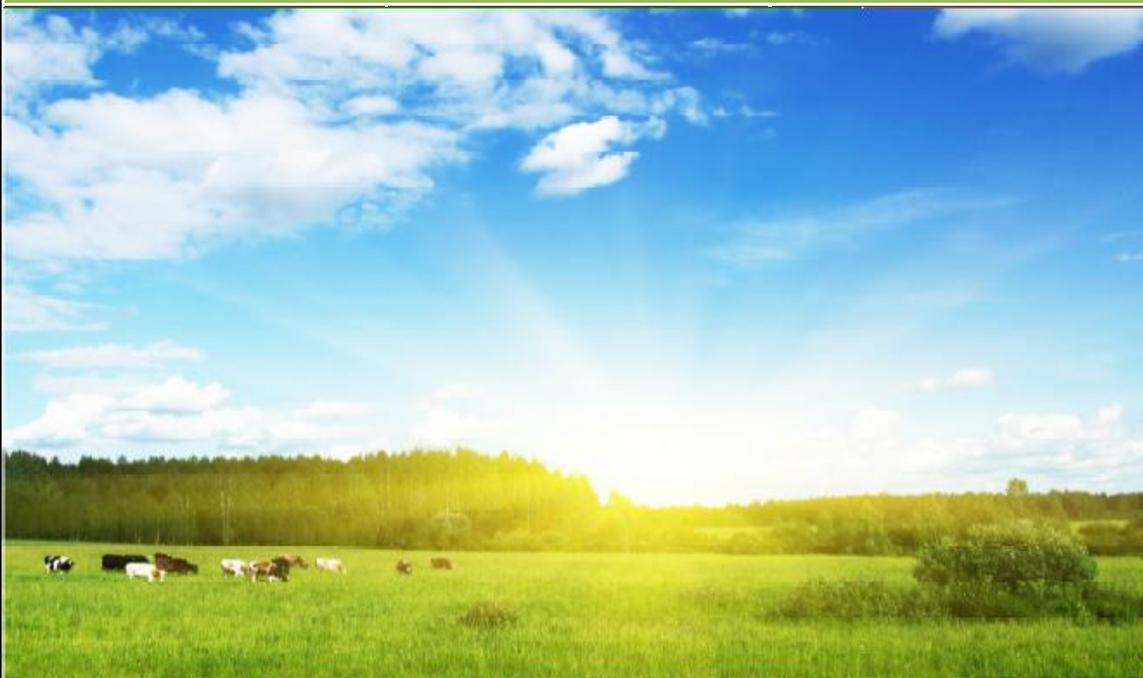




Estudio de mercado de quesos en Nicaragua y El Salvador

CEI Nicaragua



2015

JUNIO 2015

Contenido

1.	Introducción	4
2.	Análisis del mercado	5
2.1.	Análisis de las exportaciones de queso de Nicaragua.....	5
2.2.	Importaciones de Quesos en Nicaragua	6
2.3.	Precio del queso seco en el mercado por mayor en Nicaragua.....	7
2.4.	Potenciales compradores en Nicaragua.....	7
2.5.	Exportaciones de Quesos Nicaragüense al mercado de El Salvador.....	13
2.6.	Normativas aplicadas en Nicaragua para la producción de quesos.....	14
2.7.	trámites de exportación de de Nicaragua.....	15
3.	Mercado mundial	16
4.	Mercado Regional Meta: El Salvador	19
4.1.	Información General de El Salvador.....	19
4.2.	Demanda total de quesos de El Salvador.....	19
4.3.	El Salvador: precios del queso duro blando	22
5.	Política comercial	27
6.	Requisitos de acceso de queso a El Salvador	27
6.1.	Requisitos de Exportación de Nicaragua hacia El Salvador.....	27
6.2.	Requisitos específicos para quesos.....	30
➤	Embalaje de madera	31
➤	Laboratorios de análisis de alimentos.....	32
➤	Registro Sanitario	32
7.	Guías y pasos para gestiones	33
7.1.	Requisitos y mecanismos para el otorgamiento del registro sanitario.....	33
7.2.	Requisitos y mecanismos para la inscripción sanitaria:	35
7.4.	Pasos para el registro de marca registro Propiedad Intelectual	36
7.5.	Procedimientos para el Registro de Marcas	37
7.6.	Pasos para el Registro de Código de barra.....	40
8.	Estrategias de mercadeo.....	41
8.1	Objetivo general de la estrategia	41
8.2	Posición actual de NICACENTRO	41
8.3	Posición esperada de NICACENTRO	42

8.4	Implementación de la Estrategia.....	42
8.5	Plan publicitario	45
8.6	Plan Promocional	47
9.	PRINCIPALES HALLAZGOS.....	48
9.	anexos	52

1. INTRODUCCIÓN

El sector de productos lácteos es un mercado con gran potencial para Nicaragua, tomando en cuenta la creciente demanda, tanto en el mercado internacional como en el regional y nacional.

En el año 2014 la demanda mundial de lácteos, específicamente de quesos y requesón, tuvo un valor de \$29, 125,210 miles de dólares, superior a la demanda de leche y crema, con valores de \$ 8,271,975miles de dólares, mantequilla, con valores importados de \$ 7,226,051miles de dólares y yogurt, con importaciones de \$ 4,086,928miles de dólares, en ese año.¹ Este comportamiento creciente resulta de gran interés para la Cooperativa de Productores de Leche “NICACENTRO”, interesada en el procesamiento de queso pasteurizado, en la adecuación de su producto y posicionamiento de su marca en mercados locales, nacionales y exteriores.

Sin embargo, para el aprovechamiento de esta demanda creciente de productos lácteos surge la necesidad de conocer el comportamiento de los grupos metas y adaptarse a los mercados de interés, a fin de cumplir con los requisitos y exigencias demandadas por los mismos, tomando en cuenta la competencia y manteniéndose actualizado en la información relativa al tema.

Es por ello el esfuerzo que se realiza de apoyo a la Cooperativa NICACENTRO con la alianza de diferentes socios, como Fundación Solidaridad, Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), CATIE, HEIFER y CEI Nicaragua.

El presente documento muestra diferentes componentes para facilitar la inserción al mercado nacional y de El Salvador de un producto lácteo de valor agregado, como es el queso.

En la primera parte se presenta el análisis del mercado, que incluye análisis de las exportaciones e importaciones por tipo de queso de Nicaragua, observándose que existe demanda insatisfecha de quesos en el mercado nacional. Asimismo, este acápite incluye potenciales compradores nacionales, las normativas obligatorias aplicadas en Nicaragua, y los trámites previos de exportación en general.

El siguiente acápite muestra la demanda del mercado mundial y luego se describe y analiza la demanda por tipo de queso del mercado regional meta, incluyendo los precios de por mayor. El siguiente punto describe la política comercial y luego los requisitos de acceso de ese mercado.

Le siguen Guías, pasos y gestiones para obtener el registro sanitario, tablas nutricionales, registro de merca y código de barra. Finalizando con la estrategia de mercadeo.

¹ Fuente: Base de datos de Comercio de Exterior de las Naciones Unidas. Comtrade.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

Descripción General del Producto

Queso fresco o madurado, sólido o semisólido, obtenido a partir de la coagulación de la leche (a través de la acción del cuajo u otros coagulantes, con o sin hidrólisis previa de la lactosa) y posterior separación del suero. El queso es un derivado de la leche, por lo tanto no tiene nombre científico.

Tipos de quesos producidos en Nicaragua

Los tipos de quesos existentes en Nicaragua se componen principalmente de morolique y quesillo. Pero además, se encuentran el queso mozzarella, queso cheddar, queso fresco, queso de crema, queso de crema ahumado, queso ahumado, entre otros.

2.1. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DE QUESO DE NICARAGUA

Nicaragua exporta diferentes tipos de quesos, que en su conjunto alcanzan un valor total de U\$96,137.79 miles de dólares, sobresaliendo el queso morolique con un valor de U\$43,890.55 miles de dólares lo que representa una participación del 46% del total de queso exportado. Le sigue el queso fundido con valor de U\$27,005.39 miles de dólares y participación del 28%, el tercer lugar es para el queso mozzarella, con valor de U\$20,756.38 miles de dólares y participación del 22%.

Los principales destinos del queso de Nicaragua son: El Salvador con el primer lugar con participación del 80% del total de queso exportado por Nicaragua, siendo los principales tipos de quesos importados por ese país, el queso morolique (U\$29,220 miles de dólares), queso fundido (U\$26,461.99 miles de dólares) y el mozzarella (U\$20,402.32 miles de dólares), con ese orden de importancia.

En la tabla siguiente observamos los diferentes tipos de quesos exportados por Nicaragua en los años 2013 y 2014, en dólares, y su participación en el mercado, ocupando el primer lugar "Otros tipos de quesos, que incluye el queso morolique" con valor de U\$43,890.5 miles de dólares, equivalente al 46% de participación. En segundo lugar está el queso fundido con valor de U\$27,005.3 miles de dólares y equivalente al 28%. En tercer lugar el queso mozzarella rayado con U\$20,756.3 miles de dólares, equivalente al 22%.

Nicaragua: Exportaciones de quesos 2013-2014

Tipo de queso	2013		2014		Particip. %
	KG	U\$	KG	U\$	
Otros Quesos, inc. el morolique	12,338,899	35,149,226	15,163,258	43,890,554	46%
Queso Fundido	11,041,789	28,888,390	10,191,333	27,005,392	28%
Queso Mozzarella, rayado	3,212,573	13,959,126	4,838,855	20,756,384	22%
Otros quesos frescos	2,181,958	4,129,136	2,430,575	3,787,680	4%
Queso tipo cheddar, en bloque	160,140	645,236	111,486	494,503	1%
Queso rayado	0	0	42,000	203,280	0%
Los demás quesos	1,779,746	7,249,978	0	0	0%
Total Importaciones de queso	30,715,104	90,021,091	32,777,507	96,137,792	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduana.

2.2. IMPORTACIONES DE QUESOS EN NICARAGUA

Sin embargo, el mercado de Nicaragua también es importador de diferentes tipos de quesos. En el cuadro de abajo, observamos que entre los principales tipos de quesos importados están, en primer lugar los “Otros quesos madurados” con U\$1,880.46 miles de dólares. En segundo lugar, Queso mozzarella rayado con U\$1,787.67 miles de dólares. En tercer lugar Otros Quesos frescos U\$557.24 miles de dólares y en cuarto lugar Queso fundido con U\$504.5 miles de dólares. Totalizando tenemos que en el año 2014 se importó un total de U\$6,264.22 miles de dólares. Lo anterior nos indica que existe potencial en el mercado nacional para los quesos.

Nicaragua: Importaciones de quesos 2013-2014

Quesos	2010		2011		2012		2013		2014	
	KG	U\$	KG	U\$	KG	U\$	KG	U\$	KG	U\$
Otros Quesos, incluye el morolique	269,202	1,433,615	255,078	1,292,089	263,625	1,441,133	255,910	1,439,070	325,694	1,880,464
Queso Mozzarella, rayado	0	0	0	0	0	0	160,037	834,912	323,876	1,787,679
Otros quesos frescos	36,207	184,984	138,410	485,013	172,783	611,310	82,926	264,752	152,081	557,245
Q. Fundido	117,777	454,085	58,557	274,311	77,238	375,708	92,623	436,335	92,590	504,507
Los demás tipos de quesos rayados	80,337	452,044	76,641	464,763	89,697	537,436	79,682	494,207	67,411	480,472
Mozzarella fresco	0	0	0	0	0	0	45,612	269,266	65,863	447,848
Q. Tipo cheddar, en bloque o barra	35,716	184,132	21,388	120,677	31,220	178,306	29,290	189,522	56,051	378,540
Queso tipo cheddar, deshidratado	33,590	163,637	1,055	6,429	1,122	8,011	24,828	146,207	15,829	98,202
Los demás tipos quesos pulverizados	0	0	10,200	73,988	9,697	73,235	15,247	115,345	12,099	92,805
Q. pasta azul	5,219	34,877	3,798	29,100	3,975	30,173	5,039	33,211	5,219	36,459
Total exportación de quesos	578,048	2,907,374	565,126	2,746,370	649,357	3,255,312	791,193	4,222,827	1,116,715	6,264,220

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduana.

2.3. PRECIO DEL QUESO SECO EN EL MERCADO POR MAYOR EN NICARAGUA

Estos precios son del mercado de venta al por mayor. El menor precio se observa en el mes de junio y el más alto en febrero y marzo.

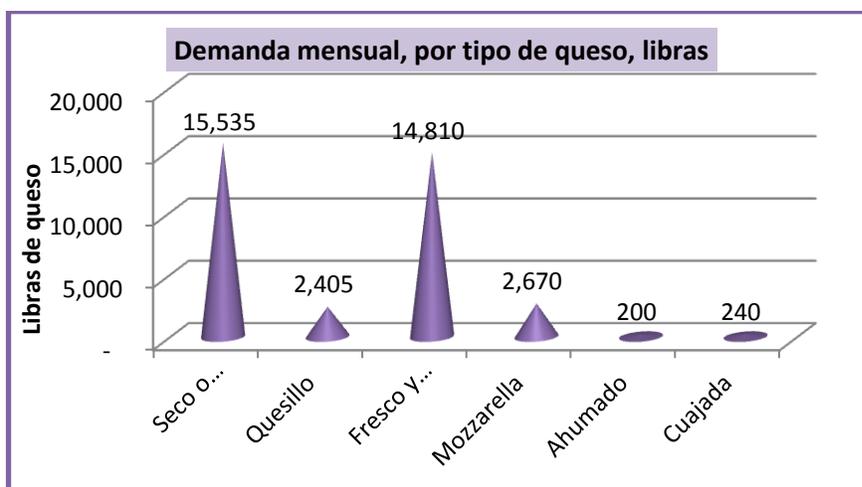
PRECIO POR MAYOR DEL QUESO SECO	
Fecha	C\$
12-ene	48.0
19-ene	58.0
01-feb	60.0
05-feb	65.0
05-mar	65.0
07-abr	50.0
13-abr	50.0
20-abr	58.0
30-abr	49.0
30-may	48.0
30-jun	32.0

Fuente: Recolección de datos de los medios

2.4. POTENCIALES COMPRADORES EN NICARAGUA

A continuación se presentan listas de compradores potenciales de queso entrevistados que confirmaron su voluntad de comprar queso de la cooperativa Nicacentro, siempre y cuando se cumpla con los diferentes requisitos solicitados, entre los más importantes están: buen precio, calidad y presentación del producto, cumplir con los requisitos legales, registro sanitario y puntualidad en la entrega.

Según lo reportado por las empresas de las diferentes categorías entrevistadas, a continuación se presenta la demanda por tipo de queso, en libras. Es importante informar que no todos los consultados dieron a conocer el volumen solicitado.



