

Market Outlook

QUESO FUNDIDO
(0406.30.00.00.00)

2010

- Costa Rica
- Guatemala
- Venezuela

2012

- República Dominicana

2013

- El Salvador
- Honduras

2014

- Estados Unidos de América

2017

- Nicaragua

2020

- Colombia

Panamá ha exportado queso fundido de manera continua desde 2010 y se ubica como el tercer exportador en Centroamérica a Septiembre de 2021. La demanda de este rubro en el mercado Internacional mantiene una tendencia creciente en los dos últimos años.

En el periodo Enero-Septiembre las exportaciones de queso fundido, excepto rayado o en polvo alcanzaron \$729,115 dólares.

Costa Rica, a lo largo de los últimos 25 años ha sido el principal destino de este producto. A Agosto de 2021 representa el 71% del queso fundido exportado por Panamá

Entre las principales razones que impiden un aumento del consumo de queso en los mercados asiáticos se encuentran la falta de publicidad y la percepción de que es un alimento graso e hipercalórico.



Exportaciones de queso fundido, en la región por año

Oportunidad del producto

El uso de formatos cómodos para llevar puede contribuir a que los consumidores se decanten por el queso como opción de picar entre comidas, sobre todo si se combina con otros aperitivos saludables, como los frutos secos, las semillas, la carne y las galletas saladas.

Productos ricos en proteínas y con bajo contenido en grasa, como el requesón, el queso ricotta o el quark, tienen la posibilidad de reinventarse como tentempiés saludables para consumir entre horas o después del ejercicio físico.

• La popularidad del queso como acompañamiento de bebidas alcohólicas ha llevado a varias marcas a lanzar nuevas variedades con aroma a este tipo de bebidas. Desde el queso curado con alcohol, hasta los productos pensados para maridarse con determinadas bebidas, los fabricantes intentan captar el interés de los consumidores con novedades sofisticadas.

• El número de productos posicionados como alternativas vegetales o veganas al queso sigue aumentando, hasta el punto de haberse duplicado en los últimos tres años, y está creciendo a escala mundial.

Criterios para la activación de las estrellas

- El arancel preferencial aplicable a Panamá es inferior al arancel de nación más favorecida
- Panamá en la práctica ya exportó ese producto
- Panamá exporta a precio competitivo
- Demanda creciente en el socio comercial
- Demanda creciente a nivel internacional

Oportunidad identificada en plataforma INTELCOM

País	Arancel preferencial	Precio en mercado destino	Estrellas
Singapur	0%	\$6.31 vs \$4.74	5
Nueva Zelanda	0%	\$4.86 vs \$4.74	4
Aruba	0%	\$4.48 vs \$4.74	4
Guatemala	0%	\$0.15 vs \$15.28	4
Perú	0%	\$5.60 vs \$4.74	4
Costa Rica	0%	\$4.56 vs \$4.56	3
Taiwán	0%	\$4.77 vs \$4.74	3
Brasil	0%	\$2.99 vs \$4.74	3
Trinidad & Tobago	0%	\$4.94 vs \$4.74	3