

MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE
UBATÉ

DUARTE SIERRA CARLOS ANDRES

PAEZ MARTINEZ WILVER DUVAN

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

UBATÉ

2019

QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE
DE UBATÉ

DUARTE SIERRA CARLOS ANDRES

COD. 210214210

PAEZ MARTINEZ WILVER DUVAN

COD. 210214220

Artículo de investigación para optar al título Administrador de empresas

Presentado a.

COMITÉ DE OPCIONES DE GRADO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

UBATÉ

2019

Tabla de contenido

1. RESUMEN	6
1.1. ABSTRACT.....	6
2. QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE UBATÉ	7
2.1. INTRODUCCIÓN.....	7
3. MARCO REFERENCIAL	9
3.1. ANTECEDENTES:.....	9
4. MARCO TEÓRICO	12
4.1. QUESOS FRESCOS:.....	12
4.2. QUESOS TIERNOS:	12
4.3. QUESOS SEMICURADOS:.....	12
4.4. QUESO CURADO:.....	13
4.5. QUESO MADURO O VIEJO:	13
4.6. REQUISITOS DE IMPORTACIÓN DE LÁCTEOS EN CANADÁ:	13
4.7. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL:.....	16
4.8. DESARROLLO LOGÍSTICO PARA EXPORTACIONES:	16
4.9. PRODUCCIÓN DE LECHE ASOCIACIONES PROVINCIA VALLE DE UBATÉ:	19
4.10. DESTINO LECHE PRODUCIDA POR ASOCIACIONES:.....	21
5. HIPÓTESIS:	22
5.1. MÉTODOS Y MATERIALES:	22
5.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN:	23
5.3. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
5.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:	23
5.4.1. Fuentes primarias:	24
5.4.2. Fuentes secundarias:.....	24
6. RESULTADOS:	25

6.1. PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN QUESOS MADUROS:.....	25
6.2. MATRIZ DOFA:	27
6.3. ANÁLISIS DE LA MATRIZ:	30
7. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES	32
8. BIBLIOGRAFÍA	35

Listado de tablas

Tabla 1: Requisitos importación productos lácteos a Canadá.

Tabla 2: Volumen de producción diaria asociaciones.

Tabla 3: Destino de leche producida asociaciones de la provincia

Tabla 4: Cuadro comparativo comercialización de productos provincia de Ubaté.

Tabla 5: Matriz DOFA Productores, comercializadores y transformadores productos lácteos provincia Valle de Ubaté.

1. Resumen

La provincia del valle de Ubaté se encuentra ubicada en el departamento de Cundinamarca, goza de un clima frío que favorece la producción de pastos, de allí la especialización en producción lechera, elaboración de productos lácteos, y comercialización de los mismos, sin embargo aún cuenta con algunos segmentos o productos que han sido poco explotados como es el caso del queso maduro, el artículo denominado QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE UBATÉ busca abrir la oportunidad a los productores, comercializadores y transformadores de estos productos un nuevo segmento en el mercado lácteo, beneficiándose del tratado de libre comercio firmado con Canadá, que elimina los aranceles para los productos lácteos, y de esta forma cambiar los paradigmas de producción de la provincia.

1.1. Abstract

The province of the Ubaté Valley is located in the department of Cundinamarca, it enjoys a cold climate that favors the production of pastures, hence the specialization in dairy production, production of dairy products, and marketing of them, however it still has With some segments or products that have been little exploited, such as mature cheese, the article called “QUESOS MADUROS, POTENTIAL ECONOMIC FOR THE PROVINCE OF THE VALLE DE UBATÉ” seeks to open the opportunity for producers, marketers and processors of these products a new segment in the dairy market, benefiting from the free trade agreement signed with Canada, which eliminates tariffs for dairy products, and thus change the production paradigms of the province.

2. Quesos maduros, potencial económico para la provincia del valle de Ubaté

2.1. Introducción:

La provincia del valle de Ubaté se caracteriza por su producción láctea como una de las bases de la economía de sus habitantes, por esta razón brinda una excelente oportunidad de crecimiento en la industria, fortaleciendo la producción y comercialización de los quesos maduros, pues cuentan con una amplia aceptación en los mercados internacionales, dada por los hábitos de consumo de este producto en distintos países, mejorando de forma directa las finanzas de las compañías, asociaciones y productores lácteos con un cambio de paradigma en su producción.

El artículo denominado “QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE UBATÉ” mostrará alternativas de negocio para la industria láctea de la provincia de Ubaté, aprovechando la demanda de productos lácteos del mercado Canadiense según Procolombia (2016), donde muestra que el consumo de estos productos ha venido creciendo, buscando la comercialización de quesos maduros en un mercado internacional, apoyándose en las bondades del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá, que facilita y reduce los costos para el proceso de exportación, logrando un mayor beneficio económico para los exportadores.

