

El mercado de queso en Esta- dos Unidos

El mercado de queso en Estados Unidos

Esta nota sectorial ha sido elaborada por Alicia Marín, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Nueva York

Septiembre 2007

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
2. Clasificación arancelaria	6
II. OFERTA	8
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	8
3. Importaciones	10
4. Principales Competidores	16
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	17
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	19
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	21
VI. DISTRIBUCIÓN	22
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	26
VIII. ANEXOS	30
1. Ferias	30
2. Publicaciones del sector	31
3. Asociaciones	31
4. Otras direcciones de interés	32

CONCLUSIONES

El sector de los quesos ha evolucionado considerablemente con el paso de los años. Concretamente la producción de queso de Estados Unidos ha aumentado un 32% en los últimos diez años, situándose por encima de los cuatro millones de toneladas.

El estado con mayor producción de queso de EE.UU. es en la actualidad Wisconsin, y el tipo de queso que más se produce en el país es el queso *cheddar*, junto con otros quesos americanos y *mozzarella*.

El incremento de la producción de queso en el país viene acompañado de un aumento del consumo del 10% entre los años 2002-2006. El consumo per cápita de queso en EE.UU. ha evolucionado de manera espectacular, pasando de consumir 8 kilos per cápita en el año 1980 a 14 kilos en 2005.

Estados Unidos es un gran productor de queso y, por ello, sus importaciones apenas representan un 4,8% del consumo total del producto en el país. De estas, cabe destacar que un 17% provienen de Italia, y sólo el 1,5% de España., y que los tipos de queso con mayor volumen de importaciones en Estados Unidos son los elaborados a partir de leche de vaca y de oveja.

Los datos sobre las importaciones de cada uno de los tipos de queso analizados en este estudio muestran que, en la mayoría de los casos, las importaciones en cantidad están disminuyendo el ritmo de crecimiento, mientras que en valor siguen una evolución creciente. Este hecho se debe al aumento de los precios dentro del sector lácteo.

Por otra parte, los principales competidores para los quesos españoles en el mercado norteamericano son los franceses y los italianos. Concretamente un tercio de las importaciones de queso de Estados Unidos provienen de estos países.

Las tendencias en consumo también han ido evolucionando a lo largo de los años. En la actualidad los consumidores están disminuyendo el consumo de quesos blandos, suaves, sin carácter, en favor de quesos llenos de sabor, con especias, o hierbas frescas, quesos azules o con cortezas bañadas en aromas intensos.

Respecto a los precios medios del queso importado, en los últimos cinco años han pasado de 3,5 dólares/kilo en 2002 a 5 dólares/kilo en 2006 (precios CIF).

La percepción de los productos españoles en Estados Unidos, concretamente de los quesos españoles, es cada día mejor gracias a chefs y expertos en gastronomía. Sin

embargo, es necesaria una mayor promoción de los productos de España para acortar distancias con los productos italianos y franceses.

En cuanto a la distribución de los quesos españoles en EE.UU., hay que mencionar que la gran mayoría se venden a través del canal minorista, en los departamentos de productos gourmet de los supermercados, las tiendas de queso especializadas, las tiendas gourmet, tiendas de salud y de comida natural, etc.

Además, es importante que las empresas españolas tengan en cuenta la existencia de ciertos requisitos a la hora de exportar el queso a Estados Unidos. Así, es necesario un presentar un certificado sanitario de exportación, el ASE-712, que la empresa española se registre en la FDA y que los importadores hagan una notificación previa de los envíos, entre otros.

Para conocer en detalle los aspectos más relevantes de la legislación, se recomienda consultar la Guía de Importación de Alimentos a EE.UU. actualizada, solicitándola a través de la página web de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación: www.mapausa.org.

Además, los aranceles aplicables a las exportaciones de queso a Estados Unidos difieren mucho en función del queso que esté exportando y del tipo de leche utilizada para su elaboración. Se recomienda visitar la página web <http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/datasetPreviewIFpubli.htm> para obtener información más precisa sobre el arancel aplicable a cada uno de los distintos tipos de queso.

Finalmente, hay que destacar que España tiene una amplia gama de quesos, con sabores, texturas y olores muy diferentes unos de otros. Son quesos de buena calidad y por sus características se adaptan bien a los gustos de los consumidores estadounidenses. Por ello recomendamos seguir realizando esfuerzos promocionales, para llegar a los consumidores y hacerles conocedores de la existencia de los quesos de España.

■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El presente estudio tiene por objeto presentar la evolución del mercado de los quesos en Estados Unidos y evaluar las posibilidades de exportación de las empresas españolas.

Para su análisis el estudio se centra en el segmento de los quesos gourmet, los que se venden en tiendas especializadas o departamentos de productos gourmet en los supermercados y no tanto en los apartados de productos lácteos estándar, ya que las importaciones españolas responden principalmente a esta categoría.

Así pues en este estudio, se analizarán las importaciones y exportaciones estadounidenses, el marco regulador, el consumo real, la demanda y los diferentes factores que afectan a la comercialización del queso en EEUU. Para ello, se utilizarán datos correspondientes al período 2001-2006.¹

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La clasificación arancelaria del queso se recoge en la tabla siguiente. Se presentan clasificados según el código *Harmonized Tariff Schedule* porque es el que utilizan las autoridades aduaneras de EE.UU. y son los códigos a partir de los cuales se obtienen los datos estadísticos de importaciones y exportaciones.

¹ En este estudio no se recogen datos referentes al queso procesado (industrial, también llamado de barra).

Tabla 1: Tipo de queso y código arancelario

DESCRIPCIÓN	HTS
Queso y requesón	0406
Queso fresco (tierno o sin curar) incluido requesón	040610
Queso rayado o en polvo de todo tipo	040620
Queso procesado (sin rallar y ni en polvo) ²	040630
Queso azul	040640
Otros tipos de queso	040690

Sin embargo, no existe un solo sistema para identificar y clasificar el queso y muchas veces las clasificaciones se superponen. De hecho, los quesos se pueden definir por nombre, tipo de leche utilizada, país o lugar de origen, consistencia, contenido en materia grasa y otras características especiales como por ejemplo la producción basada en métodos artesanales, la localización geográfica de la producción, el uso de diferentes procesos de producción, sabores únicos, formas inusuales, valor añadido y envase diferente.

Por ello, en ocasiones se utilizará la siguiente clasificación, que responden al tipo de leche y al método de producción:

- Queso azul
- Queso de leche de oveja
- Queso de cabra
- Queso de leche de vaca y mezcla

² El código arancelario 040630 no queda recogido en nuestro estudio ya que se trata de queso procesado y no gourmet.

II . OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Tabla 2: Tamaño del mercado

Toneladas	2002	2003*	2004	2005	2006	02/06
Producción	3.876.854,0	3.950.000,0	4.024.725,1	4.145.000,0	4.324.549,7	11,5
Importaciones	219.332,7	217.290,9	215.589,7	211.471,4	204.541,9	-6,7
Exportaciones	53.908,6	52.100,8	61.357,0	57.760,0	71.088,8	31,9
Consumo aparente	4.042.278,0	4.115.190,1	4.178.957,8	4.298.711,4	4.458.002,7	10,3

Fuente: Department of Commerce, U.S. Census Bureau, Foreign Trade Statistics; U.S. Dairy Export Council; Wisconsin Milk Marketing Board

