
Estudio de Mercado Queso Parmesano en México

Julio, 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en Ciudad de México e Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus Ciudad de México

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	4
1. Arancel General:	4
2. Arancel Preferencial Producto Chileno (*):	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	6
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	7
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	8
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	9
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	9
1. Estadísticas 2011	9
2. Estadística 2010	10
3. Estadísticas 2009	11
<i>V. Características de Presentación del Producto</i>	12
1. Potencial del producto.	12
1.1. Formas de consumo del producto.	12
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	13

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).	13
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.	13
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	14
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución</i>	15
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	15
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	16
<i>IX. sugerencias y recomendaciones</i>	17
<i>X. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto</i>	17
<i>XI. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	18

PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

0406.9010

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

Queso Parmigiano-Reggiano y Queso Parmesano.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

- **0406.2001**- Quesos y Requesón, queso de cualquier tipo, rallado o en polvo, Suero de leche en polvo, con contenido de proteínas igual o inferior a 12.5%.
- **0406.3099**- Quesos y Requesón, queso fundido excepto el rallado o en polvo, los demás.
- **0406.9099**- Quesos y Requesón, los demás quesos.
- **0406.9004**- Quesos y Requesón, los demás quesos, Grana o Parmegiano-Reggiano, con un contenido en peso de materias grasas inferior o igual al 40%, con un contenido en peso de agua, en la materia no grasa, inferior o igual al 47%; Danbo, Edam, Fontal, Fontina, Fynbo, Gouda, Havarti, Maribo, Samsøe, Esrom, Itálico, Kernhem, Saint-Nectaire, Saint-Paulin o Taleggio, con un contenido en peso de materias grasas inferior o igual al 40%, con un contenido en peso de agua, en la materia no grasa, superior al 47% sin exceder de 72%.
- **04.069002**- De pasta dura, denominado Reggiano o Reggianito, cuando su presentación así lo indique.

Fuente: SIICEX 2012

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL:

El arancel general para la importación de productos pertenecientes a la fracción arancelaria 04.06.90.04 en México corresponde a un 20% de arancel ad-valorem.

TIGIE	Descripción	U. Medida	Arancel General Importación	Arancel preferencial bajo TLC Chile México
04062001	Queso de Cualquier tipo, rallado o en polvo.	Kg	20%	Ex.
04063099	Los demás.	Kg	125%	Excl.
04069099	Los demás.	Kg	125%	Excl.
04069004	Grana o Parmegiano – Reggiano.	Kg	20%	Ex.
04069002	De pasta dura, denominado Reggiano o Reggianito, cuando su presentación así lo indique.	Kg	20%	Ex.

Fuente: Market Access Map, SIICEX.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO (*):

A partir de la promulgación del TLC entre México y Chile 28 de julio de 1999 en el DOF, se han establecido condiciones para la eliminación de aranceles aduaneros entre México y Chile sobre mercancías originarias de la región conformada por México y Chile, con reglas de origen y mecanismos específicos para definir tales mercancías.

Artículo1.

La importación de mercancías originarias de la región conformada por México y Chile, independientemente de su clasificación en la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación (TIGIE), estará exenta del pago de arancel, salvo aquellas mercancías en que se indique lo contrario en el presente decreto. (Circular T-930/200, 2012)

Actualmente la importación de queso chileno alojado dentro de la fracción arancelaria 04.06.90.04, 04.06.20.01,04.06.90.99 y la 04.06.90.02 se encuentra exenta de aranceles., donde según averiguaciones con agentes de aduanas recomendamos usar la partida 04.06.90.04.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

PRODUCTO	ARANCEL	PAIS
4069004	Ex. 0%	Chile, Nicaragua, Uruguay, EE.UU
	Excl. 20%	Japón, El Salvador, Guatemala, Honduras, Colombia
4062001	Ex. 0%	EE.UU, Nicaragua, Colombia, Uruguay, Chile
	Excl. 20%	Japón, El Salvador, Guatemala, Honduras
4069099	Ex. 0%	Nicaragua, Uruguay y EE.UU
	Excl. 125%	El Salvador, Guatemala, Honduras, Japón, Colombia
4063099	Ex. 0%	Nicaragua, Uruguay, EE.UU
	Excl. 125%	Japón, El Salvador, Guatemala, Honduras, Colombia
4069002	Ex. 0%	Chile, Nicaragua, Uruguay y EE.UU
	Excl. 0%	El Salvador, Guatemala, Honduras, Colombia

OBSERVACIONES

Exento-(Ex): Implica que las importaciones provenientes de determinado países entran libres de arancel.