La investigación enmarca condiciones generales para el proceso de una exportación y la planificación de cada una de las actividades alineadas a los marcos legales de nuestro país y del país importador, buscando incursionar en este mercado con los quesos maduros, con las condiciones requeridas en el producto, de tal forma que se garantice una relación estable y a largo plazo con esta nación.

El artículo, muestra las dificultades que presenta el mercado local, para iniciar un proceso de exportación de productos lácteos como el queso maduro, como producto se entregaran las respectivas sugerencias y recomendaciones para que esta industria se fortalezca y logre su crecimiento con los beneficios que brinda el gobierno al establecer políticas de comercialización internacional con los TLC. Tratados de Libre Comercio (N.D). Gracias a los beneficios arancelarios estimados en este tratado.

3. Marco referencial

3.1. Antecedentes:

Para el desarrollo del presente proyecto, se tendrán en cuenta los siguientes antecedentes internacionales, nacionales y regionales.

Según Estrada L, y otros (2010) en el proyecto plan de exportación de piña deshidratada con destino a Alemania, en que afirma que se debe realizar un análisis que involucre: El comportamiento del consumidor, sus ingresos per cápita, la competencia, los diversos mecanismos internacionales de exportación y la reglamentación necesaria para ingresar a este mercado. Finalmente, se desarrolla la viabilidad financiera del proyecto en la que se realizaron las proyecciones correspondientes a los primeros años de funcionamiento.

Se considera como aporte significativo, la metodología implementada para el desarrollo de los procesos de exportación, guía fundamental para la implementación y adaptación para el desarrollo que se quiere lograr con los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos de la provincia del Valle de Ubaté.

Es importante revisar el aporte de Cedeño M, y Montenegro D (2004) en el Proyecto Plan Exportador, Logístico Y De Comercialización De Uchuva Al Mercado De Estado Unidos para frutexpo s.c.i ltda, donde muestran en parte como se logra el desarrollo de un plan logístico para la exportación de la Uchuva:

En este proyecto cabe investigar los aspectos generales del producto Uchuva. Realizar un estudio de las condiciones fitosanitarias de los cultivos de uchuva en Colombia, con el fin de comparar su situación actual con los requerimientos de exportación exigidos por los estándares del departamento de Agricultura de Estados Unidos. Investigar los aspectos generales de FRUTEXPO S.C.I LTDA. Realizar un estudio

detallado de las condiciones y requerimientos que exige el mercado de Estados Unidos como barreras de entrada para la Uchuva. Investigar sobre los diferentes sistemas de almacenamiento para la Uchuva sin capacho con el fin de aumentar su almacenamiento por largos periodos, es decir, incrementar su vida útil. Identificar el mercado potencial de la Uchuva en los Estados Unidos.

Como contribución para el desarrollo del presente artículo, es importante resaltar los requerimientos necesario para las exportaciones, el diseño de la cadena de abastecimiento de productos alimenticios hacia otros países, el desarrollo e estudio de mercados para la identificación de clientes potenciales, y de cómo hacer un estudio detallado para sobre los temas de comercialización y competitividad, que permitan identificar el mercado objetivo en el que se va a incursionar.

La oportunidad de crecimiento que tiene el mercado de los quesos maduros en Canadá, se evidencia en el informe de Procolombia (2016), donde indica el crecimiento en la demanda de los productos lácteos por este país;

LÁCTEOS COLOMBIANOS TIENEN VÍA LIBRE PARA SU EXPORTACIÓN HACIA

CANADÁ: Canadá importa mucho más productos lácteos de los que exporta. En 2015, sus compras externas en este sector fueron de CAD \$899 millones (USD 674, 2 millones) mientras que sus exportaciones sumaron CAD\$211 millones (USD 157,7 millones).

Las cifras respaldan el importante consumo per cápita de lácteos en el país norteamericano. En 2015, el consumo de queso fue de 12,49 kg por habitante; el de crema, de 9,94 litros; el de yogurt, de 10,53 litros; el de helado, de 4,79 litros; y el de mantequilla, de 2,82 kilogramos.

Adicionalmente, para satisfacer la demanda creciente ha sido necesario ofrecer lácteos con innovación y desarrollo como yogurt de estilo griego, los pre y pro bióticos, los productos fortificados con calcio, Omega-3 y libres de lactosa. De acuerdo con el Canadian Dairy

Information Centre, en el mercado al detal, el precio del queso es de CAD\$14,53 dólares el kilo, equivalente a USD\$11,03/Kg en promedio.

Es por esto que para los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos se brinda una excelente oportunidad de incursionar en el mercado canadiense gracias a la demanda actual de productos lácteos, teniendo como base la producción de leche fresca que se presenta en la región.