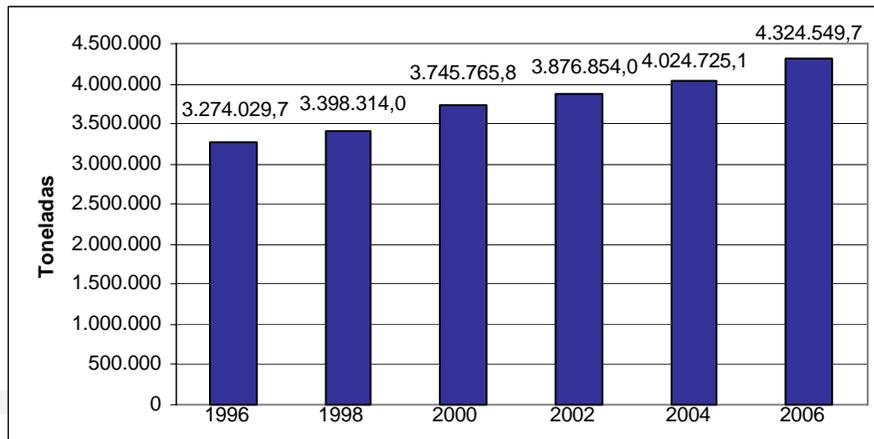
*Producción de 2003: dato estimado por la Oficina Comercial de España en Nueva York

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Estados Unidos elabora más del 25% de la producción mundial de quesos. Desde el año 2001 hasta 2005 la producción estadounidense aumentó un 10%, lo que supone una media de 99.500 toneladas al año. Algunos de los factores que influyen en el crecimiento de la producción son el hecho de contar con los mayores proveedores de leche del mundo, con unos terrenos abundantes y grandes inversiones en investigación y desarrollo.

En el gráfico 1 se observa la evolución creciente de la producción de queso en Estados Unidos durante los años 1996-2006. De hecho, del primer al último año, la producción de queso en dicho país ha crecido un 32%.

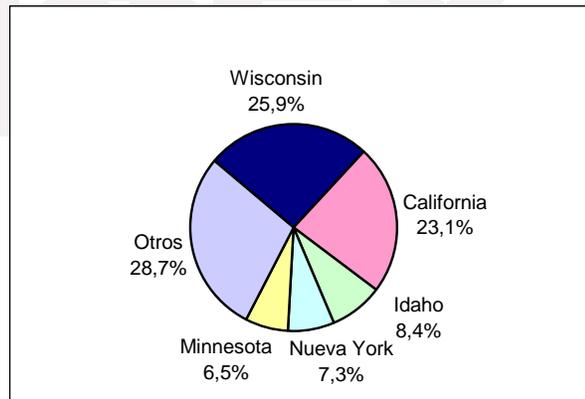
Gráfico 1: Producción de queso en EE.UU., 1996-2006



Fuente: USDA, Dairy Products Annual Summary

La industria láctea de Estados Unidos produce más de cuatro millones de toneladas de queso al año. En el gráfico 2 se observa que, de las 4.324.549,7 toneladas producidas en 2006, el 25,9% se elaboró en el estado de Wisconsin y el 23,1% en California. Los siguientes estados productores de queso son, muy por detrás, Idaho (8,4%), Nueva York (7,3%) y Minesota (6,5%). El resto, un 28,7%, se produce en otros estados.

Gráfico 2: Producción de queso en EE.UU. por estado, 2006



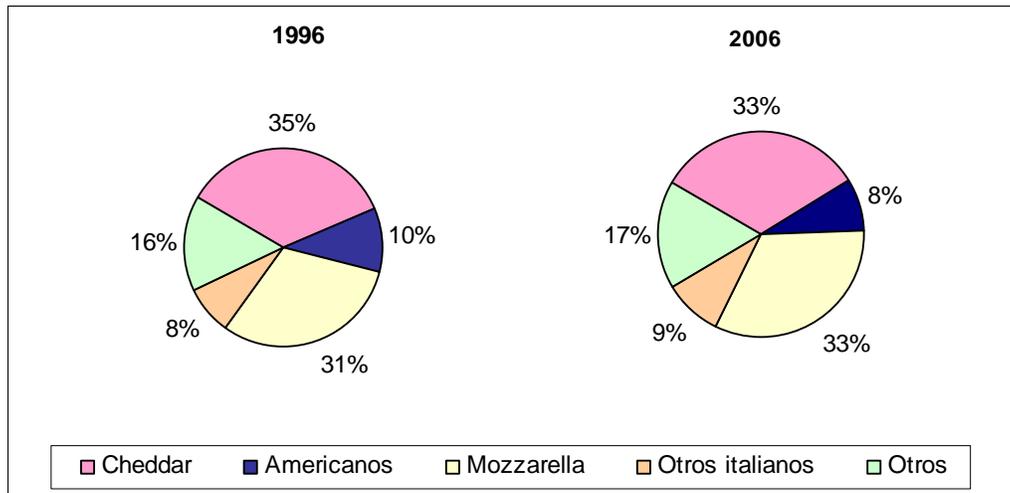
Fuente: USDA, Dairy Products Annual Summary

En los últimos años, la producción de queso en Estados Unidos ha ampliado su variedad hasta alcanzar la cifra de 400 tipos diferentes, que van desde el típico *Cheddar* o *Monterey Jack*, hasta quesos para untar o *Mozzarella* italiana.

El *Cheddar*, semi-duro, cremoso, es el queso por excelencia en la mesa de los americanos y representa más del 30% de la producción de Estados Unidos. Por su parte, otros quesos originarios de América como el *Colby* o el *Monterey Jack* suponen el 8,3%. Los quesos de estilo italiano (excluyendo la *mozzarella*) suponen un 8,9%, y otros quesos naturales (*Azul*, *Brick*, *Gouda*, *Limburger*, *Muenster*, *Suizo*, *Brie*, etc) el 17,1% de la producción. La *mozzarella* es, junto con el *cheddar*, el queso que más se produce en Estados Unidos, debido a la gran demanda de este queso para abastecer a las cadenas de pizzería del país.

En el gráfico 3 se puede comparar la producción de cada uno de estos tipos de queso en el año 1996 y en el año 2006. Se observa que los *quesos italianos* y el conjunto formado por *otros quesos* han aumentado su porcentaje dentro de la producción total de Estados Unidos, a costa de un descenso en la participación del queso *cheddar* y *otros quesos americanos*.

Gráfico 3: Producción de queso en EE.UU. por variedad



Fuente: USDA, Dairy Products Annual Summary

El aumento de la producción y variedades de queso se debe a un incremento de la demanda y a un mayor consumo por parte de la población estadounidense.

3. IMPORTACIONES

Estados Unidos es un gran productor de queso. En el año 2006 las importaciones totales de queso (partida arancelaria 0406) alcanzaron los 204.541.864 kilos. De estos, el 17% corresponden a las importaciones de queso de Italia, el 13% a las de Nueva Zelanda, el 10% a Francia, y un 7% a Argentina y los Países Bajos. Las importaciones de queso de España representan tan sólo un 2% de las totales.

Por otra parte, se observa un descenso del 6,74% del volumen de las importaciones realizadas por EE.UU. entre 2002 y 2006. Esto se debe principalmente a la caída de las importaciones procedentes de Nueva Zelanda. Los quesos de este país son quesos básicos, de consumo diario, con mucha competencia y muy sensibles a los precios. Por ello, ante un aumento de precios, las importaciones tienden a disminuir. Los quesos importados desde Italia, sin embargo, han experimentado un crecimiento del 22,37%, pasando de 28.072.613 kilos, a 34.351.485 en el último año. Las importaciones de queso de Francia han sufrido algún altibajo a lo largo de los cinco años, situándose hoy en día un 9,14% por encima del año 2002.

Tabla 3: Importaciones de queso realizadas por EE.UU.- Kgs.

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	219.332.652	217.290.908	215.589.670	211.471.358	204.541.864	-6,74	-3,3%
1	Italia	28.072.613	32.035.043	32.055.091	33.273.795	34.351.485	22,37	3,2%
2	N. Zelanda	46.463.040	37.402.113	35.944.410	28.692.158	27.379.153	-41,07	-4,6%
3	Francia	18.292.630	18.710.804	21.822.678	18.859.525	19.964.889	9,14	5,9%
4	Argentina	7.645.934	8.340.682	9.104.987	16.697.895	14.420.314	88,60	-13,6%
5	Países Bajos	10.964.558	12.251.362	12.264.757	12.888.279	13.688.158	24,84	6,2%
17	España	1.580.678	1.898.112	2.220.414	2.792.362	3.178.128	101,06	13,8%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Sin embargo, las importaciones de queso en valor muestran una tendencia creciente, ya que han pasado de 796.717.025 dólares en 2002 a 1.027.127.313 dólares en 2006, es decir, se han incrementado en un 28,92%.

