipologías en función del uso final.

- Grafica 1

## ICEX



**Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>**

Como podemos ver en el gráfico, fueron los productos derivados de la leche cuyo consumo ha experimentado mayores incrementos entre los años 1996 y 2005: el queso (de 20,3 kg. a 23,3 kg) y el yogurt (de 4,7 a 7,4). Por otra parte el consumo de leche ha pasado de 61,7 litros a 57,3 por persona y año, mientras que la mantequilla se ha mantenido en los 2,8 kg.

Este cambio en los hábitos de consumo, podría deberse a la percepción, por parte del consumidor, del queso (sobre todo aquellos con un bajo contenido en grasa) y los yogures como alimentos saludables.

Si tomamos como referencia la unidad familiar, las variaciones fueron poco significativas de manera que las compras medias de queso por familia se situaron en 43,2 kg, un 0,2% más que respecto al año 2006. El análisis de la venta de quesos en Italia durante los últimos años presenta un desarrollo global constante. En total, entre frescos, duros, fundidos, no italianos y semiduros el volumen de queso vendido durante el 2007 ha sido

de 936.116 toneladas, con un pequeño incremento del 0,7% respecto al año 2006, confirmando la tendencia positiva de los años anteriores.

- Cuadro 16

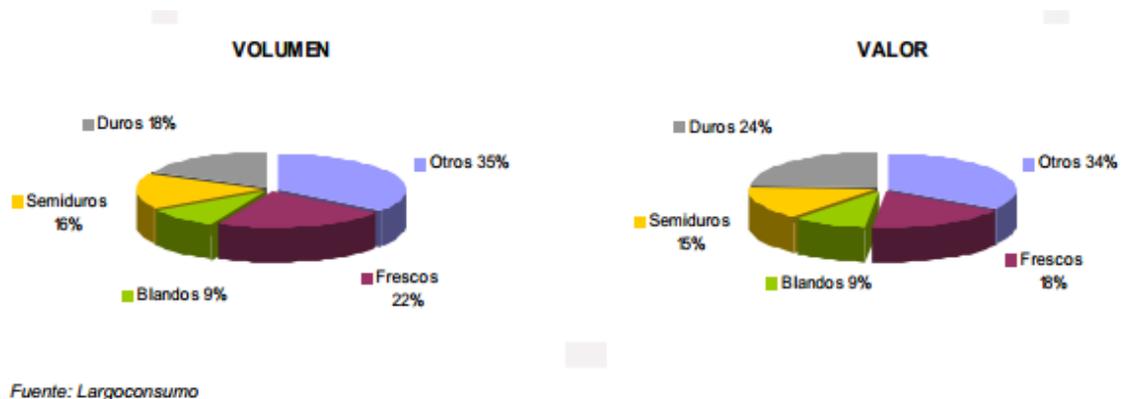
VENTAS DE QUESOS EN ITALIA 2007		
ZONAS	VENTAS (TON)	%
<b>TOTAL</b>	<b>936.166</b>	<b>100</b>
NOROESTE	298.384	31,8
NORESTE	154.386	16,5
CENTRO + CERDEÑA	182.245	19,4
SUR + SICILIA	301.151	32,1

Fuente: GfK

Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

En cuanto a las preferencias de los consumidores, se destinó más gasto a los quesos duros (24% del total) seguido de frescos (un 18%) y semiduros (15%); mientras que por volumen los más consumidos fueron los quesos frescos (22%), duros (18%) y semiduros (16%).

- Grafica 2



Fuente: Notas sectoriales, Queso a Italia (PDF, ICEX), recuperado septiembre del 2008, <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>

### **2.3.3.-Seguridad alimentaria**

La estrategia de seguridad alimentaria de la UE:

- abarca la seguridad alimentaria, la salud y el bienestar de los animales, y la fitosanidad
- garantiza la trazabilidad de los alimentos desde la granja hasta la mesa —aunque esto suponga cruzar las fronteras interiores de la UE— con el fin de evitar obstáculos al comercio y de lograr que la oferta de alimentos sea lo más variada posible
- aplica normas estrictas tanto a los alimentos producidos en la UE como a los importados.

La estrategia alimentaria de la UE consta de tres elementos fundamentales:

- Normativa exhaustiva sobre la seguridad de alimentos y piensos y sobre higiene alimentaria.
- Asesoramiento científico sólido en el que basar las decisiones
- Aplicación efectiva y control.

Además, se aplican medidas especiales cuando la protección específica del consumidor así lo justifica. Estas medidas regulan, por ejemplo:

- El uso de plaguicidas, complementos alimenticios, colorantes, antibióticos u hormonas
- La adición de vitaminas, minerales o sustancias similares
- Los productos en contacto con los alimentos, como los envases de plástico
- El etiquetado de los ingredientes que pueden provocar alergias y las alegaciones de tipo "bajo en grasas" o "alto contenido en fibra". (UE)

Seguridad de los alimentos de proteger la salud humana, animal y en cierto modo, el medio ambiente.

La normativa de la UE en materia de seguridad alimentaria se ha creado para proteger la salud humana y los intereses de los consumidores, mientras que el objetivo de la normativa sobre proteger la salud humana y animal y, en cierto modo, el medio ambiente.

Las importaciones de alimentos deben cumplir, entre otras, las siguientes condiciones generales:

- Principios y requisitos generales de la legislación alimentaria: todas las fases de la producción de alimentos y piensos y su distribución/
- Trazabilidad: los importadores de productos alimenticios y piensos deberán identificar y registrar al proveedor en el país de origen [Reglamento (CE) nº 178/2002, artículo 18]
- normas generales relativas a la higiene de los productos alimenticios y a la higiene de los alimentos de origen animal
- normas sobre residuos, plaguicidas, medicamentos veterinarios y contaminantes de y en los alimentos
- normas especiales sobre alimentos y piensos modificados genéticamente, bioproteínas y nuevos alimentos
- normas especiales sobre determinadas categorías de productos alimenticios (por ejemplo, aguas minerales, cacao o ultracongelados) y alimentos destinados a poblaciones específicas (por ejemplo, lactantes y niños de corta edad)
- requisitos concretos de comercialización y etiquetado de materias primas para la alimentación animal, piensos compuestos y piensos destinados a objetivos de nutrición específicos
- normas generales de los materiales destinados a estar en contacto con alimentos
- controles oficiales e inspecciones destinados a asegurar el cumplimiento de la normativa de la UE relativa a alimentos y piensos. (COMMISSION, 2014)

#### 2.3.4.-Seguridad de los animales.-

Los animales también pueden circular libremente por toda la UE. Ahora bien, las normas sobre seguridad y bienestar de los animales que se aplican en la granja deben cumplirse también durante el transporte. Si aparecen brotes de enfermedad, la UE interviene de inmediato para bloquear el comercio en caso necesario.

Los "pasaportes para animales de compañía" de la UE facilitan que los ciudadanos puedan llevarse a la mascota cuando viajan. Sin embargo, y para evitar la propagación de enfermedades, se toman las mismas precauciones que con los demás animales.

## 2.4.-Busqueda de los clientes.-

La búsqueda de los clientes se hará por medio de sitios web, contactando a proveedores intermediarios o ya sea con clientes directamente.

Por medio de INTRACEN se llevará a cabo la búsqueda de clientes ya que da la facilidad de mostrar cuales son las empresas importadoras de Italia y da a conocer los datos de ellas dependiendo el producto en el que se dediquen a comercializar.

- Cuadro 17

Número de empresas importadoras en Italia, desglosadas por categorías de productos, para el siguiente producto

Producto : 040690 los demas quesos.

apa

Empresas

número de líneas por página

Categoría de productos	Número de empresas importadoras disponibles en Trade Map
<a href="#">Importadores y exportadores de bebidas y alimentos</a>	37
<a href="#">Queso crema</a>	3
<a href="#">Queso fundido</a>	10
<a href="#">Queso halal</a>	1
<a href="#">Queso kosher</a>	1
<a href="#">Quesos (comercio)</a>	105
<a href="#">Quesos a rodajas</a>	3
<a href="#">Quesos biológicos</a>	1
<a href="#">Quesos curados</a>	9
<a href="#">Quesos de leche de cabra</a>	2
<a href="#">Quesos de leche de oveja</a>	2
<a href="#">Quesos de leche vacuna</a>	4
<a href="#">Quesos de leches mixtas</a>	2
<a href="#">Quesos de pasta prensada</a>	3
<a href="#">Quesos enlatados</a>	5
<a href="#">Quesos grasos</a>	1
<a href="#">Quesos jóvenes</a>	7
<a href="#">Quesos ligeros</a>	2
<a href="#">Quesos para untar</a>	3
<a href="#">Quesos semicurados</a>	7

- Cuadro 18

## DIRECTORIO DE CLIENTES QUE PUEDEN SERVIR COMO PROVEEDORES

<input type="checkbox"/>	Exportadora	DERIVADOS DE LECHE LA ESMERALDA, S.A. DE C.V.	<a href="http://www.delesa.com.mx/">http://www.delesa.com.mx/</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	DERIVADOS LACTEOS EL SABINO S.A. DE C.V.	<a href="http://www.elsabino.com.mx">www.elsabino.com.mx</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE PURA, S.A. DE C.V.	<a href="http://www.alpura.com">www.alpura.com</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	QUESO COTIJA "OCHOA"	
<input type="checkbox"/>	Exportadora	LBJR S.A. DE C.V.	<a href="http://www.lbjr.com.mx">www.lbjr.com.mx</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	MEXICAN CHEESE DISTRIBUTORS S.A DE C.V	<a href="http://www.quesossanmiguel.com/web/productos.html">http://www.quesossanmiguel.com/web/productos.html</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	PAVOS PARSON, S.A. DE C.V.	
<input type="checkbox"/>	Exportadora	PRODUCTOS LACTEOS HACIENDA AGUA BLANCA, S.C. DE R.L. DE C.V.	<a href="http://www.haciendaaguablanca.com">www.haciendaaguablanca.com</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	RANCHO SAN JOSEMARIA	<a href="http://WWW.QUESOSDEOVEJA.COM">WWW.QUESOSDEOVEJA.COM</a>
<input type="checkbox"/>	Exportadora	RANCHO VISTALEGRE / LANZAROTE	

(PROMEXICO)