Excluido-(Excl): Implica que esta fracción quedo excluida de la negociación de un acuerdo comercial. Por tanto, aplica el arancel (NMF).

Arancel de Nación más Favorecida (NMF): Arancel que un país miembro de la OMC cobra a las importaciones provenientes de otro miembro.

El término "excluido", se refiere a que esta fracción quedó excluida de la negociación de un acuerdo comercial, por tanto aplica el arancel de Nación más favorecida, arancel que un país miembro de la OMC cobra a las importaciones de otro país miembro.

La fracción **4069002** es la única que tiene su tasa de 0% tanto en Importación como Exportación.

4. OTROS IMPUESTOS:

No existen.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

El Gobierno mexicano aplica cupo a la importación de queso proveniente de Uruguay a importadores mexicanos que comercialicen, distribuyan o utilicen el queso como insumo de producción.

Para el resto de países que participan en la importación de queso parmesano y queso parmesano-reggiano, no existen barreras para-arancelarias a las que podrían sujetarse de acuerdo a las fracciones arancelarias utilizadas para ingresar a México.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

La importación de quesos a territorio mexicano deberán estar sujetas por las siguientes normas para su ingreso:

1. NMX-F-092-1970
2. NOM-121-SSA1-1994
3. NOM-051-SCFI/SSA1-2010

A continuación se dará a conocer cada una de las normas:

1.- **NMX-F-092-1970** (Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, 1970)

Calidad Los quesos deberán estar regulados por los siguientes requerimientos:

- Textura
- Color
- Sabor
- Aditivos
- Conservación

Etiquetado Cada unidad debe llevar una etiqueta o impresión permanente; las Inscripciones deben ser fácilmente legibles a simple vista, redactadas en español o en otro idioma si las necesidades así lo dispusieran hechas en forma tal que no desaparezcan bajo condiciones de uso normal.

Para poder constatar que la calidad de los quesos es aceptable acorde a los requerimientos anteriormente mencionados deberán ser sometidos una muestra del producto a la siguiente prueba:

NMX-F-094 Prueba para la determinación de Cenizas en los Quesos Procesados.
NMX-F-098 Prueba para la determinación de Proteínas en los Quesos Procesados.
NMX-F-100 Prueba para la determinación de Grasa en los Quesos Procesados.
NMX-F-102 Prueba para la determinación de Humedad en los Quesos Procesados.
NMX-F-099 Prueba para la determinación de pH en los Quesos Procesados.
NMX-F-111 Prueba para la determinación de Sólidos totales en los Quesos Procesados.

2.- NOM-121-SSA1-1994

De acuerdo a la norma de estudio, la NOM-121-SSA1-1994 clasifica al queso pamesano como queso madurado prensado en pasta dura. Además esta norma específica la tolerancia máxima de microorganismo y metales pesados que soporta en cada uno de los ejemplares. Para conservar la calidad de los productos, exige ciertos requisitos que van desde la producción hacia el punto de venta y así reducir al mínimo, la posibilidad de que el producto sea nocivo para la salud del consumidor.

3.- NOM-051-SCFI/SSA1-2010

Esta Norma Oficial Mexicana tiene por objeto establecer la información comercial y sanitaria que debe contener el etiquetado de los alimentos y bebidas no alcohólicas pre-envasados de fabricación nacional o extranjera, así como determinar las características de dicha información.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

Permisos de ingreso:

En primera instancia para que el ingreso al país de destino, en este caso México, el producto deberá estar amparado por un certificado sanitario emitido por el SAG (098-13-221-CHL-CHL).

Registro de productos:

La Secretaría de Salud por vía de la COFEPRIS deberá tramitar un permiso previo a la importación del producto, por lo que se requiere de un certificado de libre venta o un certificado sanitario gestionado por el exportador en origen.

Presentar Certificado Sanitario Oficial original expedido por la autoridad correspondiente del país de origen.

Etiquetado:

El etiquetado del producto deberá sujetarse a la siguiente norma: NMX-F-092-1970

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS (IMÁGENES)



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES¹

1. ESTADÍSTICAS 2011

Principales países de origen	Cantidad kg	Valor USD	% Participación
Uruguay	25,000.00	160,000.00	1%
Italia	60,743.00	1,119,408.00	3%
USA	1,655,282.12	12,368,735.77	95%
Total	1,741,025.12	13,648,143.77	100%

Fracciones arancelarias donde ingresó el queso parmesano y sus derivados.

