



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“DEMANDA INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE QUESO FRESCO DE LA EMPRESA PERÚ CHEESE S.R.L, CAJAMARCA, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Jose Luis Muñoz Cabrera

Asesor:

Mg. James Gamarra Banda

Cajamarca - Perú

2022

## DEDICATORIA

A DIOS

Por darme la vida y buena salud.

Por guiar mi camino y mis pasos.

Por darme entendimiento y sabiduría.

Por lograr mis metas trazadas.

A MI MADRE

Por su apoyo incondicional y por ser la mejor madre del mundo.

Por darme las fuerzas y motivación para seguir adelante.

A MI PADRE

Por su ánimo, sustento y sus palabras de aliento.

A MI FAMILIA Y AMIGOS

Por brindarme su apoyo y ayuda en todo instante.

Por sus consejos y palabras de aliento.

## AGRADECIMIENTO

A Dios por darme salud, bienestar y sabiduría para salir adelante y poder lograr  
todas mis metas trazadas.

A mis docentes que me apoyaron en el crecimiento de mi formación académica  
en la carrera de: Administración y Negocios Internacionales, quienes me  
inculcaron una buena enseñanza para poder lograr ser un profesional competente  
en mi vida laboral.

A todas las personas que me brindaron su apoyo incondicional en cada momento  
de mi vida y en mi crecimiento y formación académica, a ustedes: familia,  
amigos y compañeros de estudio.

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>5</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>6</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS.....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>59</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Resultados de atributos del producto queso fresco.....	21
Tabla 2. Validez y confiabilidad del Alpha de Cronbach, análisis de macro-segmentación. .....	21
Tabla 3. Ponderación de datos para la macro-segmentación del producto.....	24
Tabla 4. Recolección de datos estadísticos de los países importadores de queso fresco. .....	25
Tabla 5. Resultados de la ponderación de atributos de los países importadores de queso fresco. ....	26
Tabla 6. Producción nacional y ventas del queso fresco 2020 .....	36
Tabla 7. Precios de venta promedio internacional del queso fresco en DDP.....	37
Tabla 8. Producción, costos, precio de venta y ganancia bruta del queso fresco.....	38
Tabla 9. Características del contenedor refrigerado de 40 pies.....	39
Tabla 10. Características del envase del queso fresco.....	40
Tabla 11. Costos y precio de venta en Incoterms por embarque.....	46

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de la ponderación de atributos de los países importadores de queso fresco. ....	28
Figura 2. Imagen referencial del Contenedor refrigerado de 40 pies. ....	38
Figura 3. Numero de Pallets que abarcan el contenedor de 40 pies. ....	39
Figura 4. Imagen referencial del queso fresco de 500 gr. ....	41
Figura 5. Empaque y embalaje del queso fresco de 500 gr. ....	41
Figura 6. Diseño del rotulado y marcado de la caja de empaque para la exportación. ...	42
Figura 7. Caja de exportación con rotulado y marcado. ....	43
Figura 8. Palatización dentro del contenedor refrigerado de 40 pies. ....	44
Figura 9. Líneas naviera y tránsito del puerto callao – Havre (Francia). ....	45

## RESUMEN

El objetivo general fue analizar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020, metodológicamente se enfocó en el tipo de investigación mixta con un diseño DEXPLIS y una medición transversal. Para cumplir con este objetivo se tomó como primera población dentro del estudio de la macro-segmentación a todos los países importadores de queso fresco, el cual tuvo como muestra a los 20 primeros estados compradores de dicho producto, como segunda población se tuvo a la empresa PERÚ CHEESE S.R.L. de Cajamarca en su totalidad la cual cuenta con 16 trabajadores, donde se obtuvo una muestra de 1 sola persona la cual se basó en criterios de inclusión y exclusión, dentro de los instrumentos se utilizó el análisis de datos y la guía de entrevista, por consiguiente dicha indagación abordó un estudio desde el enfoque cuantitativo y cualitativo. Los resultados dentro del estudio de la macro-segmentación, demuestran que Francia es un mercado excelente para la exportación del queso fresco. Finalmente, después de aplicar una estrategia de precios bajos para la exportación de dicho producto, se determinó que el precio de venta ideal es de 7.90 euros, haciendo que el margen de ganancia para la empresa sea del 200%.

**Palabras clave:** Exportación, Importación, Business Intelligence y Incoterms.

## ABSTRACT

The general objective was to analyze the international demand for the export of fresh cheese of the company Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020, methodologically focused on the type of mixed research with a DEXPLIS design and a cross-sectional measurement. To meet this objective, the first population taken as the first population within the study of macro-segmentation was all the countries importing fresh cheese, which had as a sample the top 20 buyer states of that product, as the second population was the company PERU CHEESE SRL of Cajamarca in its entirety which has 16 workers, where a sample of only 1 person was obtained, which was based on inclusion and exclusion criteria. of Cajamarca in its totality, which has 16 workers, where a sample of only 1 person was obtained, which was based on inclusion and exclusion criteria, within the instruments the data analysis and the interview guide were used, therefore this inquiry approached a study from the quantitative and qualitative approach. The results of the macro-segmentation study show that France is an excellent market for the export of fresh cheese. Finally, after applying a low price strategy for the export of this product, it was determined that the ideal selling price is 7.90 euros, making the profit margin for the company 200%.

**Key words:** Export, Import, Business Intelligence and Incoterms.



## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

El comercio internacional es el mecanismo más representativo de la riqueza y el poder del universo, quien a través del tiempo ha sido fundamental para que las naciones puedan tener un alto crecimiento y desarrollo económico y social, debido a que por medio de este se busca una mejor calidad de vida y un mayor incremento económico. Centro Iberoamericano de Estudios Internacionales (CIBEI, s.f.). Según Salazar, Morales, & Martínez (2020), dan a conocer que los países ven dentro de los mercados universales la oportunidad para alcanzar un desarrollo económico y estable, lo cual genera ventajas para las naciones, pero a la vez encierran grandes peligros debido a la competencia agresiva y el desplazamiento de puestos de trabajo, por ello es de vital importancia el estudio de inteligencia de negocios en la economía global del sector manufacturero a través del análisis de las exportaciones de una localidad. Para los autores Mesa & Torres (2019), en su investigación científica dicen que las empresas que exportan son más productivas e intensas en capital, además que los países de menos desarrollo, desenvuelven un trabajo calificado y mejor pagado dentro de las compañías de una misma actividad industrial, debido a que son el tamaño y la productividad laboral las que definen la decisión de exportar y gozar de dichas ventajas.

Por otro lado Gutiérrez , Vega, Concha & Osorio (2019) da a conocer que en el mundo actual la internacionalización y búsqueda de oportunidades de negocios internacionales ha generado un cambio en las gerencias empresariales, por lo que en su artículo de investigación científica informan que en el país Colombiano, los empresarios principalmente se basan en la adopción de criterios y estrategias de gerencias universales a la medida de los mercados, por ello dicen que

las empresas deben conocer y saber aprovechar bien las oportunidades y afrontar las amenazas dentro de un determinado país, ampliando así los mercados y entendiendo que las estructuras jerárquicas de estas, están expuestas a transformaciones compuestas por un alto grado de preparaciones y reconocimiento internacional, de ahí la importancia de analizar la demanda internacional para la exportación de un producto y lograr su éxito.

A nivel nacional, Muriel (2020) menciona en su investigación que en el Perú durante los primeros 3 meses del año 2019, el sector agropecuario tuvo un crecimiento del 3.3% y el ganadero 3,9% causado por la producción de huevos, aves y leche, donde la producción de leche logro un crecimiento del 2%, sin embargo, la Asociación de Ganaderos Lecheros del Perú mostro su disconformidad ante la condición actual de la leche en el país, debido a que la producción consignada al sector industrial de lácteos es adquirida por pocas empresas, por otro lado los pequeños fabricantes de queso no cuentan con el apoyo requerido del gobierno y desconocen sobre las ventajas de las exportaciones de un producto, lo que hace que el queso peruano en la actualidad tenga una baja participación en los mercados extranjeros, debido a que la mayoría de los productores de quesos elaboran este producto de manera artesanal y en pequeñas cantidades. Así mismo García, Sánchez, Montoya, & Cueto, (2019) en su informe técnico basándose en el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) habla sobre la producción nacional dentro del Perú, dando a conocer que durante el mes de septiembre del año 2019, la leche tuvo un incremento en 3.41%, esto se debió al incremento de las actividades ganaderas dentro de las ciudades de Cajamarca con un 7,82%, Lima 0.55% y la Libertad 11,31% las cuales suman un aporte total de 44 % a la producción peruana.

Por otro lado, la publicación de noticias por el Centro Ecuménico de Promoción y Asociación Norte (CEDEPAS, 2020), indica que de acuerdo a la información del Sistema Integrado de Estadística (SIEA), del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (MINAGRI), que la obtención promedio de leche al día por cada vaca es de 6.2 litros y que en el territorio nacional la producción de leche fresca es de 1.984.000 toneladas, siendo las regiones de mayor producción: (1) Cajamarca con 18%. (2) Arequipa con 17%. (3) Lima 17%. (4) La libertad 7%. (5) Puno 6%. A su vez, Castillo (2018), indica en su trabajo de investigación que el queso tiene mayor crecimiento en la actualidad, además que a nivel nacional en el Perú la preferencia y desarrollo de la demanda de quesos es alta y que dentro del país tanto el incremento y la exportación de dicho producto llegó a tener un aumento del 352% según el MINAGRI, con un monto de US\$ 395,020 en el año 2015, debido a la atención por la entidad Sierra Exportadora de 12 plantas ubicadas en las ciudades de Cajamarca, Arequipa, Cuzco, Junín y Puno, además de brindar capacitaciones a pequeños fabricantes de este producto con un amplio ganado lechero, con la finalidad de poder ser más competitivos en el mercado nacional y universal, aprovechando las oportunidades y ventajas del comercio mundial con miras a la internacionalización de dicho producto, además da a conocer que Cajamarca ocupa el primer lugar en el Perú en producción de leche, cuarto en la fabricación de mantequilla y quinto en la elaboración de quesos.

En los antecedentes locales Según el Diario Oficial del Bicentenario el Peruano (2021), Cajamarca es una de las principales cuencas de mayor producción de leche fresca del país que actualmente produce un millón de litros de leche diaria y la que siempre ha obtenido reconocimientos por los usuarios acerca de la calidad de su leche, quesos y derivados lácteos, debido a que los ganaderos crían a sus

animales de manera natural sin emplear tecnologías en su producción lechera, conservando así el sabor de la leche tradicional en sus productos lácteos. Baca & Mego (2017) dicen que Cajamarca tiene el potencial para exportar estas mercancías, debido a que cuenta con aproximadamente 30,000 operarios de leche de las zonas rurales y urbanas, por lo que la creación industrial de productos lácteos para la exportación es una gran oportunidad de crecimiento económico para la región, sin embargo el uso de la tecnología dentro de esta es de bajo avance científico, pero que puede ser mejorada por el apoyo del estado a través del uso de maquinarias avanzadas, traídas de otros países más desarrollados e industrializados.

Silva (2018), en su investigación científica da a conocer que el queso Cajamarquino es de gran calidad y de gran preferencia por los turistas que la visitan por lo cual este producto tiene buena fama que permite que fabricantes de otras ciudades del Perú, utilicen el nombre de Cajamarca para la venta de este producto, aprovechándose de la popularidad que tiene el queso Cajamarquino, por su sabor y naturalidad de sus ingredientes. Por otro lado, El diario el peruano (2021), da a conocer que en un evento realizado dentro de la Feria Fongal – Cajamarca, donde participaron 16 plantas queseras con 44 tipos de quesos, coronaron a Cajamarca y la Libertad como los mejores productores de dicho producto entre las categorías de: (1) Paria. (2) Andino. (3) Innovación. (4) Especiales, de ahí la importancia de analizar la exportación de quesos Cajamarquinos hacia el mercado extranjero.

La definición conceptual de demanda internacional, según Herrera (2020) la define como el conjunto de bienes y servicios que los usuarios están dispuestos a obtener en un mercado a un precio y en un tiempo determinado. A su vez el Centro de Estudio de las Finanzas Públicas (CEFP, 2021), la describe como el destino final de bienes y servicios que logran las empresas, el gobierno y el mundo, así mismo

son aquellos recursos que dispone un país interior o exterior para satisfacer las necesidades del mercado internacional, las cuales están conformadas por: (1) El consumo del gobierno. (2) El sector privado. (3) Las exportaciones de bienes y servicios. (4) La formación bruta de capital fijo. (5) Las variaciones de existencias de un producto.

Dentro de la variable demanda internacional tenemos las dimensiones de Macro-segmentación y micro-segmentación, según Rivera & Mencía (2007) define la primera dimensión en su libro dirección de marketing como aquella división estratégica de una empresa, la que determina el mercado meta de un producto y define sus competidores y su compromiso por mantener un posicionamiento dentro de un mercado. Dentro de los principales indicadores se realizará: (1) un análisis estadístico de los principales países importadores del queso fresco para así determinar el país de mayor demanda internacional. (2) Un estudio de los primordiales competidores que exportan dicho provecho a un determinado mercado. (3) Una investigación del tratamiento arancelario (EAV), la cual se basó en la clasificación arancelaria a través de la determinación de la sub-partida nacional. (4) Un análisis sobre las exportaciones peruanas del queso fresco hacia los mercados extranjeros. (5) La selección del mercado meta a través de un estudio externo e interno.

Por otro lado Sánchez (2008) en su libro la creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa aplicable a las decisiones de inversión en mercados financieros define a la micro segmentación como el proceso de analizar la diversidad de necesidades y dividir el mercado en subconjuntos de compradores que buscan los mismos atributos en un producto, dentro de esta dimensión tenemos los indicadores más relevantes para dicha investigación los cuales son: (1)

Principales importaciones en el mercado meta, en la cual se analizará los países de mayor importaciones del queso dentro del mercado meta. (2) Exportaciones peruanas hacia el mercado meta, donde se estudiará la salida del queso peruano hacia los mercados extranjeros. (3) Perfil del consumidor, el cual identifica al consumidor objetivo, a través de sus preferencias, gustos, creencias, estilo de vida, entre otras características.

Para la segunda variable exportación, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, s.f.), la define como aquella salida legal de mercancías originarias o nacionalizadas para su uso y consumo en el exterior. Las exportaciones no solo contribuyen con la economía y desarrollo de un país, sino que también favorecen a las empresas exportadoras, algunos beneficios son: (1) La obtención de mejores precios en el mercado Internacional. (2) Reducción de los costos unitarios. (3) Diversificación del riesgo. (4) Expansión y crecimiento de la empresa. (5) Disminución del impacto negativo de estacionalidad de la demanda interna. (6) Incremento de la rentabilidad. (7) Precio más competitivo en el exterior (Diario del Exportador, 2017).

Dentro de la variable exportación tenemos las dimensiones de estudio: primero las barreras arancelarias y para-arancelarias y segundo los costos de exportación. Vázquez (2016), define a las barreras arancelarias como las restricciones al comercio externo de un país, mediante impuestos a las exportación e importación de bienes o servicios. Westreicher (2018), define las barreras para-arancelarias como las regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de un producto sin elevar impuestos. La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROM PERÚ), define a los

costos de exportación como aquella que está vinculada al traslado de una mercancía de un país a otro, cubriendo todos los gastos que estos generan en el trayecto.

Dentro de los costos de exportación tenemos a los incoterms los cuales son: (1) EXW: entrega de la mercancía en fábrica nacional. (2) FCA: el vendedor entrega la mercadería en un punto acordado, en territorio nacional. (3) FAS: el proveedor entrega los productos en el muelle de carga asumiendo gastos hasta la entrega. (4) FOB: exportador asume los costos hasta que la mercancía este a bordo del buque. (5) CFR: el mercader se hace cargo de los gastos, costos, flete hasta el puerto destino. (6) CIF: el comerciante asume expensas de costo, seguro y flete, despacho de exportación y gastos en origen.