4. Marco Teórico

4.1. Quesos frescos:

Según Gottua (2018), los quesos frescos son los que no se añejan ni se dejan madurar, no tienen tiempo de curado, sino que son el resultado del cuajo de la leche. Estos quesos presentan mayor contenido acuoso y concentran menos nutrientes, son de sabor suave y consistencia blanda, son fuente de proteína pero cuentan con bajo aporte de grasas y colesterol, los quesos de vaca son los que menos grasas y colesterol concentran.

4.2. Quesos tiernos:

Manzer (2014) define los quesos tiernos como una de las variedades más populares, suaves y consumidas del país. La mayoría de las veces podríamos distinguir un queso tierno de uno semicurado, curado o viejo, solo por su sabor. Lo que no sabemos es que la mayor diferencia entre cada uno de ellos está en el tiempo de curación. El queso tierno se cura durante muy pocos días (entre 15 y 30 días aproximadamente), si lo comparamos con otras variedades. Este breve periodo hace que su contenido en alguna sea mayor, y por tanto contenga un menor nivel de nutrientes (proteínas, minerales, vitaminas, y por supuesto grasas).

4.3. Quesos semicurados:

Los quesos semicurados, pueden ser definidos según su tiempo de curado, como lo indica the food team (n.d.); son quesos que para tomar la forma final, son sometidos a un proceso de maduración, mediante el añejamiento durante varios meses. Se somete al método clásico de curación, dejándolo en cámaras herméticas durante un aproximado de 2 a 3 meses. En la escala

de quesos es más seco que el fresco pero no más que el curado, pues sigue teniendo un gran porcentaje de agua.

4.4. Queso curado:

Eunice (2019) indica que un queso curado lleva una maduración aún mayor que oscila entre los 4 y los 7 meses, tiene muy poca agua y es muy graso (es el menos indicado para las personas que estén a dieta). Además su sabor es muy fuerte ya que está muy potenciado por la maduración.

4.5. Queso maduro o viejo:

Además Eunice (2019) especifica que otro de los tipos de quesos son los queso viejo o maduros que tiene un periodo de maduración por encima de los 7 meses, tiene el sabor más intenso, el menor contenido de agua y la superficie más rígida.

4.6. Requisitos de importación de lácteos en Canadá:

Las políticas de importación de Canadá para los productos lácteos han establecido unos parámetros que deben cumplirse para lograr la exportación, la investigación realizada por Vargas R, Becerra R, Higuera J y otros (S.F.), especifica que los lácteos hacen parte del IMPORT CONTROL LIST y se necesita permiso para poderse importar. De si no se deben pagar tarifas más altas. La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos con sus siglas en inglés (CFIA) puede realizar inspecciones aleatorias en cualquier momento para verificar el cumplimiento de éstos requisitos:

Tabla 1: Requisitos importación productos lácteos a Canadá.

REQUISITOS DE IMPORTACIÓN DE LÁCTEOS EN CANADÁ	
DOCUMENTO	OBSERVACIONES
Permisos de importación.	
Certificado Zoosanitario.	<p>Depende del país de origen: Las leyes canadienses exigen que solo pueden ingresar productos lácteos de países cuya salud animal cumpla con los estándares de un sistema equivalente al de Canadá determinado por la CFIA.</p> <p>Sin embargo, las condiciones impuestas varían según 4 esquemas diferentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • si se trata de un ingrediente. • si es importado de los EEUU. • si el sistema de inspección es reconocido por el CFIA como libre de aftosa. • si no está reconocido como libre de aftosa. • Si el producto es procedente de países para los cuales el CFIA tiene el conocimiento de la infraestructura de inspección y el cual no está reconocido por la CFIA como libre de aftosa, se requiere un Certificado Zoosanitario de Exportación, el cual es constancia para Canadá que el producto ha sido sometido a los siguientes

	<p>tratamientos:</p> <p>Pasteurización: mínimo 72°C por al menos 15 segundos;</p> <p>Ultra Alta Temperatura (UHT): Mínimo 140 °C por al menos 5 segundos;</p> <p>PH final (menos de 5) por un período de 2 horas, y seguido por un segundo tratamiento de los enunciados arriba.</p>
<p>Cumplir con normas de etiquetado.</p>	<p>Reglas no aplican para productos pre empacados al granel</p> <p>Algunas reglas de etiquetado pueden variar según la provincia, el nombre común o genérico debe venir en Inglés o Francés y debe mostrarse en el panel principal del producto.</p> <p>Para los quesos existe una reglamentación diferente que puede cambiar según la variedad. No todos los productos permiten que se les adicione la enzima lactasa.</p>
<p>Cumplir con los estándares y categorías.</p>	
<p>Acatar requisitos de Salud y Seguridad.</p>	

Presentar declaración de importación con duplicado.	
Cualquiera otra documentación exigida por la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá con sus siglas en inglés (CBSA).	Ejemplo; Certificado de Origen

Fuente; Vargas R, Becerra R, Higuera J y otros (S.F.).