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas a empresas

Potenciales compradores del mercado nacional por Departamento

Matagalpa										
Empresa	Dirección	Contacto	Correo	Teléfono	Período compra	Tipo queso demandado	Sist. Entrega	Forma pago	Requisito	Observaciones
Súper Estrella (Inversiones S.A.)- Matagalpa	Costado Oeste Parque Darío. Matagalpa	Eduardo Quintero Núñez- Gerente Gral.	mercadeo@inversioneslaestrella.com	2727-5404	semanal	queso fresco, de crema y ahumado	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de 1 semana	Etiquetado, código barra, reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad. Muestras del queso	Compra a granel y fraccionado
Panadería y Repostería Belén	Banpro ½c. al Sur. Matagalpa	Yohana Amador, propietaria	panaderiayreposteriablel@yahoocm	2772 0297	Semanal	Morolique 120 lbs. Mozzarella 120 lbs.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Hasta ver el producto	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Compra queso fraccionado en barras de 4 lbs. Es importante la presentación, calidad y precio competitivo.
Estelí										
Súper Las Segovias - Estelí		Mario González Gómez	superlassegoviass@yahoo.es	2713 2571 Ext. 116	semanal	seco y mozzarella				Está interesado en todos los quesos pero necesita ver lista de precios y muestras.
Panadería Lanuza	Ferretería Rufino González, 2 ½c. Oeste, Estelí.	Rosalba Lanuza, Propietaria	rlanuza1975@gmail.com	2713 3547	Semanal	Morolique y fresco, 600 lbs .	Proveedor entrega en sus instalaciones	Contra entrega	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	El Morolique es el de mayor demanda. Es importante un buen precio, la calidad y presentación
Madriz										
Rosquillas Vilchez Tinoco	Enitel 7c. Al Sur, 1c. Al Este, 1/2 al Sur. Somoto- Madriz.	Cinthy Vilchez - Propietaria	cinthyavilchez72@yahoo.es	2722 2823	semanal	Seco o morolique 300 lbs	Proveedor entrega en sus instalaciones	Contra entrega	Registro Sanitario	Importante calidad, presentación y buen precio.
Delicias del Norte. Madriz.	Bo. Orlando López, de Enitel 1c. Al Este, 3.5c. Al Norte. Somoto - Madriz	Rolando Hernández - Administrador	rolandortiz04@gmail.com	2722 2199	Diario	Queso fresco 200 a 400 libras por día	Proveedor entrega en sus instalaciones	1 semana	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Compra en bloque de 50 lbs. Es importante la calidad y presentación.

Empresa	Dirección	Contacto	Correo	Teléfono	Período compra	Tipo queso demandado	Sist. Entrega	Forma pago	Requisito	Observaciones
Chinandega										
Tip Top - Chinandega		Mayela Figueroa	coprovasa@hotmail.es	2341 8700	semanal	queso crema: 120 a 150 Lbs/semanal	Proveedor entrega en sus instalaciones	crédito de 2 semanas	Registro sanitario	Depende del precio
Rosquillas Castillo. Chinandega	Claro 30 vrs. al Sur. El Viejo, Chinandega.	Adriana del Socorro Castillo-Propietaria.	-	2344 2446	semanal	Queso seco o morolique: 700 lbs.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de una semana.	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Muy interesados en el queso a granel. Es importante la calidad y presentación.
León										
Comedor El Mississipi - León		Deysi Hernández	willhm4@hotmail.com	2311-4474	semanal	Queso seco 40-50 lb/semanal	Proveedor entrega en sus instalaciones			Importa calidad y presentación
Masaya										
Panadería Corazón de Oro. Masaya.	Cuerpo de Bomberos 1c. Oeste. Masaya	Karla Duarte, Asistente de Gerencia	p_corazondeoro@hotmail.com	2522 2230	Varía	Morolique y quesillo	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito y contado	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Es importante la presentación, calidad y precio competitivo.
Panadería Inmaculada Concepción. Masaya.	Bo. Sta Rosa. Iglesia Santa Rosa ½c. al Norte, Masaya.	Auxiliadora Rodríguez-Propietaria	vilma.91picma@hotmail.com	2522 6268	Semanal	Quesillo: 100 lbs	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de un (1) día.	Ninguno	Compra quesillo a granel. Es importante la calidad y precio competitivo.

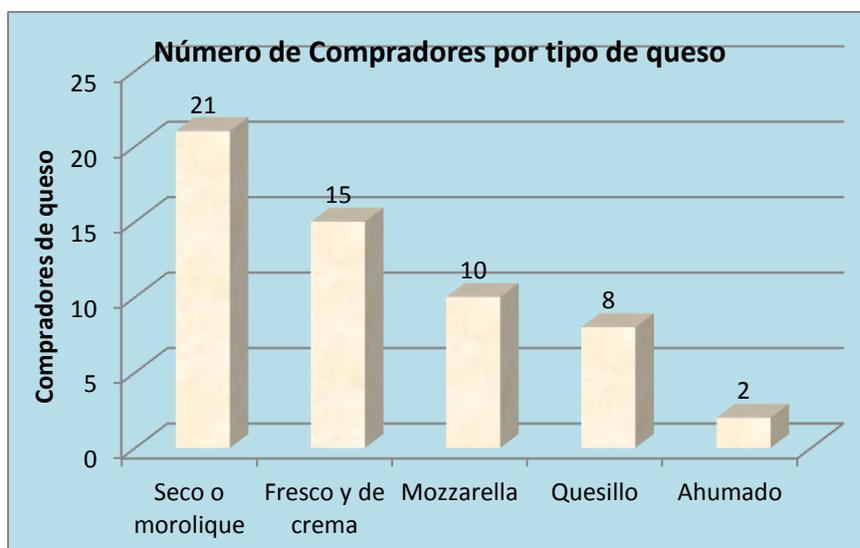
Empresa	Dirección	Contacto	Correo	Teléfono	Período compra	Tipo queso demandado	Sist. Entrega	Forma pago	Requisito	Observaciones
Managua										
Industrial Don Pan -	Managua	Jonathan Martin Cajina Lopez	compras@donpan.com.ni	8988 2212	semanal	Queso seco 240 lb semanal y mozzarella 80 lb semanal.	Proveedor entrega en sus instalaciones	crédito de 2 semanas	Registro sanitario, fecha empaçado y caducidad. Datos nutricionales.	compra queso a granel. Contar con registro, buena calidad y precio.
Panadería Levi. Managua	Bo. Altagracia, de la Racachaca 1c. Abajo. Managua.	Geysel Areas Ramirez. Administradora	-	2249 6817	semanal	Queso seco 700 lbs (a C\$50 Lb). Quesillo 500 lbs (C\$45 Lb). Mozzarella 300 lbs (C\$42 Lb). Semanal	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de 1 semana	Código barra, registro sanitario, fecha empaçado y caducidad. Datos nutricionales.	Es importante la Calidad y presentación.
Panadería Racachaca	Bo. Altagracia, esquina opuesta a los semaforos. Managua.	Alina Guardado Lezama. Administradora	-	2268 0414	semanal	Queso seco y mozzarella	Proveedor entrega en sus instalaciones	Contra entrega	Código barra, registro sanitario, fecha empaçado y caducidad. Datos nutricionales.	Queso seco es de mayor demanda. Compra bloques de 40 lbs, acepta propuesta. Es importante calidad y presentación.
Distribuidora Caldera -	Managua	Carlos Caldera	JuanCaldera74@yahoo.es	8985 6225		queso seco, mozzarella y quesillo				
Mini Súper Blessing - Managua	Club Terraza 4 km al Sur. Sobre la pista principal, mano derecha.	Adolfo Lorenzo Alejo Morales, Propietario	aalejomoraless92@gmail.com	2293 8913 8178 9262	semanal	queso morolique 15 lbs, quesillo 5 lb.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Contra entrega	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empaçado y caducidad, listado ingredientes	Buena presentación, calidad, buen precio. Dar degustación inicial, entrega puntual, responsables.
El Paladar - Managua	Colonial Los Robles IV etapa #58. Managua	Javier Jenkins Vélez -	paladar@cablenet.com.ni	8879 7909 2278 4034	3 veces por semana	Queso seco 100 arrobas /mes= 2500. Queso crema 250 lb/mes.	Proveedor entrega en sus instalaciones	crédito de 2 semanas	Registro sanitario, fecha empaçado y caducidad, tabla nutricional	Calidad y presentación. Llevarles muestras y precios

Empresa	Dirección	Contacto	Correo	Teléfono	Período compra	Tipo queso demandado	Sist. Entrega	Forma pago	Requisito	Observaciones
Bufet Don Platón - Managua	Ciudad Jardín.	Gustavo Balderas	gusbalderasc@yahoo.com.mx	2220 1590	Semanal	queso fresco 40-50 lb/ semana.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Contra entrega	Registro sanitario, fecha empaçado y caducidad.	Compra queso fraccionado, buena calidad y presentación, ofrecer degustación, cotización, brochures.
Supermercado y Distribuidora El Raizón			raizon1@hotmail.com	2279 8789		queso seco y quesillo				Depende del precio
City Market	Nery Jiron	ventas@citymarket.com.ni	2263 2798			queso seco, crema y quesillo			Depende del precio	
Supply Hope	Casa del Obrero 1c. Abajo, casa esquinera. Managua	Jorge Abraham Meléndez y Manuel Alemán	jmelendez@supplyhope.org	2264 0013 8739 9600	cada 8 días	queso fresco y quesillo 600 lbs.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de 8 días	Empacado	buena textura, poco suero, buen olor y sabor.
Hospital Militar	Managua	Ethel Gómez - Departamento de Compras	Servicios Generales	2222 2763 Ext.3019	semanal	Queso Morolique 280 lbs semanal	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito hasta 2.5 meses máximo	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empaçado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Llevar documentos de la empresa, lista de precios y muestra de productos
Hotel Crowne Plaza	Managua	Daniel Guido - Departamento de Compras	Dpto de Compras	2228 3530 ext. 4309	semanal	Morolique 80-100 lbs, de crema 50 lb y ahumado 50 lb.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito a un (1) mes	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empaçado y caducidad, listado ingredientes	Compra queso en bloques de 5 lbs. Llevar documentos de la empresa (RUC, Alcaldía y otros).
Supermercado PORTA'S - Managua	Km 8 carretera a Masaya. Managua	Juan Carlos González. Dpto Compras	portas@cablenet.com.ni	2267 5357	semanal	Morolique 100-120 lbs. Otros tipos de queso según demanda.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de 1 mes	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empaçado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Es importante la calidad, presentación, buenos precios, muestras y documentos de la empresa.

Empresa	Dirección	Contacto	Correo	Teléfono	Período compra	Tipo queso demandado	Sist. Entrega	Forma pago	Requisito	Observaciones
Panadería Schick. Managua	Centro Comercial Managua	Jorge Medina - Propietario	panaderiaschick@hotmail.es	2278 8119 - 8666 2646	semanal	queso seco 150 lbs., mozzarella 100 lbs., fresco 50 lbs.	Proveedor entrega en sus instalaciones del Centro Comercial Managua	Contra entrega	Código de barra	Llevar documentos de la empresa y puntualidad.
Hotel Metrocentro	Managua	Junieth Lara - Responsable de Compra	junieth@r-hr.com	2276 8989. Ext. 4212	Semanal	Morolique 60-70 lbs, mozzarella, queso fresco y amarillo, cuajada, queso de crema.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de 1 mes	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Compra queso en bloques de 1-3 lbs. Llevar documentos de la empresa, muestra y lista de precios.
Buon Pan	Pista Jean Paul Genie. Rotonza 3 mts abajo. Managua.	Indiana Rodriguez - Responsable de Compras	imartinez@procinsa.net	2255 0549	Semanal	frescal 300 lbs, mozzarella 30 lbs al mes	Proveedor entrega en sus instalaciones	crédito de 15 días		Compra queso a granel. Le interesa la calidad del producto.
Comisariato Policia. Managua	Complejo Plaza El Sol. Managua.	Saul Cerna - Responsable compra Perecederos	saul.cerna@comisariato.cp.ni	2270 3620		Queso de diferente tipo	Proveedor entrega en sus instalaciones			Estan abiertos a recibirles con muestra de productos y lista de precios. Factura membretada. Compra queso a granel y fraccionado.
Hospital Metropolitano. Managua.	Km. 8 carretera a Masaya	Sonia Montiel. Responsable de Compra.	cocina@metropolitano.com.ni	2255 6900, ext. 85020	semanal	Queso de crema, para freir: 50 lbs.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de un mes.	Código de barra, Reg. Sanitario, fecha empacado y caducidad, listado ingredientes, tabla nutricional.	Es importante la calidad y presentación. Documentos del negocio y lista de precios.
Hotel Seminole	Managua	Bayardo Gutiérrez - Resp. De Compra	compras@seminoleplaza.com.ni	2270 0061, ext. 4017	semanal	Queso fresco: 60 lbs y queso de crema: 120-180 lbs.	Proveedor entrega en sus instalaciones	Crédito de una semana.	Ninguno	Documentos del negocio y RUC.

Fuente: Elaboración propia con datos de compradores

En resumen, tenemos que de 31 clientes potenciales de queso verificados, 21 dijeron comprar queso seco o morolique, correspondiente al 68% de preferencia; 15 comprarían queso fresco y de crema, correspondiente al 48%; 10 comprarían queso mozzarella, equivalente al 32%; 8 quesillo, o sea el 26%.



Este nos muestra el nivel de demanda existente por tipo de queso entre diferentes tipos de clientes, entre los cuales están: Rosquillería, restaurantes y comedores, hoteles, panaderías y supermercados del mercado nacional.

2.5. EXPORTACIONES DE QUESOS NICARAGÜENSE AL MERCADO DE EL SALVADOR

Con respecto a las exportaciones de queso de Nicaragua a El Salvador, el mayormente exportado es el morolique, que tiene una participación del 38%, equivalente a U\$29,220 miles de dólares. En segundo lugar está el queso fundido con el 34% y un valor exportado de U\$26,461.9 miles de dólares. En tercer lugar está el queso mozzarella con 26% de participación y valor exportado de U\$20,402 miles de dólares. Es importante mencionar que el queso mozzarella tuvo una tasa de crecimiento del 46% en el año 2014 con respecto al 2013. Y el queso morolique creció en 27% durante el mismo período. En otras palabras, El Salvador continúa siendo un importante mercado destino para el producto en estudio, que en el año 2014 alcanzó un valor total de U\$77,071.9 miles de dólares.

Nicaragua: Exportaciones de Quesos a El Salvador 2010-2014

Descripción	2010		2011		2012		2013		2014	
	KG	U\$								
Q. Morolique	8,065,145	20,270,540	8,398,298	21,613,234	7,988,554	21,093,869	8,779,004	23,015,433	11,138,707	29,220,022
Q. Fundido	8,617,152	20,624,400	9,530,865	23,485,692	10,295,153	26,690,908	10,923,665	28,458,396	10,051,626	26,461,993
Q. Mozzarella	0	0	0	0	0	0	3,208,120	13,937,664	4,756,999	20,402,324
Tipo cheddar	5,977	26,671	4,281	15,453	9,137	39,445	158,991	639,178	111,486	494,503
Otros quesos frescos	0	0	0	0	0	0	151,366	199,265	352,074	493,060
Los demás quesos	3,223,313	12,153,236	3,964,841	14,936,052	5,416,623	22,381,775	1,779,746	7,249,978	0	0
Total quesos	19,911,587	53,074,847	21,898,284	60,050,431	23,709,468	70,205,997	25,000,892	73,499,914	26,410,892	77,071,902

Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Aduana.