Italia sigue situándose como principal país proveedor de queso de Estados Unidos, alcanzando en 2006 la cifra de 241.917.578 dólares. Le sigue Francia con 134.443.751 dólares y Nueva Zelanda. Los Países Bajos y Dinamarca se sitúan a continuación. Más abajo en el ranking tendríamos a España, con 31.595.239 dólares. De los países comparados en la tabla, hay que destacar que Nueva Zelanda es el único cuyas exportaciones a EE.UU. han disminuido en valor y en cantidad, mientras que las importaciones procedentes de España son las que han experimentado un mayor crecimiento entre 2002 y 2006. Sin embargo, aun se sitúa muy por debajo de Francia e Italia.

Tabla 4: Importaciones de queso realizadas por EE.UU. - Dólares

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//05	06//05
0	Mundo	796.717.025	891.636.874	987.957.106	1.016.709.007	1.027.127.313	28,92	1,0%
1	Italia	165.345.403	210.517.247	22.372.806	220.052.255	241.917.578	46,31	9,9%
2	Francia	90.210.341	108.376.610	131.785.002	124.227.308	134.443.751	49,03	8,2%
3	N. Zelanda	91.285.086	79.938.229	97.698.699	81.810.467	74.600.852	-18,28	-8,8%
4	Países Bajos	42.710.018	52.090.383	55.866.496	59.794.797	64.505.572	51,03	7,9%
5	Dinamarca	56.563.892	66.608.161	71.071.034	68.118.663	63.622.273	12,48	-6,6%
12	España	11.501.596	16.499.609	21.121.748	25.861.006	31.595.239	174,70	22,2%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

La siguiente tabla indica el precio medio de venta por kilo, y nos da una idea aproximada del tipo de queso importado. Aquellos países como Nueva Zelanda o Argentina, con precios medios relativamente bajos, exportan normalmente quesos de consumo diario, y basan sus beneficios en el volumen de ventas. Sin embargo, los quesos que provienen de Francia, Italia o España, suelen ser quesos destinados al canal gourmet, y sus beneficios dependen del margen aplicado al precio de compra.

Tabla 5: Precio Medio de las importaciones realizadas por EE.UU.

País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02
España	7,28	8,69	9,51	9,26	9,94	36,5%
Italia	5,89	6,57	6,98	6,61	7,04	19,5%
Francia	4,93	5,79	6,04	6,59	6,73	36,5%
Mundo	3,63	4,10	4,58	4,81	5,02	38,3%
Países Bajos	3,90	4,25	4,56	4,64	4,71	20,8%
Argentina	3,05	3,03	3,26	3,09	3,17	3,9%
Nueva Zelanda	1,96	2,14	2,72	2,85	2,72	38,8%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

En cuanto a las importaciones por tipo de queso, podemos analizarlas, como ya dijimos previamente, en función de la siguiente clasificación:

- Queso azul, englobados en la partida arancelaria 04.06.04
- Queso de leche de oveja, partida 04.06.90.56.00
- Queso de cabra, código 04.06.90.25.00
- Queso de leche de vaca y mezcla, partida 04.06.90.95.00

Las importaciones correspondientes a otras partidas arancelarias, como la del queso fresco (04.06.10), gratinado (04.06.20), etc., se recogen bajo el título Otros.

El siguiente cuadro muestra las importaciones realizadas por Estados Unidos de cada una de las partidas comentadas:

Tabla 6: Importaciones de queso, por clases, de EE.UU. - Kgs.

	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
Queso Azul	4.323.511	5.171.254	5.073.086	4.908.053	5.242.342	21,3%	6,8%
Oveja	24.146.923	25.479.269	25.697.829	26.342.212	25.801.449	6,9%	-2,1%
Vaca	43.010.867	39.274.712	40.626.113	41.475.044	38.318.525	-10,9%	-7,6%
Cabra	101.390	135.657	125.530	172.791	164.168	61,9%	-5,0%
Otros	147.749.961	147.230.016	144.067.112	138.573.258	135.015.380	-8,6%	-2,6%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Como muestran los datos, las importaciones más significativas son las de queso elaborado a partir de leche de vaca y de oveja. Le siguen las de queso azul, y por último, las de queso de cabra. Se observa también una tendencia a disminuir las importaciones de queso de leche de vaca, a favor de las importaciones de queso de cabra y queso azul.

Los datos de las importaciones de cada uno de estos tipos de queso, en valor, vienen a reforzar las ideas que acabamos de comentar.

Tabla 7: Importaciones de queso, por clases, de EE.UU. - Dólares

	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
Queso Azul	25.233.765	32.841.089	34.689.103	34.745.380	37.605.653	49,0%	8,2%
Oveja	124.168.903	134.896.624	142.237.196	144.981.157	154.638.392	24,5%	6,7%
Vaca	144.232.681	152.530.016	178.661.442	196.929.357	191.463.760	32,7%	-2,8%
Cabra	590.314	945.973	979.775	1.447.774	1.379.591	133,7%	-4,7%
Otros	502.491.362	570.423.172	631.389.590	638.605.339	642.039.917	27,8%	0,5%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

A continuación se analizan las importaciones de cada una de las clases de queso.

1) Queso de Vaca

Este tipo de queso ocupa el lugar más importante dentro de las importaciones de queso realizadas por Estados Unidos. En los últimos años, los kilos de queso que EE.UU. ha importado desde cualquier país del mundo, han disminuido un 10,9%. Sin embargo, el valor de dichas importaciones ha aumentado en un 32,7% debido al incremento de precios sufrido en sector lácteo.

En las siguientes tablas aparecen las importaciones de queso de vaca de EE.UU. por países.

Tabla 8: Importaciones de queso de vaca de EE.UU. - Kgs.

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	43.010.867	39.274.712	40.626.113	41.475.044	38.318.525	-10,9%	-7,6%
1	Dinamarca	6.909.761	7.353.977	6.811.312	6.486.939	6.839.185	-1,0%	5,4%
2	Suiza	1.817.609	2.113.231	2.281.774	2.467.654	2.676.137	47,2%	8,5%
3	N. Zelanda	12.949.514	12.202.654	11.783.798	11.229.623	8.389.953	-35,2%	-25,3%
4	Francia	1.502.172	1.527.254	2.970.845	2.066.918	2.329.588	55,1%	12,7%
5	Reino Unido	3.885.734	1.270.066	1.836.073	1.613.158	1.907.054	-50,9%	18,2%
14	España	139.419	144.483	113.485	199.059	228.509	63,9%	14,8%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Dinamarca es el proveedor principal de queso de vaca de Estados Unidos, aunque podemos observar que las importaciones han ido disminuyendo a lo largo del periodo analizado. Por su parte, las importaciones desde España, a pesar de ser muy inferiores a la del resto de países, tienen una tendencia creciente, habiendo aumentado un 64% desde el 2002 hasta el 2006. Por su parte, las importaciones provenientes de Nueva Zelanda y Reino Unido han disminuido significativamente durante dicho periodo.

Sin embargo, si analizamos las importaciones en valor, observamos que las importaciones de queso de Reino Unido sólo han disminuido en cantidad, puesto que en valor han aumentado un 21,1% a lo largo del periodo analizado. Esto nos hace pensar que en Reino Unido se han incrementado los precios de este tipo de queso.