4.7. Diagnóstico Organizacional:

El diagnóstico inicial de las empresas, consiste en identificar y evaluar las condiciones actuales de las compañías ubicadas en el valle de Ubaté, reconociendo las dificultades, oportunidades, fortalezas y debilidades además de sus competidores, tecnología y estándares de producción. Cummings y Worley, (2007), indican que un diagnóstico es el proceso de conocer el funcionamiento actual de un sistema. Consiste en conseguir la información pertinente sobre las operaciones actuales, analizarla y, sacar conclusiones para un cambio y mejoramientos potenciales.

4.8. Desarrollo Logístico Para Exportaciones:

Es importante para desarrollar un proceso de exportación, identificar la logística para iniciar una exportación, como especifica; Espejo L, Núñez T, y Fuentes G, (2016).

Es importante conocer algunos factores internos que llevarían a los empresarios productores de queso a aumentar las probabilidades de éxito exportador, pues, aunque algunos pueden sonar obvios, muchos empresarios los pasan por alto y en ocasiones genera que no se logre los objetivos propuestos.

En diversos estudios se afirma que existe una relación entre el comportamiento exportador y las aptitudes de la alta gerencia, por tal razón aseguran que no solo es necesario tener un plan exportador, sino que también se debe estar motivado con esta estrategia y querer realizarla.

También es ineludible que las sociedades interesadas cuenten con algún factor diferenciador, pues se cree que estas podrían influir en tener una mayor inclinación hacia la exportación y aumentarían las posibilidades de éxito.

Otro factor que puede ser capaz de hacer prosperar en mercados foráneos, es el grado de expansión nacional, es decir, el porcentaje de mercado nacional abastecido, pues al tener una mayor expansión la empresa ha desarrollado habilidades en la comercialización de su producto y experiencia en negociar con distintas personas.

El cambio de mentalidad de los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos se hace necesaria de forma inmediata en la provincia del Valle de Ubaté, pues bien lo indica Villavicencio (2013) que; Entender como son las prácticas comerciales internacionales y actitud proactiva son condicionantes del éxito exportador; es necesario identificar los países que sean viables y presenten oportunidades para incursionar, según las características y posibilidades de cada pyme.

Es por esto que se busca motivar a los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos para incursionar en el mercado de los quesos maduros, cambiando la mentalidad de solo producción de quesos frescos, con esto se lograra aprovechar un nuevo segmento del mercado y que mejor forma de hacerlo que iniciando con un proceso de exportación, hacia un mercado que demanda estos productos.

Sin embargo es importante tener en cuenta que aunque se muestra un mercado insatisfecho y una excelente oportunidad de mercado para los productores lácteos del valle de Ubaté, se deben considerar algunas dificultades o barreras que se pueden presentar en este proceso, con el fin de visualizarlas y buscar alternativas que permitan una exportación exitosa, como explica Espejo L, Núñez T, y Fuentes G (2016):

Algunas de las barreras para exportar son; La falta de preparación de la alta dirección, la escasa experiencia internacional o falta de recursos, son un primer grupo de barreras que impiden que se lleve a cabo una estrategia comercial internacional. En un segundo grupo de barreras, se establece la orientación exclusiva del producto al consumidor nacional, lo que limita el desarrollo y ampliación de consumidores fuera de las fronteras internas. La falta de tecnologías se posiciona como un fuerte impedimento para la exportación.

Por esto se hace necesario identificar los potenciales de los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos en la provincia del valle de Ubaté, buscando eliminar estas barreras y que su cambio de mentalidad permita el crecimiento de las compañías hacia un nuevo modelo de negocio, sin dejar atrás su negocio actual, se fortalecerá un nuevo segmento de mercado.

La internacionalización de las compañías es un reto que deben asumir sus líderes, pues de esta forma no se verán estancadas y se brindaran amplias oportunidades de mercado que fortalezcan sus finanzas, como lo menciona Villavicencio (2013) quien explica;

Que en ocasiones las empresas se concentran tanto en atender y solucionar los problemas de su mercado local, que se olvidan de desarrollar o pensar en nuevas alternativas comerciales que permitan un mayor crecimiento y expansión. Es por esto que es importante que los directivos escuchen y se den un tiempo y/o espacio para analizar nuevas estrategias, como la exportación.

4.9. Producción de leche asociaciones provincia Valle de Ubaté:

La provincia del valle de Ubaté, cuenta con la posibilidad de elegir las mejores materias primas para su producción, pues Afanador G, Bonilla R, Cárdenas E, y otros (2016), en el estudio denominado “Innovación, ciencia y tecnología para productores de leche de la provincia de Ubaté”, refleja la gran producción que se tiene, y eso que solo se tomaron en cuenta algunas de las principales asociaciones existentes, observemos la gráfica de producción estimada para el año 2016:

Tabla 2: Volumen de producción diaria asociaciones.