Para exportar quesos exitosamente al mercado Centroamericano, que incluye El Salvador, es sumamente importante cumplir con las normas técnicas obligatorias de Nicaragua y los reglamentos técnicos Centroamericanos, descritos abajo:

2.6. NORMATIVAS APLICADAS EN NICARAGUA PARA LA PRODUCCIÓN DE QESOS

Normas Técnicas	Objetos de la norma
Reglamento técnico centroamericano RTCA 67.01.07:10 Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados (PREENVASADOS).	Establece los requisitos que debe cumplir el etiquetado de alimentos pre envasados para consumo humano.
Industria de Alimentos y Bebidas Procesados. Buenas Prácticas De Manufactura. RTCA 67.01.33:06 (NTON 03 069 -06).	Establece las disposiciones generales sobre prácticas de higiene y de operación durante la industrialización de los productos alimenticios, a fin de garantizar alimentos inocuos y de calidad.
Reglamento técnico centroamericano RTCA 67.04.50:08 (NTON 03 080 – 08). Alimentos. Criterios Microbiológicos Para La Inocuidad De Alimentos.	Establece los parámetros microbiológicos de la inocuidad de los alimentos y sus límites de aceptación para el registro y la vigilancia en los puntos de comercialización.
Norma Técnica Nicaragüense – NTON 03 022-99, Norma de Quesos Frescos no Madurados.	Establece las características y especificaciones que deben cumplir los quesos frescos o no madurados.
Norma Técnica Nicaragüense – NTON 03 024-99 Norma Sanitaria para Establecimientos de Productos Lácteos y Derivados.	Establece los requisitos sanitarios para instalación y funcionamiento que deberán cumplir las plantas industriales y productores artesanales que procesan productos lácteos y derivados.
Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense 03 042 – 02 Norma Técnica del Queso Chontaleño.	Establece las características y especificaciones que debe cumplir el Queso Chontaleño.
Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense – NTON- 03 062 – 09, para el queso procesado (queso fundido) y queso fundido (tipo americano). (En base a codex standard a 8b-1978).	Establece las características y especificaciones de calidad e inocuidad que debe cumplir el queso procesado (queso fundido) y "queso fundido para untar (Tipo Americano).
Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense – NTON 03 072 - 06 Para El Queso Extra Duro Para Rallar.	Establece los requisitos de calidad e inocuidad que debe cumplir el queso Extra duro para rallar. Se aplicará a los procesadores, importadores, distribuidores que elaboran y/o comercializan el queso extra duro para rallar.
Reglamento Técnico Centroamericano, RTCA 67.01.30:06, Alimentos Procesados. Procedimiento para otorgar la licencia sanitaria a fábricas y bodegas.	Establece el procedimiento para otorgar la licencia sanitaria a fábricas y bodegas de alimentos procesados.
Reglamento Técnico Centroamericano, RTCA 67.01.31:07, Alimentos procesados. Procedimiento para otorgar el registro sanitario y la inscripción sanitaria.	Establece el procedimiento para otorgar el registro sanitario y la inscripción sanitaria de alimentos, procesados.

Norma Técnica Obligatoria denominada NTON 03 072 – 06 Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense para el Queso Duro.	Establece los requisitos de calidad e inocuidad que debe cumplir el queso extra duro para rallar.
Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense – NTON 03 079 – 08. Requisitos para el Transporte de Productos Alimenticios.	Establece los requisitos sanitarios mínimos que deben de cumplir los medios de transporte de alimentos cuyo destino final es el territorio nacional.
Norma Técnica Obligatoria Nicaragüense de Manipulación de Alimentos. NTON 03 026-10. Requisitos sanitarios para manipuladores	Establece los requisitos sanitarios que deben cumplir los manipuladores y cualquier otro personal en actividades similares; en las operaciones de manipulación de alimentos, durante su obtención, recepción de materia prima, procesamiento, envasado, almacenamiento, transportación y su comercialización.

Fuente: CEI con datos del Ministerio de Salud

2.7. TRÁMITES DE EXPORTACIÓN DE DE NICARAGUA

En Nicaragua, la instancia encargada para este tipo de trámites es el Centro de Trámite para las Exportaciones (CETREX), que depende de la Dirección General de Promoción de Exportaciones (DGPE), instancia del Ministerio de Industria, Fomento y Comercio (MIFIC).

Las empresas que todavía no están registradas como exportadoras deben de realizar los siguientes Pasos:

✓ Inscribirse en el Registro Único Del Contribuyente

Para Cooperativas:

- Original y copia del acta constitutiva y estatutos, debidamente inscrita en el Ministerio del Trabajo.
- Fotocopia de recibo de agua, luz, teléfono o contrato de arriendo (caso de alquiler).
- Fotocopia de cédula del representante legal; en el caso de ser extranjeros presentar copia del Pasaporte y cédula de identidad.
- Inscripción de libros contables en la Administración de Rentas.

✓ Inscribirse como exportador en el Centro de Trámites de Exportaciones (CETREX)

Cooperativas:

- Copia de La Gaceta que confiere la personería jurídica y un documento del Instituto de Fomento.
- Cooperativo (INFOCOOP), que certifica la vigencia de la Cooperativa.
- Carta del Presidente o Gerente General, autorizando firmas o personas encargadas de la empresa para realizar trámites cuando no envían agentes aduaneros.

✓ **Gestión de trámites y permisos del producto de exportación hacia El Salvador**

- Formulario Único para Centroamérica (FAUCA). Cumple funciones de certificado de origen, factura comercial y declaración aduanera.
- Permiso de libre venta del MINSA, para los de consumo humano.
- Certificado sanitario de Exportación.
- Instrucción de embarque (instrumento que gira el exportador a la agencia de transporte, en este caso Terrestre): Carta de Porte

De los documentos señalados se deben presentar original y copia para el debido cotejo.

Las personas que deleguen en un tercero deberán otorgarle poder notariado.

3. Mercado mundial

En el cuadro de abajo, observamos los principales 10 mercados importadores, de acuerdo a cada tipo de queso exportado por Nicaragua, luego están los principales destinos del queso de Nicaragua, con la posición que ocupan dentro de la demanda mundial.

En el caso del queso fresco, los principales países importadores son de la Unión Europea: Italia, Reino Unido y Alemania, con valores de U\$903.3 millones de dólares, U\$621.5 millones de dólares y U\$407.2 millones de dólares. Asimismo, Estados Unidos ocupa la posición número 25 y El Salvador la posición 26.

En el caso de queso rallado o en polvo, los principales importadores son Países Bajos, Francia y Alemania. Guatemala, El Salvador y Costa Rica ocupan la posición como importador a nivel mundial 20, 31 y 53 respectivamente.

Producto: 040610 quesos frescos (incluido el de lactosuero) sin fermentar

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014	Posición
	Miles de dólares					
Mundo	3,900,790	4,816,145	4,985,039	5,783,269		
Italia	665,961	784,089	705,121	847,772	903,318	1
Reino Unido	438,672	509,830	511,160	582,739	621,593	2
Alemania	328,200	433,052	446,658	452,166	407,212	3
Japón	279,213	355,561	403,940	378,941	383,568	4
Fed. de Rusia	98,341	153,936	273,938	347,028	270,337	5
Francia	233,142	283,627	270,866	342,671	395,183	6
España	184,365	225,639	225,555	253,274	250,355	7
Bélgica	183,662	196,441	198,566	240,191	236,741	8
Corea, Rep. de	143,018	205,031	196,952	229,729	288,346	9
Países Bajos	109,802	151,933	182,909	216,963	191,587	10
EEUU	30,558	43,688	46,197	46,857	69,671	25
El Salvador	731	617	6,665	43,547	37,671	26

Producto: 040620 queso de cualquier tipo, rallado o en polvo.

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014	Posición
	Miles de dólares					
Mundo	1,212,479	1,482,800	1,507,845	1,714,791		
Países Bajos	68,630	133,351	149,656	226,005	174,722	1
Francia	163,822	212,763	208,836	202,905	216,361	2
Alemania	131,034	168,960	166,045	177,496	179,308	3
México	58,867	88,654	97,806	117,549	145,932	4
Bélgica	92,690	119,748	108,259	114,153	109,775	5
España	76,819	98,839	88,761	99,119	101,772	6
Reino Unido	74,752	78,506	64,443	64,784	65,681	7
Japón	60,103	66,186	63,782	62,450	66,441	8
Australia	50,580	61,729	55,311	48,401	59,449	9
Suecia	28,885	37,182	35,955	41,821	45,830	10
Guatemala	4,032	4,572	4,970	16,419	20,963	20
El Salvador	7,991	8,333	7,205	8,640	8,757	31
Costa Rica	1,256	2,075	3,154	3,583	3,859	53

En las importaciones de queso fundido (quesillo), los principales importadores son: Reino Unido, Arabia Saudita e Italia. En este tipo de queso Estados Unidos ocupa la posición 22, El Salvador la posición 53 y Costa Rica la posición 62.

Para los otros quesos, en el que se incluye el queso morolique, los principales compradores son: Alemania, Rusia e Italia. Estados Unidos ocupa el sexto lugar, Venezuela con posición 23, El Salvador la 55, Guatemala 67, Honduras 95 y Costa Rica la 105.

Producto: 040630 queso fundido, excepto el rallado en polvo.

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014	Posición
	Miles de dólares					
Mundo	2,499,668	2,930,942	2,909,640	3,106,379		
Reino Unido	285,271	284,110	317,863	348,119	319,646	1
Arabia Saudita	261,569	305,781	302,199	290,050		2
Italia	166,244	185,388	160,864	183,862	190,958	3
Francia	123,378	150,103	142,114	155,046	160,109	4
Alemania	89,962	140,937	127,414	149,943	143,438	5
Libia	8,585	62,683	86,625	121,766		6
Bélgica	110,729	117,243	107,610	120,415	116,587	7
Iraq	96,244	103,182	83,369	102,445		8
España	110,765	135,187	118,236	87,056	89,333	9
Fed. de Rusia	57,037	66,439	68,520	81,150	47,530	10
EEUU	28,983	33,151	30,148	33,967	38,673	22
El Salvador	29,892	30,777	28,923	10,625	22,120	53
Costa Rica	5,367	6,022	6,405	6,301	6,504	62

Producto: 040690 los demas quesos.

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014	Posición
	Miles de dólares					
Mundo	16,242,739	18,355,271	17,934,018	20,232,764		
Alemania	2,813,890	3,341,150	3,069,368	3,461,132	3,601,072	1
Fed. de Rusia	1,134,222	1,204,908	1,433,400	1,685,482	1,174,105	2
Italia	1,115,453	1,332,055	1,191,035	1,340,757	1,307,202	3
Reino Unido	1,153,736	1,144,059	1,074,670	1,227,193	1,278,863	4
Bélgica	876,972	1,003,401	949,481	1,095,740	1,086,549	5
EEUU	907,048	1,002,604	1,022,349	1,067,649	1,171,951	6
Francia	829,715	911,789	832,774	914,125	971,362	7
Países Bajos	617,107	785,954	741,871	897,365	687,610	8
España	685,760	719,174	625,474	709,272	727,259	9
Japón	535,450	620,927	627,466	619,647	684,568	10
Venezuela	114,511	87,412	182,531	221,086		23
El Salvador	40,162	46,277	53,873	37,902	36,295	55
Guatemala	22,592	25,515	31,913	21,904	15,627	67
Honduras	5,079	6,878	7,757	6,370		96
Costa Rica	2,518	3,647	3,473	4,232	4,892	105

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

En conclusión, observamos que si bien es cierto que los países europeos figuran como grandes importadores, también es cierto que son países muy exigentes en cuanto a calidad, presentación, huellas de carbono, además de la competencia que debe enfrentarse, por lo que es recomendable investigar más a profundidad acceder a este mercado una vez se cumpla con los requisitos del mercado nacional, ya que el europeo mantiene procesos cambiantes. La sugerencia es iniciar con mercados de la región centroamericana. Ver en anexo no.3, las importaciones de quesos de Estados Unidos.

4. Mercado Regional Meta: El Salvador

4.1. INFORMACIÓN GENERAL DE EL SALVADOR

El Salvador, tiene una población estimada de 6, 279, 783 habitantes (2014). Debido a su extensión territorial (20 742 km²) tiene la densidad poblacional más alta del continente. Su territorio está organizado en 14 departamentos y 262 municipios.



Superficie:	20,721 km².
PIB (US\$ a precios actuales)	\$24.26 mil millones
Población, total	6,340 millones 2013
Moneda oficial	El dólar (US \$) es moneda de curso legal desde el 1º de enero de 2001.
Aeropuertos:	Internacional de El Salvador (en Comalapa) y Internacional Ilopango
Puertos:	Acajutla, La Libertad, Cutuco y El Triunfo
Capital:	San Salvador.
División administrativa:	14 departamentos.
Idioma oficial:	Español.
Horarios:	Comercios: Abren de lunes a sábado de 09.00 a 12.00, y de 14.00 a 18.00. Horario de apertura de los bancos: De 09.00 a 13.00 y de 13.45 a 16.00, de lunes a viernes, y los sábados de 09.00 a 13.00
Teléfonos:	El código del país es el 503. El código para llamadas internacionales es el 00.
Días Festivos:	1 de enero: Año Nuevo. Marzo - abril: Semana Santa. 1 de mayo: Día del Trabajo. Del 5 al 6 de agosto: Festival de San Salvador del Mundo. 15 de septiembre: Día de la Independencia. 12 de octubre: Día de Colón. 2 de noviembre: Festividad de Todos los Santos. 5 de noviembre: Fiesta del Primer Intento de Independencia. 12 de diciembre: Festividad de Virgen de Guadalupe. 24 de diciembre: Nochebuena (media jornada festiva). 25 de diciembre: Navidad. 31 de diciembre: Fin de Año

4.2. DEMANDA TOTAL DE QUESOS DE EL SALVADOR

De acuerdo a información oficial del Banco Central de El Salvador, la importación total de quesos de El Salvador ascendió a U\$104.88 millones de dólares en el año 2014. De ese monto, el tipo de queso mayormente importado fueron "Otros tipos de quesos", que incluye el Morolique, con U\$35 millones de dólares, le sigue el queso fundido con U\$22 millones y en tercer lugar el mozzarella con U\$20.79 millones de dólares. Asimismo observamos que Nicaragua es el principal proveedor de esos tres tipos de quesos. Ver cuadro de abajo.

El Salvador: Importaciones de quesos. Año 2014.

SAC	Descripción	Dólares U\$
04069090	Otros quesos, incl. Morolique	35,000,489
04063000	Queso fundido, excepto el rallado o	22,119,913
04061010	Queso mozzarella	20,790,762
04061090	Otros quesos frescos	16,879,875
04062010	Tipo "Cheddar", deshidratado	6,396,909
04062020	Queso mozzarella	1,324,533
04069020	Tipo cheddar, en bloques o en barras	1,294,666
04062090	Otros	1,035,915
04064000	- Queso de pasta azul y demás	41,234
Total Importado en quesos		104,884,295

Fuente: Banco Central de El Salvador

El Salvador: Países origen de las importaciones de queso, por tipo. Año 2014.