# CALENDARIO *de* EVENTOS 2014

FERIA	MES	DÍA(S)	CIUDAD/PAÍS	SECTOR	TIPO DE EVENTO
COLOMBIATEX	Enero	21 - 23	Medellín, Colombia	Textil y moda	Pabellón nacional
ISM	Enero	26 - 29	Colonia, Alemania	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
GULFOOD	Febrero	23 - 27	Dubái, Emiratos Árabes Unidos	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
MOBILE WORLD CONGRESS	Febrero	24 - 27	Barcelona, España	TI	Pabellón nacional
FERIA DEL CALZADO EN MILÁN	Marzo	2 - 5	Milán, Italia	Textil y moda	Pabellón nacional
FOODEX	Marzo	4 - 7	Tokio, Japón	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
AEROSPACE AND DEFENSE SUPPLIER SUMMIT	Marzo	11 - 13	Seattle, WA, EE.UU.	Aeroespacial	Seminario
EXPOCOMER	Marzo	26 - 29	Panamá, Panamá	Plurisectorial	Pabellón nacional
ALIMENTARIA BARCELONA	Marzo - Abril	31 - 3	Barcelona, España	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
SIAL CANADA	Abril	2 - 4	Montreal, Canadá	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
WINE AND SPIRITS OF AMERICA	Abril	7 - 9	Las Vegas, NV, EE.UU.	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
MIPTV	Abril	7 - 10	Cannes, Francia	Industrias creativas	Pabellón nacional
SAE WORLD CONGRESS	Abril	8 - 10	Detroit, MI, EE.UU.	Automotriz	Pabellón institucional
FOOD AND HOTEL ASIA	Abril	8 - 11	Singapur, Singapur	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
EXPOMIN	Abril	21 - 25	Santiago, Chile	Minería	Pabellón nacional
SIAL CHINA	Mayo	13 - 15	Shanghái, China	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
PLMA INTERNATIONAL	Mayo	20 - 21	Ámsterdam, Países Bajos	Plurisectorial	Pabellón nacional
SWEETS AND SNACKS EXPO	Mayo	20 - 22	Chicago, IL, EE.UU.	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
ILA BERLIN AIR SHOW	Mayo	20 - 25	Berlín, Alemania	Aeroespacial	Pabellón nacional
NAFSA	Mayo	25 - 30	San Diego, CA, EE.UU.	Educación	Pabellón nacional
VINEXPO ASIA- PACIFIC	Mayo	27 - 29	Hong Kong, China	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
LATINAMERICA DOWNUNDER	Mayo	28 - 29	Sídney, Australia	Minería	Pabellón institucional

<b>SIAL CHINA</b>	Mayo	13 - 15	Shanghái, China	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>PLMA INTERNATIONAL</b>	Mayo	20 - 21	Ámsterdam, Países Bajos	Plurisectorial	Pabellón nacional
<b>SWEETS AND SNACKS EXPO</b>	Mayo	20 - 22	Chicago, IL, EE.UU.	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>ILA BERLIN AIR SHOW</b>	Mayo	20 - 25	Berlín, Alemania	Aeroespacial	Pabellón nacional
<b>NAFSA</b>	Mayo	25 - 30	San Diego, CA, EE.UU.	Educación	Pabellón nacional
<b>VINEXPO ASIA- PACIFIC</b>	Mayo	27 - 29	Hong Kong, China	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>LATINAMERICA DOWNUNDER</b>	Mayo	28 - 29	Sídney, Australia	Minería	Pabellón institucional
<b>FIGORE INTERNATIONAL D'ALGER</b>	Mayo - Junio	28 - 3	Argel, Argelia	Plurisectorial	Pabellón institucional
<b>E3</b>	Junio	11 - 13	Los Ángeles, CA, EE.UU.	TI	Seminario
<b>BIO INTERNATIONAL CONVENTION</b>	Junio	23 - 26	San Diego, CA, EE.UU.	Ciencias de la vida	Pabellón nacional
<b>PRODUCED BY CONFERENCE</b>	Junio	Junio	Los Ángeles, CA, EE.UU.	Industrias creativas	Seminario
<b>SUMMER FANCY FOOD SHOW</b>	Junio - Julio	29 - 1	Nueva York, NY, EE.UU.	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>FARNBOROUGH INTERNATIONAL AIR SHOW</b>	Julio	14 - 20	Londres, Reino Unido	Aeroespacial	Pabellón nacional
<b>FLORIDA INTERNATIONAL MEDICAL EXPO (FIME)</b>	Agosto	6 - 8	Miami, FL, EE.UU.	Ciencias de la vida	Pabellón nacional
<b>GAMESCOM</b>	Agosto	13 - 17	Colonia, Alemania	Industrias creativas	Pabellón nacional
<b>EXPO COMIDA LATINA</b>	Agosto	17 - 19	Anaheim, CA, EE.UU.	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>MAGIC MARKET WEEK</b>	Agosto	Agosto	Las Vegas, NV, EE.UU.	Textil y moda	Pabellón nacional
<b>NEW YORK INTERNATIONAL GIFT FAIR (NYIGF)</b>	Agosto	Agosto	Nueva York, NY, EE.UU.	Regalo y decoración	Pabellón nacional
<b>EXPO FRANQUICIAS COSTA RICA</b>	Septiembre	Septiembre	San José, Costa Rica	Plurisectorial	Pabellón nacional
<b>AUTOMECHANIKA</b>	Septiembre	16 - 20	Fráncfort, Alemania	Automotriz	Pabellón nacional
<b>WORLD MEDICAL TOURISM CONGRESS (WMTIC)</b>	Octubre	Octubre	Las Vegas, NV, EE.UU.	Ciencias de la vida	Pabellón institucional
<b>EXPO ALADI</b>	Octubre	6 - 10	Uruguay	Inversión	Pabellón institucional
<b>MIPCOM</b>	Octubre	13 - 16	Cannes, Francia	Industrias creativas	Pabellón nacional
<b>SIAL PARIS</b>	Octubre	19 - 23	París, Francia	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>AUTOMOTIVE AFTERMARKET PRODUCTS EXPO (AAPEX)</b>	Noviembre	4 - 6	Las Vegas, NV, EE.UU.	Automotriz	Pabellón nacional
<b>FOOD AND HOTEL CHINA</b>	Noviembre	12 - 14	Shanghái, China	Innovación alimentaria	Pabellón nacional
<b>FERIA INTERNACIONAL DE LA HABANA (FIHAV)</b>	Noviembre	Noviembre	La Habana, Cuba	Plurisectorial	Pabellón nacional
<b>PLMA TRADE SHOW</b>	Noviembre	Noviembre	Chicago, IL, EE.UU.	Plurisectorial	Pabellón nacional
<b>TOKYO MOTOR SHOW</b>	Noviembre	Noviembre	Tokio, Japón	Automotriz	Pabellón nacional

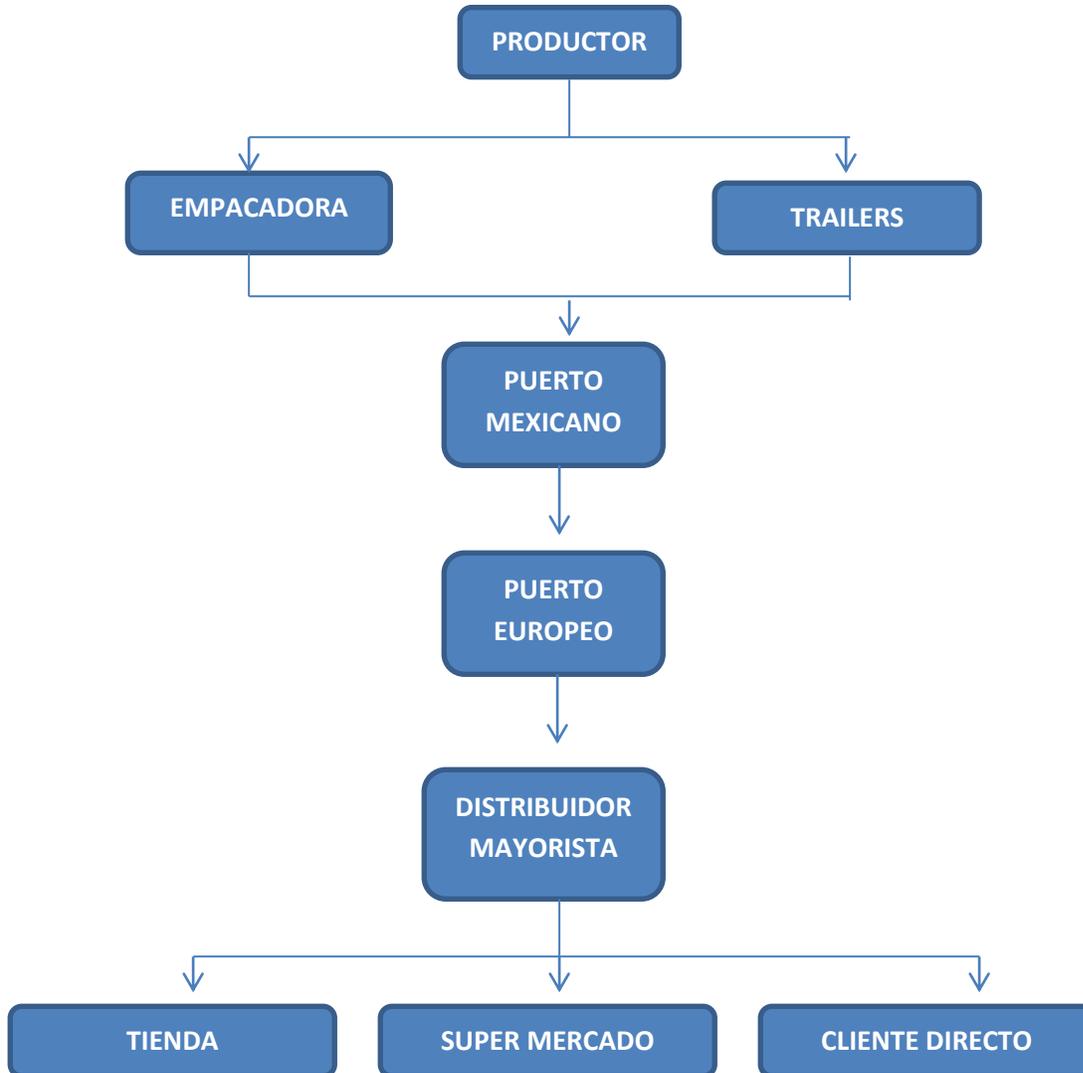
(PROMEXICO)

Se muestra este calendario de eventos, para dar a conocer los tipos de ferias que existen a nivel mundial en el que se encuentran muchos sectores en especial el alimenticio, lo cual trae gran ventaja el saber donde se puede llegar a promover el producto del queso Cotija y de tal manera facilitar el conocer posibles clientes con los que se pueda llegar a hacer una negociación completa.

## 2.5.- Promoción y Comercialización.-

Ya una vez ubicado el cliente se llevará a cabo la comercialización.

- Grafica 3



(PROMEXICO)

El productor nacional, va haciendo primeramente todos sus movimientos dentro del país para que pueda dar salida al país de destino, ya una vez ubicado dentro del país Europeo se empieza a realizar la distribución ya sea a la tienda, supermercado o cliente directo.

## 2.6.- Estimación de precios.-

A continuación se mostrara la estimación de precios en ciertos mercados de Italia, dependiendo la plaza en la que se venda el producto es el precio que se le establece. El producto del cual nos basaremos es el queso que es similar al queso Cotija así podremos saber con más claridad en cuanto se puede vender nuestro producto.