(7) CPT: el vendedor asume los gastos hasta la entrega en el lugar acordado del país destino. (8) CIP: el mercader corre los gastos hasta la entrega en un lugar acordado dentro de la nación destino incluyendo gastos de transporte y seguro. (9) DPU: se asumen gastos hasta la entrega en un lugar de origen dentro del país destino, como carga, gastos de exportación, flete, descarga en destino y entrega. (10) DAP: entrega en un punto, incluye gastos en origen, flete y transporte interior en el país destino. (11) DDP: entrega de mercancía con derechos pagados, entrega en el puesto final incluido gastos de despacho de exportación, importación flete y seguro.

Desde el punto de vista teórico, el presente estudio se justifica ya que tiene la finalidad de brindar nuevos aportes de conocimientos a los ya existentes sobre la importancia de la demanda internacional y exportación de un producto, basándose en bases teóricas y científicas que brindan diversos autores para hallar la importancia de dichas variables y así poder brindar información y recomendaciones

a la empresa Perú Cheese S.R.L. con el objetivo de que pueda crecer y tener claro la importancia de las exportaciones y beneficios de sus productos con miras hacia el extranjero.

En lo práctico, la investigación permite hallar alternativas de solución al problema plasmado, por medio de resultados aplicables a la empresa en estudio y a otras entidades afines que se encuentren en un contexto similar. Dentro de esta investigación, se pretende dar a conocer la importancia de la demanda internacional para que una empresa pueda dirigir sus productos hacia un mercado extranjero con miras a un crecimiento y un buen posicionamiento dentro de un mercado competitivo, cumpliendo con las preferencias de los consumidores y dando a conocer la importancia y beneficios de las exportaciones de productos nacionales de una empresa al mercado exterior.

Desde la perspectiva social, el estudio sirve de guía o consulta para otros estudiantes interesados en el tema a desarrollar, además es importante para aquellas empresas o instituciones que tengan la misma problemática y la falta de conocimientos acerca de las oportunidades comerciales en los mercados extranjeros. Finalmente, en lo metodológico se justifica debido a que el tipo, nivel y diseño de investigación se basan en un modelo aplicable a futuras investigaciones.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál es el análisis de la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L. Cajamarca, 2020?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**



Análisis de la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Analizar la macro-segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020.
- Analizar la micro-segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020.
- Analizar las barreras arancelarias y para arancelarias para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020.
- Analizar los costos de exportación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020.

### **1.4. Hipótesis**

No aplica.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo mixta que según Ayala (2021), la define como aquella metodología de investigación que integra los métodos cualitativos y cuantitativos dentro de una misma investigación. De igual forma, fue no experimental, debido a que no se manipularon las variables y se observaron los fenómenos y sus efectos en su contexto natural.

El diseño aplicado fue Dexplis (explicativo secuencial), que según el autor Cosio (2017) la define como el análisis de antecedentes cuantitativos, seguido de fundamentos cualitativos, dando prioridad al estudio de los datos de cantidades dentro de una investigación científica.

Por otra parte, dicha investigación se basó en una medición transversal, la cual consiste en explorar resultados de interés en un tiempo determinado y teniendo una población específica (Álvarez & Delgado, 2015).

### 2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

En lo referido al termino población, Según Hernández, Fernández y Bautista (2014), la definen como el compuesto total de individuos que participaran en un estudio. En esta investigación científica la población estuvo conformada por todos los países importadores de queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00. A su vez se tuvo otra población conformada por toda la empresa PERÚ CHEESE S.R.L. en su totalidad la cual cuenta con 16 trabajadores y se encuentra ubicada en diferentes sucursales dentro de la región Cajamarca, como en el Jr. 2 de mayo # 576, Jr. Sinchi Roca # 150 y Av. Manco Cápac lote 12MZ.C.

El tipo de muestra aplicada fue no probabilística por conveniencia de los cuales se tomó en cuenta los principales 20 países importadores de queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00, debido a que conformaban el 80% del total de las importaciones de dicho producto durante el año 2020. Por otro lado, se consideró a una segunda muestra la que se basó en los siguientes criterios de inclusión: (1) Personal con conocimiento en la producción diaria y mensual del queso fresco. (2) Personal con conocimiento en los costos de producción y su margen de ganancia. (3) Personal con conocimiento en los precios de venta y las ventas diarias del producto. Dentro de los criterios de exclusión tenemos: (1) Personal de limpieza. (2) Personal encargado de etiquetado y sellado. (3) Personal encargado de transportar los productos. Luego de haber aplicado estos criterios de inclusión y exclusión, se llegó a tomar como muestra a una sola persona con conocimientos en la producción, costos de producción, ventas y ganancias diarias, donde se consideró como muestra a la administradora de la empresa Perú Cheese S.R.L.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

La técnica que se utilizó dentro de esta investigación se basó en un análisis documental acerca de la demanda internacional del queso en el extranjero y una entrevista al personal administrativo y encargada de la producción y ventas de la empresa Perú Cheese S.R.L., para un análisis sobre su producción diaria y costos de producción por unidad para la determinación así del precio de exportación del queso hacia un mercado objetivo.

Como instrumento de recolección y análisis de datos de la primera técnica, se utilizó una guía documental, la cual estuvo estructurada por las dimensiones, indicadores y pasos a seguir para la recolección de dicha información. Para la segunda técnica se

utilizó una guía de entrevista, la cual estuvo conformada por preguntas que se realizó al personal administrativo y encargada de la supervisión, producción y ventas del queso fresco de la empresa PERÚ CHEESE S.R.L. Ver anexo 1, 2, 3, 4 y 5.

#### **2.4. Procedimiento**

Para la recolección de datos del primer objetivo específico se utilizó la herramienta de la macro-segmentación cuantitativa, donde se evaluó los principales atributos estadísticos para la elección del mercado meta, a través de las importaciones mundiales del queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00 – Queso fresco “sin madurar”, este producto se basó en la existencia de antecedentes de exportaciones peruanas hacia el mercado exterior. A su vez esta información estadística se procesó de las diferentes fuentes confiables como el International Trade Centre (ITC) y la Central Intelligence Agency (CIA), para luego poder ser evaluadas en una tabla estadística dentro de un Excel, donde se seleccionó el país de mejor elección para la importación de un producto, de acuerdo a las ponderaciones y resultados finales que se obtuvieron por las puntuaciones de los principales atributos de los 20 primeros países importadores de queso fresco que representaron el 80% del total durante el año 2020. Así mismo, se realizó una tabla de resultados de atributos en la cual se evaluó la significancia del país destino, dentro del cual se consideró a Francia como el excelente país para la exportación de dicho producto con una ponderación obtenida de 9.8, además se realizó un análisis del tratamiento arancelario, para clasificar la partida arancelaria y sub partida nacional del queso fresco. Finalmente se realizó la ponderaciones y nivel de significancia para la elección de un país mercado aplicado dentro de dicha investigación y la validez y confiabilidad del instrumento de la macro segmentación por el Alpha de Cronbach los cuales se muestran a continuación:

**Tabla 1.**

*Resultados de atributos del producto queso fresco.*

PONDERACIONES			SIGNIFICANCIA
0.0000	-	2.200	Muy deficiente
2.2001	-	4.400	Deficiente
4.4001	-	6.600	Regular
6.6001	-	8.800	Aceptable
8.8001	-	11.000	Excelente

*Nota:* en la tabla se puede apreciar los resultados de la ponderación obtenidos después de haber sumado todos los valores dados dentro de los atributos de importación de un país, dividido entre la cantidad de los niveles de significancia para la mejor selección de un país meta.

Para el análisis de confiabilidad del instrumento empleado en la macro-segmentación de mercados, se puso a prueba a través del programa SPSS versión 25, donde dicho programa arrojó un análisis de confiabilidad del Alpha de Cronbach de 0.931, lo cual supera los 0.800, por tal motivo se considera que el instrumento es muy confiable.

**Tabla 2.**

*Validez y confiabilidad del Alpha de Cronbach, análisis de macro-segmentación.*

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Sum	33,000	1,841	0,931	0,931
Sum (Agrupada)	61,149	15,585	0,931	0,931

*Nota:* la tabla mostrada muestra la confiabilidad del instrumento de la macro-segmentación a través del alpha de Cronbach, año 2020.

Para el segundo objetivo específico se utilizó la herramienta de la micro-segmentación donde se seleccionó al principal país de importación de quesos frescos, basándose en los resultados del primer objetivo específico y tomando a la ciudad de Paris - Francia como el mercado meta, así mismo se evaluó el perfil del consumidor y el tipo de clase para dicho producto, además se analizó las exigencias por parte de los clientes de dicha nación y por último se efectuó un estudio del Business Model Canvas la cual sirvió para desarrollar un modelo de negocio del queso fresco con miras de exportación hacia el país destino.

Dentro del tercer objetivo específico se utilizó la técnica del análisis documental en el cual se investigó las barreras arancelarias y para-arancelarias que el queso tiene o no para la exportación de dicho producto al mercado meta, donde se evaluó los impuestos de ingreso del producto a dicho mercado, las certificaciones, licencias de importación, normas técnicas, sanitarias, fitosanitarias, acondicionamiento del producto, restricciones, entre otras características.

Por último, el análisis del cuarto objetivo específico se basó en un estudio utilizando la técnica de la entrevista, la cual sirvió para poder obtener datos sobre la producción diaria, semanal, mensual y anual de la empresa PERÚ CHEESE S.R.L., además de sus precios de venta, margen de ganancias y costo de producción unitaria del queso fresco, así mismo se analizó datos estadísticos de la producción nacional y se realizó una comparación de precios internacionales dentro de los principales países importadores de dicho producto, donde se consideró el precio promedio de venta del queso fresco de la competencia dentro del mercado parisino (Francia), finalmente se realizó un plan logístico internacional, con la finalidad de evaluar la exportación de dicho producto al mercado meta en los incoterms: EXW, FOB, FCA, CFR, CIF Y DDP.

Finalmente, la presente investigación se llevó a cabo bajo los principios éticos descritos en el “Código de Ética del Investigador Científico UPN” que son los siguientes: Humanidad (Los investigadores son considerados en todo momento como personas con principios y derechos fundamentales del Estado Peruano). Justicia (Se respetan los acuerdos previos a la investigación y se otorga a cada investigador los beneficios establecidos). Igualdad (Todos los investigadores reciben las mismas consideraciones sin distinción). Veracidad (Los investigadores proceden con imparcialidad y ser los más exactos posible en sus investigaciones). Y Trabajo en equipo (Los investigadores procuran realizar trabajo conjunto para potenciar sus capacidades en beneficio del estudio y la sociedad).

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

Para responder el primer objetivo: “Analizar la macro-segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020”, se utilizó la herramienta de la macro-segmentación, la cual se basó en un estudio del mercado ideal para las exportaciones del queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00 en el que se tomaron en cuenta algunos atributos importantes para la elección del mercado meta.

En este análisis se puede observar que el precio referencial y la tasa de crecimiento promedio son los atributos más importantes, ya que esto permite ver la competitividad que tendrá dicho producto en un país meta. Para una mayor información sobre los datos analizados, revisar el anexo 6.

**Tabla 3.**

*Ponderación de datos para la macro-segmentación del producto.*

Variables	Atributos (CUANTITATIVOS)	Ponderación (1-5)	Signo
1	Equivalente Ad - Valorem (%)	4	-
2	Tasa de crecimiento del PBI (%)	3	+
3	Valor Importado 2020 (USD)	4	+
4	Precio Referencial 2020 (USD/KG)	5	+
5	Tasa de crecimiento promedio 2016-2020 (5)	5	+
6	Concentración de la demanda 2020 (Unidades)	3	-
7	Saldo comercial	2	-
8	Participación en las importaciones mundiales (%)	3	+

*Nota:* en esta tabla se muestra los atributos considerados de la fuente Trade Map (2020), para la macro-segmentación del queso fresco, los cuales tuvieron una ponderación entre los valores del 1 al 5 sugeridos por otras investigaciones similares como la de los autores Baca y Mego (2017) y Silva (2018), además de haber sido sugerido por un experto en Negocios Internacionales, de acuerdo a la importancia para la elección del mercado meta, siendo 5 el valor máximo y 1 el valor mínimo.



**Tabla 4.**

*Recolección de datos estadísticos de los países importadores de queso fresco.*

N°	País	Equivalente Ad - Valorem (%)	Tasa de crecimiento del PBI (%)	Valor Importado 2020 (USD)	Precio Referencial 2020 (USD/KG)	Tasa de crecimiento promedio 2016-2020 (5)	Concentración de la demanda 2020 (Unidades)	Saldo comercial	Participación en las importaciones mundiales (%)
1	Italia	18.80	0.34%	688,587	3.34	1%	0.32	388,243	9.5%
2	Francia	18.80	1.49%	564,937	4.41	9%	0.32	-4,048	7.8%
3	Alemania	18.80	0.59%	559,866	3.36	5%	0.15	1,157,984	7.7%
4	Reino Unido	18.80	1.26%	554,673	3.03	4%	0.16	313,641	7.6%
5	Corea, República de	33.20	-1.10%	396,403	3.95	9%	0.28	-	5.4%
6	Japón	20.50	0.70%	369,475	4.32	3%	0.28	368,492	5.1%
7	Países Bajos	18.80	1.63%	351,932	2.56	8%	0.23	100,909	4.8%
8	Bélgica	18.80	1.41%	314,520	3.07	9%	0.20	1,132	4.3%
9	España	18.80	1.95%	295,062	3.31	7%	0.15	132,542	4.1%
10	Rusia, Federación de	9.70	1.34%	263,307	2.79	18%	0.67	-	3.6%
11	Arabia Saudita	4.60	-0.90%	222,590	2.94	5%	0.12	221,942	3.1%
12	China	16.70	6.14%	206,326	4.03	6%	0.45	187,073	2.8%
13	Austria	18.80	1.42%	140,210	3.38	9%	0.51	206,313	1.9%
14	Suiza	27.60	1.11%	138,122	4.89	7%	0.37	19,357	1.9%
15	Rumania	18.80	4.20%	130,403	3.17	17%	0.29	101,026	1.8%
16	Polonia	18.80	4.55%	128,533	3.52	12%	0.25	116,703	1.8%
17	Suecia	18.80	1.29%	107,742	3.61	9%	0.24	132,704	1.5%
18	Irlanda	18.80	5.86%	105,888	3.44	16%	0.38	85,064	1.5%
19	República Checa	18.80	2.27%	92,041	3.03	9%	0.23	50,521	1.3%
20	Chile	4.20	1.03%	71,992	2.11	16%	0.33	13,906	1.0%
	<b>Valor Máximo</b>	33	6.14%	688,587	4.89	18%	0.67	68,719	9.5%

*Nota:* en la presente tabla se consideraron los principales 20 países importadores a nivel mundial de queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00, los cuales representaron el 80% del total durante el año 2020. Dichos datos estadísticos fueron tomados del Trade Map (2020) y Central Intelligence Agency (CIA) 2017.

En cuanto a la variable del porcentaje de crecimiento promedio del PBI, los datos obtenidos de todos los países seleccionados han sido obtenidos según el año 2019, sin embargo, para el país de Arabia Saudita los datos más actuales obtenidos según la Central Intelligence Agency (CIA) son datos referenciales al año 2017, las demás variables son datos estadísticos del International Trade Centre (ITC) basados en el año 2020.