Asociación	Municipio	Volumen (l/d) ¹
Asoagroproleche	Carmen de Carupa	500
Asocharquira	Carmen de Carupa	2.700
Asogcorap	Carmen de Carupa	450
Asograncu	Cucunubá	520
Friolac	Cucunubá	900
Ganalac	Cucunubá	4.000
Apaf	Fúquene	3.500
Colfe	Fúquene	1.260
Asganapug	Guachetá	1.200
Coopalac	Lenguzaque	2.200
Dona Leche	Simijaca	2.000
Aspas	Simijaca	700
Apamap	Susa	1.500
Asofrapa	Susa	1.200
Asoganasuta ²	Sutatausa	ND
Corprotausa	Tausa	400
Asoprocampo	Tausa	800
Asolapo	Ubaté	900
Asgunpu	Ubaté	1.300
Agrocalla	Ubaté	800
Total		26.800

FUENTE: Afanador G, Bonilla R, Cárdenas E, y otros (2016); Estudio innovación, ciencia y tecnología para productores de leche de la provincia de Ubaté, Gobernación de Cundinamarca, Secretaria Ciencia Tecnología e Innovación 2016. Pág. 2

La tabla anteriormente, nos ilustra sobre un segmento de la producción de leche en el valle de Ubaté, contando con que solo es una muestra significativa de producción, ahora, y teniendo en cuenta que el beneficio económico para los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos lo brinda el valor agregado que se pueda entregar al consumidor, es decir a mayor proceso de transformación mayor es la remuneración.

4.10. Destino leche producida por asociaciones:

En el desarrollo de la investigación, se evidencio que las asociaciones productoras, transformadoras y comercializadoras de leche de la provincia no están aprovechando al máximo su materia prima. En la siguiente tabla podemos observar el porcentaje de transformación que se está llevando en la provincia por parte de las asociaciones lácteas:

Tabla 3: Destino de leche producida asociaciones de la provincia

DESTINO	LITROS/DIARIOS	PORCENTAJE (%)
Venta	20.179	92,1
Autoconsumo	1.551	7,1
Procesamiento	172	0,8

FUENTE: Afanador G, Bonilla R, Cárdenas E, y otros (2016) Estudio innovación, ciencia y tecnología para productores de leche de la provincia de Ubaté, Gobernación de Cundinamarca, Secretaria Ciencia Tecnología e Innovación 2016. Pág. 19.

En esta tabla se observa con preocupación que menos del 1% de la producción láctea de las asociaciones está recibiendo alguna transformación, es decir están destinados a la comercialización de la materia prima, sin explotar su valor agregado, por esto se hace relevante y aumenta la importancia de fortalecer la producción de quesos maduros, como estrategia comercial para las asociaciones, comercializadores, transformadores y en especial al productor de leche, que debe buscar estrategias de asociación e integración, que le permitan transformar la leche y entregar un producto final que brinde un valor agregado para las asociaciones.

5. Hipótesis:

Una vez desarrollado el proceso exploratorio, y con información relevante de los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos en el valle de Ubaté, y conociendo los beneficios para llevar a cabo la exportación de productos lácteos a Canadá y la rentabilidad que brinda la comercialización de quesos maduros, se busca resolver el paradigma de “¿Cuáles son las condiciones para lograr que los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos de la provincia del valle de Ubaté, replanteen su modelo de negocio con la producción de quesos maduros buscando el mercado internacional?” para resolver esta pregunta de investigación se estima:

5.1. Métodos y materiales:

Para llevar a cabo el desarrollo del artículo denominado “QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE UBATÉ”, se desarrolló un trabajo de campo, trabajo investigativo y trabajo de observación visualizar la actualidad del mercado de los quesos maduros en la región, además de lograr identificar algunas falencias que pueden presentarse al momento de iniciar una exportación del producto desde la provincia.

Para continuar con la investigación se aplicarán las herramienta de análisis en la administración, la matriz FODA, El método de estudio de este trabajo es inductivo pues va de lo particular a lo general; se trata del método científico más usual en viabilidad de proyectos. Se obtiene una conclusión general a partir de varios enunciados particulares.

5.2. Alcance de la investigación:

Este proyecto se desarrolló con una metodología cualitativa, con un alcance exploratorio teniendo en cuenta que se tomó información de productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos, investigando el comportamiento de este mercado para lograr establecer la exportación del queso maduro a Canadá.

5.3. Procedimiento De La Investigación

El desarrollo de esta investigación estuvo enfocado en los aspectos básicos para la exportación de productos lácteos, especialmente queso maduro, partiendo desde su producción actual en el valle de Ubaté, buscando fortalecer este mercado y brindar una opción de crecimiento para los productores, comercializadores y transformadores de los productos lácteos. Por último se elaboran las sugerencias y conclusiones que muestren una visión más amplia sobre los procesos de exportación de los productos lácteos.