Tabla 9: Importaciones de queso de vaca de EE.UU. – Dólares

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	144.232.681	152.530.016	178.661.442	196.929.357	191.463.760	32,7%	-2,8%
1	Dinamarca	27.734.463	32.682.400	34.421.557	35.503.167	35.234.974	27,0%	-0,8%
2	Suiza	12.540.523	17.097.152	20.107.894	23.180.401	24.822.638	97,9%	7,1%
3	N. Zelanda	27.698.156	28.335.881	31.501.634	31.799.479	21.878.452	-21,0%	-31,2%
4	Francia	8.616.735	10.560.989	18.564.145	15.469.411	17.450.759	102,5%	12,8%
5	R. Unido	13.806.175	8.798.323	12.916.024	13.421.198	16.718.815	21,1%	24,6%
7	España	858.722	1.145.107	997.767	1.719.634	2.027.098	136,1%	17,9%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

2) Queso de Oveja

A diferencia del queso de vaca, las importaciones de queso de oveja han aumentado a lo largo del periodo un 6,8% en cantidad, y un 24,5% en valor. El principal país proveedor de este tipo de queso es Italia. España se sitúa el tercero, precedido por Francia.

Tabla 10: Importaciones de queso de oveja de EE.UU. - Kgs.

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	24.146.923	25.479.269	25.697.829	26.342.212	25.801.449	6,8%	-2,0%
1	Italia	17.115.097	18.272.410	18.009.421	18.221.168	17.907.983	4,6%	-1,7%
2	Francia	2.857.600	2.896.234	3.188.999	2.740.833	2.679.309	-6,2%	-2,2%
3	España	884.101	978.571	1.035.593	1.133.594	1.366.174	54,5%	20,5%
4	Grecia	1.278.488	1.208.342	1.276.858	1.443.755	1.295.045	1,3%	-10,3%
5	Bulgaria	1.251.841	1.232.290	1.162.973	1.416.190	1.149.856	-8,1%	-18,8%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Las exportaciones españolas de queso de oveja hacia EE.UU. muestran una evolución muy positiva.

Tabla 11: Importaciones de queso de oveja de EE.UU. – Dólares

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	124.168.903	134.896.624	142.237.196	144.981.157	154.638.392	24,5%	6,7%
1	Italia	91.799.551	97.786.723	98.824.666	96.635.951	105.137.081	14,5%	8,8%
2	Francia	13.016.254	14.040.854	16.400.740	15.867.766	15.568.598	19,6%	-1,9%
3	España	7.103.759	9.103.595	10.595.959	11.845.182	15.246.026	114,6%	28,7%
4	Grecia	6.276.054	6.874.585	8.509.471	9.818.511	9.018.657	43,7%	-8,1%
5	Bulgaria	3.029.817	3.396.020	3.547.175	4.493.987	3.412.683	12,6%	-24,1%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Los competidores más fuertes para España en este tipo de queso son Francia e Italia, quienes han visto incrementadas sus exportaciones hacia EE.UU. principalmente en valor.

3) Queso Azul

Las importaciones de queso azul realizadas por EE.UU. han aumentado un 21,2% en cantidad y un 49% en valor en el periodo analizado. El principal proveedor de este tipo de queso es Dinamarca. España se sitúa en el puesto número ocho en kilos de queso azul exportados a Estados Unidos, con una tendencia a incrementar sus exportaciones anualmente. En los últimos años, las importaciones de queso azul proveniente de Dinamarca y Reino Unido han disminuido mientras que las de otros países europeos como Alemania e Italia has aumentado considerablemente.

Tabla 12: Importaciones de queso azul de EE.UU. - Kgs.

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	4.323.511	5.171.254	5.073.086	4.908.053	5.242.342	21,2%	6,8%
1	Dinamarca	2.292.802	2.853.383	2.862.010	2.876.175	2.877.678	25,5%	0,1%
2	Reino Unido	671.123	800.911	736.582	810.175	796.437	18,7%	-1,7%
3	Alemania	462.297	503.284	521.667	437.045	558.062	20,7%	27,7%
4	Italia	241.145	294.575	305.748	296.132	435.501	80,6%	47,1%
8	España	35.134	39.673	37.590	34.580	38.023	8,2%	9,7%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Las importaciones en unidades monetarias muestran sin embargo una evolución positiva, fruto del incremento de precios de los quesos.

Tabla 13: Importaciones de queso azul de EE.UU. – Dólares

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	25.233.765	32.841.089	34.689.103	34.745.380	37.605.653	49,0%	8,2%
1	Dinamarca	11.669.455	16.036.880	17.235.773	17.964.155	17.859.221	53,0%	-0,6%
2	Reino Unido	5.639.089	6.318.709	6.493.510	7.234.231	7.570.800	34,3%	4,7%
3	Alemania	3.234.735	3.530.249	3.811.248	3.470.007	4.306.646	33,1%	24,1%
4	Francia	2.431.888	3.801.902	3.770.490	2.913.825	3.336.372	37,2%	14,5%
7	España	239.748	330.646	350.195	327.005	368.826	53,8%	12,8%

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

4) Queso de Cabra

Estados Unidos importa de España casi el 80% del queso de cabra. Las dos tablas que siguen muestran las importaciones en cantidad y en valor y en ellas se aprecia la tendencia creciente a importar este tipo de queso.

Tabla 14: Importaciones de queso de cabra de EE.UU. - Kgs.

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	101.390,00	135.657,00	125.530,00	172.791,00	164.168,00	61,9%	-5,0%
1	España	64.902,00	86.141,00	80.260,00	122.762,00	126.503,00	94,9%	3,1%
2	Noruega	36.096,00	48.600,00	29.724,00	47.109,00	33.300,00	-7,8%	-29,3%
3	Italia	392,00	916,00	434,00	1.227,00	2.022,00	-	64,8%
4	Portugal	0,00	0,00	1.500,00	1.693,00	2.216,00	-	30,9%
5	Grecia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

Tabla 15: Importaciones de queso de cabra de EE.UU. - Dólares

	País	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
0	Mundo	590.314	945.973	979.775	1.447.774	1.379.591	133,7%	-4,7%
1	España	396.631	664.842	726.923	1.153.308	1.146.661	189,1%	-0,6%
2	Noruega	190.091	271.639	164.781	259.860	186.857	-1,7%	-28,1%
3	Italia	3.592	9.492	5.250	14.016	22.830	535,6%	62,9%
4	Portugal	0	0	7.801	2.059	21.202	-	929,7%
5	Francia	0	0	0	0	0	-	-

Source of data: U.S. Dept. of Commerce, Bureau of Census

5) Otros Quesos

Este apartado recoge las importaciones de todos los tipos de queso no mencionados anteriormente. Estas representan el 66% del total de queso importado por Estados Unidos.

Como muestran los datos, el volumen de importaciones de otros tipos de queso ha ido disminuyendo de 2002 a 2006. Sin embargo, el valor de las mismas ha aumentado cerca de un 30% en 5 años, alcanzando los 642 millones de dólares.

	2002	2003	2004	2005	2006	06//02	06//05
Otros - Kgs.	147.749.961	147.230.016	144.067.112	138.573.258	135.015.380	-8,6%	-2,6%
Otros - \$.	502.491.362	570.423.172	631.389.590	638.605.339	642.039.917	27,8%	0,5%

4. PRINCIPALES COMPETIDORES DEL QUESO ESPAÑOL EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

A grandes rasgos podemos establecer dos competidores fundamentales en el mercado norteamericano: los quesos franceses y los italianos.

Así, se aprecia una tendencia creciente en el consumo de *mozzarella*, ya sea de importación o de fabricación nacional. De hecho, un tercio de las importaciones de queso de Estados Unidos provienen de Italia y Francia. El primero abarca un mayor porcentaje, el 20% aproximadamente, mientras que los quesos franceses le siguen con un 13%. En el periodo analizado (2002-2006), las exportaciones de queso de ambos países dirigidas a EE.UU. han mantenido la tendencia creciente. Nuevas calidades de queso francés, como los quesos de cabra, son cada vez más solicitadas, al ser conocidas por el gran público a través de publicaciones especializadas, viajes al extranjero, emisiones televisivas.