Una vez recolectado los datos estadísticos de los atributos seleccionados en la tabla 2, se calculó el valor absoluto máximo para cada particularidad, seleccionando cada valor obtenido y dividiéndolo entre el valor total. Dichos resultados obtenidos, se muestran a continuación en la siguiente tabla:

**Tabla 5.**

*Resultados de la ponderación de atributos de los países importadores de queso fresco.*

N <sup>o</sup>	País	Equivalente	Tasa de	Valor	Precio	Tasa de	Concentra	Saldo	Participac	TOTAL DE EVALUA CIÓN
		Ad - Valorem (%)	crecimie nto del PBI (%)	Importado 2020 (USD)	Referen cial 2020 (USD/K G)	crecimie nto promedi o 2016- 2020 (5)	ción de la demanda 2020 (Unidades)	comerc ial	ión en las importaci ones mundiales (%)	
		4	3	4	5	5	3	2	3	
1	Italia	-0.57	0.06	1.00	0.68	0.06	-0.48	-0.34	1.00	<b>6.5</b>
2	Francia	-0.57	0.24	0.82	0.90	0.50	-0.48	0.00	0.82	<b>9.8</b>
3	Aleman ia	-0.57	0.10	0.81	0.69	0.28	-0.22	-1.00	0.81	<b>5.9</b>
4	Reino Unido	-0.57	0.21	0.81	0.62	0.22	-0.24	0.27	0.80	<b>8.0</b>
5	Corea, Repúbli ca de	-1.00	-0.18	0.58	0.81	0.50	-0.42	0.34	0.57	<b>5.4</b>
6	Japón	-0.62	0.11	0.54	0.88	0.17	-0.42	0.32	0.54	<b>6.3</b>
7	Países Bajos	-0.57	0.27	0.51	0.52	0.44	-0.34	0.09	0.51	<b>6.1</b>
8	Bélgica	-0.57	0.23	0.46	0.63	0.50	-0.30	-0.00	0.45	<b>6.4</b>
9	España	-0.57	0.32	0.43	0.68	0.39	-0.22	0.11	0.43	<b>6.6</b>
10	Rusia, Federac ión de	-0.29	0.22	0.38	0.57	1.00	-1.00	0.19	0.38	<b>7.4</b>
11	Arabia Saudita	-0.14	-0.15	0.32	0.60	0.28	-0.18	0.16	0.33	<b>5.5</b>
12	China	-0.50	1.00	0.30	0.83	0.33	-0.67	0.18	0.29	<b>7.2</b>

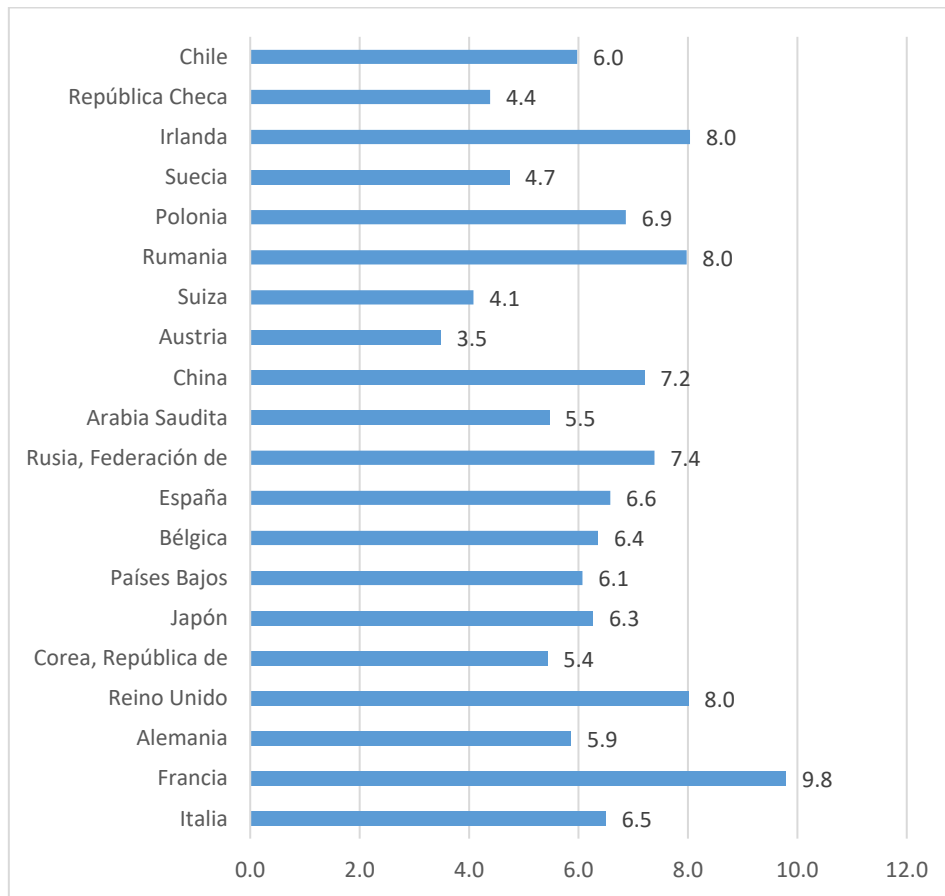
13	Austria	-0.57	0.23	0.20	0.69	0.50	-0.76	-0.02	0.20	<b>3.5</b>	
14	Suiza	-0.83	0.18	0.20	1.00	0.39	-0.55	0.09	0.20	<b>4.1</b>	
15	Rumani a	-0.57	0.68	0.19	0.65	0.94	-0.43	0.10	0.19	<b>8.0</b>	
16	Polonia	-0.57	0.74	0.19	0.72	0.67	-0.37	-0.11	0.19	<b>6.9</b>	
17	Suecia	-0.57	0.21	0.16	0.74	0.50	-0.36	0.07	0.16	<b>4.7</b>	
18	Irlanda Repúbli ca	-0.57	0.95	0.15	0.70	0.89	-0.57	0.04	0.16	<b>8.0</b>	
19	Checa	-0.57	0.37	0.13	0.62	0.50	-0.34	0.01	0.14	<b>4.4</b>	
20	Chile	-0.13	0.17	0.10	0.43	0.89	-0.49	0.06	0.11	<b>6.0</b>	
<b>MAX</b>		<b>1.00</b>	<b>MIN -1.00</b>							<b>PROMED IO</b>	<b>6.3</b>

*Nota:* en la presente tabla se muestra los resultados de la ponderación total de evaluación de los atributos según los datos recolectados en la tabla 3, dichos resultados se basaron en la suma total de cada atributo por país, multiplicado por la ponderación dada a cada particularidad en la tabla 3, año (2020).

Luego del análisis de los resultados de la tabla 4, utilizando las herramientas de la macro-segmentación, se puede observar que las principales opciones para la elección del mercado meta para el queso fresco son: Francia, quien representa la mejor propuesta cuantitativa con una puntuación de 9.8 teniendo un nivel de significancia excelente, seguido de los países de Irlanda 8.0, Rumania 8.0, Reino Unido 8.0, con una relevancia aceptable y por último los países de Rusia con una puntuación de 7.4, China 7.2 y Polonia 6.9 los cuales representan una valoración regular. Dichos resultados obtenidos se pueden visualizar mejor en la siguiente figura:

**Figura 1.**

*Resultados de la ponderación de atributos de los países importadores de queso fresco.*



*Nota:* en la figura se observa los resultados finales de la ponderación de la tabla 4 expresado en un gráfico para una mejor interpretación sobre los valores totales obtenidos después de haber utilizado la herramienta de la macro-segmentación, donde se aprecia los países de mejor votación para la elección de un mercado meta, año (2020).

Para el segundo objetivo: “Analizar la micro segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020”, se efectuó un estudio a profundo tomando como mercado meta para la exportación de queso fresco a la ciudad de Paris, debido a que es una de las ciudades más grandes y con una buena economía que registra cada año entre el 28% y 29% del PBI total de Francia, además su comercio es la actividad principal de 660,000

empresas y gran parte de estas son compañías de comercios pequeños. (Embajada de Francia - Paris, 2021).

Por otro lado, el perfil del consumidor parisino se basa en la compra de consumo de alimentos biológicos de los cuales 1.570.683 personas representan el 70% de los habitantes en Paris que consumen estos productos una vez al mes y 269.260 personas representa el 12% de habitantes que compran diariamente este provecho. A su vez la conducta de los consumidores de dicho mercado ha ido cambiando debido a que ahora los productos biológicos ofrecidos dentro de este territorio se dan a través de nuevas tendencias de comercialización, que permiten economizar la compra de mercancías orgánicas para beneficios de los consumidores. (FRANCE 24, 2019).

Por estas razones, el mercado francés busca la compra de productos nuevos, saludables y de gran variedad para el consumo humano, por lo que se puede especular que el queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L con miras hacia la exportación a dicho mercado tendrá una buena acogida, al ser un producto natural y sin la utilización de ingredientes que puedan afectar el bienestar de la salud, por lo que dicho producto estará destinado a todo el público en general, pero principalmente a personas de clase social C Y D los cuales buscan un producto de calidad con beneficien para la salud y propiedades nutritivas.

Por otro lado, la empresa Perú Cheese S.R.L. cuenta con todos los estándares de calidad en la elaboración de sus quesos frescos tales como registros sanitarios, el no tener sustancias de grasas y proteínas de origen vegetal, tener bajos porcentajes de sal, entre otras peculiaridades, además cuenta con los envases y etiquetado adecuado y específico el cual contiene las características de sus productos, fecha de vencimiento, insumos, entre otros, además dicho producto se caracteriza por su exquisito sabor, textura y propiedades

nutritivas que aportan a la salud: buena fuentes de calcio, vitaminas A, B y D, magnesio, sodio, potasio y por ser un producto rico en grasas saludables, por lo cual se tiene una buena propuesta de valor de dicho producto para el ingreso al mercado de Paris – Francia.

Finalmente se realizó un análisis del Business Model Canvas evaluando los canales de distribución, la relación que la empresa Perú Cheese S.R.L. tendrá con los clientes, los socios claves, recursos claves y actividades claves, además de las fuentes de ingresos y los costos adicionales que necesitará la empresa para una mejor implementación. (Anexo 7).

Los canales de distribución que se utilizará dentro del mercado de Paris será de forma indirecta, ya que, al ser una empresa nueva en dicho mercado, se requerirá de intermediarios para poder hacer conocido el producto, a través de canales de terceros, debido a que son empresas ya posicionadas, las cuales facilitaran tener una mejor acogida y demanda dentro del mercado meta a través de ventas en sus establecimientos, redes y publicidad en sus sitios web, además de tener una página informativa sobre las características del producto, información nutricional, lugar de procedencia y sus ingredientes tales como la sal, cuajo, cultivo láctico y la leche que es el principal insumo para la elaboración del queso fresco, el cual es propiamente de la región de Cajamarca.

De igual forma, la relación con los clientes será indirecta a través de ventas en centros comerciales y tiendas de productos lácteos de intermediarios ya posicionados dentro de Paris-Francia tales como: Fromages et Ramage, La Fromagerie Goncourt, Fromagerie Beaufils, Le Zingam, Ottanta, entre otros, los cuales brindaran información y resolverán las dudas de los consumidores en cuanto al producto, también se tendrá una página web sobre las promociones, compras online, ofertas, lugares de venta,

comentarios, opiniones y recomendaciones de los usuarios con el objetivo de mejorar y fidelizar al cliente.

Por otra parte, los principales socios claves serán los productores de leche pura y fresca propios de la región de Cajamarca como Comercializadora la Montalveña E.I.R.L, con ruc: 20477473505, Acopiadora la Candicha E.I.R.L. con ruc: 20491718111 y Negociaciones Cabrera S.R.L., con ruc: 20491822440, así como también alianzas estratégicas con empresas importadoras y de venta de quesos ya posicionadas en el mercado de Paris - Francia como: Agriberia Sarl, Alpagel Languedoc, Biolacte, Distrisud, Epasta, entre otras compañías queseras, con el fin de beneficiar ambas partes para la venta y comercialización de quesos frescos.

Dentro de los recursos claves para la exportación de dicho producto al mercado de Paris - Francia, la empresa Perú Cheese S.R.L., se necesitará de un agente logístico, un diseñador gráfico, un agente de aduanas, un bróker y una renovación de etiquetas adaptándolo a las normas de la Unión Europea tales como el idioma, registros sanitarios y fitosanitarios, empaquetaduras que no sean contaminantes, valor nutricional, entre otras características que son exigidas para el ingreso de un producto al mercado francés.

Por otro lado, las actividades claves para la exportación al mercado Parisino, se basará principalmente en un control de calidad y una capacitación constante al personal en la producción, empaquetadura, etiquetado y embalaje de dicho producto considerando las normas sanitarias y fitosanitarias de la Unión Europea, además de la compra y selección leche fresca y pura de los principales productores ganaderos de la región de Cajamarca.

Es importante destacar, que las fuente de ingresos en el mercado Parisino se basará en el uso de una carta de crédito con 0% de anticipo, una vez llegado el producto

al destino el comprador realizara el pago correspondiente al banco, quien luego de dicho desembolso brindara los documentos necesarios para que el comprador puedan retirar el producto de la aduana, también se realizará pagos por transferencias internacionales con 50 % de anticipo y posteriormente el otro 50% una vez entregado la mercadería en el país destino, además de cumplir con todo lo acordado con el importador, para que así ambas partes sean beneficiadas y la empresa Perú Cheese S.R.L, no corra riesgos en el pago de las exportaciones del producto.

Por último, dentro de los costos totales para la implementación para la producción del queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L., para la exportación al mercado Parisino se tendrá un costo total anual de S/. 200,400 soles, el cual abarca los siguientes costos: (1) Un asistente de ventas online con un sueldo de S/.1200 soles. (2) Diseño, creación y actualizaciones de página web, S/.500. (3) Renovación de etiquetas y empaques S/.3000. (4) Personal de control de calidad y producción S/. 8,000. (5) Capacitación del personal S/.1000. (6) Insumos y Materia prima S/. 2000. (Anexo 8).

Para el tercer objetivo: “Analizar las barreras arancelarias y para arancelarias para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020”, se realizó un estudio a través de la página Market Access Map, la cual brinda información sobre los derechos de aduanas, aranceles y las medidas no arancelarias del queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00 con destino al mercado Paris – Francia.

Dentro de esta página se tomó la sub partida nacional de exportación del queso fresco, 0406.10.80.80, “queso fresco” “queso sin madurar o sin curar”, “incluidos el queso de suero y la cuajada con un contenido de grasa, en peso, >40%: los demás”. Dicha partida indica que debido a los acuerdos comerciales que el Perú tiene con la Unión



Europa, el arancel del queso fresco para la entrada al mercado Paris - Francia es de 0%, sin embargo, si no existiera este tratado de libre comercio el arancel pagado seria de 221,2 Euros por cada 100 kilogramos. (Anexo 9).

Dentro de las partidas para-arancelarias tenemos los requisitos reglamentarios que el Perú debe cumplir para las exportaciones del queso fresco al país de Francia, los cuales están sujetos al reglamento de la UE, los que se describirán a continuación. Para un mejor entendimiento se puede revisar los (anexos ,10, 11, 12, 13 y 14).

(1) Restricciones geográficas de elegibilidad, en la cual se debe considerar la aprobación sanitaria del país, a través de la comisión europea quien aplica y evalúa el cumplimiento de las condiciones de sanidad publica y animal como medidas de protección.

(2) Requisito de autorización por motivos sanitarios y fitosanitarios, el reglamento CE del parlamento europeo establecen las normas para las sustancias activas a comercializarse en la UE, dichas sustancias no se pueden utilizar en productos fitosanitarios a diferencia que estén dentro de una sustancia positiva de la UE.

(3) Limites de tolerancia para residuos o contaminantes por determinadas sustancias, esto implica que las importaciones dentro de la UE deben cumplir con la legislación del mismo estado para garantizar que los alimentos en el mercado sean seguros para el consumidor y no tengan contaminantes que afecten la salud de los usuarios.

(4) Requisitos de etiquetado, la cual se basa en las normas sobre etiquetado del reglamento de alimentos de la UE N° 1169/2011 que contiene las siguientes características: el nombre del alimento, ingredientes, cantidad neta, fecha de durabilidad, condiciones de almacenamiento, país de origen, instrucciones de uso, grado alcohólico, marcado del lote, declaración nutricional, entre otras características de etiquetado.

(5) Requisitos higiénicos relacionados con las condiciones fitosanitarias y sanitarias, basados en el reglamento CE N°183/2005 del parlamento europeo y del consejo (Do L-35 de 08/02/2005) (CELEX 32005R0183), política aplicada con el fin de asegurar la seguridad alimenticia de los consumidores a través de una higiene única y transparente.

(6) Procesamiento de alimentos y piensos, también deben cumplir con las normas generales del reglamento CE N°183/2005 del parlamento europeo y del consejo (Do L-35 de 08/02/2005) (CELEX 32005R0183), requisitos de comercialización y etiquetado para piensos compuestos y nutricionales.

(7) Requisito de prueba, los laboratorios de la UE al momento de las importaciones pueden extraer y analizar muestras con el fin de examinar y detectar residuos, las cuales se describen en el reglamento CE N° 136/2004 de la comisión (Do L-21 de 28/01/2004) (CELEX 32004R0136).

