



## **INSERCIÓN DEL QUESO ARTESANAL DE LA REGION DEL MAULE EN EL MERCADO MEXICANO**

**PABLO LEÓN MADARIAGA  
JORGE RODRÍGUEZ LOYOLA**

**INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN**

### **RESUMEN**

El propósito de este estudio es contribuir a ampliar los conocimientos del proceso de exportación a potenciales exportadores de quesos que podrán beneficiarse de las bondades que significan ampliar los mercados, reducir o eliminar los desniveles estacionales de la demanda interna, reducir o eliminar los desniveles cíclicos de la demanda interna, reducir o eliminar las caídas internas por factores imprevistos.

El estudio consiste en determinar la factibilidad de exportar queso de la región del Maule al mercado mexicano ante una demanda potencial en México. El trabajo se desglosa en tres partes principalmente, comenzando con una evaluación del país de destino, seguido por un análisis estructural de la industria del Queso en dicho país y finalmente con un estudio de la logística comparando los precios de distintos medios de transportes y costos asociados.

El análisis estructural de la Industria del Queso en México se realizó sobre la base de datos secundarios obtenidos a través de Internet, lo cual no puede ser concluyente, debido a que no se realizó una prospección que permitiera verificar las fuerzas competitivas prevalecientes de la industria, dado el poco tiempo disponible para realizar el estudio.

Para estudiar la factibilidad del posible ingreso del producto al mercado mexicano fue necesario realizar un análisis de todos los costos incurridos en el

proceso de exportación, a través de un estudio de logística.

Luego de haber realizado un riguroso análisis de costos y a partir de un análisis preliminar de la industria del Queso en México, se concluye que el producto es factible de ser exportado utilizando el transporte aéreo mediante la aerolínea Lan Chile. Al concluir que el mercado en estudio representa un atractivo volumen de compra, pero a la vez muchos productos sustitutos y competencia existente, se sugiere ingresar al mercado mexicano a través de una estrategia de diferenciación para que pueda encontrar nichos de mercados de acuerdo a las virtudes que ofrece el producto.