5.4. Técnicas e instrumentos:

Para obtener la información que permita el desarrollo del artículo denominado “QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE UBATÉ”, se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de información; Como manifiesta (Méndez, 2010), que los estudios descriptivos acuden a técnicas específicas en la recolección de

información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. También pueden utilizarse informes y documentos elaborados por otros investigadores.

5.4.1. Fuentes primarias:

En las fuentes primarias esta la información obtenida en el sector lácteos, como productoras, transformadoras y comercializadoras de la provincia del Valle de Ubaté, para identificar su estado actual de producción y comercialización de quesos maduros.

5.4.2. Fuentes secundarias:

Se tomara como base de investigación las investigaciones en libros, trabajos de grado, artículos en internet, asesorías como base metodológica para el desarrollo del proyecto y minería de datos en el sector lácteo que permita fortalecer la investigación.

6. Resultados:

Con la consulta de las diversas fuentes de información y la elaboración del cuadro comparativo entre algunos de los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos, se pudo observar que los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos del valle de Ubaté, en su gran mayoría carecen de tecnología adecuada para desarrollar la producción de quesos maduros, esto dado al alto grado de arraigo que se tiene con la producción y comercialización tradicional de quesos frescos como queso doble crema y campesino en la provincia del valle de Ubaté, en momento presenta una limitada producción de queso maduro, concentrada en dos empresas que se abstuvieron de brindar información sobre su producción de su producto.

Debido al apalancamiento financiero de los productores, comercializadores y transformadores de quesos del valle de Ubaté, el proceso de maduración de los quesos se debe iniciar con la producción de quesos semicurados que permita el retorno de la inversión en un periodo de 1 a 3 meses, y de esta forma empieza a cambiarse el paradigma de solo manejar la producción de quesos frescos, además progresivamente se estaría proyectando la producción a quesos añejos que su tiempo de retribución de la inversión están estimados a 9 meses.

6.1. Producción y comercialización quesos maduros:

En la siguiente tabla se puede observar que en la provincia no se cuenta con producción de quesos maduros que permitan satisfacer la demanda actual en los mercados internacionales, hecho que presenta dos aspectos positivos para iniciar el proceso de producción de quesos

maduros, por una parte la materia prima está disponible teniendo en cuenta que las asociaciones en su gran mayoría comercializan la leche, en segundo lugar se observa que la industria está enfocada a la comercialización de productos frescos, como quesos frescos, yogurt, cuajadas, entre otros productos, dejando de lado el mercado de los quesos maduros.

Tabla 4: Cuadro comparativo comercialización de productos provincia de Ubaté.

Producción y comercialización de productos lácteos	QUESOS MADUROS	QUESOS FRESCOS	OTROS PRODUCTOS	LECHE
ASOCIACIONES	NULO	BAJO	BAJO	ALTO
EMPRESAS	BAJO	ALTO	ALTO	BAJO
PRODUCTORES	NULO	BAJO	BAJO	ALTO
TRANSFORMADORES	BAJO	ALTO	ALTO	BAJO
COMERCIANTES	NULO	ALTO	ALTO	BAJO

Fuente: Elaboración propia

6.2. Matriz DOFA:

Como herramienta para identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y oportunidades del sector lácteo en la provincia del valle de Ubaté; se implementó la matriz DOFA, donde se lograron identificar y observar los siguientes aspectos relevantes sobre este mercado:

Tabla 5: Matriz DOFA Productores, comercializadores y transformadores productos lácteos provincia Valle de Ubaté.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Calidad de materia prima con que se cuenta en el sector, gracias a la alta producción de leche en la provincia del Valle de Ubaté que permite seleccionar excelente calidad para la elaboración de los productos.</p> <p>Sacar provecho de la conurbación con la capital colombiana, que facilita la logística y transporte de los productos, además de permitir la participación en ferias internacionales que se desarrollen.</p>	<p>Las empresas que comercializan los quesos y productos lácteos en el valle de Ubaté, no cuentan con reconocimiento en el mercado nacional e internacional, lo que genera desconfianza en los exportadores.</p> <p>No se cuenta con plantas de producción, infraestructura ni tecnología que permitan la estandarización de los procesos, procedimientos y maduración del queso.</p> <p>Falta conocimiento y especialización del</p>

<p>Disponibilidad de mano de obra, que permite garantizar la continuidad en los procesos de producción, pues los procesos de maduración requieren de constante intervención de los colaboradores para lograr excelente calidad del producto.</p>	<p>personal de las empresas sobre los procesos de producción, estándares de calidad y conservación de los quesos maduros en el sector.</p> <p>Ausencia de cultura de asociación entre las empresas productoras de quesos en el Valle de Ubaté, dificultando el crecimiento del gremio y la expansión del mercado.</p> <p>Resistencia al cambio de productores, comercializadores y transformadores de los productos lácteos, al limitarse a productos de tradición en la provincia, sin incursionar en el campo de los quesos maduros.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>Tratados de libre comercio que eliminan los aranceles, y abren nuevos de mercado con diversos países consumidores de productos lácteos.</p>	<p>Fenómenos naturales que reduzcan la producción de leche en la región, y conlleve al aumento de los precios en la materia prima.</p>