Fracción Arancelaria	Total Kg	Valor en USD	% Participación
4062001	1,590,942	11,831,550	91%
4069004	87,813	1,297,311	5%
4069099	62,337	519,493	4%
4063099	25	322	0.001%
Total	1,741,117	13,648,676	100%

¹ Fuente: SIAP

Fracciones arancelarias y el país de origen del producto y su porcentaje de participación comparándose con el resto de las fracciones arancelarias del mismo país de origen.

Principales países de origen	Fracción Arancelaria	Cantidad kg	Valor USD	% Participación
USA	04063099	25.56	322.35	0.00%
	04069099	62,336.00	519,492.00	3.77%
	04069004	2,069.00	17,902.00	0.12%
	04069001	1,590,851.56	11,831,019.42	96.11%
Uruguay	04069004	25,000.00	160,000.00	100%
Italia	04069004	60,743.00	1,119,408.00	100%
TOTAL		1,741,117	13,648,676	100%

2. ESTADÍSTICA 2010

Principales países de origen	Cantidad Kg	Valor USD	% Participación
USA	1,148,686	8,305,106	54%
Italia	63,524	1,119,408	3%
Uruguay	836,500	4,348,499	39%
Argentina	74,855	445,456	4%
Total	2,123,565	14,218,470	100%

Fracciones arancelarias donde ingresó el queso parmesano y sus derivados.

Fracción Arancelaria	Total Kg	Valor en USD	% Participación
4062001	1,128,274.51	8,162,997.79	53%
4069004	116,574.20	1,119,408.00	5%
4069002	863,554.85	4,537,445.27	41%
4069099	19,861.36	137,272.28	1%
Total	2,128,265	13,957,123	100%

Fracciones arancelarias y el país de origen del producto y su porcentaje de participación comparándose con el resto de las fracciones arancelarias del mismo país de origen.

Principales países de origen	Fracción Arancelaria	Cantidad Kg	Valor USD	% Participación
USA	4069004	549.81	4,836.28	0.05%
	4062001	1,128,274.51	8,162,997.79	98.22%
	4069099	19,861.36	137,272.28	1.73%
Italia	4069004	63,524.39	1,119,408.00	100%
Uruguay	4062001	52,500.00	284,750.00	6.28%
	4069002	784,000.00	4,063,749.34	93.72%
Argentina	4069002	74,854.71	445,455.83	100%
Total		2,128,265	13,957,123	100%

3. ESTADÍSTICAS 2009

Principales países de origen	Total Kg	Valor en USD	% Participación
USA	1,254,160.23	10,004,424.27	53%
Argentina	11,769.87	76,497.30	1%
Italia	51,845.25	625,873.94	2%
Uruguay	1,027,180.00	4,519,202.38	44%
Total	2,344,955.35	15,225,997.89	100%

Fracciones arancelarias donde ingresó el queso parmesano y sus derivados.

Fracción Arancelaria	Total Kg	Valor en USD	% Participación
4062001	1,237,326	9,846,921	53%
4069004	55,257	654,969	2%
4069002	1,042,921	4,595,474	44%
4069099	19,422	128,407	1%
Total	2,128,265	13,957,123	100%

Fracciones arancelarias y el país de origen del producto y su porcentaje de participación comparándose con el resto de las fracciones arancelarias del mismo país de origen.

Principales países de origen	Fracción Arancelaria	Total Kg	Valor en USD	% Participación
USA	4069004	3,411.84	29,095.92	0%
	4069099	13,422.39	128,407.35	1%
	4062001	1,237,326	9,846,921	99%
Argentina	4069002	11,769.87	76,497.30	100%
Italia	4069004	51,845.25	625,873.94	100%
Uruguay	4069002	1,027,180.00	4,519,202.38	100%
Total		2,128,265	13,957,123	100%

V ■ CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

El queso parmesano puede encontrarse en el mercado en un sinfín de presentaciones. La mayoría de los consumidores mexicanos opta por adquirir el producto en su presentación como queso rallado o en polvo. Cabe mencionar que para esta presentación es más común encontrarlo en empaques de mayor peso neto que los quesos duros que generalmente no sobrepasan los 150 gramos. En este último caso se debe gracias a la selección que hacen las tiendas minoristas al comprar una rueda completa y fraccionarla para vender en paquetes individuales que ahondan entre los 150 a 300 gramos por presentación.