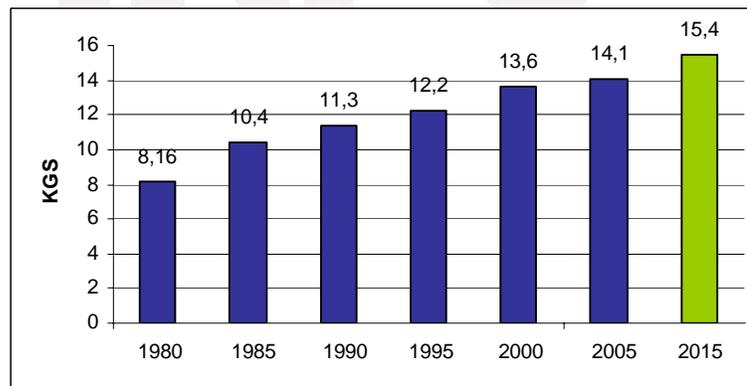
Sin embargo, los productos italianos tienen que luchar ahora con la competencia de algunos quesos similares fabricados directamente en Estados Unidos, como es el caso de la *mozzarella* o del queso parmesano.

ICEX

ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

La demanda de queso en Estados Unidos ha seguido una tendencia creciente en los últimos años. En el año 1980, una persona consumía poco más de 8 kilos de queso al año, mientras que en el año 2005 el consumo de queso per cápita en EE.UU. ascendió a 14 kilos. Como muestra el gráfico 4, se prevé que esta tendencia continúe, esperando alcanzar un consumo de más de 15 kilos de queso al año por persona en 2015.

Gráfico 4: Consumo de queso per cápita en EE.UU.



Fuente: Wisconsin Milk Marketing Board

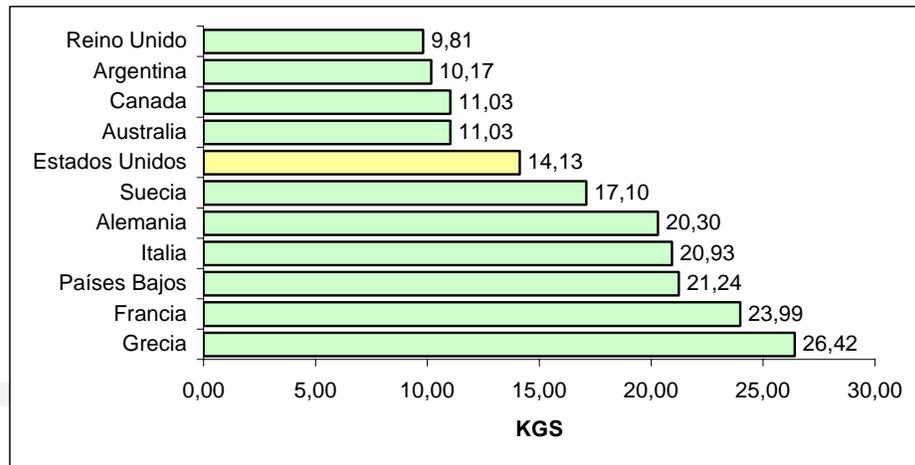
http://www.wisdairy.com/Upload/statistics/us_cheese_consumption_projected_80_15.jpg

Si se compara el consumo per cápita anual de diferentes países, podemos observar que, por ejemplo en Grecia se consumen 26,6 kilogramos por persona, al año, en Francia 24,2 kilos, y unos 21 en los Países Bajos e Italia.

Por debajo de EE.UU. se sitúan países como Australia y Canadá (11 Kg.), Argentina (10,2 Kg.) y Reino Unido (9,9 Kg.).

El gráfico 5 muestra dichos datos.

Grafico 5: Consumo de queso per cápita



Las tendencias en consumo de queso en Estados Unidos, según informa la revista *The Gourmet Retailer*, han ido evolucionando a lo largo de los años. Así, en la actualidad, los consumidores están disminuyendo el consumo de quesos blandos, suaves, sin carácter, en favor de quesos llenos de sabor, ejemplos de la artesanía manual de Europa y de Estados Unidos.

A parte del sabor, otro factor que está empujando a los consumidores a buscar quesos artesanales, naturales y orgánicos, es la creencia de que estos quesos son más sanos y seguros que los que se producen en fábricas grandes, con procesos industrializados. Si esto es cierto o no, no se puede asegurar, lo que está claro es que los consumidores quieren saber de dónde provienen los alimentos que ingieren.

Conocer las próximas tendencias en este mercado, ayuda a responder mejor a las demandas de los clientes. A lo largo de 2007 se está observando que los consumidores se mueven hacia sabores fuertes, con especias, o hierbas frescas, y el queso no es una excepción. Esto significa que los quesos muy curados, azules o con cortezas bañadas en aromas intensos están aumentando su popularidad en las tiendas especializadas en este producto. Por otra parte, los quesos con envases prácticos, que conserven bien el producto una vez abierto, envasados en lonchas o con algún valor añadido de este tipo, también están ganando terreno dentro del sector de quesos de Estados Unidos. Los consumidores le dan importancia al sabor, pero éste no es el único factor que influye, la conveniencia del envase también es importante.

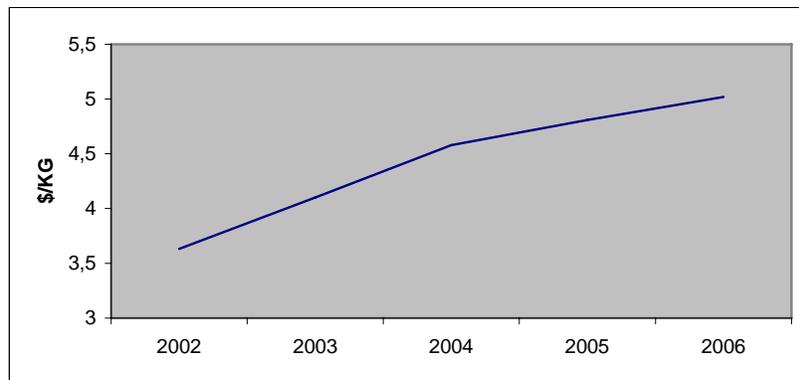
Otra tendencia que influye en el mayor consumo de queso en EE.UU. es la aceptación del queso como un plato en sí y no un ingrediente de cocina. Tomar queso durante la comida o como postre se está convirtiendo en algo cada vez más frecuente. Además, la idea de combinar queso y vino es el tema principal de muchos artículos de periódicos gastronómicos.

Finalmente, la influencia de chefs americanos está contribuyendo mucho a que los consumidores se arriesguen a probar sabores nuevos, explorar productos de otros países y descubrir nuevas texturas.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

Los precios del queso han seguido una tendencia creciente en los últimos cinco años, como se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 6: Evolución del precio CIF medio de queso en EE.UU.



Fuente: World Trade Atlas.

A continuación, y a modo de ejemplo, se calcula el precio de venta al público del queso importado elaborado con leche de oveja, partida 04.06.90.59.00, bajo la cual se exporta el queso Manchego. Para ello, se parte del precio CIF medio del año 2006 de este queso, 8.62\$/kilo, y se le van añadiendo los distintos márgenes aplicables.

No obstante, hay que tener en cuenta que el escandallo varía en función del tipo de queso que se exporte, puesto que ni el precio CIF medio, ni el arancel aplicado serán los mismos. También hay que destacar que los márgenes del importador y distribuidor se calculan sobre el precio al por mayor y el precio del distribuidor, respectivamente.