IMPORTACIONES TOTALES DE QUESO DE EL SALVADOR		
CODIGO ARANCELARIO	PAIS	VALOR CIF US\$
04069090 Otros quesos, incl. Morolique	Nicaragua	30,379,237
	Estados Unidos (U.S.A.)	2,749,216
	Costa Rica	842,981
	Mexico	297,496
	Honduras	413,853
	España	118,175
	Francia	71,488
	Guatemala	57,486
	Senegal	39,295
	Italia	27,424
	Alemania	2,497
	Holanda	1,340
	Total	
04063000 Queso fundido, excepto el rallado o en polvo	Nicaragua	21,939,592
	Panamá	100,887
	Estados Unidos (U.S.A.)	39,841
	Guatemala	1,063
	Honduras	35,903
	Costa Rica	2,627
	Total	
04061010 Queso mozzarella	Nicaragua	20,054,262
	Estados Unidos (U.S.A.)	430,273
	Costa Rica	306,156
	Panamá	71
	Total	

CODIGO ARANCELARIO	PAIS	VALOR CIF US\$
04061090 Otros quesos frescos	Honduras	10,950,780
	Nicaragua	5,633,152
	Estados Unidos (U.S.A.)	202,865
	Costa Rica	59,407
	Mexico	23,451
	Guatemala	10,220
	Total	16,879,875
04062010 Tipo "Cheddar", deshidratado	Dinamarca	3,727,064
	Estados Unidos (U.S.A.)	2,641,809
	Costa Rica	28,036
	Total	6,396,909
04062020 Queso mozzarella	Estados Unidos (U.S.A.)	1,308,846
	Guatemala	14,702
	Nueva Zelandia	527
	Costa Rica	457
	Total	1,324,533
04069020 Tipo cheddar, en bloques o en barras	Estados Unidos (U.S.A.)	509,577
	Nicaragua	506,473
	Nueva Zelandia	253,660
	Mexico	8,837
	Guatemala	8,528
	Costa Rica	7,592
	Total	1,294,666
04062090 Otros	Estados Unidos (U.S.A.)	702,255
	Dinamarca	234,502
	Honduras	69,131
	Costa Rica	28,193
	Italia	1,834
	Total	1,035,915
04064000 Queso de pasta azul y demás quesos que presenten vetas producidas por Penicillium roqueforti	Estados Unidos (U.S.A.)	40,177
	Francia	1,057
	Total	41,234
Total importaciones de quesos		104,884,295

Fuente: Banco Central de El Salvador

Analizando resultados de la información anterior, observamos que Nicaragua es uno de los principales proveedores de quesos para el mercado de El Salvador. La cooperativa podría dirigir su estrategia con la producción de queso Morolique para dirigirlo al mercado nacional e iniciar exportaciones de queso para El Salvador.

4.3. EL SALVADOR: PRECIOS DEL QUESO DURO BLANDO

PRECIOS PROMEDIO ANUALES DE QUESO DUROBLANDO

PRECIOS AL CONSUMIDOR EN MERCADO CENTRAL DE SAN SALVADOR

Dólares/libra

MES	AÑO					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Enero	2.93	2.53	2.75	2.80	2.75	3.02
Febrero	2.95	2.53	2.85	2.90	2.75	3.08
Marzo	2.64	2.53	3.08	2.85	2.75	3.10
Abril	2.50	2.65	3.13	2.75	2.70	3.04
Mayo	2.40	2.59	3.23	2.80	2.75	2.86
Junio	2.00	2.65	2.60	2.85	2.90	2.79
Julio	2.20	2.45	2.55	2.65	2.95	
Agosto	2.20	2.55	2.45	2.50	2.60	
Septiembre	2.20	2.60	2.50	2.50	2.60	
Octubre	2.20	2.60	2.60	2.50	2.60	
Noviembre	2.25	2.65	2.60	2.55	2.65	
Diciembre	2.35	2.60	2.80	2.75	2.75	
Promedio	2.40	2.58	2.76	2.70	2.73	3.07

NOTA: En el año 2015, los precios de los productos pecuarios son promedios nacionales de los principales mercados municipales.

Fuente: Investigación de precios de mercado. DGEA-MAG. *El Salvador*

En la tabla anterior, se incluyó el precio del queso Duro-blando porque es el principal tipo de queso consumido por la población salvadoreña y que corresponde al queso morolique. Asimismo, observamos que el precio más alto fue de U\$2.90 a 2.95 la libra, correspondiente a los meses de junio-julio y el precio más bajo, de U\$2.60 la libra fue en los meses de agosto a octubre 2014.

Para el año 2015, los precios del queso duro blando continúan incrementándose entre el 10% y 13% con respecto al mismo período del año 2014.

Compradores potenciales en El Salvador

Empresa	Contacto	Dirección	Correo	Teléfono	Tipo queso demandado	Requisitos	Observaciones
Distribuidora Zablah S.A. de C.V.	Juan Carlos Balcaceres	Carretera Puerto de la Libertad y 17 Av. Sur y 14 Calle Oriente, Nueva San Salvador, La Libertad, El Salvador	jbalcaceres@disza.com	503-2525-1042	Tipo de queso: Mozzarella, Queso fresco, tipo parmesano, procesado tipo americano. Volumen Kilos: Mozzarella 5,000, Q. fresco: 500, Parmesano: 2,500 y Tipo Americano: 5000 kg. Período: trimestral.	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Necesita conocer los Precio en Kg, para revisarlos y analizarlos ya puesto el queso en El Salvador. Empaque: a granel y fraccionado.
Distribuidora DILAC S.A.	Juan Carlos Mendoza	14 ave. Sur-E/23 y 25 Cpte #89, Sta Ana. Santa Ana.	shirleydilacsa@hotmail.com/ jcmendoza@yahoo.es - www.dilacsa.com.sv.	503-2440-2000	Estan interesados en queso morolique y quesillo-fraccionado. Período: semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Precios muy altos.
Mucho Pupusa	Johana Sisti	Fnl BI Santa Elena. Plaza Dreamland, frente a Embajada Americana.	muchopupusa@hotmail.com	503-2510 3711	quesillo - semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Interesados en calidad y precio. Actualmente compran a empresa nicaraguense, pero les encantaría ver otras opciones. Los precios actuales estan muy altos
Taco Inn	José Hernández	Colonia San Francisco. Ave. Las Amapolas		503-213 23 600	quesillo - semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Desean ver el producto. El precio actual es alto
Comercial Trixi	Carlos Rivera	Colonia y Avenida Vista Hermosa, No. 522. San Salvador.	carlosriverag@yahoo.com - www.chicharronmolidotrixi.com	503-2242 2248	quesillo - semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Desean ver el producto. El precio actual es alto

Empresa	Contacto	Dirección	Correo	Teléfono	Tipo queso demandado	Requisitos	Observaciones
La Poblana - Comedor	Ruth Rubio	Colonia Lacayo 5 Ave Norte y 29 cl Poniente N 1643	r.rubio03@yahoo.es	503- 222 54041	quesillo - semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario,	Desean ver el producto. Queso fraccionado
Restaurante El Jabalí	Rosa María Estrada	Desvío de Opico, ½ Km sobre carretera a Quezaltepeque, Km 37, San Salvador.	restaurante_eljabali@yahoo.com	503-2319 4087	quesillo y cheddar-semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Desean ver el producto. Queso fraccionado
Hacienda Hotel Real	Leonardo Reyes/Andrés Leim	Carretera Panamericana, Km 8.5 frente a la Gran Vía.	compras@haciendareal.com.sv	503-2243-8797	quesillo, cheddar, queso mantequilla - semanal	Codigo barra, etiquetado, reg. Sanitario, ingredientes, tabla nutricional, fecha vencimiento.	Bloques de 50 lbs. Precios accesibles
Alimentos Visión	Javier Pichente	Bo. Distrito comercial central, 4ta calle Poniente 819. San Salvador	jpichente@hotmail.com	503 2221-6960	morolique: 10,000 - mensuales	Documentos de exportación, etiquetado, registro sanitario, código de barra.	" - Compra queso en Bloques. - Interesado en Coinversión , para lo cual requiere los documentos legales.
Lácteos La Hacienda	Lorenzo Alfaro	Bo. Distrito comercial central, 4ta calle Poniente 609. San Salvador	No tiene	503 2222 6405	Duro blando (morolique): 10,000 lbs. semanal.	Documentos de exportación, etiquetado, registro sanitario, código de barra.	Solicitan responsabilidad, si ofrecen venderle el producto que cumplan y no lo vendan en el camino.
Lácteos Barrera	Carlos Campos	Bo. Distrito comercial central, 2da calle Oeste, Edificio Paris. San Salvador	cr campos1989@hotmail.com	503 2221-1175	Morolique: 1,400 lbs, semanales Quesillo: 288 Lbs semanales	Etiqueta, código de barra, registro sanitario, Ingredientes, tabla nutricional.	Compra queso en bloques. Requisitos: Compromiso de entrega del producto a tiempo. Queda en espera del envío de la oferta con precios. Presenta mucho interés y solicita que no le queden mal.

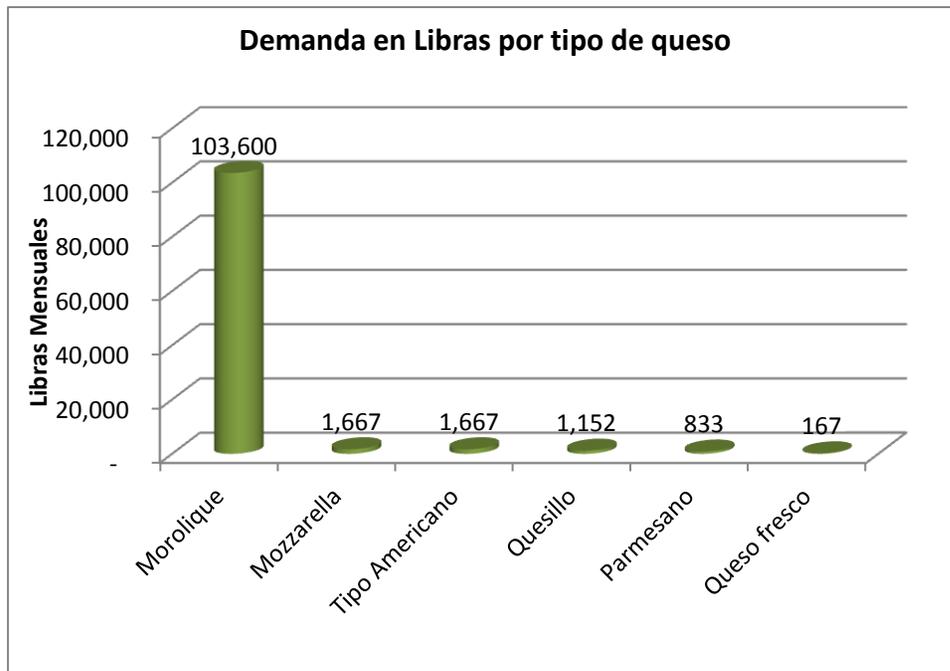
Empresa	Contacto	Dirección	Correo	Teléfono	Tipo queso demandado	Requisitos	Observaciones
Lácteos Teresita	Ana Miranda, propietaria	Urbanización y Calle La Gloria Polígono 6 No E-4 Mejicanos. San	No tiene	503 2272-8169	Depende de la oferta	Etiqueta, código de barra, registro sanitario,	Interesada en co invertir, pero antes deben presentar detalles de lo
Lácteos Canaán	Wilman Reyes	4ta calle Poniente no. 616. San Salvador	No tiene	503 2221-5549	Morolique: 2,000 lbs, quincenal.	Etiqueta, código de barra, registro sanitario, Ingredientes, tabla nutricional.	Responsabilidad y calidad. Enviar muestras y lista de precios.
Quesería La Perla	Roberto Fuentes	6 Calle Poniente y 11 Av Sur. Edif del Centro Loc 2-C. San Salvador, El Salvador	fuentes_79@yahoo.com; ottofuentes@hotmail.com; diegofuentes1@hotmail.com; otto_fj13@hotmail.com	503 2222-0018	Morolique, para empezar con 1 contenedor de 44,000 lbs. Dependiendo del precio y calidad puede comprar de 2-3 contenedores al mes. Quesillo pueden probar después.	Requisito: envoltorio plástico con Etiqueta, código de barra, registro sanitario, Ingredientes, tabla nutricional.	El tamaño del bloque de queso no es importante, sino que sea buen queso. Está interesado en atenderles durante la visita a El Salvador, pero que le avisen con tiempo. Estará fuera del país del 26 de junio a la 3ra semana de julio.

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia con datos de encuestas a compradores.

De acuerdo a la información obtenida a través de las llamadas telefónicas realizadas a los comercializadores de quesos salvadoreños. De un total de 14 empresas que afirmaron tener disposición de compra el 57% (8 de 14), solicitaron quesillo; 43% (6 de 14 empresas) solicitaron queso morolique, 14% (2 de 14) solicitaron queso tipo cheddar. Otros tipos de quesos mencionados fueron mozzarella, queso fresco, parmesano y tipo Americano.



Fuente: Elaboración propia con datos de encuesta a compradores.

En cuanto al volumen de quesos demandado, no todas los compradores dieron el dato porque solicitaban mayor información, como calidad, precio y muestras, para proporcionar la información.

Sin embargo, de los informantes que nos proporcionaron la demanda, los datos consolidados son:

Queso morolique: 103,600 libras/mensuales.

Queso Mozzarella: 1,667 libras mensuales.

Queso tipo americano: 1,667 libras mensuales.

Quesillo: 1,152 libras mensuales.

Queso parmesano: 833 libras mensuales.

Queso fresco: 167 libras de mensuales.

5. Política comercial: El Salvador

El objetivo general de la política comercial de Nicaragua es promover el acceso a mercados externos y una mejor inserción en la economía internacional, mediante la negociación y administración de convenios internacionales, en el ámbito de comercio e inversión.

Las relaciones comerciales entre Nicaragua y El Salvador se rigen a través del Tratado de Integración Económica Centroamericana, a través del cual los quesos elaborados en Nicaragua ingresan con arancel 0% al mercado salvadoreño.

6. Requisitos de acceso de queso a El Salvador

6.1. REQUISITOS DE EXPORTACIÓN DE NICARAGUA HACIA EL SALVADOR

Los requisitos no arancelarios hacen referencia a la apariencia física del producto, generalmente asociados a estándares de presentación (empaquete, etiquetas, embalaje, tamaño, color, entre otros) y calidad del producto en aspectos sanitarios (HACCP, BPM, inocuidad, entre otros)

a. Etiquetado

Requerimientos de Etiquetado para Nicaragua y El Salvador, están reglamentados por el Reglamento Técnico Centroamericano: Reglamento técnico centroamericano RTCA 67.01.07:10 Etiquetado General de los Alimentos Previamente Envasados (PREENVASADOS).