(8) Requisito de certificación, las importaciones por la UE, deben ir acompañadas por un certificado sanitario firmado por la autoridad representante de un tercer país exportador que certifique que dichos productos son aptos para la exportación a la UE, certificados basados en la legislación de la UE.

(9) Requisito de inspección, estos productos solo se importarán por la UE, si provienen de un establecimiento aprobado de un tercer país, acompañados de los certificados sanitarios y están expuestas al control fronterizo.

(10) Requisitos de trazabilidad, los productos de origen animal para consumo humano deben cumplir con los requerimientos de condiciones sanitarias, aprobación sanitaria del país, establecimientos aprobados, certificaciones sanitarias y control sanitario.

(11) Licencias para la protección de la salud pública, procedimiento de autorización único basado en la legislación de la UE para la comercialización de alimentos que contienen o derivan de organismos genéticamente modificados (OGM).

Para el cuarto objetivo: “Analizar los costos de exportación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020”, se realizó una entrevista a la señora Fiorela Díaz García, encargada de la administración de la empresa Perú Cheese S.R.L., con el fin de poder obtener información sobre el precio de venta, costo de producción, producción diaria y margen de ganancia del queso fresco de 500 gr, para poder así analizar la viabilidad o no de la exportación de dicho producto hacia el mercado Parisino en los diferentes Incoterms, donde se hizo una cotización general de 9600 unidades de quesos para poder así sacar el costo unitario y precio de venta final de exportación de dicho producto por embarque, considerando el tipo de cambio de 1 dólar en 3.62 soles peruanos, obteniendo aproximadamente de acuerdo a la información brindada en cuanto al costo de producción de un queso de 500 gramos a 5 soles lo cual hace referencia a 1.38 dólares aproximadamente, procesado dichos datos en un Excel estadístico dio un costo en valor EXW de \$ 1.57 al cual se le agrego un margen de ganancia hacia los intermediarios del 60% y un margen de contribución del 200%, el cual se basó en una estrategia en función al precio promedio de la competencia de dicho producto ya posicionados en el mercado Parisino con características similares, evaluando así importes a través de fuentes secundarias y páginas de venta de queso como: Earl Etchegoinia, From Terroir, Buisson, Fromagerie Lincet, Fromagerie Gaugry, Cheese Ingredients, Fromages Bach, Odeon, entre otras empresas que se dedican a la comercialización y negocio de quesos dentro del mercado Paris - Francia, el cual dio un valor de precio de venta promedio de 9 euros, considerando los importes de venta del mercado desde los 6 a 12 euros, dando un valor

en dólares de \$ 9.59 Dentro de los resultados obtenidos se obtuvo un precio de venta unitario en valor EXW de \$ 5.66, en valor FOB / FCA \$ 6.05, en precio CFR \$ 6.76, en CIF \$ 6.77 con un costo del seguro sobre el flete principal de 2.25% y por último se obtuvo un precio final en el Incoterms DDP de \$ 8.18 por unidad, representando un valor en moneda local del mercado Paris – Francia de 7.90 euros, dicho precio se encuentra dentro del rango del precio promedio mencionado anteriormente. A su vez se realizó los costos y precios de venta unitario y por embarque, considerando la supuesta producción de 9600 unidades de queso fresco de 500 gr semanales, debido a que la empresa Perú Cheese S.R.L., solo produce 300 unidades diarias y por último se realizó una tabla sobre datos estadísticos acerca de la producción nacional de dicho producto. Para poder apreciar y visualizar mejor la información estadística se realizó las siguientes tablas:

**Tabla 6.**

*Producción nacional y ventas del queso fresco 2020.*

PRODUCCIÓN Y VENTA NACIONAL EN TONELADAS					
Producto - Queso Fresco	Año 2015	Año 2017	Año 2019	Año 2020	Part. % 2020
Producción	6491	6254	6623	6720	3.09%
Venta	5927	5991	5970	6584	3.13%

*Nota:* en la presente tabla se puede apreciar la producción nacional, ventas y la participación % del queso fresco durante los años 2015 – 2020, datos obtenidos del Midagri 2021.

En la tabla 6 se puede apreciar según datos del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) que la producción nacional de quesos fresco durante los años 2015 a 2020 ha tenido un crecimiento considerable, siendo el único año 2017 donde se tuvo un decrecimiento de 237 toneladas de dicho producto con respecto al año 2015, por otro lado, se puede observar que las ventas desde el año 2015 al 2020 han ido creciendo, siendo el año 2019 el año donde se tuvo una venta decreciente de 21 toneladas con relación al año

2017. Por otro lado, se puede apreciar la participación porcentual del queso fresco durante el año 2020. (Anexo 15 y 16).

**Tabla 7.**

*Precios de venta promedio internacional del queso fresco en DDP.*

PAÍSES	PRECIO MÍNIMO	PRECIO MÁXIMO	PRECIO PROMEDIO
Italia	\$ 7.50	\$ 33.50	\$ 20.50
Francia	\$ 6.80	\$ 12.90	\$ 9.85
Alemania	\$ 6.90	\$ 13.70	\$ 10.30
Reino Unido	\$ 6.00	\$ 7.50	\$ 6.75
Corea	\$ 8.60	\$ 14.50	\$ 11.55
Japón	\$ 9.60	\$ 13.30	\$ 11.45
Países bajos	\$ 9.20	\$ 14.50	\$ 11.85
Bélgica	\$ 12.70	\$ 23.60	\$ 18.15
España	\$ 5.40	\$ 10.50	\$ 7.95
Rusia	\$ 6.60	\$ 14.50	\$ 10.55
Arabia Saudita	\$ 5.50	\$ 7.60	\$ 6.55
China	\$ 8.40	\$ 11.50	\$ 9.95
Austria	\$ 6.75	\$ 9.25	\$ 8.00
Suiza	\$ 10.90	\$ 12.50	\$ 11.70
Rumania	\$ 4.90	\$ 6.00	\$ 5.45
Polonia	\$ 5.20	\$ 5.80	\$ 5.50
Suecia	\$ 6.50	\$ 8.00	\$ 7.25
Irlanda	\$ 6.00	\$ 7.20	\$ 6.60
República Checa	\$ 5.60	\$ 6.80	\$ 6.20
Chile	\$ 6.90	\$ 8.30	\$ 7.60

*Nota:* en la presente tabla se muestra los precios promedio de venta del queso fresco de 500 gr. dentro de los principales 20 países importadores de dicho producto, resaltando el principal mercado meta Francia. Dichos datos fueron tomados de las paginas Queso Adictos y Precios Mundi (2020).

**Tabla 8.**

*Producción, costos, precio de venta y ganancia bruta del queso fresco.*

PERÚ CHEESE S.R.L.				
Producción de queso fresco	DÍA	SEMANAL	MES	AÑO
Unidad de 500 gr.	300	2100	9300	111600
Costo de producción S/5.00	S/. 1,500.00	S/. 10,500.00	S/. 46,500.00	S/. 558,000.00
Precio de Venta S/8.00	S/. 2,400.00	S/. 16,800.00	S/. 74,400.00	S/. 892,800.00
Ganancia Bruta	S/. 900.00	S/. 6,300.00	S/. 27,900.00	S/. 334,800.00

*Nota:* en la presente tabla se puede apreciar la producción, costos, precios de venta y ganancia bruta considerando una supuesta ventas diaria, semanal, mensual y anual de los quesos frescos de 500 gr. de la empresa Perú Cheese S.R.L., dentro de la ciudad de Cajamarca, 2020.

### Plan de Logística Internacional

El metodo de embarque que se va utilizar en el contenedor refrigerado de 40 pies sera vía marítima partiendo del puerto de Callao.

**Figura 2.**

*Imagen referencial del Contenedor refrigerado de 40 pies.*



*Nota:* en la presente imagen referencial se puede apreciar el contenedor de 40 pies refrigerado sacado de la empresa RFL cargo.

**Tabla 9.**

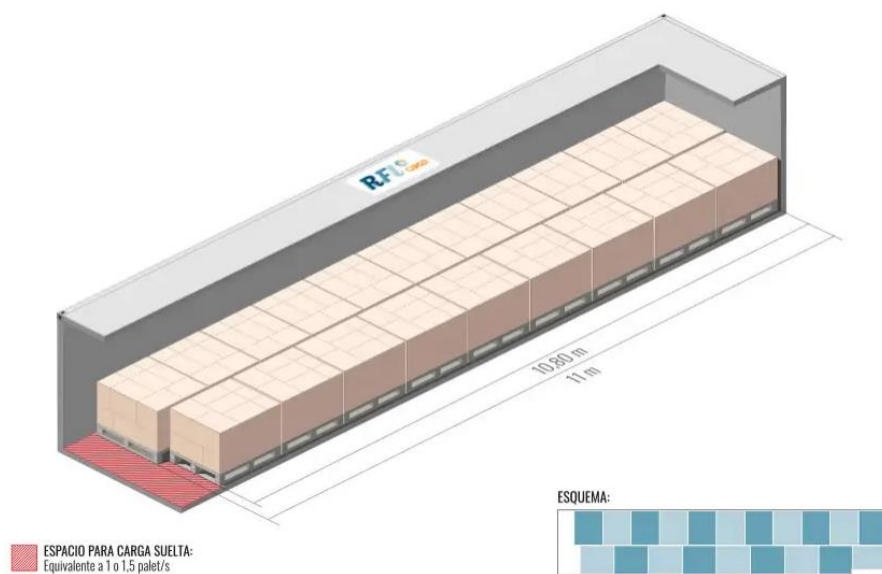
*Características del contenedor refrigerado de 40 pies.*

Tamaño	Peso (Kg)			Dimensiones Internas			Volumen
	Peso Bruto	Tara	Carga Útil	Longitud	Ancho	Alto	Capacidad
40 Pies	29,000 kg	4,800 kg	24,200 kg	11,59 m	2,29 m	2,56 m	67,90 m <sup>3</sup>

*Nota:* en la presente tabla se muestra las principales características del contenedor de 40 pies refrigerado, como sus dimensiones internas, volumen y el peso máximo de carga de 24,200 kg, dicha información fue tomada de la empresa RFL cargo, 2020.

**Figura 3.**

*Numero de Pallets que abarcan el contenedor de 40 pies.*



*Nota:* en la presente figura se consideró los pallets de medidas de 100 cm x 120 cm, tomados de la empresa RFL cargo, 2020, teniendo en cuenta las medidas del queso fresco de 15 cm x 10 cm y los separadores dentro de cada caja, la cual se adapta más al llenado de dicho contenedor sin dejar muchos espacios.

### **Envase, empaques y embalajes del producto.**

Para el ingreso del producto de queso fresco al mercado francés, dicho producto debe contar con el envase original, el sellado y etiquetado correspondiente y con la información y rotulo correspondiente del producto, entre otras características las cuales se detallan a continuación:

**Tabla 10.**

*Características del envase del queso fresco.*

<b>Nombre del producto</b>	<b>Quesos Chugur</b>
Contenido Neto	500 gr
País de Origen	Perú
Fecha de elaboración o envasado	01/06/2020
Fecha de vencimiento	01/09/2020
Ingredientes	cuajo, cultivo láctico, leche y sal
Instrucciones de almacenamiento	Conservar a 5 °c
Instrucciones de uso	Refrigerar al abrir
Datos del Importador	Agriberia Sarl, Alpagel Languedoc, entre otras.

*Nota:* en la presente tabla se consideraron las características del envase del queso fresco tomadas de Icx Francia, 2020, para la exportación de dicho producto peruano al mercado francés.

El envase del producto será en bolsas termancogibles selladas al vacío con apertura de corte cerrado, adicionalmente contará con las etiquetas del nombre del producto, ingredientes, peso 500 gr, fecha de fabricación y vencimiento, ingredientes, entre otras características.



**Figura 4.**

*Imagen referencial del queso fresco de 500 gr.*



*Nota:* en las presentes figuras se puede observar los diferentes tipos de queso fresco producidos por la empresa Perú Cheese S.R.L., dichas figuras fueron sacados de la página de venta de productos de la marca Chugur, Cajamarca, 2020.

Los empaques y embalaje de exportación serán adaptado de acuerdo al país destino Francia, en cajas de cartón, con medidas de 48 cm x 40 cm, medidas casi exactas para que los quesos tengan una manipulación controlada y uniforme, las cuales contarán con separadores para que el producto no tenga que ser expuesto a ser aplastado y en cada caja entraran 30 unidades de quesos de 15 cm x 10 cm cada unidad.

**Figura 5.**

*Empaque y embalaje del queso fresco de 500 gr.*



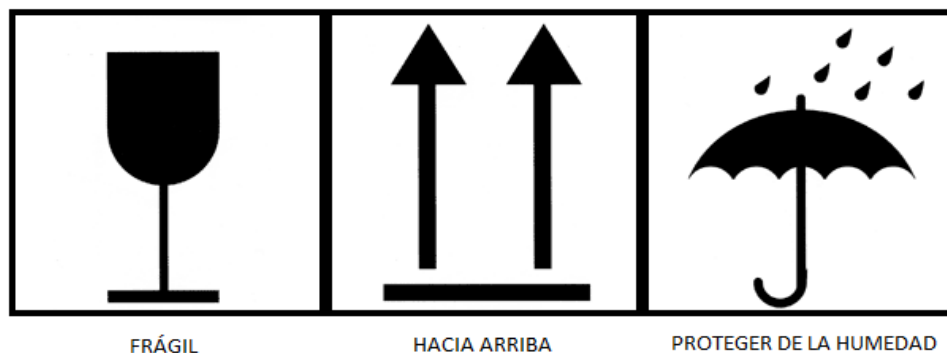


*Nota:* imagen referencial tomada de exportaciones Oaxaqueñas la Guadalupana, 2020, para la realización del cálculo logístico del queso fresco de 500 gr.


En el rotulado de la caja para la exportación del queso fresco al mercado Paris – Francia, llevara impreso los pictogramas de manejo, indicando que dicho producto se debe tratar como carga frágil, lado hacia arriba y proteger de la humedad, adicional llevara un sticker de la información del pedido como cantidad, peso, datos del exportador, importador, entre otras características las cuales se muestran a continuación:

**Figura 6.**

*Diseño del rotulado y marcado de la caja de empaque para la exportación.*



<b>Pedido: 001-2020</b>	
Caja # 1	
Importador:	Alpagel Languedoc 4 AV 4 AVENUE DE LA FONTANISSE
Dirección:	Francia
Lote:	548
Fecha de elaboración:	01/06/2020
Fecha de vencimiento:	01/09/2020
Peso bruto:	15 kg
Exportador:	Perú Cheese S.R.L.
Marca:	Chugur
<b>Producto Peruano</b>	



<b>COMMANDE : 001-2020</b>	
Boîte #1	
Importateur :	Alpagel Languedoc
Adresse :	4 AV 4 AVENUE DE LA FONTANISSE France
Lot:	548
Date d'élaboration :	06/01/2020
Date d'expiration :	09/01/2020
Poids brut :	15kg
Exportateur :	Peru Cheese S.R.L.
Marque :	Chugur
<b>PRODUIT PÉRUVIEN</b>	



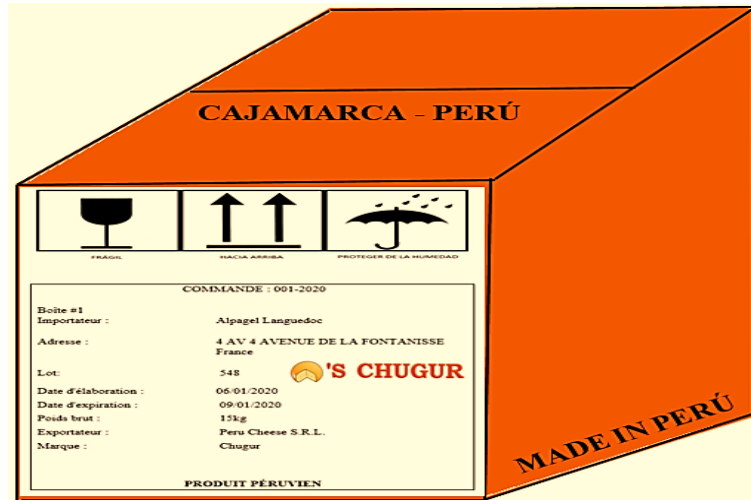
*Nota:* Las figuras mostradas muestran el rotulado y marcado de la caja de cartón para el transporte de quesos frescos en idioma español y francés para el ingreso ha dicho mercado, año 2020.