- Cuadro 19

Parmigiano Reggiano - Precios de origen					
PLAZA	FECHA	PRODUCTO	PRECIO	CAMBIAR DE SEMANA. PREV.	CONDICIONES DE VENTA
Parma	14/02/14	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 12 meses - 1 de calidad "	€ 9,20 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Parma	14/02/14	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 24 meses - 1 de calidad "	€ 10,55 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Mantua	14/02/13	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 12 meses - 1 de calidad "	€ 8,98 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando

(ISMEA, ISMEA)

Parmigiano Reggiano - Precios de origen					
Mantua	14/02/13	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 24 meses - 1 de calidad "	€ 10,65 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Reggio Emilia	14/02/11	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 12 meses - 1 de calidad "	€ 9,20 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Reggio Emilia	14/02/11	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 24 meses - 1 de calidad "	€ 10,55 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando

(ISMEA, ISMEA)

Parmigiano Reggiano - Precios de origen					
Milán	02/10/14	Reggiano - Envejecido durante 12 meses - 1 de calidad "	€ 8,83 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Milán	02/10/14	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 24 meses - 1 de calidad "	€ 11,03 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Modena	02/10/14	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 12 meses - 1 de calidad "	€ 9,20 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando
Modena	02/10/14	Parmigiano Reggiano - Envejecido durante 24 meses - 1 de calidad "	€ 10,50 / kg	0,0% ↔	Almacén - comenzando

Fuente: Instituto del servicio para el mercado agroalimentario (ISMEA), recuperado el 27 de marzo de 2014, <http://www.ismea.it/>

Como se observa en los costos anteriores se tiene un precio promedio entre los 9 a 11 euros por kilo, dependiendo de su tiempo de vejez, tomando en cuenta que el kilo de queso Cotija está en 120 pesos el kilo, es decir, 6.6 euros, lo que indica que es más barato el precio del queso producido en nuestro país. De tal manera que podemos entrar al mercado con una ventaja ya que se puede competir con el precio.

El queso en Italia está sujeto a un IVA del 4%, al igual que la mantequilla y la leche fresca.  
(ISMEA, ISMEA)

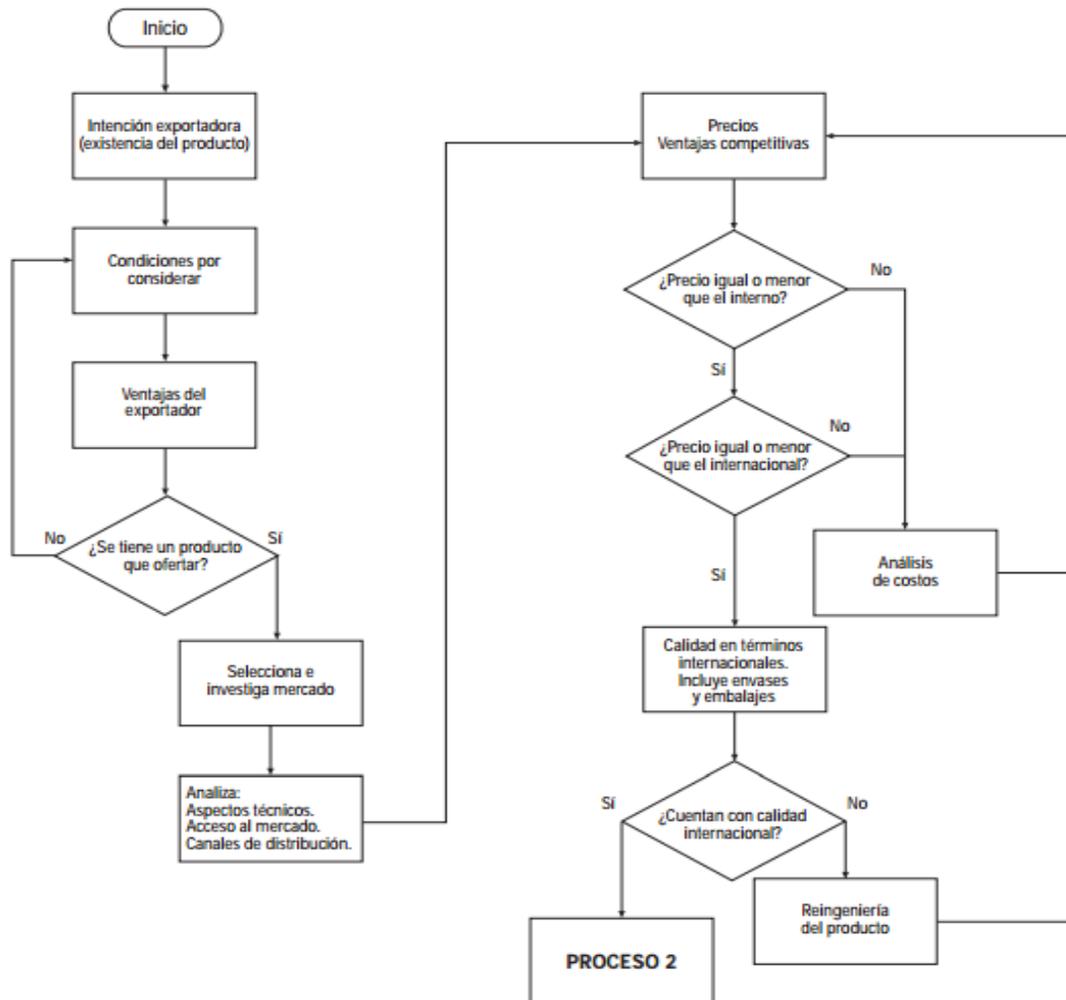
## CAPITULO 3 PROPUESTA DE SOLUCIÓN

### 3.1.- Plan de exportación:

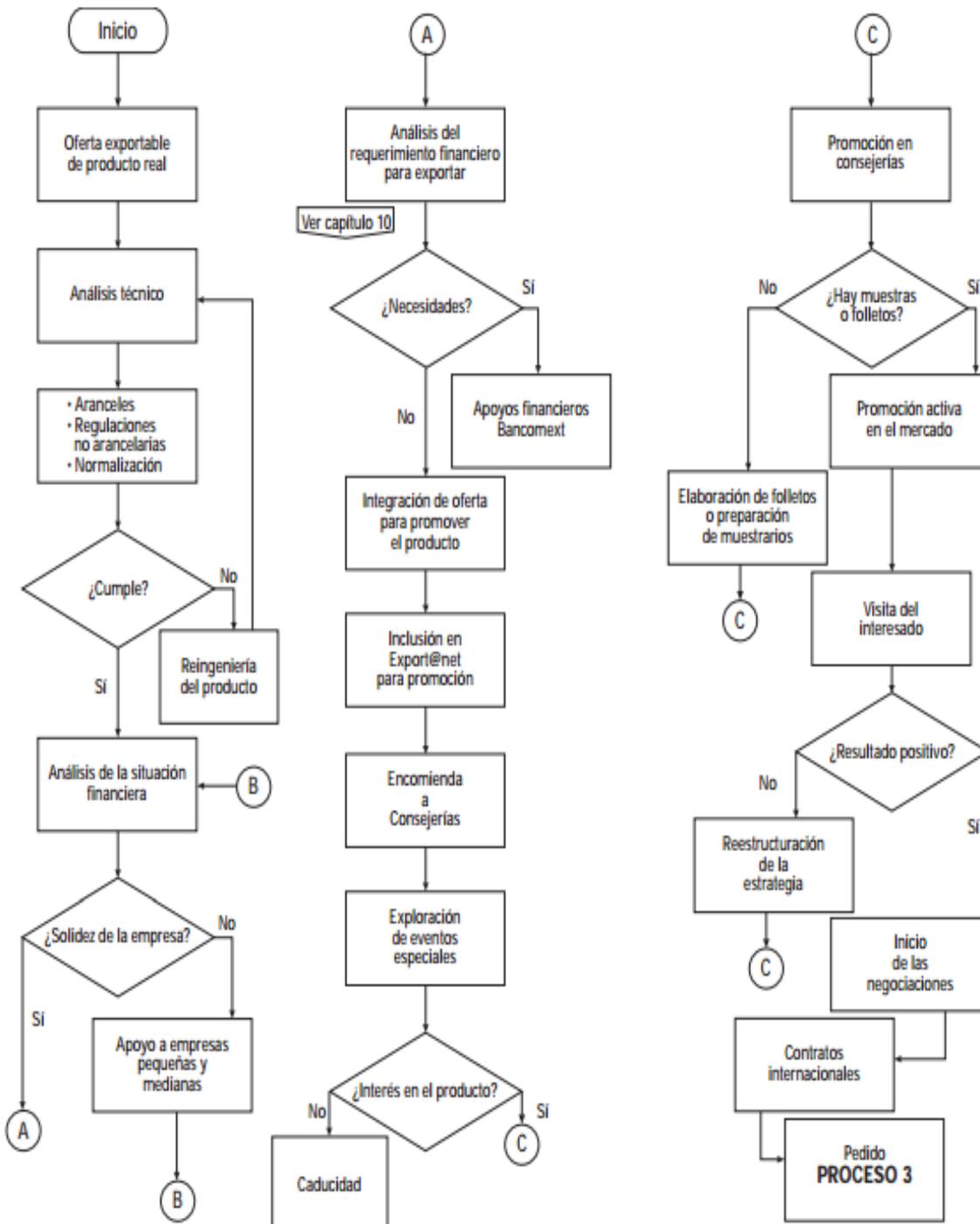
#### 3.1.1.-Proceso operativo.-

A continuación se presenta el flujograma básico de la exportación, en el cual se resumen los aspectos principales que deben considerarse en un proceso de exportación.