<p>Baja producción de quesos maduros en el país, lo que muestra que es un mercado alterno poco explorado, y que no se ha tenido una compañía líder en esta industria.</p> <p>el mercado internacional conoce las ventajas del queso madurado, y cuenta con una demanda insatisfecha que permite garantizar la comercialización de este producto.</p> <p>Asociación de los productores de quesos maduros para ampliar la producción e implementar procesos y procedimientos con tecnología y calidad exigida en el mercado.</p> <p>Incremento de utilidades con la producción y comercialización de quesos maduros hacia Canadá.</p>	<p>Fluctuación del peso colombiano con respecto a la moneda del país importador, que permita productos a menor precio en el mercado, o que afecte los ingresos y la comercialización de la compañía.</p> <p>Riesgo de fiebre aftosa en el país que dificulta la comercialización de los lácteos con mercados internacionales, hecho que cierra las barreras de comercialización.</p> <p>Tensiones política generada con el país importador que desfavorezca y afecte la comercialización de los productos.</p>
---	--

Fuente: Elaboración Propia.

6.3. Análisis de la matriz:

Una vez recolectada la información y desarrollada la matriz DOFA, se puede concluir inicialmente que los productores, comercializadores, y transformadores de productos lácteos del valle de Ubaté, aun no cuentan con las condiciones técnicas, tecnológicas y financieras para desarrollar el proceso de exportación de quesos maduros, además presentan dificultades para iniciar una producción a nivel local por los aspectos anteriormente mencionados; esta situación se presenta debido al arraigo que se tiene con el mercado local, en la comercialización de quesos frescos, dejando de lado la exploración a incursión en mercados como el de los quesos maduros, y aunque una de sus principales debilidades está en el desconocimiento de las compañías del sector lácteo, del valle de Ubaté, en el mercado nacional e internacional dificultando las relaciones con mercados extranjeros, los productores, comercializadores y transformadores de productos lácteos cuentan con fortalezas y posibilidades de crecimiento por medio de asociaciones, trabajo en equipo y alianzas estratégicas con el sector público y/o privado, que les permita reducir sus debilidades, solventarlas y prepararse para las amenazas que se puedan presentar en el entorno.

El Artículo QUESOS MADUROS, POTENCIAL ECONÓMICO PARA LA PROVINCIA DEL VALLE DE UBATÉ, se enfoca precisamente en motivar a los actores de la industria láctea, para visualizar la oportunidad de mercado que se encuentra en el medio, pues la baja producción de quesos maduros en el país, brinda la oportunidad de posicionarse en el mercado con este producto. Y a futuro y de forma progresiva continuar incursionando con diversos productos lácteos que permitan el fortalecimiento de estos mercados.

Con la información recolectada, y con la elaboración de la matriz DOFA se pudo evidenciar que una de las principales dificultades para asumir el reto de incursionar con nuevos productos se encuentra en la resistencia al cambio que está presente en las asociaciones, empresas y en general en la industria láctea de la provincia del valle de Ubaté, que se encuentra aferrada a su producción y comercialización de quesos frescos en el mercado local, sin brindarse la oportunidad de cambio y liderar un nuevo mercado a nivel nacional e internacional. Comercializando un producto como el queso maduro que su valor comercial es significativamente superior al queso fresco que actualmente comercializan a nivel local.

7. Sugerencias y recomendaciones

Una vez desarrollada la investigación, se llega a las siguientes conclusiones, sobre el potencial de los productores, transformadores y comercializadores de productos lácteos del valle de Ubaté, para lograr un cambio en el paradigma de producción y comercialización láctea, se elabora el siguiente análisis:

- Se debe fortalecer el carácter asociativo, en la provincia, en pro de fortalecer su Good Will como centro de producción láctea del país, aprovechando el reconocimiento de su cabecera provincial, como capital lechera de Colombia, diversificando la producción, explotando el segmento de mercado de los quesos maduros, a nivel local, nacional e internacional.
- Establecer convenios con instituciones gubernamentales, privadas y empresas turísticas para fomentar la creación de la ruta láctea en la provincia del valle de Ubaté, con el objetivo de atraer a los turistas hacia el consumo de diversos productos lácteos, en especial el queso maduro como una nueva alternativa de consumo.
- Fomentar en los actores involucrados en la industria láctea un nuevo modelo de mercado, rompiendo el actual paradigma de producción enfocado únicamente a la producción y comercialización de quesos frescos, para integrar el proceso de maduración en quesos, que brinde nuevas alternativas a los consumidores, generando mayores ingresos para la industria láctea de la provincia.
- Incentivar a las asociaciones productoras de leche de la provincia para generar valor agregado a su producción, teniendo cuenta que poseen el potencial para incursionar en

el mercado de los quesos maduros, pues cuentan con principal recurso como lo es la leche, de esta forma se verán beneficiados por mayores ingresos, volúmenes de producción significativos, que reducirá los costos de comercialización y producción.