### **Diseño del Marcado**

El producto no es frágil, pero si se necesita que el manipuleo de la carga sea cuidadoso, por ello la caja principal contendrá una etiqueta acerca del cuidado y manipuleo del contenido.

### **Figura 7.**

*Caja de exportación con rotulado y marcado.*



*Nota:* la figura mostrada es una imagen referencial del rotulado y marcado de la caja de 30 unidades de queso fresco de 500 gr. con un peso total de 15 kilogramos, año 2020.

### Figura 8.

*Palatización dentro del contenedor refrigerado de 40 pies.*



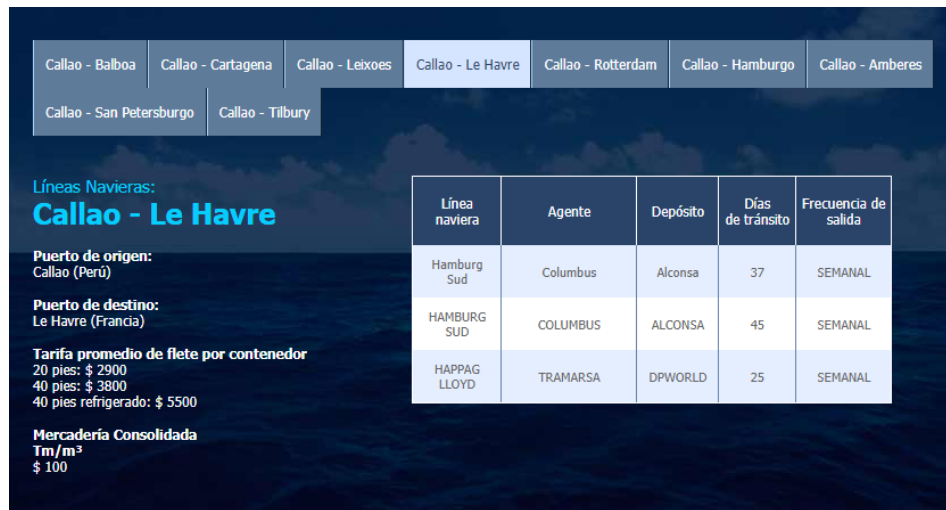
*Nota:* la presente imagen referencial de la paletización fue tomada de exportaciones Oaxaqueñas la Guadalupeña, 2020, para la realización del cálculo aproximado de cajas de quesos en cada pallets.

Dentro del cálculo realizado para el llenado del contenedor de 40 pies refrigerado en pallets de 100 cm x 120 cm, se logró calcular que aproximadamente que en cada pallet entrarán 4 cajas de ancho por 4 de alto, cargando cada pallet 16 cajas de 30 quesos cada una, obteniendo un total de 480 unidades por pallets. Para el llenado del contenedor se

hizo el cálculo con referencia a la figura 3 abarcando 20 pallets de las medidas mencionadas anteriormente, teniendo un contenedor lleno de 9600 unidades.

### Figura 9.

*Líneas naviera y tránsito del puerto callao – Havre (Francia).*



*Nota:* la presente imagen nos muestra los días de tránsito y las líneas navieras desde el puerto Callao, hacia Havre (Francia), además de las tarifas promedio de flete por contenedor. La presente imagen fue tomada de rutas marítimas PromPerú, (2020).

La línea naviera para el transporte del contenedor de quesos frescos de 500 gr. de 9600 unidades será Happag Lloyd en un tránsito de 25 días, la cual tiene una frecuencia de salidas semanal.

Para el cálculo aproximado del llenado del contenedor de 40 pies refrigerado se hizo un cálculo bajo el supuesto de la producción de las 9600 unidades semanales por parte de la empresa Perú Cheese S.R.L., debido a la salida de las líneas navieras y el tiempo de consumo del queso fresco que es de 3 meses, teniéndolas en buenas temperaturas refrigeradas a 4 y 5 °C puede ser un poco más, pasando este tiempo el queso tiende a madurarse, lo cual hace que la textura sea un poco más dura, dicha información fue proporcionada por la encargada de la supervisión y producción de dicho producto. La

información mencionada anteriormente, guarda relación con la indagación de la autora Gallardo (2013), quien en su investigación acerca de la evaluación del empaquetado y sellado al vacío en fundas de polietileno en alta densidad de quesos frescos y semiduros nos informa que el envasado en atmosferas controladas, modificadas o a vacío es una de las tecnologías de mejor conservación de un producto alimenticio, donde logro concluir que el queso empacado con polietileno de alta densidad sellado al vacío manteniéndolo en una temperatura de refrigeración de 5 °C obtiene un tiempo de vida anaquel de 114 días.

**Tabla 11.**

*Costos y precio de venta en Incoterms por unidad y embarque.*

TIPO DE GASTOS	Valores	Costo Unitario	Costo por embarque
Costo de mercancía.	\$ 13,248.00	\$ 1.38	\$ 13,248.00
Comisión del agente comercial	7.50%	\$ 0.10	\$ 993.60
Costo de implementación y embalaje adaptado al país destino.	\$ 500.00	\$ 0.05	\$ 500.00
Costo del Contrato Forward o seguro del tipo de Cambio.	0.85%	\$ 0.01	\$ 112.61
Costo de certificados, licencias y documentos de exportación.	\$ 250.00	\$ 0.03	\$ 250.00
Costo total en valor EXW (salida de la fábrica).		\$ 1.57	\$ 15,104.21
Margen de contribución		260.00%	260.00%
Precio de venta en EXW		\$ 5.66	\$ 54,375.15
Costo de carga de la mercancía y transporte interior ( de la fábrica al puerto).	\$ 1,000.00	\$ 0.10	\$ 1,000.00
Costos fijos de las formalidades aduaneras de exportación.	3.50%	\$ 0.20	\$ 1,903.13
Costo de manipulación (carga en terminal de origen).	\$ 800.00	\$ 0.08	\$ 800.00
Precio de venta en FOB/FCA (Franco a bordo / franco transportista).		\$ 6.05	\$ 58,078.28

Costo total del transporte principal (marítimo).	\$ 6,800.00	\$ 0.71	\$ 6,800.00
Precio de venta en valor CFR		\$ 6.76	\$ 64,878.28
Costo del seguro sobre el flete principal. 2.25%		\$ 0.02	\$ 153.00
Precio de venta en valor CIF		\$ 6.77	\$ 65,031.28
Costo de manipulación (descarga, en terminal de destino).	\$ 800.00	\$ 0.08	\$ 800.00
Aranceles.	0.00%	0.00%	0.00%
Impuestos a la importación (IVA)	16.00%	\$ 1.08	\$ 10,405.00
Costo de las formalidades aduaneras de importación (tasa fija).	2.00%	\$ 0.14	\$ 1,300.63
Costo del transporte interior en destino (del puerto/aeropuerto hacia el comprador).	\$ 1,000.00	\$ 0.10	\$ 1,000.00
Precio de venta en valor DDP.		\$ 8.18	\$ 78,536.91

*Nota:* en la presente tabla se muestra los costos, gastos y precio de venta final unitario y por embarque semanal de 9600 unidades del queso fresco de 500 gramos, para su exportación al mercado Paris – Francia, en los diferentes Incoterms, EXW, FOB/FCA, CFR, CIF Y DDP, (2020).

Los datos obtenidos acerca de los costos por embarque hacia el mercado Paris – Francia para sacar el precio de venta unitario y por embarque de dicho producto, han sido sacados de fuentes confiables como Siicex (2020), Santander Trade markets (2020), sunat (2020), Mincetur (2020), Chex Press (2020), y la aduana (2020), con el fin de garantizar un cálculo aproximado del precio de exportación en los diferentes incoterms al mercado francés, dichos costos están basados siempre y cuando no se utilice un almacén intermediario o con un despacho anticipado.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1 Discusión

El propósito de esta investigación científica fue analizar e investigar la información documental sobre la demanda internacional del queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00, para la exportación hacia el mercado Paris – Francia, por parte de la empresa Perú Cheese S.R.L., en el año 2020, analizando las dimensiones de las variables demanda internacional y exportación, las cuales abarcaron temas de macro-segmentación, micro-segmentación, barreras arancelarias, para-arancelarias y costos de exportación. A continuación, se presentará la discusión de los principales hallazgos, comparados con los antecedentes citados dentro de esta investigación científica.

**El objetivo específico 1**, de la presente investigación es analizar la macro-segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020, donde se utilizó el instrumento de la macro-segmentación, considerando 8 atributos cuantitativos importantes para la evaluación de los diferentes mercados internacionales como el equivalente Ad – Valorem, la tasa de crecimiento del PBI, el valor Importado 2020 (USD), el precio Referencial 2020 (USD/KG), la tasa de crecimiento promedio 2016-2020, la concentración de la demanda 2020, el saldo comercial y la participación en las importaciones mundiales, los cuales tuvieron una ponderación entre los valores del 1 al 5, de acuerdo a su mayor importancia, donde se consideró al precio referencial y la tasa de crecimiento promedio como los atributos más importantes dentro del análisis de las importaciones de queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00, obteniendo como resultado y concluyendo que Francia es el principal país de mayor relevancia y mejor propuesta de acogida para la exportación de dicho producto.



Para los autores Salazar, Morales, & Martínez (2020), dan a conocer en su artículo científico, el cual tuvo como objetivo general analizar la integración comercial en la economía global del sector manufacturero en Colombia a través del comportamiento de las exportaciones de los departamentos con mayor desarrollo industrial, dichos autores emplearon un diseño metodológico descriptivo con un enfoque cuantitativo, obteniendo como resultados que los primordiales productos dentro de los capítulos arancelarios 06,32 y 38 de acuerdo con el sistema de armonizado de clasificación arancelaria, tienen como principal destino de exportación a Europa y Estados Unidos, finalmente concluye que los atributos estudiados como el PBI en la industria manufacturera nacional ha venido decreciendo así como también las exportaciones de bienes industriales con relación al PIB.

Lo investigado dentro de la macro-segmentación guarda relación con la investigación de dichos autores, debido a que también consideran el atributo del PBI como una particularidad importante dentro de un estudio de un mercado internacional, por otro lado, menciona y se concuerda con la relevancia y la clasificación arancelaria de un producto para la determinación y elección de un mercado meta.

**El objetivo específico 2,** es analizar la micro-segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020, donde se realizó un estudio de Business Model Canvas luego de haber obtenido como resultado al país de Francia como el principal importador de queso fresco, considerando la ciudad de Paris como el mercado meta por su buena economía, comercio y por ser la ciudad más grande de Francia, donde se obtuvo como efecto que los canales de distribución al mercado parisino será de forma indirecta, a través de intermediarios, del mismo modo será la relación con los clientes, en cuanto a los socios claves serán los productores de leche propios de la región de Cajamarca y alianzas

estratégicas con empresas ya posicionadas en el extranjero, las fuentes de ingreso se basara en el uso de una carta de crédito y pagos por transferencia, además se obtuvo como resultado un costo para la implementación de la producción, diseño, renovación de etiquetas, capacitación del personal e insumos un total de s/. 200,400 soles al año.

Para Muriel (2020), en su investigación científica, la cual tuvo como objetivo general un estudio estratégico para un negocio de exportación de quesos madurados con destino a los Estados Unidos, empleo un análisis del macro-entorno a través de la herramienta del análisis PESTEL y un micro-entorno según el modelo de las 5 fuerzas de Porter, además de un análisis del sector industrial, valorando los clientes y la evolución del mercado nacional y exterior, dicho autor concluyó que el queso de paria a exportar a los EE.UU., se encuentra en la categoría de un producto orientado a la salud y bienestar, por otro lado las propiedades de dicho producto y la comunicación efectiva son uno de los beneficios para ampliar el posicionamiento de dicho provecho dentro de un mercado.

Lo investigado guarda relación con la investigación de dicho autor, quien empleo el estudio de las 5 fuerzas de Porter dentro del micro-entorno de una empresa, basándose en el estudio de amenazas de productos sustitutos, entrada de nuevos competidores, intensidad de la rivalidad y el poder de negociación de proveedores y clientes, aspectos que son de vital importancia para el desarrollo de un modelo de negocio con miras al extranjero. Dicho modelo de estudio guarda relación con el modelo Business Model Canvas empleado en la presenta investigación, el cual también sirve para el desarrollo de un plan estratégico de un producto dentro de una empresa con miras hacia la internacionalización.

**El objetivo específico 3**, es analizar las barreras arancelarias y para-arancelarias para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco

de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020, donde se realizó un análisis de las barreras arancelarias y se obtuvo como resultado que Perú tiene un tratado de libre comercio vigente con la Unión Europea, lo cual beneficia la exportación de dicho producto al tener un arancel de 0%, dentro de las barreras para-arancelarias se obtuvo como resultado a través del Market Access Map, que para la entrada de dicho producto a Francia, se tiene que hacer algunas regulaciones y cumplir ciertos requisitos sanitarios, fitosanitarios, etiquetado, envase, empaque, embalaje, marca entre otras características que se basan en el reglamento de la CE del parlamento Europeo, con el fin de proteger la salud del consumidor.

Para el autor Castillo (2018), en su investigación científica quien tuvo como objetivo describir la exportación de queso al mercado de China, en la empresa PROLACNAT S.A.C. – Chiclayo 2017 – 2022, utilizó como instrumento, la técnica de la entrevista basándose en la determinación del tipo de exportación de quesos maduros al mercado de China, la identificación de los requisitos de acceso a dicho mercado, el tipo de envase, empaque y embalaje dentro de la distribución física internacional. A su vez concluyó que para la exportación de quesos se debe tener en cuenta el certificado sanitario entre el país exportador y el importador, además de las certificaciones para la salida e ingreso del producto al mercado de China, finalmente concluye que para ingresar al mercado antes mencionado se deben tener en cuenta los envases y embalajes regulados por la ley de Seguridad alimentaria 2009 de dicho país.

Lo investigado guarda relación con la indagación de dicho autor, quien también habla de la importancia del análisis de las barreras arancelarias y para-arancelarias, el contar con los registros sanitarios, fitosanitarios, envase, embalaje, etiquetado, información nutricional de un producto, estándares de calidad entre otras cualidades como el acogerse a las normas y reglamentos de salida y entrada de un producto a un país

extranjero, con la finalidad de poder asegurar y brindar un producto saludable y de calidad para el consumo humano.

**El objetivo específico 4**, es analizar los costos de exportación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L, Cajamarca, 2020, donde se realizó un análisis de precios de venta unitario y por embarque, bajo el supuesto de una producción de 9600 unidades semanales, por otro lado se consideró el costo de producción nacional de dicho producto, de acuerdo a la información brindada por la administradora de la empresa Perú Cheese S.R.L., mediante el instrumento de la entrevista, dichos datos estadísticos se consideraron para calcular el precio final del queso fresco en los incoterms: EXW, con un valor de \$. 5.66, FOB/FCA un precio de \$. 6.05, en CFR \$.6.76, CIF \$. 6.77 y por ultimo un valor DDP de \$. 8.18, el cual representa en moneda local del mercado Paris – Francia 7.64 euros, valor al cual se aplicó la estrategia de precios bajos para la exportación de dicho producto, donde se concluyó que el precio de venta comercial ideal es de 7.90 euros, haciendo que el margen de ganancia sea del 260% del costo de producción, el cual el 200% será para la empresa y el 60% restante estará destinado para los intermediarios de la venta de dicho producto.

Para los autores Baca & Mego (2017), en su investigación científica, la cual tuvo como objetivo determinar cuál es la estrategia de internacionalización más adecuada para las empresas del sector lácteo del distrito de Cajamarca y determinar si es la vía correcta para la exportación de sus productos, emplearon los instrumentos del análisis documental y la técnica de la entrevista, basándose en la determinación de un modelo de internacionalización y viabilidad financiera para las exportaciones del sector lácteo de Cajamarca y un análisis acerca de las empresas si cuentan o no con un conocimiento y estrategias de internacionalización, en la cual concluyeron al aplicar un modelo de

exportación que es viable, debido a que los ingresos en el mercado extranjero superan a los del mercado local.

Lo investigado guarda relación con la indagación de dichos autores, quienes también concluyen que la internacionalización de los productos lácteos del distrito de Cajamarca hacia el mercado extranjero es viable, debido a que se obtienen mejores ingresos y ganancias que dentro de un territorio nacional.