Proceso 1: viabilidad inicial

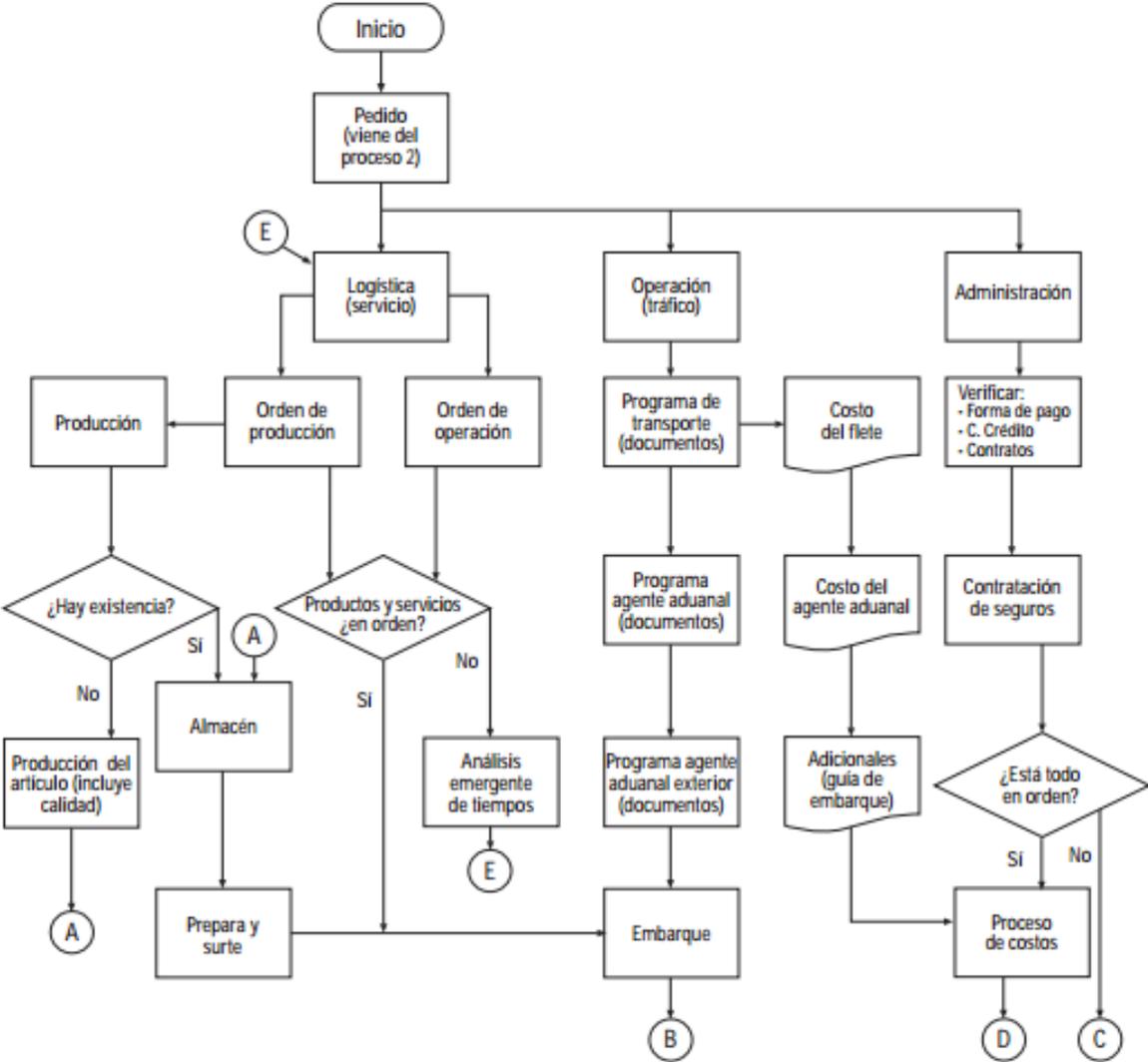


Proceso 2: viabilidad real



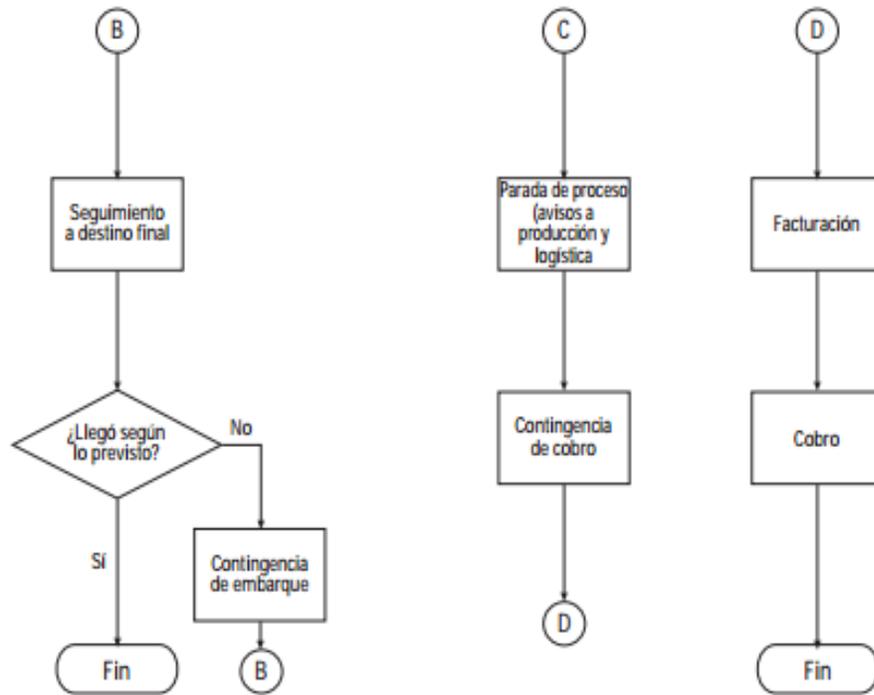
(PROMEXICO)

Proceso 3: exportación



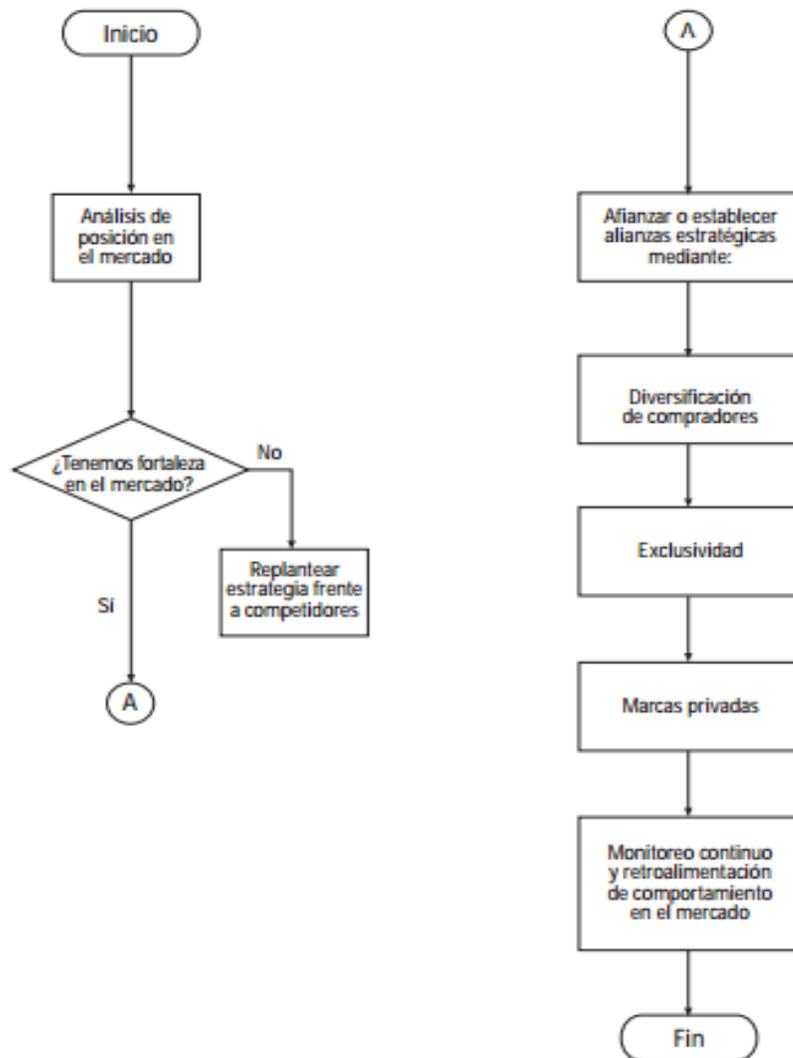
(PROMEXICO)

### Proceso 3: exportación (continuación)



(PROMEXICO)

## Proceso 4: conclusión y perfeccionamiento



(PROMEXICO)

Los flujos anteriores muestran no solo la viabilidad que debe tener el producto desde el momento en el que se elige, sino, en llevar el proceso correcto y si hay algún problema regresarse a corregirlo de tal manera que el proceso lleve una buena secuencia. Así también cumplir con cada una de las documentaciones para realizar la exportación y encontrar la mejor logística

### **3.1.2.- Documentación básica para exportar en México.-**

Registro Federal de Contribuyentes (RFC)

Propiedad intelectual

Registro ante la Cámara correspondiente

Marcado de país de origen

Despacho aduanero

Documentos aduaneros

Diagrama de flujo de la exportación

Lista de empaque

Certificación de calidad y cuantificación de mercancías

Transporte

- Documentos de transporte
- Consideraciones particulares del transporte marítimo
- El contenedor
- Agentes de carga

Seguros

- El seguro de transporte de carga
- Reclamación al transportista o porteador
- Sobre riesgos comerciales
- De responsabilidad civil

(PROMEXICO)

Los requisitos anteriores son uno de los pasos importantes que se debe cumplir en una exportación para que sea legalmente correcta, ya que se tiene que dar de alta como

exportador, contar con agentes aduanales para un despacho aduanero, registrar la mercancía

➤ **Ventanilla única**

Es una herramienta que permite el envío de la información electrónica, una sola vez, ante una única entidad, para cumplir con todos los requerimientos del comercio exterior. Esto es posible a través de la simplificación, homologación y automatización de los procesos de gestión.

En términos prácticos, la Ventanilla Única tiene como objetivo agilizar y simplificar los flujos de información entre el comercio y el gobierno y aportar beneficios significativos para todas las partes involucradas en el comercio transfronterizo. La Ventanilla Única es generalmente gestionada de forma centralizada por un organismo rector, lo que permite a las autoridades competentes y organismos gubernamentales recibir o tener acceso a la información pertinente para su propósito. Además, las autoridades y organismos participantes deben coordinar sus controles. En algunos casos, la Ventanilla Única deberá proporcionar medios para el pago de derechos correspondientes, los impuestos y tasas. (Única, 2014)

### **3.1.3.- Documentación requerida para el país de destino.-**

#### **Código aduanero de la UE**

El código aduanero de la UE es el conjunto de todas las normas que contemplan asuntos aduaneros de comercio con países no pertenecientes a la UE. Estas normas aseguran que las prácticas aduaneras en todos los países de la UE son uniformes y transparentes. (UE)

#### **Registro como operador económico (número EORI)**

El número de registro e identificación de operadores económicos (EORI) es un identificador único, asignado por una autoridad aduanera en un país de la UE para todas las personas de los operadores económicos (tanto empresas como particulares) que realizan actividades cubiertas por la legislación aduanera de la UE.

A los importadores establecidos fuera de la UE se les asignará un número EORI la primera vez que presenten:

- una declaración aduanera
- una declaración sumaria de entrada
- una declaración sumaria de salida

Los operadores utilizarán este número en todas las comunicaciones con cualquier autoridad aduanera de la UE en la que se exija un identificador de la UE como, por ejemplo, en las declaraciones en aduana. (UE)

#### **Declaración sumaria de entrada**

La declaración sumaria de entrada contiene información previa sobre la carga relativa a los envíos que se introducen en la UE. Deberá ser presentada en la primera oficina de aduanas de entrada en la UE por el transportista de las mercancías (por el transportista de las mercancías, aunque en algunos casos puede hacerlo el destinatario de la importación, o un representante del transportista o importador), incluso si las mercancías no van a ser importadas a la UE.

El plazo para la presentación de la declaración sumaria de entrada depende del medio de transporte utilizado en el traslado de las mercancías:

- Cargamento marítimo de contenedores: al menos 24 horas antes del inicio de la carga en el puerto extranjero
- Cargamento marítimo a granel: al menos 4 horas antes de la llegada
- Transporte marítimo de corta distancia: al menos 2 horas antes de la llegada
- Vuelos de corta distancia (menos de 4 horas): al menos en el momento efectivo del despegue de la aeronave
- Vuelos de larga distancia (4 horas o más): al menos 4 horas antes de la llegada al primer aeropuerto del territorio aduanero de la UE
- Tráfico rodado: al menos 1 hora antes de la llegada.

Nota: En la declaración sumaria de entrada se solicita información que figura en documentos que proceden del exportador (conocimiento de embarque, facturas comerciales, etc.). ¡Asegúrese de que esos documentos llegan a tiempo al encargado de presentar la declaración! (UE)

### **Declaración en aduana: Documento Único Administrativo (DUA)**

Las mercancías se sitúan en un destino aduanero mediante la utilización del Documento Único Administrativo (DUA). El DUA puede presentarlo ante las autoridades aduaneras el importador o un representante, de forma electrónica (cada país de la UE tiene su propio sistema) o enviándolo directamente a las instalaciones de la oficina aduanera.