Tal como lo mencionamos en el inciso anterior, el queso rallado o en polvo se puede encontrar a un precio 50% menor que el duro; suficiente para ser un factor de decisión para el consumidor.

Usualmente los productos encontrados en el mercado mexicano suelen ser de importación, sin embargo son empaquetados y etiquetados por alguna comercializadora mexicana o filial en México; este caso sucede regularmente con los productos de origen americano.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El consumo del producto es muy variable. Algunos productores desde su elaboración orientan al producto a determinada forma de consumo tales como el queso rallado o en polvo. El queso rallado es utilizado generalmente

para ser fundido principalmente en pastas; mientras el queso en polvo no requiere ser fundido y es esparcido en platillos tales como pastas o ensaladas. En algunas ocasiones el queso rallado puede ser tanto queso tipo parmesano o queso parmeggiano-reggiano, mientras el queso en polvo corresponde exclusivamente al queso tipo parmesano según las importaciones en el año 2010 y 2011.

El queso tipo parmesano y el queso parmeggiano-reggiano son consumidos en pequeñas porciones. Al ser un queso maduro y de costo medianamente alto, los consumidores optan por acompañarlo bañado en aceite o en pan, generalmente como bocadillos.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

En realidad la comercialización del queso parmesano siempre ha tenido un enfoque tradicional. Una forma de acercar al consumidor para conocer más sobre la empresa productora es presentar en el etiquetado atractivo con las características que acerquen al consumidor, tal es el caso de inscribir el sitio web dentro del etiquetado.

El CRPA y el sitio oficial del queso Parmeggiano-Reggiano reúnen estadísticas actualizadas, recetas, acercan más al potencial cliente sobre qué es el queso y sus beneficios, además de que presentan a las distintas casas productoras de la región que tiene denominación de origen. También se observó en el retail promociones donde se vendía una barra de queso parmesano con un rallador desechable.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

“El consumidor mexicano tiene la particularidad de buscar el producto de acuerdo al país de origen cuando se trata de buscar la máxima calidad”. Por lo tanto USA, Italia y Uruguay llevan cierta ventaja.

“Si existe espacio para que Chile oferte sus quesos parmesanos en el mercado mexicano, habrá una sana competencia con USA, Italia y Uruguay.

“La buena reputación del queso gouda chileno, será un buen trampolín para el posicionamiento del queso parmesano, si es importante que ingrese con un precio competitivo”

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

El queso rallado o en polvo presenta un comportamiento distinto en las importaciones al resto de las fracciones arancelarias, gracias a su precio económico y que regularmente no se encuentra dentro de la rama de los productos gourmet. Este queso regularmente a lo largo del año se importa en cantidades similares. Caso contrario al queso expresado en la fracción arancelaria 04069004 que tiene su auge a fin año. El aumento en las

importaciones a fin de año no solamente está focalizado en el queso parmesano-reggiano, sino inclusive en las imitaciones procedentes de Estados Unidos se ven favorecidas en el último trimestre.

Es tan marcado el aumento que en caso de hacer una comparación entre el primer semestre y la segunda mitad del segundo semestre, las importaciones aumentaron inclusive cerca del 200% a comparación de los primeros trimestres.

Según el Sistema de Información del queso Parmeggiano-Reggiano, la producción de este queso originario de Italia mantiene cifras cuasi iguales a lo largo de los meses, por consiguiente podemos concluir que la oferta es latente todo el año, sin embargo la demanda del consumidor mexicano es la que afecta el flujo de las importaciones.

(Information System of the Parmigiano-Reggiano Cheese Production Chain, 2011)

Finalmente, el mercado del queso parmesano es un mercado sumamente estable y en crecimiento. Anualmente se importan casi 14 millones de dólares al mercado mexicano y resulta ser beneficioso para los importadores ya que la producción nacional es muy limitada casi nula. El consumidor mexicano acoge al queso parmesano en cualquiera de sus presentaciones tanto en queso duro como rallado o en polvo. Para la producción de queso tipo parmesano obtienen una ventaja competitiva en el precio, aunado a que el mercado gourmet es un mercado con un gran potencial en México y con fuerte crecimiento.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

El queso tipo parmesano y el queso parmesano-reggiano es uno de los quesos más ricos en presentaciones y variedades. Dependiendo de la presentación se podrá encontrar en distintos puntos de ventas. Tenemos desde el queso más industrial que comúnmente es el queso tipo parmesano que es encontrado en cualquier centro de autoservicio, sin incluir misceláneas o pequeñas tiendas de abarrotes.