El Ministerio de Salud requiere que todo producto alimenticio a ser comercializado en el país contenga la siguiente información en su etiqueta:

1. La viñeta debe expresar que tipo de producto es, la composición, calidad y origen como el método de procesamiento utilizado.
2. **El nombre del producto:** debe ser un nombre específico.
3. **Contenido neto:** debe ser expresado en unidades decimales del sistema métrico.
4. **Ingredientes:** Debe proporcionar los nombres propios, en orden decreciente, de acuerdo con su importancia en la fabricación del producto. No es necesario identificar el porcentaje de cada ingrediente utilizado para la fabricación del producto final.
5. **Aditivos:** Deben ser mencionados por el grupo al que pertenecen (por ejemplo: antioxidantes), seguido por el nombre específico y su concentración final en el producto.
6. **Identificación del lote de fabricación y fecha de manufactura:** Para identificar cada lote, se puede utilizar un código, que debe ser explicado a las autoridades de salud. Para identificar la fecha de fabricación se debe utilizar la fecha de manufactura, 6 dígitos (Año, mes y día).

7. **Fecha de vencimiento:** Cuando un producto tiene una vida útil corta, debe ser declarado en la viñeta “Preferiblemente consumase antes de” seguido por el día y el mes, para productos cuya duración es de más de tres meses, pero que no exceden los 18 meses. Los productos que tengan vida útil en anaquel menos de tres meses necesitan leerse “Fecha de expiración”, con el día y el mes.
8. **Nombre del fabricante:** La viñeta debe incluir el nombre del fabricante, importador, distribuido o representante legal con sus respectivas direcciones.
9. **Registro sanitario:** La viñeta debe incluir el número de registro sanitario (No. D.R.S. El Salvador), otorgado por el departamento de salud ambiental, sección de seguridad alimentaria del Ministerio de Salud.
10. **País de origen**
El producto debe tener la información del distribuidor en El Salvador en forma de una calcomanía, donde lleva los datos del distribuidor.
11. **Contenido nutricional no es requerido** por el ministerio de salud y si la viñeta incluye panel de nutrición, tiene que ser aprobado por el departamento de nutrición del Ministerio de Salud. En el país también se acepta el uso de código de barras que cada vez toma más auge. Se pueden leer el código de barras de los dos tipos (el UCC y el EAN) y se han identificado como herramientas necesarias para llegar a nivel de ventas de supermercado. Estos procesos de código de barra son autorizados en Nicaragua por el Instituto Nicaragüense de Codificación GS1 Nicaragua y en El Salvador por Cámara de Comercio de El Salvador a través de la DIESCO.

Requisitos a cumplir por plantas procesadoras en Nicaragua²

Para que una planta procesadora de queso de Nicaragua sea certificada por las autoridades sanitarias de El Salvador, debe de cumplir los siguientes requisitos:

- La planta procesadora debe estar registrada, contar con un número de establecimiento y cumplir con las regulaciones y sistemas de inspección y certificación de la Dirección General de Inocuidad Agroalimentaria y Laboratorios del Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria (IPSA).
- Debe contar con inspección permanente en planta procesadora por parte del IPSA.
- Cumplir con requisitos y procedimientos de los manuales de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Sistemas Operacionales Estándares de Saneamiento, revisados y aprobados por la Dirección de Inocuidad Alimentaria.
- Implementar registros y evaluaciones de proveedores de leche y materia prima en la elaboración de productos lácteos.
- Disponer de sistemas de pasteurización de leche que demuestren la eficiencia de este proceso:

– Panel de control de temperatura y tiempo

² Ley N°. 862 Ley Creadora del Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria

- Termógrafo activado y registrado
 - Termómetros auxiliares
 - Registro paralelo de pasteurización por el operario
 - Prueba de fosfatasa alcalina negativa en cada proceso
- La leche seleccionada debe ser sometida a pruebas de ausencia de antibióticos, el cual quedará registrado en cada fase del producto terminado.
- Productos lácteos deberán ser codificados de acuerdo a la fecha, cantidad, tipo de producto y la planta procesadora que los elabora.
- Todo lote de producto con objeto de exportación debe estar amparado con un resultado de análisis microbiológico de laboratorio oficial del IPSA: toma, identificación y resultado de la muestra.
- Los lotes identificados y muestreados tendrán un sello del IPSA en cada una de las presentaciones.
- El inspector permanente registrará y archivará cada lote de exportación con copia de los procesos en la elaboración de productos.
- Los productos lácteos terminados deberán ir acompañados de su respectivo sistema de etiquetado y el número de establecimiento del IPSA.

6.2. REQUISITOS ESPECÍFICOS PARA QUESOS

HOJA INFORMATIVA DE REQUISITOS FITOZOOSANITARIOS



MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA

DIRECCION GENERAL DE SANIDAD VEGETAL Y ANIMAL

DIVISION DE CERTIFICACION FITOZOOSANITARIA PARA EL COMERCIO

Código Arancelario - Sanitario 04.06.10.00.00

Descripción QUESO FRESCO, QUESILLO, MOROLIQUE, MOZZARELLA, DURO BLANDO.

Naturaleza ANIMAL

País de Origen NICARAGUA

DOCUMENTOS QUE DEBEN PRESENTARSE EN ORIGINAL

- Certificado sanitario oficial
- Certificado de análisis de laboratorio oficiales

REQUISITOS SANITARIOS

1.- De la planta

1.1 El producto deberá provenir de una planta previamente autorizada por la Dirección General de Sanidad Vegetal y Animal, y aprobada para la exportación por el país importador, realizando sus actividades con base en las normas del CODEX ALIMENTARIUS FAO-OMS,

1.2 La planta deberá llevar un programa de control: microbiológico, físico-químico, antibióticos.

2.- Del producto

2.1 Debe indicarse que el producto es apto para consumo humano

2.2. El producto deberá tener en el envase una etiqueta que lleve como mínimo las siguientes características:

- a) La designación y clasificación del producto.
- b) El nombre de los ingredientes, en orden decreciente de su proporción.
- c) Los aditivos, indicando la función en el producto.
- d) Fecha de vencimiento del producto en un lugar apropiado y visible.
- e) La identificación del lote, año, mes y día de fabricación, los cuales podrán ponerse en clave en cualquier lugar apropiado y visible del envase.
- f) El nombre o razón social del fabricante o de la entidad bajo cuya marca se expende el producto, dirección del establecimiento
- g) Deberá declararse el nombre del país de fabricación de los productos.
- h) El contenido neto en unidades del sistema internacional
- i) El número de registro correspondiente.

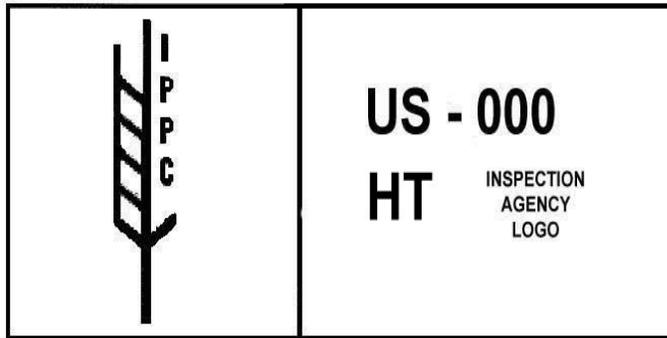
3.- Del transporte

3.1. Los vehículos de transporte previo al embarque deberán ser lavados y desinfectados con productos autorizados por el país de origen.

➤ Embalaje de madera

La Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF-15) es la regulación que define los embalajes de madera utilizados para el comercio internacional deben ser tratados, para impedir el alojamiento de plagas, y deben presentar una marca que demuestre que han sido tratados según lo establece la NIMF-15.

En lo que se refiere al “marcado”, los embalajes tratados deberán presentar el siguiente sello:



Fuente: "Formulación de Estrategia de productos Lácteos". CEI

➤ **Laboratorios de análisis de alimentos**

➤ **LABTEC**

Teléfono: 2250-0510 / 22500983

Email: mramirez@labtec.com.ni

Contacto: Maria Ana Ramírez

Dirección: De donde fue el Banco Popular Monseñor Lezcano, 2c al oeste.

➤ **BAGSA**

Teléfono: 22551723 / 22551724

Email: bolsaagropecuaria@bagsa.com.ni

Contacto: William Téllez

Dirección: Kilómetro 8 1/2 de la carretera a Masaya, 1 cuadra abajo, contiguo a MAGFOR

➤ **Laboratorio Técnico de Alimentos (LABAL)**

Teléfono: 2267 5326

Contacto: Cristina Ramírez

labal.mific@gmail.com cmiranda@mific.gob.ni

Dirección: Semáforos de La Robelo, 200 mts abajo.

Horario: Lunes a viernes de 8:00am a 5:00pm

➤ **Registro Sanitario**

➤ **Ministerio de Salud**

Complejo Concepción Palacios

Costado Oeste Colonia Primero de Mayo. Managua, Nicaragua

PBX: (505) 2289-4700

7. Guías y pasos para gestiones

7.1. REQUISITOS Y MECANISMOS PARA EL OTORGAMIENTO DEL REGISTRO SANITARIO³

El Registro Sanitario es el aval sanitario que otorga el MINSA a los productos que cumplen con las normas sanitarias de inocuidad y sanidad.

Requisitos Para el Registro:

Los trámites de registro sanitario, inscripción sanitaria, renovación o reconocimiento del registro ante la autoridad competente, podrán ser realizados por cualquier persona natural o jurídica. No necesariamente debe ser un profesional de derecho.

Para la obtención del Registro Sanitario se deberá presentar ante la autoridad sanitaria del Estado Parte lo siguiente:

- A. Solicitud conteniendo la información indicada a continuación:

Datos del Titular:

- ❖ Nombre del titular
- ❖ Número del documento de identificación
- ❖ Nombre del representante legal
- ❖ Número del documento de identificación
- ❖ Dirección exacta del solicitante, teléfono (s), fax, correo electrónico
- ❖ Dirección exacta de la bodega o distribuidora, teléfono, fax, correo electrónico y Firma del titular de la empresa solicitante.

Datos del fabricante:

- ❖ Nombre de la fábrica (tal como aparece en la licencia) indicar si es nacional o extranjera,
- ❖ Número de licencia o permiso y vigencia de la licencia o permiso de la fábrica o bodega
- ❖ Dirección exacta de la fábrica, teléfono, fax, correo electrónico.

Datos del producto:

- ❖ Nombre del producto a registrar
- ❖ Marca del producto:
- ❖ Tipo de producto
- ❖ Contenido neto del producto
- ❖ No. de Registro Sanitario, en caso de renovación.
- ❖ País de procedencia.

³ Ministerio de Salud

- B. Todos los productos que soliciten el Registro Sanitario deberán cumplir con lo especificado en la reglamentación técnica o las fichas técnicas aprobadas por El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua a excepción de Costa Rica que no aplicará las fichas técnicas.
- C. Copia de la licencia sanitaria o permiso de funcionamiento vigente para la fábrica, para productos de fabricación nacional o de la bodega para productos de fabricación en el extranjero.
- D. Certificado de libre venta de origen o de procedencia, según la legislación de cada país, para productos importados de terceros países.
- E. Etiqueta original para los productos importados y nacionales que ya estén en el mercado, (proyecto o bosquejo de etiqueta para los productos de primer registro) en caso de que la etiqueta se encuentre en un idioma diferente al español está deberá presentar su traducción. Deberá cumplir con la reglamentación centroamericana.
- F. Comprobante de pago.
- G. Muestra del producto, cuando se realicen análisis previos al Registro Sanitario según la establece la legislación de cada país.
- H. Adicionalmente en El Salvador se solicitará información sobre el material (es) del que está fabricado el envase(s).

Mecanismo para registro:

- A. El interesado se presenta ante la autoridad sanitaria los requisitos completos establecidos en el numeral III, del presente procedimiento.
- B. La autoridad sanitaria verifica el cumplimiento de la documentación presentada.
- C. La autoridad sanitaria ingresa los expedientes con documentación completa.
- D. Cuando corresponda, serán remitidas las muestras al laboratorio para su respectivo análisis, según lo establecido en el cuadro de determinaciones analíticas (resolución COMIECO 121-2004).
- E. Como constancia de que un producto ha sido registrado, la autoridad sanitaria extenderá una certificación o resolución en la que constará el número de registro sanitario.
- F. A los productos de un mismo fabricante, que tienen la misma fórmula y que varían únicamente su forma, presentación, nombre o marca, se le asignará un único número de registro.

7.2. REQUISITOS Y MECANISMOS PARA LA INSCRIPCIÓN SANITARIA: LICENCIA SANITARIA²

Requisitos para la Inscripción Sanitaria

Para la inscripción de un producto alimenticio que ya tiene registro sanitario deberá cumplir con los siguientes aspectos:

- a) Solicitud con los siguientes datos.
 - ❖ Lugar y fecha de presentación de la solicitud de inscripción sanitaria
 - ❖ Número de registro sanitario del producto
 - ❖ Identificación de la empresa que inscribe el producto
 - ❖ Nombre de la empresa
 - ❖ Nombre del propietario o representante legal de la empresa
 - ❖ Dirección exacta de la empresa
 - ❖ Teléfonos, fax y correo electrónico de la empresa
 - ❖ Número de licencia sanitaria y fecha de vencimiento:
 - ❖ Firma del importador
 - ❖ Identificación y caracterización del Producto
 - ❖ Nombre del fabricante o productor:
 - ❖ Nombre del país en donde es fabricado el producto
 - ❖ Nombre comercial del producto sujeto de inscripción
 - ❖ Marca del producto
 - ❖ Licencia sanitaria de la bodega de almacenamiento del producto.
 - ❖ Comprobante de pago.

Identificación y caracterización del producto

- Nombre del fabricante o productor:
- Nombre del país en donde es fabricado el producto
- Nombre comercial del producto sujeto de inscripción
- Marca del producto

b) Licencia sanitaria de la bodega de almacenamiento del producto.

c) Comprobante de pago.

Mecanismo para la Inscripción Sanitaria

- a) El interesado presenta ante la autoridad sanitaria los requisitos establecidos en el numeral 5.2 respectivamente.
- b) La autoridad sanitaria verificará que el producto se encuentre debidamente registrado y que ha cumplido con los requisitos.

- c) La autoridad sanitaria extenderá una certificación o resolución de inscripción sanitaria del producto donde especifica la fecha de vencimiento de la inscripción.
- d) Se inscribe como responsable del producto al importador o distribuidor del mismo.

7.2.1. Renovación del Registro Sanitario y la Inscripción Sanitaria

El registro y la inscripción podrán ser renovados, presentando los requisitos establecidos en el numeral 5.1 y 5.2, respectivamente. La inscripción solo podrá renovarse si el producto tiene vigente el registro.

7.2.2. Aranceles

Pago de aranceles a cancelar por el Certificado de Registro Sanitario C\$ 50.00

La solicitud de registro sanitario es de C\$ 20.