El DUA incluye la colocación de las mercancías en cualquier procedimiento aduanero [exportación, importación, tránsito cuyo nuevo sistema de tránsito informatizado comunitario (NCTS) aún no está operativo, depósitos, importación temporal, perfeccionamiento activo y pasivo, etc.] independientemente del modo de transporte empleado. El objetivo del DUA es asegurar la transparencia de los requisitos administrativos nacionales, racionalizar y reducir la documentación administrativa, reducir la cantidad de información solicitada y normalizar y armonizar los datos. (UE)

## **DOCUMENTOS PARA EL DESPACHO EN ADUANA.-**

### **Factura comercial**

La factura comercial es un documento o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando estas están disponibles.

La factura comercial contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana.

Aunque incluye algunos datos que son específicos de las operaciones de importación y exportación, es similar a una factura de venta corriente. En general, se incluyen los datos mínimos siguientes:

- Datos del exportador y el importador (nombre y dirección)
- Fecha de expedición
- Número de factura
- Descripción de las mercancías (denominación, calidad, etc.)
- Unidad de medida
- Cantidad de mercancías
- Valor unitario
- Valor total
- Valor facturado total y moneda de pago. Debe indicarse la cantidad equivalente en una moneda libremente convertible a euros o a otra moneda de curso legal en el país de la UE importador
- Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.)
- Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterm
- Medios de transporte

No hay un impreso específico. La factura comercial debe expedirla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. En general, no es necesario que vaya firmada pero, en la práctica, tanto el original como la copia se suelen firmar. Puede presentarse en cualquier lengua pero se recomienda una traducción al inglés. (UE)

## **Declaración del valor en aduana**

Debe presentarse una declaración del valor en aduana a las autoridades aduaneras si el valor de las mercancías importadas supera los 10,000 €. La declaración del valor en aduana deberá estar redactada de conformidad con el modelo DV 1 [según lo establecido en el Reglamento (UE) nº 2454/93]. Este impreso debe presentarse junto con el Documento Único Administrativo (DUA).

La finalidad principal de este requisito es establecer el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (valor imponible) y aplicar los derechos arancelarios.

El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costes (por ejemplo: precio comercial, transporte y seguro), hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea. Para establecer el valor en aduana se utiliza habitualmente el valor de transacción (precio pagado o pagadero por las mercancías importadas).

En algunos casos, el valor de transacción de las mercancías importadas puede estar sujeto a un ajuste que implique incrementos o deducciones. Por ejemplo:

- pueden añadirse al precio comisiones o cánones;
- debe deducirse el transporte interno (desde el punto de entrada hasta el destino final en el territorio aduanero comunitario).

Las autoridades aduaneras deben dispensar total o parcialmente de presentar la declaración del valor en aduana cuando:

- el valor en aduana de las mercancías importadas no sea superior a 10,000 € por envío, siempre que no se trate de envíos fraccionados o múltiples expedidos por un mismo remitente al mismo destinatario,
- se trate de importaciones que no tengan carácter comercial,
- la presentación de los elementos de que se trate no sea necesaria para la aplicación del Arancel Aduanero de las Comunidades Europeas o cuando los derechos de aduana establecidos en el arancel no deban percibirse por la aplicación de una normativa aduanera específica.

## **Normativa**

- Reglamento (UE) nº 2913/92, por el que se aprueba el Código aduanero comunitario
- Reglamento (CEE) nº 2454/93 relativo a la aplicación del Código Aduanero Comunitario

## **DOCUMENTOS DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS:**

### **Documentos de transporte de mercancías**

En función de los medios de transporte utilizados, para despachar las mercancías es necesario cumplimentar los siguientes documentos y presentarlos a las autoridades aduaneras del país importador de la Unión Europea:

#### **Conocimiento de embarque (B/L)**

Lo emite la compañía de transporte marítimo al transportista efectivo y por él se confirma que las mercancías han embarcado correctamente. Sirve de acuse de recibo de las mercancías por parte del transportista, que queda obligado a entregarlas al destinatario. Menciona los datos de las mercancías, el buque y el puerto de destino. Atestigua el contrato del medio de transporte y la titularidad de las mercancías, lo cual significa que el portador del conocimiento es el responsable de las mismas.

El conocimiento de embarque puede ser un documento negociable. Hay varios tipos de conocimiento de embarque. Los «conocimientos de embarque limpios» atestiguan que las mercancías se han recibido en buenas condiciones aparentes. Los «conocimientos de embarque con reservas» indican que las mercancías están dañadas o en desorden. En tal caso, la entidad financiera puede negarse a aceptar los documentos del remitente.

#### **Conocimiento de embarque FIATA**

Se trata de un documento pensado para ser utilizado como un documento de transporte multimodal o combinado con estado negociable. Ha sido diseñado por la *Federación Internacional de Asociaciones de Expedidores de Carga* (FIATA).

## **Carta de porte por carretera (CMR)**

Es un documento en el que constan los datos del transporte internacional de mercancías por carretera, establecido por el *Convenio relativo al contrato de transporte internacional de mercancías por carretera de 1956* (Convenio CMR). Permite que el remitente tenga las mercancías a su disposición durante el transporte. Debe emitirse por cuadruplicado y estar firmado por el remitente y el transportista. La primera copia es para el remitente, la segunda queda en poder del transportista, la tercera acompaña a las mercancías y se le entrega al destinatario, y la cuarta debe estar firmada y sellada por el destinatario y debe devolverse al remitente. Normalmente se emite una CMR para cada vehículo.

La carta CMR no es un título de propiedad ni es negociable.

## **Conocimiento aéreo (AWB)**

Se trata de un documento que atestigua el contrato de transporte entre el remitente y la compañía aérea. La emite el agente del transportista y se rige por el *Convenio de Varsovia (Convenio para la unificación de ciertas reglas relativas al transporte aéreo internacional, de 12 de octubre de 1929)*. Un conocimiento de embarque aéreo puede utilizarse para transportes múltiples de mercancías; consta de tres originales y varias copias extra. Cada uno de los interesados (remitente, destinatario y transportista) conserva un original. Las copias pueden requerirse en el aeropuerto de salida o en el de destino para la entrega y, en algunos casos, para otros transportistas. El conocimiento aéreo atestigua el contrato de transporte y la recepción de las mercancías.

Un tipo específico de conocimiento aéreo es el llamado conocimiento aéreo normalizado IATA, que utilizan todas las compañías pertenecientes a la *Asociación de Transporte Aéreo Internacional* (IATA) y que reúne las características acordes al Convenio de Varsovia en un formato normalizado.

## **Carta de porte por ferrocarril (CIM)**

Es un documento para el transporte de mercancías por ferrocarril que está regulado por el *Convenio relativo a los transportes internacionales por ferrocarril de 1980* (COTIF-CIM). El transportista lo emite por quintuplicado. El original acompaña a las mercancías, una copia

se entrega al remitente y las otras tres las conserva el transportista a efectos internos. Equivale al contrato de transporte por ferrocarril.

### **Cuaderno ATA**

Los cuadernos *Admission Temporaire/Temporary Admission* son documentos aduaneros internacionales que expiden las cámaras de comercio de la mayoría de los países industrializados para permitir la importación temporal de mercancías con exención de derechos de aduana y gravámenes. Los cuadernos ATA pueden emitirse para las siguientes categorías de mercancías: muestras comerciales, material profesional y artículos para presentación o uso en ferias comerciales, demostraciones, exposiciones y similares. Más información: Cámara de Comercio Internacional: cuadernos ATA.

### **Cuaderno TIR**

Son documentos de tránsito aduanero para los transportes internacionales de mercancías que se efectúan, al menos en parte, por carretera. Permiten el transporte de mercancías mediante el procedimiento TIR, establecido en el Convenio TIR, firmado en 1975 bajo los auspicios de la Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (CEPE/ONU).

El sistema TIR requiere que las mercancías vayan en vehículos o contenedores seguros, que todos los derechos y gravámenes exigibles en el viaje estén cubiertos por una garantía con validez internacional, que las mercancías vayan acompañadas de un cuaderno TIR y que se apliquen en el país de salida unas medidas de control aduanero aceptadas por los países de tránsito y de destino.

### **Seguro de transporte de mercancías**

El seguro no solo cubre riesgos comunes durante la manipulación, almacenamiento, carga o transporte de la mercancía, sino también riesgos menos comunes como disturbios, huelgas o terrorismo.

El seguro de transporte de mercancías no es lo mismo que el seguro de responsabilidad del transportista. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos, la compensación o la indemnización. El seguro de responsabilidad del transportista, en cambio, está regulado por otras disposiciones. En función del medio de

transporte, la indemnización viene limitada por el peso y el valor de la mercancía, y solo entra en juego cuando el transportista no es el responsable del siniestro. Al efectuar el despacho de aduana, la factura del seguro solo se exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía.

El alcance normal de la responsabilidad del transportista está establecido en los convenios internacionales siguientes:

### **1. Transporte por carretera**

El transporte internacional de mercancías por carretera se rige por el Convenio relativo al contrato de transporte internacional de mercancías por carretera (Convenio CMR).

Con arreglo a este Convenio, el transportista por carretera no es responsable de las pérdidas o los daños ocasionados a las mercancías si prueba que obedecen a:

- vicio propio de la mercancía;
- casos de fuerza mayor;
- una falta imputable al cargador o al destinatario.

No existe ninguna norma de la UE sobre indemnizaciones relacionadas con el transporte de mercancías por carretera. (COMMISSION, 2014)

### **2. Transporte por ferrocarril**

El transporte internacional de mercancías por ferrocarril está regulado en el Convenio relativo a los transportes internacionales por ferrocarril (Convenio CIM).

La compañía ferroviaria no es responsable de las pérdidas o los daños ocasionados en las mercancías si prueba que obedecen a:

- vicio propio de la mercancía;
- casos de fuerza mayor;
- una falta imputable al cargador o al destinatario.

No existe ninguna norma de la UE sobre indemnizaciones. La indemnización suele limitarse a un importe máximo por kilo bruto perdido o dañado. En la mayoría de los casos, por tanto, es poco probable que la compañía reciba ninguna compensación por el valor de sus mercancías.

### **3 Transporte marítimo**

El Convenio internacional para la unificación de ciertas reglas en materia de conocimiento de embarque, conocido como «Reglas de La Haya» o «Convenio de Bruselas», establece las responsabilidades del transportista que efectúa un transporte marítimo internacional de mercancías.

La compañía naviera no es responsable de las pérdidas o los daños ocasionados en las mercancías si prueba que obedecen a:

- vicios propios de la mercancía y pérdida de peso durante el transporte
- negligencia o falta de la tripulación
- incendio
- inaptitud del buque para navegar
- casos de fuerza mayor
- huelgas o cierres patronales
- negligencia del cargador
- defectos latentes a bordo, no descubiertos en el ejercicio de una inspección rigurosa
- salvamento o tentativa de salvamento de vidas o bienes en el mar.