Tabla 16: Escandallo tipo para el arancel 04.06.90.59.00

Precio CIF de 2006 (kg)	8,62
Arancel (9.6%/kg)	0,83
Precio después de arancel	9,45
Margen bruto del importador (22% aprox.)	2,69
Precio al por mayor	12,14
Margen bruto del distribuidor (20%)	3,04
Precio distribuidor	15,18
Margen bruto del minorista (100%)	15,18
Precio antes de impuestos	30,36
Impuesto sobre la venta (8.25% en el estado de Nueva York)	2,50
Precio venta público \$ / kilo	32,86

Fuente: Elaboración Ofecomes Nueva York con datos de US Trade Statistics.

De este modo, un kilo de queso Manchego debería costar al público en torno a los 33 dólares. Dado que en Estados Unidos se utilizan otras unidades de peso distintas al sistema métrico (libras, onzas), lo más frecuente es encontrar los precios del queso por libras. Por ejemplo, un queso Manchego de 2.2 libras puede costar entre 29 dólares y 40 dólares.

ICEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

En EE.UU. el término “español” (*Spanish*) se identifica con hispano, es decir, latinoamericano. Los productos de origen latinoamericano se perciben como productos de baja calidad y, por ello, a la hora de introducir en este mercado productos españoles, es más conveniente usar la expresión *from Spain* o, simplemente, la palabra *Spain*.

Desde hace unos años se observa una tendencia entre cocineros, restauradores, periodistas gastronómicos y, en menor medida, entre consumidores, de apreciación y reconocimiento de la cocina y de los alimentos españoles. A este aumento de popularidad de los productos agroalimentarios españoles ha contribuido el excelente momento que atraviesa la gastronomía española en el plano internacional, gracias a chefs como Ferrán Adrià, Sergi Arola, Juan María Arzak y José Andrés, entre otros muchos.

Los consumidores americanos perciben algunos productos españoles como productos de calidad, pero no son tan conocidos como los italianos o los franceses. Para conseguir aumentar el reconocimiento de los productos españoles como de calidad es necesario aumentar su promoción a todos los niveles.

VI. DISTRIBUCIÓN

Hace unos veinte años, el mercado de queso artesano o hecho en granjas estaba empezando. Sin embargo, este fenómeno ha ido en aumento, ayudado por planes nacionales y el interés creciente de los propios minoristas, de tiendas gourmet.

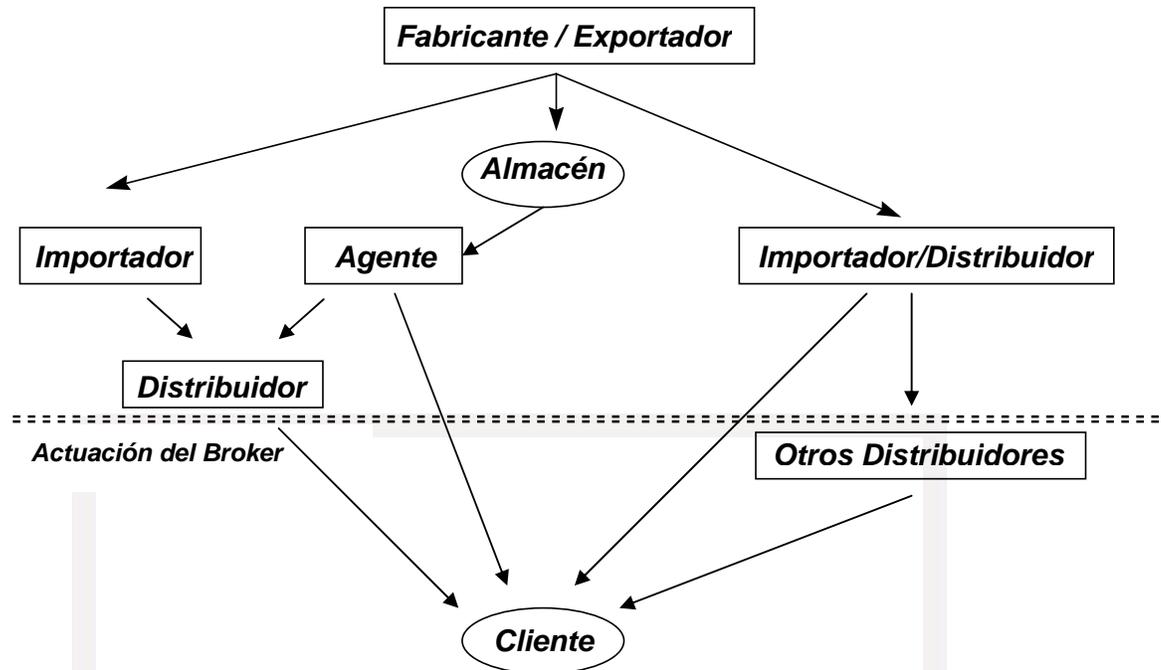
Con una fuerte voluntad por diferenciarse de los supermercados e hipermercados que disponen de un amplio surtido de quesos gourmet, un número cada vez más importante de tiendas gourmet está esquivando los canales tradicionales de distribución para buscar el queso en su propio punto de origen.

Los quesos españoles se venden en Estados Unidos a través del canal minorista principalmente. Se pueden encontrar fácilmente en los departamentos de productos gourmet de los supermercados, las tiendas de queso especializadas, las tiendas gourmet, tiendas de salud y de comida natural, los clubs de compra y las tiendas de productos típicos/ tradicionales (étnicos) de otros países.

Debido a la condición perecedera del queso no suelen estar tan disponibles para la venta por Internet como otros productos gourmet. Muchos productores de queso tienen páginas web, pero su función no es la de vender los productos a través de ella directamente a los consumidores finales, si no que se trata más bien de ofrecer información y, al mismo tiempo, ofrecer un medio a los distribuidores y minoristas para que puedan hacer sus pedidos o localizar dónde tienen la mercancía.

Los minoristas por su parte tienden a ofrecer una selección reducida de quesos en internet. Sin embargo, algunas tiendas especializadas en quesos como Murray's Cheese ofrecen por Internet una selección de quesos disponibles muy amplia.

En el cuadro que se expone a continuación aparecen reflejadas las diferentes alternativas de que dispone el exportador para comercializar su producto:



En la comercialización de queso en Estados Unidos pueden intervenir las siguientes figuras:

- **Brokers:** El broker es un agente independiente que no toma posesión del producto, pero que facilita su venta. Actúa por cuenta del exportador o del productor, según los casos. Normalmente, los brokers están especializados en un área geográfica, e incluso en una familia de productos, y conocen bien el mercado.

Comisión: La comisión que un broker puede cobrar varía mucho dependiendo del tamaño del cliente, volumen de ventas, etc. En general está en torno al 5%.

- **Importadores:** Se encargan de que la mercancía pase los trámites de aduanas y la llevan a su almacén. Sus clientes pueden ser una central de compra de supermercados, distribuidores, o una cadena de tiendas. Toman posesión del producto, por lo que tienen gran interés en que se venda y colaboran activamente en el proceso de búsqueda de nuevos clientes. Inconveniente: el fabricante pierde control sobre la comercialización del producto en el mercado de destino.

Margen: El margen que el importador carga al producto suele estar alrededor del 22% de su coste.

- **Distribuidores:** su función es fundamentalmente logística. Compran, almacenan y distribuyen los productos entre la red de clientes del importador. Comercializan multitud de productos, aunque suelen estar especializados en

una categoría concreta. Se encargan de situar el producto en la central de compras de los supermercados.

Margen: El margen que suelen tener sobre el producto es del 20% sobre el precio de compra al importador.

- **Importador-distribuidor:** ofrece el servicio más completo al exportador. Se encarga de importar el producto, despacharlo en aduanas, almacenarlo, buscar clientes y distribuirlo a los mismos.

Margen: El margen de estas empresas suele estar alrededor del 40%-50% sobre el precio de venta de la fábrica. Tiene la ventaja de que interviene un intermediario menos y hay un mayor control sobre el proceso de comercialización del mismo.