Una de las limitaciones dentro del cuarto objetivo fue que se trabajó bajo el supuesto de una producción semanal de 9600 unidades de queso fresco, debido a que dicha cantidad abarca todo el contenedor de 40 pies refrigerado; por otro lado, el tiempo de maduración del producto es de 3 meses, esto implica que la empresa debería exportar cada semana para no desaprovechar este tiempo de maduración, sin embargo, actualmente la empresa solo puede acopiar las 9600 unidades una vez al mes.

## **4.2 Conclusiones**

La presente investigación científica realizada permite concluir y dar a conocer que la demanda internacional del queso fresco es de vital importancia para una empresa de productos lácteos con miras de internacionalizar sus productos como es el queso fresco, debido a que en la actualidad este es uno de los productos lácteos con mayor demanda en los diferentes mercados internacionales, donde se concluyó que Francia es el principal país importador y exportador de queso, debido a que el mercado Francés valora mucho dicho producto lácteo y más aun siendo un producto natural.

Por otro lado, se concluyó sobre la importancia que tienen la elección de los atributos dentro del estudio de la macro-segmentación de un producto, tales como el Ad – Valorem, la tasa de crecimiento del PBI, el valor Importado, el precio Referencial, la tasa de crecimiento promedio, la concentración de la demanda, el saldo comercial y la

participación en las importaciones mundiales para el análisis y selección de un mercado meta.

En lo esencial se concluyó la jerarquía de desarrollar un plan de negocio dentro de una empresa con miras hacia la internacionalización, por lo que en la presente investigación para el análisis de la micro-segmentación del queso fresco se utilizó el modelo Business Model Canvas, el cual tuvo como mercado objetivo a la ciudad de Paris - Francia, debido a que es la capital más grande que tiene dicha nación, la cual posee una gran economía y un amplio comercio, que permitirá aprovechar las oportunidad de crecimiento económico dentro del mercado extranjero.

Por otra parte, se concluyó la importancia del análisis de las barreras arancelarias y para-arancelarias del queso fresco al mercado Parisino, además de acogerse a las normas y reglamentos de la Unión Europea, debido a que Francia es un país que se basa en dichas medidas, por lo que dentro de dicho reglamento están las normas sanitarias y fitosanitarias, las certificaciones, licencias para la protección de la salud pública, las particularidades e insumos del producto, el etiquetado, entre otras características, con el fin de asegurar que dicho producto sea saludable para el consumo humano.

Finalmente, se logró concluir que la exportación del queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00 al mercado Parisino es favorable, debido a que se logró obtener un precio de venta final por unidad en el incoterms DDP de 8.18 dólares, donde el precio de venta dentro de dicho mercado será de 7.90 euros, con un margen de ganancia del 200% para la empresa Perú Cheese S.R.L. y un 60% restante para los intermediarios en la venta de dicho producto, dicho importe que se encuentra dentro del precio promedio de venta de los productos similares posicionados dentro de dicho mercado, por otro lado se concluye que dicha exportación para la empresa Perú Cheese S.R.L, no es viable

debido a su baja producción semanal, por otro lado, el tiempo de maduración del producto es de 3 meses, esto implica que la empresa debería exportar cada semana para no desaprovechar este tiempo de maduración, sin embargo, actualmente la empresa solo puede acopiar las 9600 unidades una vez al mes.

## REFERENCIAS

- Álvarez-Hernández, & Delgado-DelaMora. (2015). *medigraphic*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=58106>
- Ayala, M. (5 de Agosto de 2021). *Lifeder*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Baca Vásquez, N., & Mego Montenegro, A. J. (2017). *PROPUESTA DE UN MODELO DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EL SECTOR LÁCTEO DEL DISTRITO DE CAJAMARCA CON VÍAS DE EXPORTACIÓN*. Cajamarca: Universidad Antonio Guillermo Urrel. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/305/PROPUESTA%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20INTERNACIONALIZACION%20PARA%20LAS%20EMPRESAS%20DEL%20SECTOR%20LACTEO%20DE%20CAJAMARCA%20CON%20VIAS%20DE%20EXPORTACION.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo Campos, L. (2018). “*EXPORTACION DE QUESO AL MERCADO DE CHINA, EN LA EMPRESA PROLACNAT S.A.C. – CHICLAYO 2017 - 2022*”. Pimentel: Universidad Señor de Sipán. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5574>
- Cedepas Norte. (8 de Julio de 2020). *Centro Ecuménico de Promoción y Acción Social Norte*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2021, de <https://www.cedepas.org.pe/noticias/la-produccion-de-leche-fresca-en-el-peru-se-incrementa-en-29-en-los-ultimos-5-anos>
- Centro de Estudio de las Finanzas Públicas. (22 de Junio de 2021). *Cámara de Diputados*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2021, de <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/boleco/2021/becefp0182021.pdf>
- Centro Iberoamericano de Estudios Internacionales. (s.f.). *CIBEI*. (J. M. Sánchez González, Editor) Recuperado el 28 de Octubre de 2021, de <https://fundacioncibei.org/la-importancia-del-comercio-internacional-una-breve-referencia-descriptiva/>
- Cosío Dueñas, H. (12 de Diciembre de 2017). *slideshare*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://es.slideshare.net/HerbertCosioDueas/ii1-diseos-mixtos>
- Diario del Exportador. (Noviembre de 2017). *Portal Especializado en Comercio Exterior y Gestión de los Negocios Internacionales*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2021, de <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/conoce-los-beneficios-de-la-exportacion.html>
- El Peruano. (14 de Octubre de 2021). Recuperado el 25 de Noviembre de 2021, de <https://elperuano.pe/noticia/131174-quesos-de-cajamarca-y-la-libertad-se-coronan-como-los-mejores-de-la-zona-norte-del-peru>
- Embajada de Francia - Paris. (16 de Diciembre de 2021). *France.fr*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2021, de <https://www.embajadedefrancia.org/france/economia/comercio.php#.Ybt1ZL1BzIU>



- FRANCE 24. (22 de Marzo de 2019). Recuperado el 16 de Diciembre de 2021, de <https://www.france24.com/es/20190321-escala-paris-rutgerson-alimentos-organicos>
- García Zanabria, J., Sánchez Aguilar, A., Montoya Sánchez, L., & Cueto Maza, M. (11 de Noviembre de 2019). Producción Nacional. *Informe Técnico - Producción Nacional*, 62. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/produccionnoviembre.pdf>
- German Gallardo, M. F. (2013). *EVALUACIÓN DEL EMPACADO Y SELLADO AL VACÍO EN FUNDAS DE POLIETILENO DE ALTA DENSIDAD EN LA VIDA DE ANAQUEL DE QUESOS FRESCOS Y SEMIDUROS*. Ambato-Ecuador: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. Recuperado el 26 de Noviembre de 2020, de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6497/1/AL%20510.pdf?fbclid=IwAR0hukgBwXlmCmhodc-cGleYWP-B\\_CzffPQFFqHZLiV1\\_olkeqvbOM53HKs](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6497/1/AL%20510.pdf?fbclid=IwAR0hukgBwXlmCmhodc-cGleYWP-B_CzffPQFFqHZLiV1_olkeqvbOM53HKs)
- Gutiérrez Ossa, J., Vega Zuluaga, J., Concha, J., & Osorio, S. (Julio de 2019). Estructura gerencial internacional de las empresas en Colombia en el marco del modelo exportador y de liberación económica. *Revista Universidad Empresa*, 21(37), 52-75. Recuperado el 11 de 11 de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=187260206004>
- Herrera, A. (2020). *Plataforma Digital de Economía, Derecho y otras Ciencias Sociales y Humanas*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2021, de <https://leyderecho.org/demanda-global/>
- Mesa, F., & Torres, R. (Enero-Junio de 2019). Pymes manufactureras exportadoras en Colombia: un análisis de su actividad real. *Lecturas de Economía*(90), 127-157. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/lecturasdeeconomia/article/view/331773>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/plan\\_exportador/Penx\\_2025/PDM/alemania/05\\_02.html](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/alemania/05_02.html)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Mincetur*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2021, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/guias/Guia\\_de\\_Capacidades\\_Gerenciales\\_CE.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/guias/Guia_de_Capacidades_Gerenciales_CE.pdf)
- Muriel Zea, D. N. (2020). *ESTUDIO ESTRATÉGICO PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE QUESO MADURADO TIPO PARI A ESTADOS UNIDOS*. Lima: UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ. Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18351/MURIEL\\_ZEA\\_DARIEN\\_ESTUDIO ESTRATEGICO\\_PRODUCCION.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18351/MURIEL_ZEA_DARIEN_ESTUDIO ESTRATEGICO_PRODUCCION.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Prom Perú. (s.f.). Exportando con Exporberto. 25. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4106/COSTOS%20DE%20EXPORTACION%20C3%93N.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

- Rivera Camino, J., & Mencía de Garcillán. (2007). Dirección de marketing. ESIC. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://books.google.com.pe/books?id=NTR1DkBBIW8C>
- Salazar Araujo, E. J., Morales Trujillo, K. A., & Martínez Solano, J. M. (2020). Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90). Recuperado el 11 de Noviembre de 2021, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559010>
- Sánchez Herrera, J. (2008). La creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa aplicable a las decisiones de inversión en mercados financieros. ESIC. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de [https://books.google.com.pe/books?id=Dt1YNNKdYV0C&source=gbs\\_navlink\\_s\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=Dt1YNNKdYV0C&source=gbs_navlink_s_s)
- SIICEX. (2020). Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/664482749radA8877.pdf>
- Silva Rojas, A. R. (2018). *INFLUENCIA DE LA MARCA COLECTIVA “EL PORONGUITO”, DEL PRODUCTO LÁCTEO: QUESO TIPO MANTECOSO, EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE DERIVADOS LÁCTEOS DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2016*. Cajamarca. Cajamarca: UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO. Recuperado el 25 de Noviembre de 2021, de <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/636/Tesis%20Adriana%20Silva%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vázquez Burguillo, R. (14 de Febrero de 2016). *Economipedia*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/barreras-arancelarias.html>
- Westreicher, G. (09 de Enero de 2018). *Economipedia*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/barreras-no-arancelarias.html>

## **ANEXOS**

### ANEXO 1: Guía documental.

Para el análisis y revisión profunda de los documentos, fue necesario tener en cuenta el siguiente formato de información, las cuales incluyen los diferentes aspectos:

Instrumento, análisis y clasificación de fuentes.

Categoría	Clasificación	
Procedencia	Market Access Map	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Derechos de aduana.</li> <li>➤ Contingentes arancelarios.</li> <li>➤ Revisiones comerciales.</li> <li>➤ Medidas no arancelarias.</li> <li>➤ Gráficos y mapas.</li> </ul>
	Trade Map	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Indicadores de desempeño exportador.</li> <li>➤ Indicadores de demanda internacional.</li> <li>➤ Indicadores de mercados alternativos.</li> <li>➤ Indicadores de mercados competitivos.</li> <li>➤ Directorio de empresas importadoras y exportadoras.</li> </ul>
	The worl Factbook (CIA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Datos estadísticos de comunicaciones, gobierno y economía.</li> <li>➤ Datos estadísticos de demografía y geografía.</li> </ul>
	SIICEX	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Información de comercio exterior.</li> <li>➤ Información de costos de transacción.</li> </ul>

## **ANEXO 2:** Guía de entrevista

**Objetivo:** Analizar, procesar y obtener información estadística mediante una entrevista al personal encargado de la supervisión de la producción diaria, reporte de ventas y los costos de producción sobre el producto queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L.

Nombre del entrevistado: Fiorela Díaz García.

Cargo que desempeña dentro de la empresa: administradora.

Años de experiencia dentro del cargo en la empresa Perú Cheese S.R.L.: 6 años.

Nombre del entrevistador: José Luis Muñoz Cabrera

Fecha: 09/02/2022 Hora de inicio: 11:30 am Hora de término: 11:50 am

### **Preguntas:**

**1- ¿Cuáles son los principales productos que más vende la empresa Perú Cheese S.R.L?**

El queso suizo, manjar blanco y queso mantecoso.

**2- ¿Cuál es su producto estrella de los productos más vendidos de la empresa Perú Cheese S.R.L?**

El queso tipo suizo.

**3- Cuáles son sus principales insumos para la elaboración de sus productos lácteos de la empresa Perú Cheese S.R.L.?**

El principal insumo de los productos lácteos es la leche.

**4- ¿Cuáles son las presentaciones del queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L?**

Presentación a granel en moldes de 5 kilos aproximadamente y se corta según el requerimiento del cliente, y presentaciones en bolsas termoencogibles selladas al vacío en presentaciones de 1 kg. y 500 gr.

**5- ¿Cuánto es el tiempo de vencimiento aproximado de su producto queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L?**

Fecha de vencimiento del queso fresco es de 3 meses por la maduración que se tiene, pero esto no quiere decir que se malogre, dentro de una buena refrigeración el queso fresco puede durar más tiempo.

**6- ¿Cuánto es su producción diaria del queso fresco de 500 gr. aproximadamente de la empresa Perú Cheese S.R.L.?**

300 moldes de 500 gr.

**7- ¿Cuánto es el precio de venta aproximado del queso fresco de 500 gr. de la empresa Perú Cheese S.R.L?**

El precio de venta del queso fresco de 500 gr. es de 8 soles.

**8- ¿Cuánto es el costo de producción por unidad del queso fresco de 500 gr. aproximadamente de la empresa Perú Cheese S.R.L.?**

El costo de producción del queso fresco de 500 gr. es de 8 soles.

**9- ¿Quiénes son sus principales proveedores de leche?**

Los principales proveedores de leche son 3 empresas grandes como comercializadora la Montalveña, Acopiadora la Candicha, Negociaciones Cabrera, así como también los pequeños productores de leche de la región de Cajamarca, de quienes se recoge la leche a través de un carrito recolector propio de la empresa Peru Cheese S.R.L.

**ANEXO 3:** Ficha de validación del instrumento por un experto.

**FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- 1.1. **EXPERTO:** FERNANDO GUERRERO FIGUEROA
- 1.2. **ESPECIALIDAD:** NEGOCIOS
- 1.3. **CARGO ACTUAL:** DOCENTE UNIVERSITARIO
- 1.4. **GRADO ACADÉMICO:** MBA
- 1.5. **INSTITUCIÓN:** UNIVERSIDAD ESAN
- 1.6. **TIPO DE INSTRUMENTO:** ENCUESTA/ENTREVISTA
- 1.7. **LUGAR Y FECHA:** CAJAMARCA, 29 DE ENERO 2022


**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

Nº	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.		x				
2	Formulado con lenguaje apropiado.		x				
3	Adecuado para los sujetos de estudio.		x				
4	Facilita la prueba de hipótesis.		x				
5	Suficiencia para medir un objetivo específico.		x				
6	Facilita la interpretación del instrumento.		x				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.		x				
8	Expresado en hecho perceptibles.		x				
9	Tiene secuencia lógica.		x				
10	Basado en aspectos teóricos.		x				
<b>TOTAL</b>			40				

**Coefficiente de valoración porcentual:**  $\leq 80\%$

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....  
 .....



.....  
**Firma del Experto**

**ANEXO 4:** Ficha de validación del instrumento por un experto.

**FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- 1.1. **EXPERTO:** PAULO EDUARDO SORIANO TORRES
- 1.2. **ESPECIALIDAD:** COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
- 1.3. **CARGO ACTUAL:** DTC
- 1.4. **GRADO ACADÉMICO:** MAGISTER
- 1.5. **INSTITUCIÓN:** UNPRG
- 1.6. **TIPO DE INSTRUMENTO:** ENCUESTA/ENTREVISTA
- 1.7. **LUGAR Y FECHA:** CAJAMARCA, 03 DE FEBRERO 2022

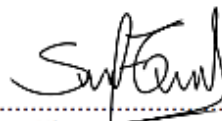
**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.	X					
5	Suficiencia para medir un objetivo específico.	X					
6	Facilita la interpretación del instrumento.	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.	X					
8	Expresado en hecho perceptibles.		X				
9	Tiene secuencia lógica.	X					
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
<b>TOTAL</b>			49				

Coefficiente de valoración porcentual:  $c = \dots 98\% \dots$

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....  
.....