7.3. Tabla Nutricional en Laboratorio de Alimentos LABAL

- Llevar 3 muestras de queso de 500 gramos cada una.
- Pago de aranceles U\$594.00 (quinientos noventa y cuatro dólares) cada muestra.
- Tiempo: 8 días

7.4. PASOS PARA EL REGISTRO DE MARCA REGISTRO PROPIEDAD INTELECTUAL⁴

Definiciones importantes:

Marca: Es el título otorgado por el Estado, que concede a su titular, el derecho exclusivo de utilizar un signo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado, y distinguirlo de los demás productos o servicios de la misma especie.

Nombre Comercial: Signo denominativo que identifica a una empresa o a un Establecimiento Comercial.

Emblema: Signo figurativo o mixto que identifica a una empresa o un Establecimiento Comercial.

Expresión o Señal de Publicidad Comercial: Toda leyenda, anuncio, lema, frase, combinación de palabras, diseño, grabado o cualquier otro medio similar, siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre un determinado producto, servicio, empresa, establecimiento o local comercial.

⁴ Fuente MIFIC

Signo Distintivo: Es aquel que es susceptible de constituir una marca, un nombre comercial, un emblema o una denominación de origen.

Signo Distintivo Notoriamente Conocido: Es aquel conocido por el sector pertinente del público o notoriamente conocido por los círculos empresariales en el país o en el comercio internacional, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido.

Denominación de Origen: Indicación geográfica que identifica a un producto originario de un país, una región, una localidad o un lugar determinado cuya calidad, reputación u otra característica sea atribuible esencialmente a su origen geográfico, incluidos los factores humanos y naturales, también se considerará como denominación de origen la constituida por la denominación de un producto que, sin ser un nombre geográfico, denota una procedencia geográfica cuando se aplica a ese producto, cuya calidad, reputación u otra característica es atribuible esencialmente a su origen geográfico.

Indicación Geográfica: Nombre, expresión, imagen o signo que designa o evoca a un país, una región, una localidad o un lugar determinado.

Marca de Casa: Las marcas de casa podrán ser solicitadas para la totalidad de productos o servicios incluidos en una clase de la clasificación, es la marca que contiene el nombre del titular y que es aplicada de forma general a los productos o servicios ofrecidos por éste.

Marca Colectiva: Aquellas, cuyo titular es una entidad colectiva que agrupa a personas autorizadas a usar la marca.

Marca de Certificación: La aplicada a productos o servicios cuyas características o calidad han sido certificadas por el titular de la marca.

Marca Sonora: Son aquellas perceptibles por el sentido del oído.

7.5. PROCEDIMIENTOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS⁵

Solicitud: La solicitud de Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda y cualquier otra solicitud, se presenta ante la Secretaría del Registro de la Propiedad Intelectual, en el Formulario correspondiente, todo de conformidad con el Artículo 9 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos:

Este formulario debe incluir:

- Nombre y dirección del solicitante

⁵ Fuente: Ministerio de Fomento Industria y Comercio

- Lugar de Constitución de domicilio del solicitante, cuando fuese una persona jurídica.
- Nombre del representante legal cuando fuese el caso.
- Nombre y dirección del Apoderado en el país, cuando se hubiera designado.
- Denominación de la Marca o Nombre Comercial, cuyo registro se solicita, si fuese denominativa sin grafía, forma ni color especial.
- Etiquetas con la reproducción de la marca, emblema o Señal de Publicidad, cuando tuviera grafía, forma o colores especiales, o fuese figurativa, mixta o tridimensional con o sin color.
- Señalar si el interesado reivindica derecho de prioridad.
- Una lista de productos o servicios para los cuales se desea registrar la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios. En caso de ser Nombre Comercial o Emblema el giro de actividades de la Empresa o Establecimiento Comercial.
- La firma del solicitante o de su apoderado.

Adjunto al Formulario correspondiente se debe presentar:

El poder para registro de propiedad intelectual, que acredite la representación, cuando el interesado lo hiciera a través de apoderado.

En caso de invocar el Artículo 6 Quinquies del Convenio de París, el interesado debe presentará el certificado de registro de la marca en el país de origen, con la respectiva traducción, según el caso.

En caso de ser Marca Sonora, acompañar muestra de sonido en soportes de CD o DVD con formato .WAV y representación Grafica del Sonido.

Comprobante de pago de la tasa establecida.

Examen de Forma: Consiste en la revisión de la solicitud de registro de marca, que cumpla con todos los requisitos establecidos en los Artículos 10 y 11 de la Ley 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. En caso de observarse alguna omisión o deficiencia, se notificara al solicitante dándole un plazo de dos meses para efectuar la corrección, bajo apercibimiento de considerarse abandonada de pleno derecho la solicitud y archivarse de oficio.

Una vez efectuado el examen de forma satisfactoriamente, el Registro de la Propiedad Intelectual, ordenará se publique la solicitud en La Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación del Registro, por una sola vez, a costa del interesado.

Periodo de Oposición: Cualquier persona interesada podrá presentar Oposición contra el Registro de una Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Propaganda dentro del plazo

de 2 meses contados a partir de la publicación de la Solicitud. Esta oposición debe contener los fundamentos de hecho y derechos en que se basa, acompañando u ofreciendo las pruebas que fuesen pertinentes.

En caso de haber vencido este periodo de presentación de oposiciones, y no existir oposición a la solicitud, se realiza el Examen de Fondo.

Examen de Fondo: Consiste en verificar que la marca no infrinja ninguna de las prohibiciones contenidas en el artículo 7 e Incisos a), b), y d) del artículo 8 de la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por existir ya otorgado algún Registro concedido o solicitado anteriormente en el país, a favor de otro Titular. Esta verificación se realiza con el auxilio del Sistema Informático y Base de Datos de Marcas concedidas o en trámite de concesión con que cuenta el Registro de la Propiedad Intelectual.

Una vez realizado el examen de fondo el Registro de la Propiedad Intelectual notificará al solicitante o interesado por medio de resolución motivada, la aceptación o negación de la Solicitud.

En caso de negación de la marca, por infringir alguna de las prohibiciones, el Registro de la Propiedad Intelectual, notificará al solicitante indicando las razones de la **Objeción**. Quien tendrá el plazo de dos meses para presentar un Escrito de Contestación de Objeción alegando lo que tuviere a bien en defensa de la Solicitud. En caso de Contestar la Objeción dentro del plazo establecido el Registro denegará la Concesión de la marca mediante Resolución fundamentada.

En caso de aceptar la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad, el Registro de la Propiedad Intelectual expedirá un Certificado.

Emisión de Certificado: En este certificado se hace contar la titularidad y vigencia de la marca registrada, el que se publicará en la Gaceta Diario Oficial o en el medio de publicación oficial del Registro de la Propiedad Intelectual, el Certificado debe contener, entre otros, lo siguiente:

- El número de Registro de la Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.
- La fecha de la Resolución por la cual se concedió el Registro.
- La fecha de Vencimiento del Registro de la Marca, que se determinará a partir de la fecha de resolución por la cual se concedió el Registro de Marca.
- El nombre y la dirección del titular
- El lugar de constitución y domicilio del titular, cuando fuese una persona jurídica, así como el nombre del apoderado en el país, cuando lo hubiera.
- El número y la fecha de la solicitud de Registro de Marca, Nombre Comercial, Emblema o Señal de Publicidad.

- La marca registrada cuando fuese denominativa, sin grafía, forma ni colores especiales.
- Reproducción de la marca registrada cuando fuese denominativa con grafía, forma, colores especiales, figurativa, mixta, tridimensional, con o sin color.
- La lista de los productos y servicios para los cuales se usa o se usara la marca, agrupados por clases conforme a la Clasificación internacional de Productos y Servicios, con indicación del número de cada clase.
- La fecha de inscripción de la marca en el Registro respectivo y la firma autógrafa del Registrador o del Registrador Suplente en su caso, del Secretario, el sello del Registro y Timbres de Ley.

Costos en que se debe incurrir para registrar una marca:

USD 100 por categoría (para registro de marca)

C\$ 95 por hoja tamaño carta (para aviso de solicitud)

C\$ 95 por hoja tamaño carta (para aviso de inscripción)

USD 50 por categoría

C\$ 45 por diario (aviso de solicitud publicado)

C\$ 45 por diario (aviso de inscripción publicado)

C\$ 30 por timbre fiscal de C\$ 10.00 (para certificado de inscripción de marca)

USD 20 por certificado

USD 15 por clase (para búsqueda registral)

C\$ 3 por timbre fiscal de C\$ 3.00 (para solicitar registro).

7.6. PASOS PARA EL REGISTRO DE CÓDIGO DE BARRA⁶

Presentar solicitud y contrato original, llenados y firmados por el representante Legal de la Empresa. Esta Solicitud es proporcionada por GS1 Nicaragua, que está ubicado en las instalaciones de la Cámara de Industrias de Nicaragua (CADIN), de la rotonda el Güegüense 300 mts al sur, Edificio CADIN.

Persona Jurídica:

⁶ Fuente: Instituto Nicaragüense de Codificación. GS1 Nicaragua

- Copia del RUC de la Empresa y del Acta de Constitución.
- Persona Natural: Copia de Cedula de Identidad. Cooperativas y Asociaciones: Requisitos del inciso A y Certificado del MITRAB o INFOCOP.
- Cancelar la Cantidad de US \$ 500.00 o su equivalente en córdobas al tipo oficial de cambio al día de pago, en concepto de Pago de Afiliación a GS1 Nicaragua.
- Cancelar la Cantidad de US \$100.00 o su equivalente en córdobas al tipo oficial de cambio al día de pago, en concepto de pago por obtener el GLN a GS1 Nicaragua.
- Si el pago se realiza por cheque, favor girarlo a nombre de Asociación Instituto Nicaragüense de Codificación GS1 Nicaragua.
- Listado de todos los productos que se van a codificar.

Al transcurrir el primer año, se paga una afiliación anual, de acuerdo a la siguiente tabla progresiva:

INGRESOS ANUALES DE LA EMPRESA.	MEMBRESIA ACTUAL
0.00 - 300,000.00	US \$ 100.00
300,001.00 - 1,000,000.00	US \$ 200.00
1,000,001.00 - 5,000,000.00	US \$ 300.00
5,000,001.00 - 10,000,000.00	US \$ 400.00
10,000, 001.00 - a más.	US \$ 500.00

8. Estrategias de mercadeo

8.1 OBJETIVO GENERAL DE LA ESTRATEGIA

Lograr insertarse de manera exitosa en los mercados formales a nivel nacional e internacional, identificando nuevas oportunidades reales en los mercados meta y fortaleciendo los procesos de producción y comercialización actuales, en temas de presentación, presencia, variedad, calidad y cantidad de oferta de los productos, ofertando asimismo productos más competitivos que impulsen el desarrollo económico de la cooperativa y sus asociados.

8.2 POSICIÓN ACTUAL DE NICACENTRO

NICACENTRO, es una cooperativa que no cuenta con la infraestructura necesaria básica para elaborar productos lácteos inocuos y variados.

El potencial de la cooperativa:

Los factores que la cooperativa debe mejorar para lograr un crecimiento sustancial son: inversión en infraestructura, capacitación del personal en temas de comercio, normativas y elaboración especializada de productos lácteos, logística, adecuación de los productos de acuerdo a la demanda del mercado para venta al detalle y a granel con su propia marca (etiquetado, registro de marca, registros sanitarios, código de barra, entre otros). Por otro lado,

deben identificar fuentes de financiamiento, ya sean créditos, co-inversiones o subvenciones de entidades públicas o privadas.

Es preciso tomar en cuenta los elementos externos que obstaculizan el desarrollo óptimo de la cooperativa, como: dificultad para la identificación y obtención de créditos, la competencia y precios del mercado.

8.3 POSICIÓN ESPERADA DE NICACENTRO

A través de fondos propios, de co inversionistas, y con el apoyo de entidades privadas y estatales realizará inversiones en infraestructura, en conocimientos (capacitaciones en otro idioma, elaboración de nuevos productos y comercialización), así como en procesos y adecuaciones exigidas por la demanda (promoción de marca propia y cumplimiento con requisitos de etiquetado y empaque).

A mediano plazo NICACENTRO estará consolidada como productor y comercializador de productos lácteos especializados, con una marca propia, logrando insertarse en el mercado formal y alcanzando una presencia importante en el mercado nacional y regional con posibilidades de exportar hacia mercados más exigentes como Estados Unidos.

La Cooperativa logrará posicionarse con su marca a mediano plazo, en el mercado formal, nacional y regional con dos tipos de quesos (morolique y quesillo). Esto, a través de investigación de mercado, publicidad, inversión en las instalaciones y adaptación de sus productos de acuerdo a las exigencias de los mercados meta, logrando así mejores precios y volúmenes de ventas y por ende un desarrollo más óptimo de su actividad productiva y comercial.

8.4 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

a) Análisis de la demanda:

- **Actividad:** Analizar los productos que demandan los mercados de interés (mercado nacional, El Salvador, que a su vez están dentro de las capacidades de producción de la cooperativa (cantidades y calidades).
- **Objetivo:** Identificar tipos de quesos, que la cooperativa pueda elaborar y ofertar en el mercado meta. Por otro lado hacer mejoras o ajustes a los productos que ya comercializan, de acuerdo a las características requeridas por la demanda.
- **Herramienta:** Contactar a los compradores potenciales e indagar en las características que deben cumplir los productos que demandan (en este documento se encuentran en el apartado de contactos comerciales nacionales y de El Salvador).

En este sentido, tomando en cuenta la información encontrada a través de este estudio, se recomienda que la Cooperativa se enfoque en la oferta de queso morolique y quesillo, en el mercado nacional y El Salvador, ya que son los productos que muestran mayor demanda y mejores perspectivas.

b) Análisis de la competencia:

- **Actividad:** Observar lo que demanda el consumidor final (características de los productos: tendencias y precios), a través de la identificación de los quesos que más ofrece la competencia. Ejemplo: observar las formas de empacar los productos, los ingredientes, presentaciones y porciones mas ofertadas por la competencia.
- **Objetivo:** Conocer las tendencias de consumo de productos lácteos en cuanto a presentación, a través del análisis de la oferta de la competencia.
- **Herramienta:** Visitas a supermercados y ferias del rubro en los mercados metas y a páginas Web de los competidores.