Como se ha comentado, dentro de los establecimientos minoristas, las tiendas gourmet dominan las ventas de quesos importados. Son tiendas que venden productos de alta calidad y elevado precio. En ellas se pueden encontrar especialidades y productos que normalmente no se venden en los supermercados, bien sea por su elevado precio o bien por su reducida demanda. Este tipo de establecimientos ha experimentado un desarrollo considerable en los últimos años.

Este sector está en plena evolución en EE.UU. Por un lado, la generación del baby-boom, en general bien preparada, con un nivel de educación más alto, y con mayores ingresos, preocupada porque su dieta sea natural y equilibrada, incorpora muchos productos de la llamada dieta mediterránea -la cual ha adquirido fama de saludable- y demanda más productos gourmet, naturales y biológicos. Por otra, el aumento de las minorías étnicas en los Estados Unidos tiene consecuencias en el desarrollo de este segmento del mercado de alimentación, ya que éstas han contribuido a la introducción de nuevos productos, moldeando en cierto modo el paladar de los norteamericanos, mediante nuevas combinaciones y productos que no se encuentran en los circuitos tradicionales, y sí en las tiendas especializadas.

Este tipo de establecimientos están predominantemente localizados en los grandes centros urbanos: Nueva York, Washington, Chicago, Miami, Dallas/Houston, etc. Algunas de las cadenas más conocidas son Balducci's, Zabar's, Dean & Luca, Trader Joe's, William Sonoma o Sutton Place.

En este canal de distribución hay que tener en cuenta que, en la medida de lo posible, se privilegia la importación directa. Esto quiere decir que para venderles el exportador de quesos se tiene que dar a conocer. Aunque hay salones y showrooms donde se dan cita muchos compradores estadounidenses, el mejor medio continúa siendo el contacto directo, (envío de muestras y catálogos, entrevistas personales), lo que, a su vez, disminuye los costes, ya que se ahorran intermediarios.

El exportador debe igualmente tener en cuenta que muchos productos se venden en estos establecimientos bajo la denominación Private Label, o marca del distribuidor y, a su vez, se revenden a otros distribuidores.

A continuación se proporciona un listado con algunos de los importadores y/o distribuidores de queso en Estados Unidos.

EL MERCADO DE QUESO EN ESTADOS UNIDOS

Importadores y distribuidores:

Advantage International Foods Corp	www.advantagefoods.com
Arthur Schuman Inc	http://www.arthurschuman.com
Atalanta Corporation	http://www.atalanta1.com
Battaglia & Co	http://www.battaglia-co.ch/
Belgioioso Cheese Inc	http://www.belgioioso.com
Best Cheese Corporation	www.bestcheeseusa.com
Columbus Lines Inc	
Domestic Cheese Co Inc	www.domesticcheese.com
DPI Dairy Fresh Products Co	
DPI Skandia Foods	
East Coast Warehouse and Distribution Corp	
Epicure Foods Corp	www.epicurefoodscorp.com
Eurobest Food Industries Inc	
European Imports Ltd	info@eiltd.com
Galaxy Dairy Products Inc	www.galaxyfoods.com
Gerber Cheese Co Inc	
Gourm-E-Co. Imports	
Jana Foods LLC	http://www.janafoods.com/
Norseland Inc	www.norseland.com
Pacific Cheese Co Inc	www.pacificcheese.com
Schreiber Foods Inc	http://www.sficorp.com/
Schroeder Brothers Inc	www.schroederbrothers.com
SFI Anco Fine Cheese (filial de Bongrain S.A.)	
Swissrose International Inc (filial de ConAgra Inc)	http://www.swissrose.com/
Walker Foods Inc	www.walkerfoods.com
Webeco Foods Inc	http://www.webecofoods.com/

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

La normativa legal aplicable a las importaciones de queso y otros derivados lácteos en Estados Unidos la establece la FDA (Food & Drug Administration).

Para empezar, es necesario presentar un certificado sanitario de exportación. Se trata del ASE-712 (anexo X9), donde se identifica el tipo de mercancía, procedencia, leche empleada, destino, etc, y además, certifica que “La leche o los productos lácteos han sido procesados en España... a partir de leche producida en España, un país listado en el 9 CFR 94,1(a)(2) como libre de Fiebre Aftosa y Peste Bovina” y también que “La leche o los productos lácteos no han estado nunca en una región en la que exista la Fiebre Aftosa o Peste Bovina, excepto cuando se transporte precintado”.

Además, La Ley de Salud Pública y de Prevención y Respuesta al Bioterrorismo ("Bioterrorism Act") firmada el 12 de junio de 2002, establece una serie de requisitos:

- Que todos los establecimientos, nacionales o extranjeros, que transformen, procesen, envasen o almacenen alimentos con destino a los EE.UU. estén registrados en la FDA.
- Que los importadores hagan una notificación previa de los envíos con una antelación mínima.
- Exige el marcado de los productos rechazados en la aduana estadounidense con la leyenda "*United States Refused Entry*" (entrada rechazada en los EE.UU.)

Los requisitos de registro y notificación se exigen a todos los envíos a partir del 12 de diciembre de 2003.

Para conocer en detalle los aspectos más relevantes de la legislación, se recomienda consultar la Guía de Importación de Alimentos a EE.UU. actualizada, solicitándola a través de la página web de la Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación: www.mapausa.org.

También es recomendable visitar el siguiente enlace http://www.access.gpo.gov/nara/cfr/waisidx_01/21cfr133_01.html, donde se recoge toda la normativa aplicable.

ARANCELES

Los aranceles que se aplican a las exportaciones de queso a Estados Unidos difieren mucho en función del queso que se esté exportando y del tipo de leche utilizada para su elaboración.

En la tabla que se muestra a continuación aparecen algunos *ejemplos* del arancel que se aplica a ciertas partidas arancelarias. Sin embargo, se recomienda visitar la página web <http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/datasetPreviewIFpubli.htm> para obtener información más precisa sobre el arancel aplicable a cada uno de los distintos tipos de queso.

04.06	QUESO	ARANCEL
04.06.40	Queso Azul	8,5% del valor FOB
04.06.90	Otros quesos	2,269 USD/kg
04.06.90.20	Queso de cabra (con un máximo de 20% de leche de vaca)	4,2% del valor FOB
04.06.90.25	Queso de cabra y vaca	8,5% del valor FOB
04.06.90.56	Queso de oveja	0%
04.06.90.59	Queso de oveja, incluye Manchego	9,6% del valor FOB
04.06.90.95	Otros quesos, a partir de leche de vaca	10% del valor FOB
04.06.90.99	Otros	8,5% del valor FOB

ETIQUETADO

El etiquetado y la seguridad alimentaria están bajo el control de la Food and Drug Administration (FDA). Esta agencia se encarga de evitar que los alimentos en mal estado, no aptos para el consumo o que contengan un etiquetado fraudulento lleguen al consumidor.

Las menciones obligatorias deben colocarse en la parte más visible de la etiqueta *Principal Display Panel* (en adelante PDP) y deben figurar obligatoriamente en inglés (si ciertas menciones aparecen en español, entonces toda la etiqueta debe ser bilingüe español-inglés). La información no obligatoria puede figurar sobre la parte de información del producto.

La parte principal de la etiqueta, PDP, es la más susceptible de ser examinada por el consumidor. La parte de información de la etiqueta se encuentra justo a la derecha de la parte principal.

Desde el 1 de enero de 2006 y como resultado de la de la Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act (FALCPA) de 2004, la FDA exige el etiquetado de alérgenos en los productos alimenticios. Así, en la etiqueta debe aparecer de manera clara si el producto alimenticio de que se trate contiene algún tipo de ingrediente que contenga proteína derivada de los ocho principales alérgenos en alimentos. Dichos alérgenos son: leche, huevos, pescado, crustáceos, frutos secos, cacahuetes, trigo y soja.

De este modo, en la etiqueta de los quesos deberá aparecer la inscripción “Major Food Allergen”, por ser un derivado de la leche.