No existe ninguna armonización de la UE en materia de indemnizaciones. Normalmente, están limitadas a una cierta cantidad por kilo de mercancías pérdidas o dañadas. Este sistema plantea problemas análogos a los del ferrocarril, y el exportador está expuesto a perder gran parte del valor de las mercancías.

### **4. Transporte aéreo**

Según el Convenio de Varsovia de 1929 y el Protocolo de Montreal de 1975, el transportista aéreo no es responsable de los daños o pérdidas de mercancías si se demuestra que:

- tanto él como sus comisionados han tomado todas las medidas necesarias para evitar el daño o les ha sido imposible tomarlas (fuerza mayor);
- el daño proviene de una falta de pilotaje, conducción de la aeronave o navegación;
- la persona lesionada ha sido causante del daño o ha contribuido al mismo.

No existe ninguna unificación de la UE sobre la indemnización de la persona lesionada. Normalmente, está limitada a una cierta cantidad por kilo bruto de mercancías pérdidas o dañadas.

En el momento de aceptar la mercancía, el transportista puede establecer condiciones específicas. Estas condiciones deben hacerse constar en la carta de porte aéreo (conocimiento o contrato de transporte aéreo), que tiene valor probatorio. No obstante, las compañías aéreas pueden negarse a aceptar bultos dudosos o no correspondientes a la carta de porte.

### **Lista de bultos**

La lista de bultos (P/L) es un inventario de la mercancía que se va a importar exigido para el despacho de aduana y que acompaña a la factura comercial y los documentos de transporte.

Suele incluir la siguiente información:

- el exportador, el importador y la empresa de transporte
- fecha de expedición
- número de la factura de transporte
- tipo de embalaje (bidón, jaula, cartón, caja, tonel, bolsa, etc.)
- número de bultos
- contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos en cada bulto)
- marcas y numeración
- peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos

No hay un impreso específico. La lista de bultos debe compilarla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia. En

general, no es necesario que vaya firmada pero, en la práctica, tanto el original como la copia se suelen firmar. La lista de bultos puede elaborarse en cualquier lengua, aunque se recomienda una traducción al inglés.

### **Documento Único Administrativo (DUA)**

Todas las mercancías importadas en la Unión Europea (UE) deben declararse ante las autoridades aduaneras del Estado miembro de que se trate mediante el Documento Único Administrativo(DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los países de la UE, establecido en el Reglamento (CEE) nº 2913/92 por el que se establece el Código aduanero comunitario.

La declaración debe extenderse en una de las lenguas oficiales de la UE aceptada por las autoridades aduaneras del país de la UE en el que se cumplan las formalidades.

El DUA puede presentarse de las siguientes maneras:

- a través de un sistema informatizado conectado a las autoridades aduaneras;
- en las oficinas de aduanas designadas.

Los principales datos que deben declararse son los siguientes:

- identificación de los participantes en la operación (importador, exportador, representante, etc.)
- destino aduanero (despacho a libre práctica, despacho a consumo, importación temporal, tránsito, etc.)
- datos de identificación de las mercancías (código TARIC, peso, unidades), localización y embalaje
- medio de transporte
- país de origen, país exportador y destino
- información comercial y financiera (Incoterms, valor facturado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.)
- lista de documentos asociados al DUA (licencias de importación, certificados de inspección, documento de origen, documento de transporte, factura comercial, etc.)

- declaración y modo de pago de los impuestos de importación (derechos arancelarios, IVA, impuestos especiales, etc.)

El DUA consta de ocho copias; el agente debe cumplimentar todas o una parte de las hojas en función del tipo de operación.

Para las importaciones suelen utilizarse tres copias: una queda en poder de las autoridades del país de la UE en el que se formalizan los trámites de entrada, el segundo va al país de la UE de destino a efectos estadísticos y el tercero se entrega al destinatario después de sellarlo la autoridad aduanera.

### **Documentos asociados al DUA**

Según la operación y el carácter de las mercancías importadas, deben presentarse con el DUA algunos documentos. Los más importantes son:

- prueba de origen, normalmente utilizada para aplicar las preferencias arancelarias
- certificado de la naturaleza específica del producto
- documento de transporte
- factura comercial
- declaración del valor en aduana
- certificados de inspección (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria)
- licencias de importación
- documento de vigilancia comunitaria
- certificado CITES
- justificantes de una solicitud de inclusión en un contingente arancelario
- documentos a efectos de los impuestos especiales
- justificantes de una solicitud de exención del IVA

### **Impuesto de Valor Agregado – IVA**

Operaciones gravadas.-

Las principales actividades sujetas al IVA son:

1. Suministro de bienes para fines comerciales, dentro del territorio de un país de la UE, realizadas por un sujeto pasivo.
2. Oferta de servicios al IVA en el país de la UE que esté establecido el destinatario del servicio.
3. Las operaciones intracomunitarias compras entre los comerciantes residentes en diferentes países de la UE *no se consideran las importaciones y las exportaciones*, pero las operaciones intracomunitarias. Las adquisiciones y las entregas de bienes efectuadas entre comerciantes sujetos al IVA intracomunitario serán cargados en el país de la UE en que los bienes sean expedidos.
4. Importaciones: el IVA se recauda sobre la importación de bienes y por lo general pagan cuando los procedimientos de despacho de aduana se realizan con el fin de ser liberado a la circulación. Sin embargo, cuando las mercancías se importan a un país de la UE, pero están destinados al uso o consumo en otro, pueden ser incluidas en un régimen de suspensión del IVA. Bajo este acuerdo, el IVA se cargará en el país de la UE de destino y no en el país de la UE de entrada en la UE.

El pago del IVA en importaciones.-

Pagos de IVA a la importación son tratados en la misma forma que los derechos de aduana.

Los sujetos pasivos deberán cumplimentar y presentar en la aduana del Documento Único Administrativo el cual debe incluir el valor de los bienes, el lugar de origen, destinatario, destino, precio, peso, etc.

La información sobre el IVA, los impuestos especiales y derechos de aduana se debe rellenar la casilla n º 47 de la forma. (UE)

### **3.1.4.- Requisitos específicos para el queso.-**

- ❖ El control de los contaminantes en los productos alimenticios

Con el fin de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores, las importaciones en la Unión Europea (UE) de productos alimenticios deben cumplir con la legislación de la UE destinado a garantizar que los alimentos puestos en el mercado son seguros para comer y no contiene contaminantes a niveles que podrían poner en peligro humana la salud.

Los contaminantes pueden estar presentes en los alimentos (incluyendo frutas y verduras, carne, pescado, cereales, especias, productos lácteos, etc.), como resultado de las diferentes etapas de su producción, envasado, transporte o almacenamiento, o también puede ser el resultado de la contaminación ambiental.

- alimentos que contienen un contaminante a una cantidad inaceptable desde el punto de vista de la salud pública y, en particular, a nivel toxicológico, no se podrá poner en el mercado de la UE y será rechazada
- los contaminantes deberán mantenerse tan bajos como sea razonablemente se puede lograr siguiendo las buenas prácticas de trabajo recomendadas
- los niveles máximos podrán establecer para ciertos contaminantes con el fin de proteger la salud pública. (UE)

Los productos alimenticios mencionados en las diversas secciones del anexo no deben, cuando se coloca en el mercado, un contenido de contaminantes superior al indicado en este tipo de secciones:

- Sección 1 - Traza los límites de nitratos en lechugas, espinacas y alimentos para bebés.
- Sección 2 - establece límites para diversas micotoxinas en, por ejemplo, cacahuates, nueces, frutas secas (incluidas las uvas pasas) y productos derivados, cereales y productos de cereales, leche, fórmulas para lactantes, alimentos dietéticos para lactantes, especias, jugos de frutas, productos de café, el vino, las bebidas espirituosas, sidra, productos de la manzana, alimentos procesados a base de cereales para lactantes y niños de corta edad y alimentos infantiles.

- Sección 3 - establece límites para los diferentes metales pesados en, por ejemplo, leche, carne, pescado, cereales, verduras, frutas y vinos.
- Sección 4 - establece límites para el 3-MCPD en la proteína vegetal hidrolizada y salsa de soja.
- Sección 5 - establece límites para las dioxinas y los PCB similares a las dioxinas en la carne, pescado, leche, huevos, aceites y grasas.
- Sección 6 - establece límites para los HAP en aceites y grasas, carnes ahumadas, pescado ahumado, el pescado, los crustáceos y los moluscos bivalvos, los alimentos infantiles.

Las medidas de control se han tomado para ciertos contaminantes importados de terceros países específicos, en particular en lo que respecta a las aflatoxinas, melamina, aceite mineral y pentaclorofenol y dioxinas. Los productos alimenticios que superen el nivel máximo de contaminantes permitidos por la legislación de la UE, no podrán comercializarse en el territorio de la UE.

- ❖ El control de residuos de plaguicidas en productos de origen vegetal y de origen animal destinados al consumo humano.

Con el fin de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores, las importaciones de productos vegetales y animales o partes de los mismos destinados a la alimentación humana o en las que los residuos de pesticidas pueden estar presentes, sólo se permiten cuando el cumplimiento de las garantías establecidas por la legislación de la UE diseñado para controlar la presencia de sustancias químicas y sus residuos en los animales vivos, productos animales y productos de origen vegetal.

La puesta en el mercado de estos productos están cubiertos por dos directivas principales:

#### Animales y productos de origen animal

Directiva 96/23/CE del Consejo (DO L-125 23/05/1996) (CELEX 31996L0023) describe el procedimiento para evaluar si al importar animales y productos de origen animal, las garantías de los residuos de sustancias químicas presentadas por un tercero país puede

considerarse equivalente a los solicitados a los productos producidos bajo normas de la UE.

Estos productos sólo podrán ser importados de países autorizados incluidos en la lista publicada en la Decisión 2011/163/UE (DO L-70 17/03/2011) (CELEX 32011D0163). La inclusión y la retención en esta lista estarán sujetos a la presentación por el país tercero de que se trate de un plan que establezca las garantías que éste ofrece en lo que respecta al seguimiento de los grupos de residuos y sustancias relacionados en el anexo I de la Directiva.

### Vegetales, productos vegetales y su protección

Reglamento (CE) no 1107/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-309 24/11/2009) (CELEX 32009R1107) establece las normas y procedimientos aplicables a las sustancias activas que deben ser comercializados en la UE y para la autorización de Estados miembros de los productos fitosanitarios que las contengan. Las sustancias activas no pueden utilizarse en los productos fitosanitarios a menos que estén incluidos en una lista positiva de la UE. Tales sustancias se incluyen en la base de datos de plaguicidas de la UE. Una vez que una sustancia está incluida en la lista, los Estados miembros podrán autorizar el uso de los productos que lo contienen.

El control de residuos de plaguicidas en la UE: los límites máximos de residuos (LMR)

A partir del 1 de septiembre de 2008 el Reglamento (CE) no 396/2005 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-70 16/03/2005) (CELEX 32005R0396) define un conjunto totalmente armonizado de normas sobre residuos de plaguicidas. El presente Reglamento establece las disposiciones para el establecimiento de niveles máximos de residuos de plaguicidas de la UE (LMR) en los alimentos.

Las importaciones de productos vegetales y animales tienen que cumplir con tales LMR establecidos por la Comisión Europea para proteger a los consumidores de la exposición a niveles inaceptables de residuos de plaguicidas.