Entre las ferias propuestas, se encuentran:

NICARAGUA

- **Feria EXPOAPEN**

Sector: Ferias Generales

Página Web: expoapen.apen.org.ni

- **Feria de Economía Familiar**

Sector: Todos los sectores

Lugar: Managua - Nicaragua

EL SALVADOR

- **AGROEXPO**

Fecha: del 24 abril al 3 de mayo 2015

Lugar: Centro Internacional de Ferias y Convenciones. San Salvador - El Salvador

- **FERIA CONSUMA**

Feria anual: del 31 de julio al 9 de agosto 2015

Lugar: Centro Internacional de Ferias y Convenciones. San Salvador - El Salvador

c) Adecuación de la imagen del producto (marca, empaque, etiqueta):

- Actividad: Crear y utilizar una marca propia y etiqueta que permita comercializar productos al detalle y evitar vender a maquiladores que cuentan con su propia marca significando precios más bajos para la cooperativa. Por otro lado, los envases deben ser novedosos, con una presentación más funcional y atractiva. Asimismo, se debe cumplir con las normas de etiquetado y envasado de los mercados meta.
- Objetivo: Mejorar la presentación de los productos a fin de atraer a los compradores y ofrecer productos con mayor valor agregado en comparación a la oferta actual.
- Herramientas: 1. Diseñar marca propia atractiva que identifique el producto ofrecido. 2. Buscar proveedores de envases que se ajusten a las necesidades del producto y estén en línea con las presentaciones demandadas por el consumidor. Si es preciso, buscar proveedores en el extranjero. 3. Informarse sobre las normas de acceso a mercados meta y realizar todos los trámites pertinentes para asegurar que se cumple con las mismas y que estén vigentes.

Cabe mencionar que la Cooperativa, a través de este estudio, cuenta con una marca, etiqueta, propuesta de envases e información sobre los requisitos de acceso exigidos por los mercados meta.

d) Publicidad:

- Actividad: Planear y ejecutar plan publicitario.
- Objetivo: Dar a conocer la marca y los productos de la cooperativa y a fin de insertarse en los mercados meta.
- Herramientas:
 - Anuncios en radio
 - Difusión de volantes y otro material publicitario
 - Catálogo de productos
 - Degustaciones en puntos de ventas
 - Entrega de muestras gratis a posibles clientes
 - Ofertas en ocasiones especiales
 - Participación en ferias nacionales e internacionales (EXPOAPEN, Expo Alimentaria, Expo Nica, ferias centroamericanas, etc.)
 - Actualización, mantenimiento y atención de Página Web (en español e inglés)
 - Visitas a la planta (puertas abiertas) para clientes y a personas “estratégicas”.

8.5 PLAN PUBLICITARIO

Con fines de posicionar los productos lácteos producidos por NICACENTRO tanto a nivel nacional como internacionalmente, con el propósito de impulsar el crecimiento económico y mejoramientos del nivel de vida de los hombres y mujeres del sector poblacional donde está ubicada la misma, se propone la implementación por etapas del plan de publicidad abajo descrito.

■ **Producto:**

- ✓ Queso Morolique y quesillo

■ **Estrategia acerca de la Comunicación:**

a) **Objetivos**

Objetivo General:

Contribuir a la promoción y desarrollo de la Cooperativa de Productos Lácteos, a través de una estrategia de publicidad que posicione el quehacer de la organización y los productos elaborados por la misma.

Objetivos Específicos:

- Posicionar la marca los productos lácteos elaborados por NICACENTRO tanto en el mercado nacional como en El Salvador.
- Promover el consumo de los productos elaborados por la Cooperativa.

¿Qué es lo que la comunicación debe lograr para que se cumplan los objetivos?

Ser atractiva a la vista, clara y fácil de entender, original e interesante.

b) **Grupo Meta**

- ✓ Institucional: Hospitales, restaurantes
- ✓ Supermercados
- ✓ Importadores internacionales: El Salvador
- ✓ Distribuidores del exterior

c) **Estrategias de implementación**

Generar las condiciones para lograr la armonización de la imagen institucional y la comunicación externa (posicionamiento) a través de una campaña de publicitaria que permita el impacto deseado. Para ello se propone:

- ✓ Creación de **página Web empresarial** conteniendo todo lo referente a la Cooperativa, con actualización permanente de la misma:

- Objetivo
 - Misión
 - Quienes somos
 - Contactos (de los administradores de la planta), incluyendo correo electrónico y teléfono)
 - Bilingüe
 - Descripción y foto de los Productos elaborados
 - Dirección
 - Teléfono general de la planta (PBX)
- ✓ Asegurar diversas **técnicas de comunicación** externa a través de:
- Impresos (brochures, banners, mantas, vallas publicitarias, etc.)
 - Canales visuales (Spot Televisivo), mismo que puede colgarse en el sitio web de NICACENTRO.
 - Radio
 - Redes sociales (Facebook y Twitter)
 - Presenciales en Ferias departamentales, nacionales e internacionales
 - Periodo de Implementación: La estrategia de comunicación tendrá una duración de al menos 1 año, con intervalos de tres meses para aplicar la estrategia de posicionamiento
- ✓ **Tácticas de crecimiento a corto plazo.**
- Penetración de los segmentos del mercado.
 - Ampliación de los segmentos actuales, de la cooperativa.
 - Desarrollo de los mercados: supermercados e internacional: El Salvador.

d) Barreras al crecimiento, a tomar en cuenta

- ✓ **Barreras internas:**
- Ausencias de recursos financieros suficientes y oportunos.
 - No poseer suficiente poder e influencia sobre los canales de distribución.
 - Ausencia de un enfoque claro de marketing, de acuerdo al objetivo meta de la cooperativa.
 - Limitantes de conocimiento de idiomas extranjeros
 - Cumplimiento con el volumen de productos demandados por el mercado
 - Mantenimiento de la calidad del producto

La publicidad de la marca y de los productos de la Cooperativa debe ser constante. A nivel nacional se recomienda iniciarla en el canal de distribución de interés, considerando la cantidad demandada y conveniencia por ubicación geográfica.

8.6 PLAN PROMOCIONAL

Participación en Misión Comercial a El Salvador

Objetivo

- Conocer el mercado salvadoreño de quesos, sus características, gustos y preferencias
- Incrementar las oportunidades de negocios de la Cooperativa Nicacentro

PRESUPUESTO GIRA COMERCIAL A EL SALVADOR			
Actividad	GASTOS EN U\$		
Modalidad	Terrestre 1	Aéreo 2	Renta 3
Transporte Managua- San Salvador (4 personas)	408.00*	1,600.00**	500.00***
Gastos de Movilización en San Salvador	400.00****	400.00****	-
Combustible	80.00	80.00	260.00
Viáticos Hotel y alimentación – 4 días *****	2,912.00	2,912.00	2,912.00
Gastos administrativos, logísticos y honorarios funcionario CEI acompañante delegación NICACENTRO	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Total	5,400.00	6,592.00	5,272.00

Fuente: Elaboración propia

9. PRINCIPALES HALLAZGOS

- 1) Nicaragua goza de preferencias arancelarias en el mercado meta, a través de Tratado de Integración Centroamericana.
- 2) Existencia de la ley de Concertación Tributaria, que beneficia la actividad exportadora que otorgando el 1.5% del valor exportado, durante los 6 primeros años.
- 3) Las principales fortalezas de la cooperativa son: Red de centros de acopio y proveedores seguros. Cuenta con 1,108 socios que poseen tierras y ganado propio, Personal administrativo calificado. Acopia y comercializa 65,397 litros de leche diario para un total de 1,961,910 litros mensuales. Venta directa de leche fría a Nilac y Eskimo. Infraestructura vial para el acceso a la Planta y a los Centro de Recolección y Enfriamiento de Leche.
- 4) Los principales retos de la cooperativa son: instalar una planta pasteurizadora y procesadora de quesos, para dar valor agregado a la leche acopiada; creación de una marca y creación de estrategia publicitaria; promover la fidelidad entre los socios para la entrega de leche (actualmente solo el 30% entrega la leche a la cooperativa); incrementar el involucramiento de los directivos del Consejo de Administración en las actividades gerenciales.
- 5) Los principales problemas que actualmente enfrenta la cooperativa son los precios pagados por las empresas procesadoras de lácteos, por lo que es de suma importancia darle valor agregado a la leche, falta oferta de derivados lácteos para el mercado, falta del diseñar línea de productos a elaborar y Carencia área de mercadeo, plan de mercadeo y promoción.
- 6) Existe un nivel mediano de competencia en el sector lácteo formal nicaragüense. Existen posicionadas diversas marcas nacionales y extranjeras, que comercializan productos lácteos al detalle, tales como Parmalat, La Completa, La Norteña, Monte Verde, Monte Rosa, Del Valle, Camoapan, Eskimo, Masiguito, etc. En cuanto al sector exportador, los competidores más importantes son: Cooperativa de Servicios y Créditos Agropecuarios Masiguito, Cooperativa de Servicios Agropecuarios San Francisco, Fábrica de Productos Lácteos La Completa y Parmalat.
- 7) Los canales de distribución en el mercado nacional son sencillos e incluyen pocos actores: productor, distribuidor y consumidor final. En el mercado de exportación los actores clave son: productor, bróker, importador y distribuidor.

- 8) Los principales mercados importadores de queso fresco son países de la Unión Europea: Italia, Reino Unido y Alemania, con valores de U\$903.3 millones de dólares, U\$621.5 millones de dólares y U\$407.2 millones de dólares. Asimismo, Estados Unidos (U\$69.6 millones de dólares) ocupa la posición número 25 y El Salvador (U\$37.6 millones de dólares) la posición 26.
- 9) En el caso de queso rallado o en polvo, los principales importadores son Países Bajos, Francia y Alemania. Guatemala (U\$20.9 millones de dólares), El Salvador (U\$8.7 millones de dólares) y Costa Rica (U\$3.8 millones de dólares) ocupan la posición como importador a nivel mundial 20, 31 y 53 respectivamente.
- 10) En las importaciones de queso fundido (quesillo), los principales importadores son: Reino Unido, Arabia Saudita e Italia. En este tipo de queso Estados Unidos (U\$38.6 millones de dólares) ocupa la posición 22, El Salvador (U\$22.1 millones de dólares) la posición 53 y Costa Rica (U\$6.5 millones de dólares) la posición 62.
- 11) Para los otros quesos, en el que se incluye el queso morolique, los principales compradores son: Alemania, Rusia e Italia. Estados Unidos (U\$1,171.9 millones de dólares) ocupa el sexto lugar, Venezuela (U\$221 millones de dólares, año 2013) con posición 23, El Salvador (U\$36.3 millones de dólares) la 55, Guatemala (U\$15.6 millones de dólares) la 67, Honduras (U\$6.3 millones de dólares, año 2013) la 96 y Costa Rica (U\$4.8 millones de dólares) la 105.
- 12) A nivel mundial, el tipo de queso más demandado son quesos los demás quesos, sin madurar (morolique y similares), queso fresco y queso fundido (quesillo), en ese orden de importancia.
- 13) A nivel Centroamericano el principal importador de productos lácteos es El Salvador. En el año 2014, la importación total de quesos de El Salvador ascendió a U\$104.88 millones de dólares. De ese monto, el tipo de queso mayormente importado fueron "Otros tipos de quesos", que incluye el Morolique, con U\$35 millones de dólares, le sigue el queso fundido con U\$22 millones y en tercer lugar el mozzarella con U\$20.79 millones de dólares. Asimismo, Nicaragua es el principal proveedor de esos tres tipos de quesos.
- 14) Nicaragua exporta diferentes tipo de quesos, que en su conjunto alcanzan un valor total de U\$96,137.79 miles de dólares, sobresaliendo el queso morolique con un valor de U\$43,890.55 miles de dólares lo que representa una participación del 46% del total de queso exportado. Le sigue el queso fundido con valor de U\$27,005.39 miles de dólares y

participación del 28%, el tercer lugar es para el queso mozzarella, con valor de U\$20,756.38 miles de dólares y participación del 22%.

15) El principal destino del queso de Nicaragua es El Salvador con participación del 80% del total de queso exportado por Nicaragua, siendo los principales tipos de quesos importados por ese país, el queso morolique (U\$29,220 miles de dólares), queso fundido (U\$26,461.99 miles de dólares) y el mozzarella (U\$20,402.32 miles de dólares), con ese orden de importancia.

16) Nicaragua importó en el año 2014, un total de U\$6,264.22 miles de dólares de diferentes tipos de quesos. De ese monto U\$1,880.46 miles de dólares corresponden a los "Otros quesos madurados". U\$1,787.67 miles de dólares a Queso mozzarella rayado. U\$557.24 miles de dólares a Otros Quesos frescos y U\$504.5 miles de dólares a Queso fundido.

17) Compradores Nacionales

- 21 organizaciones demandan queso seco o morolique, equivalente al 68%.
- 15 organizaciones demandan queso fresco y de crema, equivalente al 48%
- 10 organizaciones demandan queso mozzarella, equivalente al 32%
- 8 organizaciones demandan queso quesillo, equivalente al 26%
- 2 organizaciones demandan queso ahumado, equivalente al 6%
- La demanda potencial mensual por tipo de queso de los compradores nacionales fue:

Demanda potencial en Libras	
Seco o morolique	15,535
Quesillo	2,405
Fresco y de crema	14,810
Mozzarella	2,670
Ahumado	200
Cuajada	240



- En general, la demanda es de queso a granel
- La mayoría solicita como requisito, buena presentación del producto, documentos de la empresa, registro sanitario del producto.

- Todas las empresas solicitan buenos precios.

18) Compradores salvadoreños

- Del total de llamadas telefónicas realizadas y correos electrónicos enviados (85), solamente dos (2) entrevistados mostraron interés en coinvertir en planta láctea.
- De los entrevistados que mostraron interés en comprar queso de Nicaragua (14), solamente 6 brindaron información acerca del volumen demandado.
- Algunos entrevistados dijeron que el precio de exportación del queso en Nicaragua está muy alto, que estarían interesados si el precio es competitivo.
- De un total de 14 empresas que afirmaron tener disposición de compra el 57% (8 de 14), solicitaron quesillo; 43% (6 de 14 empresas) solicitaron queso morolique, 14% (2 de 14) solicitaron queso tipo cheddar. Otros tipos de quesos mencionados fueron mozzarella, queso fresco, parmesano y tipo Americano.
- El volumen total informado los compradores fue de:
 - ✓ Queso morolique: 103,600 libras/mensuales.
 - ✓ Queso Mozzarella: 1,667 libras mensuales.
 - ✓ Queso tipo americano: 1,667 libras mensuales.
 - ✓ Quesillo: 1,152 libras mensuales.
 - ✓ Queso parmesano: 833 libras mensuales.
 - ✓ Queso fresco: 167 libras de mensuales.

Entre los comentarios más importantes realizadas por los entrevistados mostraron están:

- Solicitan buena calidad del queso.
- Cumplimiento en las entregas, que no lo vendan en el camino por un poco más del precio.
- Documentos del exportador en regla (solicitado por los potenciales inversionistas)
- Queso en bloques o a granel.
- Lista de precios
- Precios accesibles o competitivos

9. ANEXOS

Anexo 1. MISION COMERCIAL

	<ul style="list-style-type: none">✓ Concepto De Misiones Comerciales✓ Son viajes colectivos realizados a un mercado objetivo, por varias empresas de un mismo sector o diferentes sectores.
---	--

○ **Objetivos de la Misión Comercial**

- ✓ Conocer las características de producción y distribución en el mercado.
- ✓ Colocar los productos en nuevos mercados.
- ✓ Posicionar el producto en un mercado determinado.
- ✓ Ayudar a crear y mantener la imagen de un país y fortalecer la presencia de las empresas y sus productos dentro de un ámbito global.
- ✓ ¿Por qué participar en una Misión Comercial?
- ✓ Constituye un mecanismo moderno y eficiente para acceder a nuevos mercados.
- ✓ Permite presentar Productos y Servicios.
- ✓ Se puede realizar la observación de los competidores.
- ✓ Facilita el contacto directo con los compradores.
- ✓ Facilita la identificación de fortalezas y debilidades de la empresa para competir en el mercado.
- ✓ Experiencia empresarial.
- ✓ Es un importante mecanismo para realizar contactos e iniciar negocios con potenciales compradores.
- ✓ Permite realizar labores de inteligencia comercial.
- ✓ Permite ampliar las cuotas del mercado, fortalecer vínculos con sus actuales clientes y captar a nuevos o potenciales compradores.