Además de tiendas de autoservicio regulares, puede ser encontrado en Centrales de Abasto a lo largo de la República Mexicana a precios más económicos.

El queso parmesano juega un papel muy importante dentro de todos los restaurantes de comida italiana, principalmente. Generalmente se presenta al comensal como un complemento a cualquier platillo en su presentación como queso rallado.

Por otra parte, el queso parmesano es consumido en los hogares preferentemente en los últimos meses del año por eventos especiales, singularmente los quesos de alta calidad preferentemente el queso duro. Mientras el queso en polvo que es la presentación más económica suele acompañar a comida casera tanto en hogares de ingresos altos como medios.

El producto generalmente se encuentran en ciudades medianas y grandes, principalmente en el Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Puebla y en las zonas turísticas donde podemos encontrar una gran cantidad de tiendas especializadas en productos gourmet; sin descartar la Central de Abasto donde existe un sinnúmero de importadores dispuestos a comprar quesos en modo “mayorista”.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Tienda	Establecimientos	Sitio Web	Características
Walmart México	1743	www.walmartmexico.com.mx	Cuenta con 75 tiendas enfocadas a lo Gourmet y 109 tiendas mayoristas
Soriana	508	www.soriana.com	Tiendas de autoservicio
Chedraui	211	www.chedraui.com.mx	Cuenta con 3 tiendas especializadas en el mercado gourmet como Chedraui Selecto, además de 211 para todos los sectores
Comercial Mexicana	205	www.comercialmexicana.com.mx	205 establecimientos en los que destacan 3 destinados exclusivamente a productos gourmet (City Market)
Liverpool	82	www.liverpool.com.mx	Tiendas departamentales con una sección destacada a productos gourmet
Palacio de Hierro	11	www.elpalaciodehierro.com.mx	Tiendas departamentales con una sección destacada a productos gourmet
La Europea	40	www.laeuropea.mx	Tiendas gourmet
Trico	13	www.trico.com.mx	Tiendas gourmet
DF*	60	www.egourmet.com.mx	En el DF existen más de 60 tiendas gourmet sin llegar a ser cadenas

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Queso	País de origen	Precio USD
Gallo 100 gr	Uruguay	3.11
Fior di Maso 150 gr	Italia	11.6
Fiordano 150	Italia	13.15
Padano 150	Italia	12.92
Elite 100 gr	Italia	\$14.45
Belpaese 100 gr	Italia	\$15.97
Begioioso 100 gr	Italia	\$18.25
Bon-Renes 100 gr	Italia	\$20.46
Gallo Negro 100 gr	Italia	\$20.61

Duramont 100 gr	Italia	\$35.21
Reggiano 100 gr	Italia	\$57.72
Mid america Farms queso rallado 227 gr	EE.UU-	\$4.37
Parma 227 gr	EE.UU-	\$4.30
Kraft 227 gr	EE.UU-	\$5.32
American 85 gr	EE.UU-	\$4.37
Parma 85 gr	EE.UU-	\$4.30
Kraft 85 gr	EE.UU-	\$5.32
Grana Padano 150 gr	Italia	\$9.89

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Italia es el país con mayor reconocimiento a lo largo del mundo para la producción del queso parmesano-reggiano, inclusive desde hace más de 60 años cuentan con una denominación de origen que los avala como los productores originales de este queso.

Entidades privadas de origen italiano tales como el CRPA y el Sitio Oficial del Queso Parmeggiano-Reggiano (www.parmeggiano-reggiano.it) mantienen una información detallada de la producción mensual actualizada para consumo interno y exportación de este producto.

Uruguay es otro país que se encuentra consolidado dentro del mercado mexicano. Los exportadores uruguayos envían a México una gran cantidad de toneladas al año (consultar estadísticas).

Por otra parte cuentan con el apoyo y las recomendaciones del Gobierno de Uruguay para llevar a cabo la comercialización de sus productos de manera satisfactoria.

Estados Unidos cuenta con el US Dairy Export Council encargado de fomentar las exportaciones de productos lácteos, incluido el queso, a todos los rincones del mundo. Por medio de los estadísticos el exportador estadounidense se guía en las recomendaciones para tomar una decisión más acertada.