- ❖ Control de residuos de medicamentos veterinarios en animales y productos de origen animal destinados al consumo humano

Con el fin de garantizar un elevado nivel de protección de los consumidores, las importaciones en la Unión Europea (UE) de productos de origen animal destinados al consumo humano sólo se permiten cuando se cumplen las garantías establecidas en la legislación de la UE diseñado para controlar la presencia de sustancias químicas y sus residuos de animales vivos y productos de origen animal.

Los productos afectados por este requisito son: bovina, ovina, caprina, porcina y equina, aves de corral, la acuicultura, la leche, los huevos, la carne de conejo, carne de caza silvestre y de cría y miel.

Los terceros países que deseen exportar alimentos de origen animal a la UE están obligados a presentar a la Comisión los servicios de un plan de vigilancia de residuos anual para los productos en cuestión. Una vez que los planes son aprobados por la Comisión, los países se enumeran en la Decisión 2011/163/UE de la Comisión (CELEX 32011D0163). Al estar incluidos en la "lista de residuos» es un prerrequisito para la exportación de alimentos de origen animal a la UE. Requisitos sanitarios y de animales públicas también se aplican.

- ❖ Control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano.

Las importaciones de productos de origen animal destinados al consumo humano deben cumplir con los siguientes requisitos de salud relacionados con:

1. Las condiciones de salud relacionadas con el público y la protección del ganado
2. Autorización sanitaria del país
3. Los establecimientos autorizados
4. Los certificados sanitarios
5. Control sanitario

Por lo tanto, estos productos sólo pueden importarse a la Unión Europea (UE) si proceden de un establecimiento de un tercer país incluido en una lista positiva de los países elegibles para el producto en cuestión se aprueba, están acompañados de los certificados

sanitarios adecuados, y han tenido éxito el control obligatorio al puesto de inspección fronterizo del Estado miembro pertinente (BIP). El cumplimiento de estos requisitos se encuentra estrechamente relacionado con el cumplimiento de determinadas condiciones establecidas con el fin de proteger la salud pública y animal.

❖ Trazabilidad, el cumplimiento y la responsabilidad en los alimentos.

De acuerdo con la legislación sobre seguridad alimentaria de la UE, los alimentos no pueden ser colocados en el mercado en la Unión Europea (UE) si no son seguros.

La legislación alimentaria de la UE persigue no sólo un alto nivel de protección de la vida humana, la salud y los consumidores, sino también la protección de la salud y el bienestar animal, la sanidad vegetal y el medio ambiente.

1. El cumplimiento de la legislación alimentaria
2. Trazabilidad
3. Responsabilidades

#### 1. El cumplimiento de la legislación alimentaria.-

Alimentos importados deben cumplir con los requisitos pertinentes de la legislación alimentaria o condiciones reconocidas por la UE para ser por lo menos equivalente a la misma. La autoridad competente del país exportador debe ofrecer garantías en cuanto al cumplimiento o la equivalencia con los requisitos de la UE.

#### 2. Trazabilidad.-

El Derecho de la UE define la trazabilidad como la capacidad de rastrear y seguir un alimento, un animal o una sustancia productora de alimentos que se utilizará para el consumo, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución.

El alcance del requisito de trazabilidad se limita a los siguientes productos y operadores:

- Productos:

La trazabilidad es siempre necesaria para cualquier sustancia destinada a ser, o espera que sea, incorporado en alimentos. Sin embargo, algunos productos están cubiertos por

reglamentos o directivas comunitarias específicas que incluso pueden imponer requisitos más estrictos a este respecto, como por ejemplo:

- Animales
- Los organismos genéticamente modificados (OGM)
- Frutas y hortalizas
- Ciertos productos de origen animal (carne, pescado, miel)
- Aceite de oliva

- Operadores:

Esta disposición tiene por objeto garantizar que los operadores de empresas alimentarias son capaces de identificar el proveedor inmediato de un producto y el destinatario posterior inmediato (*"un paso atrás y un paso adelante"*), desde el importador de la UE hasta el nivel de venta al por menor, excepto de alimentación a la consumidor final.

También se requiere que los alimentos a los operadores dispondrán de sistemas y procedimientos que permitan poner esta información se ponga a disposición de las autoridades competentes a petición

Aunque las disposiciones de trazabilidad no se aplican fuera de la UE, el requisito se extiende al importador de la UE ya que debe ser capaz de identificar quién exportó el producto en el país tercero.

Alimentos, que se coloca o es probable que sea puesto en el mercado en la UE, también deberán estar adecuadamente etiquetados o identificados para facilitar su trazabilidad mediante documentación o información pertinente sobre los detalles del producto.

Por lo tanto, la trazabilidad permite:

- Responder a los riesgos potenciales que pueden surgir en los alimentos y
- Extracciones selectivas de alimentos no seguros del mercado
- El suministro de información precisa al público, lo que minimiza la perturbación del comercio

### 3.-Responsabilidades de los alimentos e importadores.-

Los operadores de empresas alimentarias en todas las fases de producción, transformación y distribución en las empresas bajo su control, de que los alimentos cumplen los requisitos de la legislación alimentaria pertinentes para sus actividades y verificarán que se cumplen dichos requisitos.

Si un explotador de empresa alimentaria tiene razones para creer que un alimento o un importado no están de acuerdo con los requisitos de seguridad alimentaria, se procederá inmediatamente a retirar el alimento en cuestión e informar a las autoridades competentes. (UE)

Sabemos que para poder llegar a un mercado destino se necesita cumplir una serie de requisitos específicos para que este pueda atravesar por la zona fronteriza y en el caso del queso Cotija la debe cumplir los 6 requisitos anteriormente mencionados de 8 que pide la UE, ya que por ser un producto de origen animal se piensa más que nada en todo tipo de bacterias y plagas que estos pudieran tener, claro todo alimento cuenta con este tipo de cosas pero es por eso que se asigna un determinado porcentaje para así dar la autorización de que pueda ser comercializado y consumido por el ser humano.

#### **3.1.5.- Logística operativa y estimación de precios.-**

La logística operativa se llevará a cabo por embarcaciones y por avión, de tal manera que se investigará una estimación de precios aproximados por medio de ambos transportes.

La primera cotización que se dará a conocer es la del transporte aéreo por medio de la línea aérea de Aeroméxico.

Los quesos que empaca la gente del Mesón del Queso en porciones es difícil hacerlos de peso exacto por lo que los hacen de peso aproximado. El queso Cotija por ser artesanal tiene dimensiones y peso variable por lo que es difícil establecer sus medidas (no está estandarizado). Pero como una aproximación tiene.- Largo 13 cm, alto 15 cm, el ancho es en forma de cuña e inicia con 5 cm y termina en 2.5 cm. Lo mandan a veces en pieza completa y solo su caja de cartón, cuando lo quieren a granel es como en rajas o tajadas este se da en libras y lo empacan al vacío con una envasadora especial y es de plástico y otra manera de mandarlo es molido igual al vacío. El queso si se expone a temperaturas

superiores a 23 grados centígrados tiene problema por salida de grasa por lo que si fuera el caso habría que pensar en un tipo de envase de material aislante.

Nota.- Se han enviado quesos completos (20 kg) en cajas de cartón de 40 X 40 cm y 20 cm de alto a Ensenada y Monterrey por avión sin problema aparente.

(Álvarez, 2014)

### **AEROMEXICO**

<b>COTIZACION</b>	<b>ORIGEN</b>	<b>DESTINO</b>
	MEXICO, D.F.	PARIS

<b>PRODUCTO</b>	<b>CONTENEDOR</b>	<b>PRECIO</b>
Queso seco	Refrigeración	300 USD

Se realizó la cotización en una aerolínea ya que primeramente se enviarán muestras de 1 kilo a Italia, saliendo el producto de la Ciudad de México ya que los contenedores que salen de esta ciudad van con cierta temperatura para evitar que los productos perecederos se echen a perder, es decir, que el queso Cotija necesita ir a una temperatura inferior a los 23° para así evitar que haya salida de grasa y se descomponga.

El producto será enviado a la Ciudad del Paris ya que es la única ciudad que permite la entrada de productos perecederos mostrando documentación al agente aduanal que recibirá el producto y posteriormente como destino final este mismo producto será enviado a Italia que es donde se tiene el cliente para que pueda ser consumido el queso. (Aeromexico, 2014)

### **3.2.- Evaluación del proyecto**

Tomando en cuenta la expansión comercial y la competencia que se genera a través de un mercado globalizado con demandantes cada vez más exigentes, es necesario asegurarse que la asignación de recursos o financiamiento sea capaz de cubrir las expectativas de todos. En ese sentido, la reducción de la incertidumbre en una oportunidad de negocio o la satisfacción de una necesidad, se consigue realizando una adecuada investigación.

Llevando a cabo la evaluación de proyecto y analizando cada una de las etapas de este mismo cabe saber que la exportación del queso Cotija si se puede realizar, ya que es un producto que el humano puede consumir.

Al realizar la exportación primeramente se tiene que realizar un proceso de documentación el cual pide la Unión Europea ya que es el principal requisito que se pide para que este producto pueda entrar libremente a ser comercializado al país destino, ya que por ser un alimento perecedero de origen animal es muy exigente el saber de qué viene y que esté libre de cualquier cosa que pueda dañar la salud del ser humano.

Sabemos que al hacer una exportación no basta con tener un producto, mercado de destino, documentación mexicana ni una logística sin antes contar con todos los requisitos que pide el país seleccionado a exportar, en este caso el queso Cotija debe cumplir con una serie de requisitos los cuales se necesitan 6 de 8 que le pide la UE los cuales son, el control de contaminantes en los productos alimenticios, control de residuos de plaguicidas, control de residuos de medicamentos veterinarios en animal y alimentos de origen animal, control sanitario de los productos de origen animal destinados al consumo humano, trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad de los alimentos. Ya una vez cumpliendo con estos requisitos se puede llevar a cabo la exportación con éxito al cliente ya que se contaría con la documentación necesaria al momento de pasar por aduana.

Para realizar una exportación en nuestro país no se necesitan muchas cosas, en realidad se cuenta con bastantes apoyos gubernamentales, los cuales te brindan información para saber cómo adquirir la documentación, darse de alta y saber cómo llevar el proceso aduanal, para realizar cada uno de estos procesos es muy fácil ya que se necesita tener el RFC, domicilio de la empresa y características del producto, además de realizar los

trámites de manera virtual en las páginas de internet; es necesario adicionalmente, recurrir a los servicios de un agente aduanal, un particular que apoya a la empresa exportadora dentro de los servicios que se requieren para realizar el despacho aduanero de exportación, así como los servicios de quienes prestarán el transporte de exportación.

Realizando la investigación de precios tanto en el mercado mexicano como en el europeo, se llegó a la conclusión de que se tiene un equilibrio ya que ambos países están dentro del rango de una estabilidad de precios similar, es decir, que está entre el 5.60 y 13.50 euros (100.00 a 250.00 MX) el kilo, lo que indica que se puede entrar en una competencia totalmente fuerte ya que el precio de queso Cotija que se quiere exportar está en un precio de 8.88 euros (160.00 MX), ya tomando en cuenta el 4% de IVA que se le aumenta a cada producto derivado de la leche en Europa.