Firma del Experto



**ANEXO 5:** Ficha de validación del instrumento por un experto.

**FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

**I. REFERENCIA**

- 1.1. EXPERTO:** JAMES GAMARRA BANDA
- 1.2. ESPECIALIDAD:** LIC. EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
- 1.3. CARGO ACTUAL:** DOCENTE A TIEMPO COMPLETO DE LA FACULTAD DE NEGOCIOS
- 1.4. GRADO ACADÉMICO:** MAGÍSTER
- 1.5. INSTITUCIÓN:** UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- 1.6. TIPO DE INSTRUMENTO:** ENCUESTA
- 1.7. LUGAR Y FECHA:** CAJAMARCA, 6 DE FEBRERO DEL 2022


**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

Nº	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.		X				
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.			X			
5	Suficiencia para medir un objetivo específico.		X				
6	Facilita la interpretación del instrumento.		X				
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.		X				
8	Expresado en hecho perceptibles.	X					
9	Tiene secuencia lógica.		X				
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
<b>TOTAL</b>		43					

Coefficiente de valoración porcentual:  $c = 86\%$

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....  
 .....

.....  
  
 .....  
**Firma del Experto**

**ANEXO 6:** Lista de los países importadores de queso fresco con partida arancelaria 0406.10.00.00 en el año 2020.

SAR	Importadores	Valor importado en 2020 (miles de USD)	Saldo comercial 2020 (miles de USD)	Cantidad importada en 2020	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2016-2020 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2019-2020 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Mundo	7.283.885	326.149	2.132.019	Toneladas	3.416	7	5	4	100	2.686	0,09	
+	Italia	688.387	388.243	205.938	Toneladas	3.344	1	-1	-10	9,5	987	0,32	19,8
+	Francia	564.937	-4.048	128.064	Toneladas	4.411	9	8	19	7,8	734	0,32	19,8
+	Alemania	559.866	1.157.984	166.463	Toneladas	3.363	5	4	5	7,7	607	0,15	19,8
+	Reino Unido	554.673	-313.641	182.977	Toneladas	3.031	4	0	2	7,6	871	0,16	19,8
+	Corea, República de	396.403	-395.068	100.463	Toneladas	3.945	9	7	14	5,4	9.631	0,28	33,2
+	Japón	369.475	-368.492	85.481	Toneladas	4.322	3	-1	-17	5,1	9.009	0,28	20,5
+	Países Bajos	351.932	-100.909	137.678	Toneladas	2.556	8	7	5	4,8	456	0,23	19,8
+	Bélgica	314.520	1.132	102.312	Toneladas	3.074	9	9	16	4,3	507	0,2	19,8
+	España	295.062	-132.342	89.288	Toneladas	3.305	7	3	-1	4,1	1.448	0,15	19,8
+	Rusia, Federación de	263.307	-22.1942	94.480	Toneladas	2.787	18	11	12	3,6	1.763	0,67	9,2
+	Arabia Saudita	222.580	-187.073	75.613	Toneladas	2.944	5	8	4	3,1	4.607	0,12	4,6
+	China	206.326	-206.313	51.155	Toneladas	4.033	6	6	29	2,8	9.693	0,45	16,7
+	Austria	140.210	19.357	41.474	Toneladas	3.381	9	6	10	1,9	580	0,51	19,8
+	Suiza	138.122	-101.026	28.270	Toneladas	4.886	7	6	10	1,9	523	0,37	27,6
+	Rumania	130.403	-116.703	41.204	Toneladas	3.165	17	12	19	1,8	1.152	0,29	19,8
+	Polonia	128.533	132.704	36.475	Toneladas	3.524	12	6	6	1,8	695	0,25	19,8
+	Suecia	107.742	-95.064	29.822	Toneladas	3.613	9	6	21	1,5	892	0,24	19,8
+	Irlanda	105.888	-50.521	30.762	Toneladas	3.442	16	17	10	1,5	738	0,38	19,8
+	República Checa	92.041	-13.906	30.379	Toneladas	3.030	9	6	-4	1,3	470	0,23	19,8
+	Chile	71.992	-68.719	34.101	Toneladas	2.111	16	15	4	1	6.474	0,33	4,2

Nota: en la tabla se muestra los 20 primeros importadores de queso con partida arancelaria 0406.10.00.00, con algunos atributos para la elección del mercado meta, dicha información fue obtenida de la fuente Trade Map.

ANEXO 7: Business Model Canvas del queso fresco hacia el mercado Paris – Francia.

<p><b>Socio Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores de leche propios de la región de Cajamarca:             <ul style="list-style-type: none"> <li>Comercializadora la Montalveña E.I.R.L. RUC: 20477473505.</li> <li>Acopiadora Candicha E.I.R.L. RUC: 20491718111.</li> <li>Negociaciones Cábrera S.R.L. RUC: 20491822440.</li> </ul> </li> <li>Empresas importadoras y comercializadoras de quesos dentro del mercado Paris-Francia:             <ul style="list-style-type: none"> <li>Agriberia Sarl.</li> <li>Alpagel Languedoc.</li> <li>Biolacte Ferme Durr.</li> <li>Distrisud.</li> <li>Epasta.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Actividad Clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Control de calidad del producto.</li> <li>Capacitación constante en temas de empaquetadura y etiquetado.</li> <li>Capacitaciones acerca de la normatividad europea.</li> </ul> <p><b>Recursos clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Renovación de etiquetas.</li> <li>Registros sanitarios y Fitosanitarios.</li> <li>Un diseñador gráfico.</li> <li>Un agente logístico aduana.</li> <li>Un bróker.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sabor y textura.</li> <li>-Registros sanitarios.</li> <li>-Propiedades Nutritivas como:             <ul style="list-style-type: none"> <li>Buena fuente de calcio.</li> <li>Vitaminas A, B y D.</li> <li>Magnesio</li> <li>Sodio</li> <li>Potasio.</li> <li>Rico en grasas saludables.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Cliente</b></p> <p>Relación indirecta a través de intermediarios en establecimientos ya posicionados dentro de Paris-Francia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fromages et Ramage.</li> <li>La Fromagerie Goncourt.</li> <li>Fromagerie Beaufils.</li> <li>Le Zingam.</li> <li>Ottanta.</li> </ul> <p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Venta en centros comerciales y tiendas de productos lácteos ya posicionadas en dicho mercado.</li> <li>Publicidad en sitios web, redes sociales y tienda online de terceros.</li> </ul>	<p><b>Segmento de cliente</b></p> <p><b>Análisis de la demanda Internacional.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Equivalente Ad - Valorem.</li> <li>La tasa de crecimiento del PBI.</li> <li>El valor Importado 2020 (USD).</li> <li>El precio Referencial 2020 (USD/KG).</li> <li>La tasa de crecimiento promedio 2016-2020.</li> <li>La concentración de la demanda 2020.</li> <li>El saldo comercial</li> <li>La participación en las importaciones mundiales.</li> </ul> <p><b>Perfil del consumidor</b></p> <p>Público en general de la clase social C y D el cual busca:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Productos de calidad.</li> <li>Productos que beneficien la salud.</li> <li>Productos novedosos y de preferencia internacional.</li> </ul>
<p><b>Estructura de costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La empresa Perú Cheese S.R.L., necesitara de S/. 200,400 soles anuales para una mejor producción, control de calidad, renovación de etiquetas y empaquetado de dicho producto.</li> </ul>		<p><b>Medios de Pago</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Carta de crédito con 0% de anticipo.</li> <li>Transferencias internacionales con 50% de anticipo y el 50% restante una vez entregado la mercancía en el país destino.</li> </ul>		

**ANEXO 8:** Costos de implementación de la empresa Peru Cheese S.R.L, con miras hacia la exportación de quesos frescos a Paris – Francia.

Principales Costos de queso fresco	Costos Mensuales	Costos Anuales
Asistente de ventas online	S/.1,200	S/.14,400
Diseño, creación y actualizaciones de página web	S/.500.00	S/.6,000
Renovación de etiquetas y empaques	S/.3,000.00	S/.36,000
Personal de control de calidad y producción	S/.8,000.00	S/.96,000
Capacitación del personal	S/.1,000.00	S/.12,000
Insumos y materia prima	S/.2,000.00	S/.24,000
Uso de agua y luz	S/.1,000.00	S/.12,000
<b>Costo total</b>	<b>S/.16,700</b>	<b>S/.200,400</b>

*Nota:* en el gráfico se muestra los costos mensuales y anuales que la empresa Perú Cheese S.R.L., tendrá que asumir anualmente para la implementación, producción y exportación de quesos frescos hacia el mercado parisino en base a 2100 unidades de 500 gr.

## ANEXO 9: Aranceles aduaneros del queso fresco.

### Customs tariffs <sup>①</sup>

For product **0406108080** – “Fresh cheese “unripened or uncured cheese”, incl. whey cheese and curd of a fat content, by weight, of > 40% : Other”

Exported from **Peru** to **France**

Tariff year: **2021 (HS Rev.2017)**

Source : ITC (Market Access Map)


Tariff regime <sup>①</sup>	Applied Tariff <sup>①</sup>	AVE <sup>①</sup>	Note
MFN duties (Applied) <sup>②</sup>	221.2 EUR/100 kg	59.64%	Duty applicable over the TRQ <sup>▲</sup>
<b>WTO Tariff Rate Quota</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><sup>②</sup> Inside-quota Tariff <sup>①</sup> : 106.4 EUR/100 kg</li> <li><sup>▲</sup> TRQ Quantity limit <sup>①</sup> : 19525 tonnes</li> <li><sup>②</sup> Product coverage <sup>①</sup> : 0406103090; 0406105090; 0406108080; 0406200000; 0406303100; 0406303900; 0406309000; 0406401000; 0406405000; 0406409000; 0406901700; 040... <span style="float: right;">[+]</span></li> <li><sup>②</sup> Country coverage <sup>①</sup> : All countries</li> <li><sup>②</sup> Administration method <sup>①</sup> : Licenses on demand <span style="float: right;">[-]</span></li> </ul>			
Preferential tariff for Peru <sup>②</sup>	0%	0%	Trade agreement details <sup>▲</sup>
Agreement information	Rules of origin	Certificate of origin	
<b>NAME</b> FTA, CAN-EU  <b>IN FORCE <sup>①</sup></b> 2013-03-01  <b>TYPE</b> Free trade agreement	<ul style="list-style-type: none"> <li><sup>②</sup> Chapter On Rules Of Origin</li> <li><sup>②</sup> Full Text Of Agreement</li> <li><sup>②</sup> Product-Specific Rules Of Origin</li> <li><sup>②</sup> WTO Notification</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><sup>②</sup> Certificate Of Origin</li> </ul>	


## ANEXO 10: Requisitos reglamentarios para la exportación de queso fresco al mercado


Paris - Francia.


**A120 - Geographical restrictions on eligibility** 4 ▲


**1. Geographical restrictions on eligibility**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Animals and animal products Council Directive 96/23/EC (OJ L-125 23/05/1996) (CELEX 31996L0023) outlines the procedure to evaluate whether when importing animals and animal products, the guarantees on residues of chemical substances presented by a third country can be deemed equivalent to those requested to the products produced under EU rules. Such products shall only be imported from authorised countries included in the list published in Commission Decision 2011/163/EU (OJ L-70 17/03/2011) (CELEX 32011D0163). Inclusion and retention on this list shall be subject to submission by the third country concerned of a plan setting out the guarantees which it offers as regards the monitoring of the groups of residues and substances referred to in Annex I to the Directive.


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...

 *Additional comments* : Pesticide residues in plant and animal products in...


**2. Geographical restrictions on eligibility**

**3. Geographical restrictions on eligibility**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Hence, these products can only be imported into the European Union (EU) if they come from an approved establishment of a third country included in a positive list of eligible countries for the relevant product, are accompanied by the proper health certificates, and have succeeded the mandatory control at the pertinent Member State's border inspection post (BIP). Compliance with these requirements is closely related to the fulfilment of certain conditions laid down in order to protect public and animal health. However, the European authorities might suspend imports from all or part of the third country concerned or take interim protective measures when products may present any risk for public or animal health as in the case of dangerous diseases outbreaks.


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...


**A140 - Authorization requirement for SPS reasons for importing certain products** 1 ▼


**Authorization requirement for SPS reasons for importing certain products**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Plants, plant products and their protection Regulation (EC) No 1107/2009 of the European Parliament and of the Council (OJ L-309 24/11/2009) (CELEX 32009R1107) lays down rules and procedures for active substances to be marketed in the EU and for the authorisation by Member States of plant protection products containing them. Active substances cannot be used in plant protection products unless they are included in a positive EU list. Such substances are included in the EU Pesticide Database. Once a substance is included in the list, Member States may authorise the use of products which contain it.


 *Validity* : from 01.2017

 *Other countries affected* : ...

 *Additional comments* : Pesticide residues in plant and animal products in...


**A210 - Tolerance limits for residues of or contamination by certain (non-microbiological) substances** 5 ▲

**1. Tolerance limits for residues of or contamination by certain (non-microbiological) substances**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Control of pesticide residues in the EU: the maximum residue levels (MRLs) As from 1 September 2008, Regulation (EC) No 396/2005 of the European Parliament and of the Council (OJ L-70 16/03/2005) (CELEX 32005R0396) defines a fully harmonised set of rules for pesticide residues. This Regulation lays down provisions for the setting of EU pesticide maximum residue levels (MRLs) in food and feed. Imports of plant and animal products must comply with such MRLs set by the European Commission to protect consumers from exposure to unacceptable levels of pesticide residues. Annexes to Regulation (EC) No 396/2005 of the European Parliament and of the Council set out the list of products subject to control and MRLs applicable to them: The list of products to which the MRLs apply has been established in Annex I, which includes animal products, fruits, vegetables, cereals, spices and certain edible plants. The list of EU definitive MRLs is laid down in Annex II. The so-called EU temporary MRLs (pesticides for which, befor






 *Validity* : from 01.2017

 *Other countries affected* : ...






 *Additional comments* : Pesticide residues in plant and animal products in...

## ANEXO 11: Requisitos reglamentarios para la exportación de queso fresco al mercado Paris - Francia.






### 2. Tolerance limits for residues of or contamination by certain (non-microbiological) substances

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Directive 2002/32/EC introduced several major amendments. The most important prohibits the dilution of contaminated feed materials. This Directive includes maximum limits for heavy metals such as arsenic, lead, mercury and cadmium as well as for dioxin, aflatoxin, certain pesticides, and botanical impurities in certain feed materials, feed additives and feedingstuffs. In addition, several Commission Recommendation have been adopted in relation to the presence of mycotoxins, in particular ochratoxin A, deoxynivalenol, zearalenone, fumonisins, T-2 and HT-2 toxin in cereals and cereal products intended for animal feed.
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...

### 3. Tolerance limits for residues of or contamination by certain (non-microbiological) substances

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : In order to ensure a high level of consumer protection, imports into the European Union (EU) of foodstuffs should comply with EU legislation designed to ensure that food placed on the market is safe to eat and does not contain contaminants at levels which could threaten human health. Contaminants may be present in food (including fruits and vegetables, meat, fish, cereals, spices, dairy products, etc.) as a result of the various stages of its production, packaging, transport or holding, or also might result from environmental contamination. Council Regulation (EEC) No 315/93 of 8 February 1993 laying down Community procedures for contaminants in food (OJ L-37 13/02/1993) (CELEX 31993R0315), regulates the presence of such contaminants in foodstuffs in the EU:
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Contaminants in foodstuffs. •Section 1 – sets limi...

### 4. Tolerance limits for residues of or contamination by certain (non-microbiological) substances

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Maximum residue levels (MRLs) set by the EU Commission to protect consumers from exposure to unacceptable levels of Pesticides Residues in food and feed
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...






## A310 - Labelling requirements <sup>①</sup>

2 ▼

### 1. Labelling requirements

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Food or feed, which is placed or is likely to be placed on the market in the EU, shall also be adequately labelled or identified to facilitate its traceability, through relevant documentation or information on the product particulars. Therefore, traceability allows: ♦Responding to potential risks that may arise in food and feed, ♦Targeted withdrawals of unsafe food from the market ♦ The provision of accurate information to the public, thereby minimising disruption to trade
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Food and and feed products ...