Tipos De Misiones Comerciales

- **Directas**
 - Misiones Estudio
 - Misiones Exposición
 - Misiones de Venta

- **Misiones Comerciales Inversas**
 - De Compradores

- De Prescriptores de Opinión

✓ **Misiones comerciales directas**

Estas se realizan por un grupo de empresas de un mismo sector o de diferentes sectores a un potencial mercado objetivo.

- **Misiones de Estudio:**

Son viajes realizados a un mercado potencial por un número reducido de empresas representativas de un sector que esperan analizar las posibilidades comerciales de la oferta sectorial en el mismo.

- **Misiones De Venta:**

Se realizan con el fin de dar a conocer productos con posibilidades de ser exportados al mercado de interés y con el objetivo de cerrar contratos en el futuro inmediato.

- **Misiones Exposición:**

Esta se realiza con la presentación in situ de los productos de las empresas. Estas son habituales en sectores como la bisutería, joyería, calzado, marroquinería y en algunos sectores donde el transporte de la mercadería no supone una limitación.

✓ **Misiones comerciales inversas**

- Las misiones Inversas dan a conocer la oferta nacional a profesionales extranjeros y compradores potenciales mediante visitas a las zonas y centros de producción y Ferias nacionales representativas del sector del que se trate.
- De Compradores, Importadores y Distribuidores:
- La intención es conocer la oferta nacional con el fin de establecer relaciones comerciales.
- De Prescriptores de Opinión:
- Profesionales del sector, no involucrados directamente en la comercialización (gastrónomos, decoradores y periodistas especializados), cuya autorizada opinión influye en la decisión de compra.

Durante el Desarrollo de la Misión tener en Cuenta

- Captar el interés del potencial comprador.
- Remarque las características distintivas de su empresa.
- Características de su producto.
- Capacidad potencial de su producción.
- La calificación de su personal.

Actitudes durante una misión comercial:

Abajo se señalan las actitudes que se deben tener y las que no durante la misión comercial.

SI	NO
Vístase de acuerdo a la ocasión	No considere una misión comercial como una vacación o incentivo
Demuestre atención y entusiasmo	Evite hablar por teléfono durante su cita de negocios
Atienda a los medios de comunicación, facilite material promocional a la Oficina de Prensa. Designe si le es posible una persona encargada de ello.	No subestime a ningún visitante
Sea educado, cortés y puntual.	No tome asiento en ausencia de contrapartes.
En horarios flexibles, realice visitas a tiendas, supermercados o lugares de interés para estudiar a la competencia	No sea demasiado agresivo
Tenga identificados los productos y realice una excelente presentación de los mismos.	Leer, fumar y comer en la mesa de negociación
Sea activo y tenga iniciativa	Dejar problemas e inquietudes sin resolver
Tenga una presentación preestablecida de la empresa.	Utilizar palabras chocantes o groseras
Conozca las necesidades de sus clientes potenciales.	
Ser claros en los ingredientes de que está integrado el producto.	

Puntualidad

- ✓ La puntualidad es el primer símbolo de seriedad de su empresa. No la menosprecie como un detalle sin importancia. Estar por lo menos cinco minutos antes en su cita.
- ✓ Si ve que va a llegar tarde a una cita, efectúe una llamada telefónica con la máxima antelación posible.

Intercambio de tarjetas personales

- ✓ Este es el primer paso en toda reunión de negocios. Generalmente, es la persona de más categoría de la empresa anfitriona la que comienza a entregar su tarjeta a los representantes de la empresa invitada, iniciando por la mayor categoría. Luego, proceda a colocarla delante suyo de modo que refleje la posición en la mesa de sus interlocutores. Le será útil para tener referencia del nombre y cargo de sus interlocutores. No doble o juegue con las tarjetas personales durante la negociación.

Inicio de la negociación

- ✓ Nunca empiece directo al grano. Es conveniente hacer previamente algún comentario referente al clima, comentar sus primeras impresiones sobre el país visitado, etc.
- ✓ No trate de forzar a sus interlocutores a cerrar alguna operación en su primera visita. Las decisiones siempre se toman por consenso, se intenta convencer a todos los departamentos involucrados en la decisión.
- ✓ Actitud personal en la negociación
- ✓ Muéstrese cordial y agradable.
- ✓ Son sumamente importantes las relaciones personales, para el establecimiento de los lazos comerciales.
- ✓ Las contrapartes comerciales, no sólo analizan sus productos o su empresa, sino también la persona o personas que los representan.
- ✓ Muestre una actitud profesional.
- ✓ Debe tomar nota en el cuaderno de los aspectos más destacados de la entrevista y adjuntar la tarjeta de visita. Así, le será fácil recordar la reunión.
- ✓ Si no le ha sido posible tomar notas, hágalo inmediatamente después de la reunión realizada, haciendo referencia a los aspectos más destacables de la misma.

Preguntas sobre su empresa

- ✓ Los interlocutores querrán conocer:
- ✓ Dimensión de su empresa (grande, mediana, pequeña).
- ✓ Experiencia en el sector (cuantos años tienen de estar en el mercado).
- ✓ Su estado financiero.
- ✓ El nivel de aceptación de sus productos en el mercado de origen (a quién le venden).
- ✓ Tenga en cuenta que las contrapartes no van a tomar decisiones inmediatamente.
- ✓ Conviene realzar los aspectos más sobresalientes y trate de restar importancia a los que pueden resultar negativos.
- ✓ En todo caso, lo más conveniente es invitarles a visitar su empresa e instalaciones.

- ✓ Muestre interés por su Interlocutor
- ✓ Sienta curiosidad sobre la estrategia que abordarían para introducir sus productos.
- ✓ El nivel de ventas que podría alcanzar.
- ✓ Las ventajas y los defectos que perciben en sus productos.
- ✓ La manera de mejorarlos aún más.
- ✓ Los cambios futuros que podrían influir en su comercialización y el modo de anticiparse a ellos y hacer modificaciones

Negociación De Precios

- ✓ En una negociación inicial no es muy frecuente que se produzcan regateos o duras negociaciones en cuanto a precios.
- ✓ Fije sus precios de un modo flexible y añada que sería posible rebajarlos en función del volumen de los pedidos, por ejemplo.
- ✓ Si le siguen insistiendo en que es un precio alto o señalan inconvenientes para su comercialización en estas condiciones, postergue la negociación diciendo que es cuestión que usted y su equipo debe estudiar detenidamente.

Agradecimiento

- ✓ Agradezca la atención prestada durante la negociación.
- ✓ Ofrézcase para proporcionar todo tipo de información adicional tras esta primera entrevista.
- ✓ Reitere su ofrecimiento de visita personal a su empresa.

Despedida

- ✓ No olvidar nunca recoger las tarjetas personales de sus interlocutores.
- ✓ Es recomendable que las guarde en un tarjetero adecuado o pegarlas en el cuaderno de negocios, nunca guarde las taren los bolsillos.

Misión comercial a El Salvador

- ✓ Para la misión comercial a El Salvador se recomienda la visita a:
- ✓ los contactos comerciales, coinversionistas, previamente contactados y que han mostrado interés y
- ✓ al mercado: Hipermercados, Supermercados y mercado mayoristas para conocer a la competencia del mercado.

PRESUPUESTO GIRA COMERCIAL A EL SALVADOR			
Actividad	GASTOS EN U\$		
Modalidad	Terrestre 1	Aéreo 2	Renta 3
Transporte Managua- San Salvador (4 personas)	408.00*	1,600.00**	500.00***
Gastos de Movilización en San Salvador	400.00****	400.00****	-
Combustible	80.00	80.00	260.00
Viáticos Hotel y alimentación – 4 días *****	2,912.00	2,912.00	2,912.00
Gastos administrativos, logísticos y honorarios funcionario CEI acompañante delegación NICACENTRO	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Total	5,400.00	6,592.00	5,272.00

Cronograma actividades

Día	Actividad
Lunes	Salida de Nicaragua
Martes	Citas
Miércoles	Citas
Jueves	Visitas a mercados formales
Viernes	Regreso a Nicaragua

ANEXO 2. Requisitos de proveedor WALMART

Trámites previos a inscripción como proveedor:

Todos los productos deben contar con un código de barras registrado ante la Asociación GS1 de Nicaragua (organización dedicada al diseño e implementación de los estándares globales de identificación). Nicaragua: www.gs1ni.org

- Los productos alimenticios deben cumplir con las Normas de Sanitarias del Ministerios de Salud y el Instituto de Protección y Sanidad Agropecuaria.

Si se cumple con los puntos anteriores ponerse en contacto con el **área de Desarrollo a Proveedores** para pedir una **cita**.

Programa para fabricantes de una pequeña o mediana empresa (PyME)

Para atender a fabricantes de pequeñas y medianas empresas Walmart México y Centroamérica propone el **programa Una Mano para Crecer** de desarrollo de proveedores PYME y responsabilidad social.

Este programa, sin costo para el participante, le orienta sobre los requerimientos para ser proveedor, le capacita en temas gerenciales y procesos internos, pre-evalúa su producto y le

programa una cita con el Comprador o Administrador de Categoría en una Ronda de Negocios. Luego le acompaña durante los 3 primeros años de relación comercial sirviendo como guía o facilitador, capacitándole y dando seguimiento al desempeño de su negocio con Walmart.

El programa Una Mano para Crecer tiene como objetivos fortalecer la pequeña y mediana industria local, generar empleo y apoyar al crecimiento del negocio.

Si desea conocer más sobre el Programa Una Mano para Crecer y las Rondas de Negocio, visite la sección Una Mano para Crecer:

http://www.walmartmexicoycam.com/proveedores/socioscam_apoyo_pyme.html

Requisitos para inscripción como proveedor

- Acta de constitución
- Poder generalísimo
- Cédula Ruc
- Cédula de identidad del representante legal
- Solvencia municipal
- Constancia de matrícula
- Constancia responsable recaudador de impuestos
- Certificado de inscripción en el Registro Único del Contribuyente DGI
- Fórmula de aceptación de pago emitido por el BAC
- Copia de la factura
- Documento legal de representaciones y garantías –

Importante:

- Entregue **formularios originales**
- El **proveedor** o apoderado legal acreditado debe firmar de manera autógrafa todos los formularios
- Las **tachaduras** o **enmendaduras** en los documentos son motivo de **rechazo** de los mismos
- Entregue la **documentación anexa en copias**
- **Evite** usar **abreviaturas**

ANEXO 3. Estados Unidos. Importaciones de quesos

La tabla nos muestra las importaciones totales a nivel mundial, por tipo de queso en Estados Unidos de América, siendo Los demás tipos de quesos, que incluye el morolique, el de mayor importación.

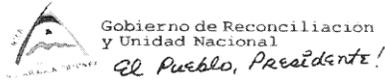
Es importante hacer notar que con este país, Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos tienen suscrito un acuerdo de libre comercio DR-CAFTA, vigente desde abril 2006, a través del cual Nicaragua goza de una cuota de exportación, la que es necesario estar monitoreando para evitar exportar una vez llena dicha cuota, y pagar impuesto de importación, lo que haría a ese queso menos competitivo.

Estados Unidos: Importaciones de quesos a nivel mundial

Pos	Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	TCMA 2014/2010
		Miles de dólares					
040690	Los demás, incl. morolique	907,048	1,002,604	1,022,349	1,067,649	1,171,951	7%
040610	Queso fresco	30,558	43,688	46,197	46,857	69,671	23%
040640	Q. Pasta azul	35,650	37,067	37,733	41,954	45,832	6%
040630	Q. Fundido	28,983	33,151	30,148	33,967	38,673	7%
040620	Q. Rayado o polvo	907	1,132	1,227	893	1,970	21%

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Anexo 4. Cotización LABAL



2015
Vamos Adelante!



COTIZACIÓN No. 00000000035

Cliente	CEI (Centro de Exportaciones e Inversiones)	Fecha	22/04/2015
Dirección	Planes de Altamira Contiguo a Alianza Francesa	Teléfonos	2252-5747
Correo Electrónico	larana@cei.org.ni		
Atención	Lic. Luz Marina Arana (Coordinadora Importaciones y Mercadeo)		

DETALLE DE ANALISIS

Nombre de la muestra	Tipo de análisis	Análisis Solicitado	Cant.	Costo Unitario \$	Costo Total \$	
QUESOS (3 MUESTRAS)	F.O	Total de Calorias	3	7.00	21.00	
	F.O	Calorias de Grasa	3	7.00	21.00	
	F.O	Total de Carbohidratos	3	52.00	156.00	
	F.O	Grasa Total				
	F.O	Fibra Dietética				
	F.O	Proteína				
	F.O	Humedad				
	F.O	Ceniza				
	F.O	Sodio		3	26.00	78.00
	F.O	Calcio		3	26.00	78.00
	F.O	Azúcares		3	30.00	90.00
	F.O	Hierro		3	26.00	78.00
	F.O	Elaboración Datos de Nutric.		3	15.00	45.00
	Crom	Grasa Saturada		3	50.00	150.00
	Crom	Grasa Insaturada		3	50.00	150.00
	Crom	Grasa Poliinsaturada		3	50.00	150.00
	Crom	Grasa Trans		3	50.00	150.00
	Crom	Colesterol		3	100.00	300.00
	Crom	Vitamina A		3	75.00	225.00
	Crom	Vitamina C		3	30.00	90.00
	Sub total (1) una muestra				594.00	
	Costo total 3 Muestras US\$					1782.00
	-----Última línea-----=					

Observaciones:

- * El valor Total Carbohidratos: se incluyen los precios Grasa total, Fibra dietética, Proteína, Humedad y Ceniza
- * Sin realización de muestreo in situ, Solamente damos fé de la muestra presentada
- * Cantidad de muestra requerida 2000g empaques independientes de 500g por cada una de las muestras
- * **Forma de Pago:** Depositar el valor total del servicio solicitado en
Cta. Cte. Dólar #1001-07-14374761 **BANPRO**
Cta. Cte. Córdobas #1001-07-00128065 **BANPRO**
- * Utilizar tipo de cambio oficial, del día del depósito
- * Estamos exentos del 1% ALMA y 2% I.R.

Cristina Miranda Blandón
Cristina Miranda Blandón
Responsable de Mercadeo



CRISTIANA, SOCIALISTA, SOLIDARIA!
MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO
LABORATORIO DE TECNOLOGIA DE ALIMENTOS
Costado este Hotel Intercontinental Metrocentro
Teléfonos 22674635 - 22675326 email: labal.mific@gmail.com