La FDA dispone en su página web de información concreta sobre etiquetado de alérgenos, y se pueden consultar más detalles sobre el tamaño de la etiqueta, la localización, las menciones obligatorias y otros aspectos en el enlace siguiente: http://www.access.gpo.gov/nara/cfr/waisidx_01/21cfr101_01.html

A continuación se resumen algunos datos sobre el etiquetado.

Tabla 17: Preguntas y respuestas sobre el etiquetado

PREGUNTAS	RESPUESTAS																
¿Dónde tiene que colocarse la etiqueta?	<p>Hay dos formas de etiquetar los productos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Colocar las etiquetas obligatorias en el panel principal de etiquetado (PDP, la porción del envase que tiene mayor posibilidad de ser vista por el consumidor). 2. Colocar ciertas etiquetas específicas en el PDP y otra información de etiquetado en el panel informativo, que se debe colocar a la derecha del PDP para facilitar su lectura por el consumidor. 																
¿Qué hay que colocar en el PDP?	En el panel principal hay que colocar el nombre del producto (en inglés o en ambos idiomas) y el peso neto.																
¿Cuáles son las menciones obligatorias de las etiquetas?	<p>Nombre del producto</p> <p>Peso neto o contenido</p> <p>Tamaño de los caracteres: en ningún caso ser menor de 1/16 pulgadas.</p> <p>País de origen</p> <p>Nombre y dirección del fabricante y/o distribuidor</p> <p>Lista de ingredientes</p> <p>Información nutricional</p> <p>Menciones especiales</p>																
¿Qué información nutricional ha de aparecer*?	<p>Bajo el título <i>Nutrition Facts</i>, debe aparecer el contenido de:</p> <table> <tbody> <tr> <td>Calorías</td> <td>Proteínas (grs.)</td> </tr> <tr> <td>Calorías de grasa</td> <td>Vitamina A (%Valor Diario)</td> </tr> <tr> <td>Grasa total (grs.)</td> <td>Vitamina C (% Valor Diario)</td> </tr> <tr> <td>Grasa saturada (grs.)</td> <td>Calcio (% Valor Diario)</td> </tr> <tr> <td>Colesterol (mgrs.)</td> <td>Hierro (% del Valor Diario)</td> </tr> <tr> <td>Sodio (mgrs.)</td> <td>Azúcares (grs.)</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos totales (grs.)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fibra dietética (grs.)</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Calorías	Proteínas (grs.)	Calorías de grasa	Vitamina A (%Valor Diario)	Grasa total (grs.)	Vitamina C (% Valor Diario)	Grasa saturada (grs.)	Calcio (% Valor Diario)	Colesterol (mgrs.)	Hierro (% del Valor Diario)	Sodio (mgrs.)	Azúcares (grs.)	Carbohidratos totales (grs.)		Fibra dietética (grs.)	
Calorías	Proteínas (grs.)																
Calorías de grasa	Vitamina A (%Valor Diario)																
Grasa total (grs.)	Vitamina C (% Valor Diario)																
Grasa saturada (grs.)	Calcio (% Valor Diario)																
Colesterol (mgrs.)	Hierro (% del Valor Diario)																
Sodio (mgrs.)	Azúcares (grs.)																
Carbohidratos totales (grs.)																	
Fibra dietética (grs.)																	

American Cheese

Nutrition Facts		
Serving Size 2 Slices		
Servings Per Container 16		
Amount Per Serving		
Calories	210	Calories from Fat 150
%Daily Value*		
Total Fat	17g	26 %
Saturated Fat	11g	54 %
Cholesterol	50mg	17 %
Sodium	790mg	33 %
Total Carbohydrate	1g	0 %
Dietary Fiber	0g	0 %
Sugars	1g	
Protein	12g	
Vitamin A	15%	Vitamin C 0%
Calcium	35%	Iron 0%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.



*La información sobre nutrición es obligatoria en el caso del queso y de los productos lácteos a menos que se aplique alguna excepción específica. Las más importantes son:

- (1) alimentos que contienen cantidades insignificativas de todos los nutrientes que hay que declarar obligatoriamente,
- (2) alimentos que se sirven en restaurantes u otros lugares similares para su inmediato consumo
- (3) comidas preparadas que no se venden para su consumo inmediato que se preparan en locales, tal y como los alimentos vendidos en las panaderías y en los delis,
- (4) alimentos a granel, enviados a otra dirección para continuar elaborando los, etiquetándolos o para re-ensavarlos
- (5) alimentos que van en envases de menos de 12 pulgadas cuadradas, sin que haya ningún reclamo nutricional pero siempre con una dirección o un teléfono donde se pueda conseguir mayor información nutricional
- (6) unidades individuales contenidas en un envase mayor y etiquetado, indicando que la unidad individual no está etiquetada para su venta al por menor por separado,
- (7) etc.

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

Nombre: **Fancy Food Show**

Participación agrupada

Organizador: National Association for the Specialty Food Trade (N.A.S.F.T.)

Fecha: Enero, Marzo y Julio

Lugar: San Diego, Chicago y Nueva York

Página web: www.fancyfoodshow.com

Productos: Alimentación para el sector gourmet

Nombre: **International Dairy Deli Bakery Association Show (IDDBA)**

Participación del departamento Foods from Spain (OFECOMES Nueva York)

Organizador: International Dairy Deli Bakery Association Show (IDDBA)

Fecha: Junio

Página web: <http://www.iddba.org/>

Productos: se trata de la feria más importante en el sector de los productos lácteos, de panadería y pastelería

Nombre: **Feria NRA**

Participación del departamento Foods from Spain (OFECOMES Nueva York)

Organizador: National Restaurant Association

Fecha: Mayo

Lugar: Chicago

Página web: www.restaurant.org

Nombre: New York Restaurant and Foodservice Show

Organizador: New York Restaurant and Foodservice Association

Fecha: Indeterminada

Lugar: Nueva York

Página web: <http://www.newyorkrestaurantshow.com/>

Productos: Equipamiento para restaurantes así como productos alimenticios.

Para obtener mayor información se puede contactar con el Departamento de Ferias Agroalimentarias de ICEX, en Madrid, en el 902-349 000 ó en el +34/91 349 61 00.

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

A continuación destacamos algunas de las publicaciones en las que se puede encontrar información sobre quesos.

Gourmet news	http://www.gourmetnews.com/
The Gourmet Retailer	http://www.gourmetretailer.com
The Cheese Reporter	http://www.cheesereporter.com/
Dairy Foods	http://www.dairyfoods.com/
Food and Wine magazine	http://www.foodandwine.com/
Specialty Food Magazine	http://www.specialtyfoodmagazine.com/
Gourmet Sleuth	http://www.gourmetsleuth.com/
Cheese.com	http://www.cheese.com/
California Dairy Products	http://www.calif-dairy.com/

3. ASOCIACIONES

Wisconsin Specialty Cheese Institute:	http://www.wisdairy.com/
The American Cheese Society:	http://www.cheesesociety.org
California Cheese and Butter Association:	http://www.cacheseandbutter.org

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN WASHINGTON

2558 Massachusetts Av., N.W.

Washington, D.C. 20008-2865

Tel.: 00 (1) 202-265 86 00/1/2

Fax: 00 (1) 202-265 94 78

Email.: buzon.oficial@washington.ofcomes.mcx.es

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN NUEVA YORK

*Esta Oficina cuenta con un **Centro de Promoción** especializado en alimentación*

405 Lexington Av., 44th floor

New York, N.Y. 10174-0331

Tel.: 00 (1) 212-661 49 59

Fax: 00 (1) 212-972 24 94

Email.: nuevayork@mcx.es

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

Paseo de la Castellana, 14-16

28046 Madrid

Tel.: 91 349 6100

Fax: 91 431 6128

Web: <http://www.icex.es>

FDA

U. S. Food and Drug Administration

5600 Fishers Lane,

Rockville MD 20857-0001

Tel:(1-888-463-6332)

www.fda.gov