### 2. Labelling requirements

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : There are two types of labelling provisions which are applicable to foodstuffs: General rules on food labelling: Name of the food ; List of ingredients; Net quantity; Minimum durability date; Minimum durability date; storage conditions or conditions of use; Country of origin or place of provenance; Instructions of use ; Alcoholic strength ;Lot marking ; Nutrition declaration Specific provisions for certain groups of products: Labelling of Genetically Modified (GM) food and novel food Labelling of foodstuffs for particular nutritional purposes Labelling of food additives and flavourings Labelling of materials intended to come into contact with food Labelling of particular foodstuffs The new Regulation (EU) No 1169/2011 of the European Parliament and of the Council on the provision of food information to consumers (OJ L-304 22/11/2011) (CELEX 32011R1169) changes existing legislation on food labelling. Such a regulation lays down provisions on: Mandatory nutrition information on processed foods; Mandatory origin
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : All foodstuffs marketed in the European Union (EU)...

## A400 - Hygienic requirements related to SPS conditions <sup>①</sup>

2 ▲

### 1. Hygienic requirements related to SPS conditions

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : "Council Directives covering the hygiene of foodstuffs and the production and placing on the market of products of animal origin. They innovate in making a single, transparent hygiene policy applicable to all food and all food operators right through the food chain "from the farm to the fork", together with effective instruments to manage food safety and any future food crises throughout the food chain."
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...

### 2. Hygienic requirements related to SPS conditions

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : General requirements for feed hygiene according to Regulation (EC) No 1831/2005 of the European Parliament and of the Council (OJ L-35 08/02/2005) (CELEX 32005R0183);
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...





## ANEXO 12: Requisitos reglamentarios para la exportación de queso fresco al mercado


### Paris - Francia.


**A630 - Food and feed processing** 2 ▼


**1. Food and feed processing**

 *Legislation title* : NA


 *Legislation summary* : Approved establishments: In addition to country approval, most products of animal origin may only be imported into the EU if they have been dispatched from, and obtained or prepared in, establishments (slaughterhouse, cutting plant, process plant, etc) that appear on a list approved by the Directorate General for Health and Consumers (DG SANCO).


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...


**2. Food and feed processing**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : In addition, if these products are intended for animal nutrition, they shall also comply with the general rules on: ♦ General requirements for feed hygiene according to Regulation (EC) No 1831/2003 of the European Parliament and of the Council (OJ L-35 08/02/2003) (CELEX 32003R0183); ♦ Specific marketing and labelling requirements for feed materials, compound feedingstuffs and feedingstuffs intended for particular nutritional purposes; ♦ Special rules for the marketing of feed and the use of certain products in animal nutrition, concerning bioproteins, Genetically Modified Organisms (GMOs) and additives;


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...


**A820 - Testing requirement** 1 ▲


**Testing requirement**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Upon importation into the EU, samples of consignments may be drawn and tested for residues by national reference laboratories in the Member States. The conditions of such sampling and testing are described in Commission Regulation (EC) No 136/2004 (OJ L-21 28/01/2004) (CELEX 32004R0136).


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : The products concerned by this requirement are: bo...


**A830 - Certification requirement** 2 ▲


**1. Certification requirement**

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Health certificate: Imports of these products into the EU must be accompanied by a health certificate signed by the representative of the competent authority of the exporting third country certifying that the products in question are suitable to be exported to the EU. There are different models of certificate set forth in the EU legislation, which vary according to the type of product concerned, the use intended and/or the special conditions that may be laid down for those particular product. The models of health certificates for imports of animal by-products are published in Annex XV to Commission Regulation (EU) No 142/2011.

 *Validity* : from 01.2017

 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...





## ANEXO 13: Requisitos reglamentarios para la exportación de queso fresco al mercado

### Paris - Francia.


#### 2. Certification requirement

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Health certificates: Imports of products of animal origin into the EU must be accompanied by a health certificate signed by the representative of the competent authority in the exporting third country certifying that the products in question are suitable to be exported to the EU. There are different models of certificate set forth in EU legislation which vary according to each category of products, animal species concerned and/or special health conditions that may be laid down for those particular products.

 *Validity* : from 01.2017

 *Other countries affected* : ...

 *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...





#### A840 - Inspection requirement <sup>①</sup>


2 ▲


##### 1. Inspection requirement

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Hence, these products can only be imported into the EU if they come from an approved establishment of a third country included in a positive list of eligible countries for the relevant product, are accompanied by the proper health certifications and have succeeded the mandatory controls at the pertinent Member State's border inspection post (BIP). However, the European authorities might suspend imports from all or part of the third country concerned or take interim protective measures when products may present any risk for public or animal health as in the case of dangerous diseases outbreaks.

 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...



##### 2. Inspection requirement

 *Legislation title* : NA


 *Legislation summary* : These products can only be imported into the European Union (EU) if they come from an approved establishment of a third country included in a positive list of eligible countries for the relevant product, are accompanied by the proper health certificates, and have succeeded the mandatory control at the pertinent Member State's border inspection post (BIP). Compliance with these requirements is closely related to the fulfilment of certain conditions laid down in order to protect public and animal health.


 *Validity* : from 01.2017


#### A850 - Traceability requirements <sup>①</sup>


3 ▲


##### 1. Traceability requirements

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Health control of products of animal origin for human consumption. Imports of products of animal origin intended for human consumption must comply with the following health requirements related to: 1.Health conditions related to the public and the livestock protection 2.Country health approval 3.Approved Establishments 4.Health certificates 5.Health control Hence, these products can only be imported into the European Union (EU) if they come from an approved establishment of a third country included in a positive list of eligible countries for the relevant product, are accompanied by the proper health certificates, and have succeeded the mandatory control at the pertinent Member State's border inspection post (BIP). Compliance with these requirements is closely related to the fulfilment of certain conditions laid down in order to protect public and animal health.


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...





##### 2. Traceability requirements

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Traceability requirements:Health control: Upon arrival, the products and the accompanying certificates must be verified and checked by the veterinarian officials in accordance with the provisions laid down in Council Directive 97/78/EC (OJ L-24 30/01/1998) (CELEX 31997L0078). Applying the procedures laid down by Commission Regulation (EC) No 136/2004 (OJ L-21 28/01/2004) (CELEX 32004R0136), the result of the inspection shall be reflected in the Common Veterinary Entry Document (CVED).


 *Validity* : from 01.2017


 *Other countries affected* : ...


 *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...




##### 3. Traceability requirements

 *Legislation title* : NA

 *Legislation summary* : Traceability The EU Law defines traceability as the ability to trace and follow any food, feed, food-producing animal or substance that will be used for consumption, through all stages of production, processing and distribution.






 *Validity* : from 01.2017

 *Other countries affected* : ...






## ANEXO 14: Requisitos reglamentarios para la exportación de queso fresco al mercado Paris - Francia.

**B310 - Labelling requirements** 4 ▲






**1. Labelling requirements**

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Labelling and nutrition Foodstuffs for particular nutritional purposes
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products of animal origin for human consumption ...

**2. Labelling requirements**






-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Organic products from third countries may only be placed on the EU market when they are labelled as products with indications referring to organic production, if they have been produced in accordance with production rules and subject to inspection arrangements that are in compliance with, or equivalent to Community legislation
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products from organic production, live or unproces...

**3. Labelling requirements**

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Specific marketing and labelling requirements for feed materials, compound feedingstuffs and feedingstuffs intended for particular nutritional purposes
-  *Validity* : from 01.2017
-  *Other countries affected* : ...
-  *Additional comments* : Products of animal origin not intended for human c...

**E125 - Licensing for the protection of public health** 1 ▲

**Licensing for the protection of public health**

-  *Legislation title* : NA
-  *Legislation summary* : Special provisions on Genetically Modified (GM) food EU legislation provides a single authorisation procedure, which is valid throughout the EU, for the placing on the market of food containing, consisting of or derived from Genetically Modified Organisms (GMOs). Depending on whether or not the GMO is to be used in food and feed with previous cultivation in the EU, applicants for the authorisations should proceed as follows: If the GMO is to be used in food or feed without cultivation: application for a GMO authorisation for food and feed purposes If the GMO is to be used in food or feed with previous cultivation in the EU: application for a GMO authorisation for cultivation and food/feed purposes The application for a GMO authorisation shall include a dossier with experimental data (summaries, results and annexes of the studies referred) and a risk assessment, and be submitted according to the provisions of Annex I to Regulation (EU) No 503/2013 of 3 April 2013 (OJ L-157 08/06/2013) (CELEX 32013R0503). The a
-  *Validity* : from 01.2018
-  *Other countries affected* : World ...
-  *Additional comments* : Genetically Modified (GM) food and/or novel food ...

**ANEXO 15:** Producción nacional de leches industriales y derivados lácteos de la agroindustria láctea, Toneladas, 2015 – 2020.

Categorías	2015	2017	2019	2020 P/	Part. % 2020	Var. % 19/20	Var. % 15/20
<b>A. Leches industriales</b>	<b>649 960</b>	<b>629 274</b>	<b>637 819</b>	<b>633 072</b>	<b>100,00%</b>	<b>-0,74%</b>	<b>-2,60%</b>
Evaporada	499 856	459 133	455 242	472 959	74,71%	3,89%	-5,38%
Pasteurizada	143 437	163 788	174 523	154 287	24,37%	-11,60%	7,56%
Leche Condensada	6 666	6 353	8 053	5 826	0,92%	-27,66%	-12,60%
<b>B. Derivados lácteos</b>	<b>245 235</b>	<b>198 081</b>	<b>211 453</b>	<b>217 147</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,69%</b>	<b>-11,45%</b>
Yogurts	207 204	160 224	168 054	173 954	80,11%	3,51%	-16,05%
Queso Madurado (tipo suizo)	14 229	12 844	15 710	15 629	7,20%	-0,52%	9,83%
Manjar blanco	6 247	6 565	6 960	7 201	3,32%	3,46%	15,28%
Mantequilla	4 526	4 942	5 616	7 079	3,26%	26,06%	56,41%
Queso fresco	6 491	6 254	6 623	6 720	3,09%	1,46%	3,53%
Cremas	5 866	6 710	7 945	6 017	2,77%	-24,26%	2,58%
Queso mantecoso	672	541	545	547	0,25%	0,37%	-18,61%
<b>Total (A + B)</b>	<b>895 195</b>	<b>827 355</b>	<b>849 272</b>	<b>850 219</b>	<b>-</b>	<b>0,11%</b>	<b>-5,02%</b>

P/ Dato preliminar.

Fuente: Midagri (2021).

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia del Indecopi.

**ANEXO 16:** Venta nacional de leches industriales y derivados lácteos de la agroindustria láctea, Toneladas, 2015 – 2020.

Categorías	2015	2017	2019	2020 P/	Part. % 2020	Var. % 19/20	Var. % 15/20
<b>A. Leches industriales</b>	<b>591 032</b>	<b>613 148</b>	<b>575 510</b>	<b>621 952</b>	<b>100,00%</b>	<b>8,07%</b>	<b>5,23%</b>
Evaporada	453 749	438 721	409 199	464 565	74,69%	13,53%	2,38%
Pasteurizada	131 771	168 649	159 975	152 306	24,49%	-4,79%	15,58%
Leche Condensada	5 512	5 777	6 337	5 081	0,82%	-19,82%	-7,83%
<b>B. Derivados lácteos</b>	<b>226 233</b>	<b>195 987</b>	<b>212 502</b>	<b>210 016</b>	<b>100,00%</b>	<b>-1,17%</b>	<b>-7,17%</b>
Yogurts	192 183	159 152	152 745	167 295	79,66%	9,53%	-12,95%
Queso Madurado (tipo suizo)	12 872	12 676	34 695	15 948	7,59%	-54,03%	23,90%
Manjar blanco	5 612	6 221	6 221	7 201	3,43%	15,75%	28,32%
Mantequilla	3 857	4 584	5 261	6 761	3,22%	28,52%	75,28%
Queso fresco	5 927	5 991	5 970	6 584	3,13%	10,28%	11,08%
Creamas	5 165	6 820	7 108	5 678	2,70%	-20,12%	9,94%
Queso mantecoso	618	542	502	548	0,26%	9,24%	-11,29%
<b>Total (A + B)</b>	<b>817 265</b>	<b>809 134</b>	<b>788 012</b>	<b>831 968</b>	<b>-</b>	<b>5,58%</b>	<b>1,80%</b>

P/ Dato preliminar.

Fuente: Midagri (2021).

Elaboración: Dirección Nacional de Investigación y Promoción de la Libre Competencia del Indecopi.

**ANEXO 17:** Operacionalización y categorización de la variable Demanda Internacional.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Demanda Internacional</b>	<p>“Es el conjunto de bienes y servicios que los usuarios están dispuestos a obtener en un mercado a un precio y en un tiempo determinado.”. (Herrera, 2020)</p>	Macrosegmentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales Importadores.</li> <li>- Principales competidores</li> <li>- Análisis del tratamiento arancelario (EAV)</li> <li>- Exportaciones peruanas</li> <li>- Selección del mercado meta.</li> </ul>
		Microsegmentación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales importaciones en el mercado meta.</li> <li>- Exportaciones peruanas hacia el mercado meta.</li> <li>- Perfil del consumidor.</li> </ul>

**ANEXO 18:** Operacionalización y categorización de la variable Exportación.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>Exportación</b>	<p>“Es la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas y servicios para su uso y consumo en el exterior”.</p> <p>(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.)</p>	<p>Barreras arancelarias y para arancelarias</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arancel.</li> <li>- Licencias de importación.</li> <li>- Normas de seguridad de los productos.</li> <li>- Especificaciones técnicas del producto.</li> <li>- El mercado CE y el numero de partida en la evaluación.</li> <li>- Normas de comercialización (envases y residuos, tamaño de los envases, etc).</li> <li>- Requisitos de etiquetado y embalaje.</li> <li>- Requisitos medio ambientales.</li> <li>- Requisitos sanitarios y fitosanitarios.</li> </ul>
		<p>Costos de exportación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos de producción.</li> <li>- Costos de exportación en Incoterms:</li> <li>- Ex Works (EXW).</li> <li>- Free on Board (FOB).</li> <li>- Free Carrier (FCA).</li> <li>- Cost and Freight (CFR).</li> <li>- Cost, Insurance and Freight (CIF).</li> <li>- Delivered Duty Paid (DDP).</li> </ul>

**ANEXO 19:** Matriz de Consistencia: De la demanda Internacional para la exportación de queso fresco de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cuál será el resultado del análisis de la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese SRL en Cajamarca?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Análisis de la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020.</p> <p>Objetivos específicos: -Análisis de la macro segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020. -Análisis de la micro segmentación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020. -Análisis de las barreras arancelarias y para arancelarias para determinar la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020. -Análisis de costos de exportación para determinar la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese S.R.L., Cajamarca, 2020.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b></p> <p>-El resultado de analizar la demanda internacional para la exportación de queso de la empresa Perú Cheese S.R.L. en Cajamarca es factible.</p>	<p><b>Tipo:</b> Mixta</p> <p><b>Diseño:</b> Dexplis</p> <p><b>Medición:</b> Transversal.</p>	<p><b>Población:</b> Conformada por 16 trabajadores de la empresa Perú Cheese S.R.L. de Cajamarca 2020.</p> <p><b>Tipo de muestreo:</b> No Probabilística por conveniencia.</p> <p><b>Tamaño de muestra:</b> La muestra es de 1 persona encargada de la supervisión de la empresa Perú Cheese S.R.L. con conocimientos en la producción, costos de producción, ventas y ganancias diarias.</p>	<p><b>Variable 1:</b> Demanda Internacional del Queso</p> <p><b>Técnica:</b> Análisis Documental.</p> <p><b>Instrumento:</b> Guía documental</p> <p><b>Tiempo promedio:</b> 20 minutos</p> <p><b>Forma de administración:</b> Individual</p> <p><b>Variable 2:</b> Exportación</p> <p><b>Técnica:</b> Entrevista</p> <p><b>Instrumento:</b> Guía de Entrevista</p> <p><b>Tiempo promedio:</b> 20 minutos</p> <p><b>Forma de administración:</b> Individual</p> <p><b>Ciudad:</b> Cajamarca</p> <p><b>Año:</b> 2020</p>