De acuerdo a lo establecido en el TLCUEM el producto queso Cotija goza de preferencia arancelaria lo cual indica que está exento en arancel- *El acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México, por una parte, y la Comunidad Europea, establecen las condiciones para la eliminación de aranceles aduaneros en el comercio de mercancías originarias entre la Comunidad Europea y México mediante el establecimiento de reglas de origen y de otros mecanismos específicos que permitan definir las mercancías que gozarán de las preferencias arancelarias previstas en la referida decisión; y con objeto facilitar el despacho aduanero de mercancías.* (SIICEX, 2014)

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Actualmente, México es un país que cuenta con una economía abierta, la actitud positiva hacia el comercio exterior representa uno de los principales canales para lograr un éxito en el comercio internacional. Y más que nada saber que se tiene que trabajar en el comercio de una manera dedicada y profunda ya que vivimos en un mundo totalmente globalizado y no podemos permanecer solo abiertos al comercio debemos movernos junto con él y crear opciones que nos ayuden a estimular un comercio aceptable junto con los fenómenos internacionales.

Al principio de la tesis se estableció demostrar como hipótesis cuales eran las herramientas principales para que el queso Cotija pudiera ingresar al mercado Italiano. El queso Cotija para entrar a cualquier país de la Unión Europea debe contar con requisitos muy específicos siempre y cuando este demuestre que es apto para el consumo humano y pueda mostrar que está libre tanto de plagas como de infecciones que puedan afectar al humano. Considerando de la misma manera que no sería nada fácil el introducir este producto ya que es derivado de la leche, mas sin embargo se cuenta con la suficiente información para trabajar en ello y hacer que se llegue con un rotundo éxito el queso al país italiano. Tomando en cuenta que también se tiene como ventaja que México y la Unión Europea cuentan con un TLC el cual trae bastantes beneficio para llevar a cabo una negociación.

Ahora bien cabe reconocer que la competencia en nuestro país de la venta del queso es muy fuerte y sabemos que se puede incrementar con más puntos de ventas entrando a otros países, es por eso que damos a conocer que el Queso Cotija ya es exportado a Estados Unidos pero no de manera legal, este producto se manda por avión y no de manera en la cual se realice un proceso como tal con documentación y un agente aduanal, sino que por lo regular este producto es enviado como si fuera parte del equipaje de un pasajero. Es por eso que se trabajó a fondo para conocer cada uno de los pasos para que por primera vez se pueda llegar a una negociación con la UE, dando a conocer a los productores del queso de Jal-Mich un proyecto de exportación completo en el que vean como si hay la posibilidad de entrar a un nuevo mercado, considerando también que actualmente los productores del queso Cotija cuentan con ayuda de la UNAM de manera en que estos analizan la leche y cada una de las propiedades que contiene el producto, lo

cual indica un fuerte apoyo para adquirir los certificados que se piden en la UE ya una vez que se realice la exportación.

Por otro lado, a los productores de queso Cotija se les recomienda ir trabajando en cada una de las certificaciones que se piden como requisitos para entrar a la UE, de tal manera que el día de mañana se desempeñen en realizar una exportación con la cual ya sepan y cumplan cada una de las condiciones pedidas por otro país. Entrando a un rango de mayor competitividad, entablando nuevas relaciones comerciales y participar activamente en ellas.

Sabemos que el país se está esforzando por desarrollarse de manera en que pueda tener políticas totalmente compatibles con las de otros países, principalmente con sus socios comerciales. Mas sin embargo las herramientas las tenemos, solo es cuestión de aplicarlas como tal, junto con los conocimientos y cada una de las investigaciones.

Como conclusión vemos que el proyecto llega a un final de manera positiva, ya que muestra varias ventajas a favor como lo son el precio del Queso Cotija, ya que está dentro del promedio en el que se vende el queso en Italia, otro punto a favor es que se pueden cumplir con cada uno de los requisitos pedidos por el país destino y el cumplimiento de las RRNA y saber estadísticamente como podemos manejar este producto en el país destino conforme años atrás hasta la actualidad, identificando a la competencia junto con otros países exportadores al mismo país destino.

## BIBLIOGRAFÍA

Aeromexico. (15 de Marzo de 2014). LLAMADA. D.F., México.

Alvarez Barajas Ruben, B. L. (2004). "REGLAS DE USO DE LA MARCA COLECTIVA DEL QUESO COTIJA REGION DE ORIGEN", MEXICO, ASOCIACION REGIONAL DE PRODUCTORES/ PRO SIERRA DE JALMICH, A. C./ CENTRO DE INVESTIGACION Y ASISTENCIA EN TECNOLOGIA Y Y DISEÑO DEL ESTADO DE JALISCO/ COLEGIO DE MICHOACAN.

Álvarez, M. R. (enero de 2014).

ASSOLATTE. (s.f.). *Asociación Italiana de Productos Lacteos*. Obtenido de [http://www.assolatte.it/assolatte/chi\\_siamo.jsp](http://www.assolatte.it/assolatte/chi_siamo.jsp)

BANCOMEXT. (1995). *Guía Básica del Exportador*. Estado de México.

BID. (2010). Obtenido de <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn7/guia-como-exportar-a-la-ue.pdf>

BID. (2010). <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn7/guia-como-exportar-a-la-ue.pdf>. Obtenido de <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn7/guia-como-exportar-a-la-ue.pdf>

BID. (2010). <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn7/guia-como-exportar-a-la-ue.pdf>. Obtenido de <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/buttons/btn7/guia-como-exportar-a-la-ue.pdf>

CABAUGH, R. (1998). *Economía Internacional*. México: International Thomson.

Comercio, P.-I. y. (2014). <http://comercio.promexico.gob.mx/work/models/comercio/Resource/137/1/images/CalendarioEventosProMexico2014.pdf>. Obtenido de <http://comercio.promexico.gob.mx/work/models/comercio/Resource/137/1/images/CalendarioEventosProMexico2014.pdf>

COMMISSION, E. (2014). *Comisión Europea*. Obtenido de <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output?action=output&prodLine=&languageId=EN&tariCode=0406900100&partnerId=mx&reporterId=it&simulationDate=12%2f03%2f2014&simDate=20140312&nomenCmd=&resultPage=reqlist&mode=>

COTIJA, ©. D. (2005). REGLAS DE USO QUESO COTIJA.

COTIJA, ©. D. (2005). REGLAS DE USO, QUESO COTIJA.

DHL-MÉXICO. (2014). *DHL*. Obtenido de <http://dct.dhl.com/input.jsp?langId=latam&originCCId=MX>

Economía, S. d. (s.f.). *SE*. Obtenido de TLCs:

[http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC\\_Mex\\_UE](http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/TLC_Mex_UE)

ECONOMIA, S. D. (s.f.). *SIAMI*. Obtenido de Sistema de Información Arancelaria Via Internet:

<http://www.economia.gob.mx/trade-and-investment/foreign-trade/siavi>, <http://200.77.231.38/>

Esteban, B. L. (2003). "Por una orientación plural del porvenir. Proceso de certificación y patrimonio cultural en la sierra de Jalmich" *ESTUDIOS MICHOACANOS, COLEGIO DE MICHOACAN* Pp. 219-243.

FEDERALIMENTARE. (s.f.). *Federación Alimentaria de la Industria Italiana*. Obtenido de

<http://www.federalimentare.it>

Fedex-México. (2014). *FEDEX*. Obtenido de <https://www.fedex.com/ratefinder/home?cc=mx&language=es>

FIFELARIMENTARE. (2014). Obtenido de [http://www.federalimentare.it/m\\_associazioni.asp](http://www.federalimentare.it/m_associazioni.asp)

GONZALES CALLEJA, H. Y. (1998). *Exportación de frutas y hortalizas a EUA*. Guadalajara: Ediciones de la noche.

HELPDESK, T. E. (s.f.). *COMMISSION EUROPEAN*. Obtenido de

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2f DocumentosParaElDespachoDeAduana.html&docType=main&languageId=es>

HELPDESK, T. E. (s.f.). *EUROPEAN COMMISSION*. Obtenido de

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2f ProcedimientosDeImportacionDeLaUE.html&docType=main&languageId=es>

<http://comercio.promexico.gob.mx/work/models/comercio/Resource/137/1/images/CalendarioEventosProMexico2014.pdf>. (2014). *PROMEXICO-Inversion y Comercio*. Obtenido de

<http://comercio.promexico.gob.mx/work/models/comercio/Resource/137/1/images/CalendarioEventosProMexico2014.pdf>

*INTRACEN*. (2013). Obtenido de TRADE MAP:

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)

*INTRACEN*. (2013). Obtenido de TRADE MAP ITALIA:

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)

*INTRACEN*. (2013). Obtenido de TRADE MAP FRANCIA:

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)

*INTRACEN MUNDIAL*. (2008-2012). Obtenido de TRADE MAP:

[http://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx)

ISMEA. (2014). *INDICE DE PRECIOS INDUSTRIALES*. Obtenido de

<http://www.ismeaservizi.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2078#MenuV>

- ISMEA. (2014). *ISMEA*. Obtenido de <http://www.ismeaservizi.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1075>
- ISMEA. (s.f.). *ISMEA*. Obtenido de ESTADÍSTICAS PRECIOS: <http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/238#IsmeaAnchPMO11>
- JALISCO, ©. D. (2005). REGLAS DE USO, QUESO COTIJA.
- JALMICH, ©. D. (2005). REGLAS DE USO, QUESO COTIJA.
- Lopez, B. (2008). "ANDANSO SE LLEGA LEJOS, LAS BATALLAS DEL QUESO COTIJA"... Cuadernos de divulgación científica y tecnología del consejo estatal de ciencia y tecnología de Michoacán. No 18, 17 pp.
- MICHOACAN, ©. D. (2005). REGLAS DE USO, QUESO COTIJA.
- milan, O. E. (s.f.). *MERCADO DE QUESO*. Obtenido de ITALIA: <http://www.italoargentina.com.ar/f/mercadoqueso.pdf>
- PROMEXICO. (s.f.). *SECRETARIA DE ECONOMIA*. Obtenido de <http://www.promexico.gob.mx/comercio/mexico-y-sus-tratados-de-libre-comercio-con-otros-paises.html>
- QUESOS, L. D. (s.f.). *INTRACEN*. Obtenido de <http://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx>
- SIICEX. (2013). *SIICEX-TARIFA*. Recuperado el 2013, de <http://www.siicex.gob.mx/portalSiicex/>
- SIICEX. (2014). Obtenido de <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>
- UE, U. E. (s.f.). *UNION EUROPEA*. Recuperado el OCTUBRE de 2012, de PAGINA OFICIAL: [http://europa.eu/index\\_es.htm](http://europa.eu/index_es.htm)
- Única, V. (2014). Obtenido de <https://www.ventanillaunica.gob.mx>
- UPS, M. (2014). [https://wwwapps.ups.com/fctc/processTimeAndCost?loc=es\\_MX](https://wwwapps.ups.com/fctc/processTimeAndCost?loc=es_MX). Obtenido de [https://wwwapps.ups.com/fctc/processTimeAndCost?loc=es\\_MX](https://wwwapps.ups.com/fctc/processTimeAndCost?loc=es_MX)