- Contribuir positivamente al aumento de la balanza comercial del país, al realizar la exportación de un nuevo producto, y en la provincia del Valle de Ubaté, se genera una nueva fuente de exportación diferente a la exportación minera, que se desarrolla en la actualidad; además de esto la provincia se beneficiara con la generación de nuevas fuentes de empleo, mejorando la calidad de vida de los habitantes de los 10 municipios presentes en la provincia.
- Fortalecer la producción de quesos maduros con el apoyo de las especializaciones técnicas de las instituciones educativas, vinculando a los jóvenes egresados de dichas instituciones en los proyectos de producción y exportación, evitando el desplazamiento a las grandes urbes, mostrando que se puede crecer en el entorno local.
- Desarrollar semilleros de investigación acerca de los productos lácteos, buscando dinamizar la industria cada día incursionando con nuevos productos en el mercado, de tal forma que se pueda brindar a los consumidores locales, nacionales e internacionales, diversas alternativas de consumo de productos lácteos.
- Establecer prácticas ambientales sostenibles, generando el menor impacto posible en el entorno debido a la producción láctea, con una adecuada disposición de los residuos, y nuevos procesos de transformación de los mismos, beneficiando la recuperación del medio ambiente.
- Elaboración de plataforma de información y análisis de la producción de leche de los distintos municipios de la provincia, pues se encontró con un entorno difícil de

analizar, teniendo en cuenta la falta de información sobre el sector, y las personas involucradas en este mercado se reservan la información y no permiten el análisis de sus compañías; con la plataforma virtual, y el reporte oportuno de las empresas se logra estar preparados para atender las necesidades inmediatas del mercado local e internacional.

8. Bibliografía

Procolombia (2016), Lácteos Colombianos Tienen Vía Libre Para Su Exportación Hacia Canadá, consultado 15 de febrero de 2019; disponible en <http://www.procolombia.co/en/lacteos-colombianos-tienen-libre-para-su-exportacion-hacia-canada>.

Estrada L, y otros (2010): Plan de exportación de piña deshidratada Con destino a Alemania. Proyecto de grado. Para optar al grado de Administración de Empresas. Bogotá. Universidad Nacional del Rosario. Facultad de Administración. 2010. 137 p.

Cedeño M, Montenegro D, (2004): Proyecto plan exportador, logístico y de comercialización de uchuva al mercado de Estado Unidos para FRUTEXPO S.C.I LTDA; consultado 23 de junio de 2019; disponible en <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis135.pdf>

Manzer (2014); sobre el queso; consultado 24 de junio de 2019; disponible en <https://quesosmanzer.es/queso-tierno/>

The Food Team By Eduardo (2017); Quesos SemiCurados; Consultado 19 de junio de 2019; Disponible en <https://thefoodteam.net/quesos-semicurados/>

Eunice (2009); Clasificación de los quesos según el tiempo de curación; consultado 27 de abril de 2019; disponible en; <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/clasificacion-de-los-quesos-segun-el-tiempo-de-curacion>

Vargas R, Becerra R, Higuera J y otros (N.D.); Oportunidades y requisitos de acceso de productos lácteos a Canadá; consultado 20 de mayo de 2019; Disponible en; http://www.procolombia.co/sites/default/files/presentacion_webinar4.pdf

Afanador G, Bonilla R, Cárdenas E, y otros (2016); Innovación, ciencia y tecnología para productores de leche de la provincia de Ubaté, Bogotá DC, gobernación de Cundinamarca.

Méndez (2010); Investigación de operaciones; Recuperado el 26 de octubre de 2018; disponible en <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094337/cap03.pdf>.

Gómez A. (2003). Guía Para Exportar Productos Agroindustriales a los Estados Unidos. Bogotá: Corporación Universitaria Tecnológica De Bolívar, Dirección De Investigaciones.

Tratados de Libre Comercio (N.D). “Resumen del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá). Consultado el 15 de febrero de 2019 y disponible en http://www.tlc.gov.co/publicaciones/721/resumen_del_tratado_de_libre_comercio_entre_colombia_y_canada.

Gottua G, (2018); queso curado, semicurado, tierno y fresco: estas con las diferencias nutricionales; consultado abril 2019; disponible en <https://www.vitonica.com/alimentos/queso-curado-semicurado-tierno-fresco-estas-sus-diferencias-nutricionales>

Espejo León, Á., Núñez Tabales, J., & Fuentes García, F. (2016). Factores Determinantes del Éxito Exportador: Causas empresariales. *Revista de Sociales y Jurídicas*, 190-207.

Villavicencio, J. M. (2013). Factores Críticos para el desempeño exportador de las Pymes. *Tec Empresarial*, 32-37.