IX. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

Es importante para el exportador o inversionista tomar en cuenta de manera rigurosa las siguientes recomendaciones:

- Capacidad de exportación para el mercado mexicano.
- Misiones comerciales de las empresas con las cuales quiere vender el producto.
- Considerar actividades y presupuesto para promoción y degustación del producto.
- Tener una presentación/empaque acorde a la tendencia del mercado.
- Conocer bien las normas de ingreso del producto del país destino:
 - Fitosanitarios
 - Sanidad, principalmente ya que es un producto de origen animal.
 - Etiquetado.
- Atacar ciudades grandes con población superior a las 700.000 habitantes ya son ellas las que tienen mejor desarrollado el hábito de consumo.
- Considerar el aumento de la demanda de este producto en los últimos meses del año para planificar los envíos.
- Precios competitivos y alta calidad.
- Conocer y leer de la cultura mexicana. (Reporte como hacer negocio con Mexico, ProChile Mexico).

X. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

FERIA DEL QUESO Y EL VINO EN TESQUISQUIAPAN - www.turista.com.mx

Querétaro, municipio de Tequisquiapan anunció la vigésima séptima edición de la Feria del Queso y el Vino, del 29 de mayo al 7 de junio. Nació en 1976, considerado uno de los eventos temáticos más importantes de nuestro país.

LA RUTA DEL QUESO EN QUERETARO - www.mexicodesconocido.com.mx

Entre Tequisquiapan y Santiago de Querétaro hay una serie de ranchos donde se fabrican quesos de tradición mexicana o al estilo europeo.

Para un primer contacto con el ámbito de la fabricación de quesos, está el rancho de Quesos Vai, a medio camino entre Tequisquiapan y Santiago de Querétaro. Resultan muy impresionantes los ranchos de producción orgánica. Como es el caso al noreste de Santiago de Querétaro el Rancho Santa Marina, En 2003, recibió la certificación orgánica. Otro rancho de producción orgánica es el Rancho La Hondonada, cercano a Bernal.

LA 1ª FERIA DEL VINO Y EL QUESO SAN ÁNGEL 2012

Este será el primer evento en la ciudad de México, creado para promover y difundir la cultura del Vino el Queso y los productos Gourmet en los lugares tradicionales de la ciudad de México.

Casa, Jaime Sabine. Sábado 19 Mayo 2012.

EXPO DOSMIL12 ANTAD - www.expoantad.net

Es un evento que reúne a los líderes en la industria del retail (detallista), y a sus proveedores, en esta exposición es el punto de reunión entre nuestro personal del Área Comercial con cientos de proveedores de toda la República Mexicana y el Extranjero.

ALIMENTARIA MEXICO 2012 (Salón Internacional de Alimentos y Bebidas) - www.feriasalimentarias.com

Es la única feria internacional profesional de alimentos y bebidas de México que se realiza en su ciudad capital, México DF, el principal centro de negocios de la industria y el mayor mercado consumidor del país. Su grado de internacionalización se refleja en el 45% de expositores de procedencia extranjera de 24 países.

XI. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1.- Sistema Integral de Información de Comercio Exterior

- <http://www.siicex->

caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2007.nsf/d58945443a3d19d886256bab00510b2e/e2b2c7fc113da6f4862573020072a50d?OpenDocument

- <http://www.siicex->

caaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/76139c8ec2e1d72906256b92005227a1/ce57a596c35883bf86256e0d0062563e?OpenDocument

2.- INEGI- ANUARIO ESTADISTICO DEL COMERCIO EXTERIOR DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS 2010

http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/economicas/exterior/2010/IMP_MN_2010/ANU_MN_1.pdf

3.- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN 06/07/2007

<http://www.siicex-aaaarem.org.mx/Bases/TIGIE2002.nsf/76139c8ec2e1d72906256b92005227a1/523a5494ff8fc000862572350068c08d?OpenDocument>

4.- SITIO OFICIAL QUESO PARMEGGIANO-REGGIANO

<http://www.parmigiano-reggiano.it/>

5.- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera

www.siap.gob.mx

6.- Information System of the Parmigiano-Reggiano Cheese Production Chain

http://www.crupa.it/media/documents/crupa_www/Progetti/sifpre/produzione/2011_04_30_prod_en.pdf