

	<b>GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>	<b>Código</b>	FO-SB-12/v0
	<b>ESQUEMA HOJA DE RESUMEN</b>	<b>Página</b>	1/214

### RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES):

NOMBRE(S): HENDER FABIAN APELLIDOS: LEAL CORREA

NOMBRE(S): FAIBER LEANDRO APELLIDOS: TORRADO CHINCHILLA

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): NELSON EMILIO APELLIDOS: GARCIA TORRES

NOMBRE(S): NATHALIE CLAIRE APELLIDOS: RAYNAUD PRADO

**TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS):** ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CERTIFICACIÓN KOSHER DEL QUESO CREMA PRODUCIDO Y COMERCIALIZADO EN EL SECTOR LACTEOS DE NORTE DE SANTANDER Y SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE ISRAEL

RESUMEN

Este trabajo investigativo tiene como finalidad principal establecer la viabilidad de la obtención de la certificación Kosher para el producto queso crema del sector lácteo de Norte de Santander, para ello se identificaron las bases teóricas que rigen la alimentación judía y los requisitos de los productos que buscan obtener este sello internacional. Se realizó el análisis del entorno del país objetivo, donde se encuentra la mayor cantidad de población judía en el mundo regida por los preceptos de carácter alimenticio de las leyes del Torah, fijando así las pautas a seguir para las empresas dedicadas a la producción de este derivado lácteo. Por ende, se establecen las debilidades, necesidades, obligaciones que implica optar por el aval de las autoridades judías para la posterior participación en el mercado Kosher. De igual forma, en respuesta a la información obtenida, se plantean estrategias para mejorar las posibilidades de éxito de esta idea de negocio, teniendo en cuenta el ámbito interno y externo relacionado con los procesos productivos y las condiciones del mercado.

PALABRAS CLAVE: Kosher, Balance ScoreCard, Población judía, Mercado Internacional, Proceso productivo.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 214 PLANOS:      ILUSTRACIONES:      CD ROOM: 1

Elaboró		Revisó		Aprobó	
Equipo Operativo del Proceso		Comité de Calidad		Comité de Calidad	
<b>Fecha</b>	24/10/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014	<b>Fecha</b>	05/12/2014

COPIA NO CONTROLADA

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CERTIFICACIÓN KOSHER DEL QUESO CREMA  
PRODUCIDO Y COMERCIALIZADO EN EL SECTOR LACTEOS DE NORTE DE  
SANTANDER Y SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE ISRAEL

HENDER FABIAN LEAL CORREA  
FAIBER LEANDRO TORRADO CHINCHILLA

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIO DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CERTIFICACIÓN KOSHER DEL QUESO CREMA  
PRODUCIDO Y COMERCIALIZADO EN EL SECTOR LACTEOS DE NORTE DE  
SANTANDER Y SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE ISRAEL

FAIBER LEANDRO TORRADO CHINCHILLA

HENDER FABIAN LEAL CORREA

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Directores:

NELSON EMILIO GARCIA TORRES

NATHALIE CLAIRE RAYNAUD PRADO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIO DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2019

	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES	Versión:	1/2013
	PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL		
	ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO		

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, Marzo 1 de 2019

Acta N° 01/19

PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional LUGAR: Sala de Docentes Departamento

TITULO DEL PROYECTO: “Estudio de viabilidad para la certificación kosher del queso crema producido y comercializado en el sector lácteos de Norte de Santander y su participación en el mercado de Israel”.

MODALIDAD: Trabajo de Investigación

**JURADOS:**

Lissette Gabriela Maldonado Niño ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Angélica María Carvajal Guerrero ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Diego Zarate Ocampo ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

**DIRECTORES:**

Nelson Emilio García Torres

Nathalie Claire Raynaud Prado

Firma:



**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

**CODIGO**

**CALIFICACIÓN**

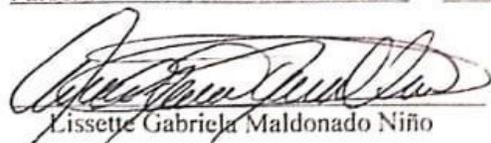
**LETRA NÚMERO A- M -L**

Hender Fabián Leal Correa 1260926

Cuatro punto cuatro 4,4 X

Faiber Leandro Torrado Chinchilla 1260901

Cuatro punto cuatro 4,4 X



Lissette Gabriela Maldonado Niño



María Angélica Guerrero



Diego Zarate Ocampo

V°B°

  
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO

Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	19
1. Problema	20
1.1 Título	20
1.2 Problema de Investigación	20
1.3 Planteamiento del Problema	20
1.4 Formulación del Problema	23
1.5 Sistematización del Problema	23
1.6 Objetivos	24
1.6.1 Objetivo general	24
1.6.2 Objetivos específicos	24
1.7 Justificación	24
2. Marco referencial	27
2.1 Antecedentes	27
2.1.1 Internacionales	27
2.1.2 Nacionales	28
2.1.3 Regionales	30
2.2 Bases Teóricas	31
2.2.1 Ventaja competitiva	31
2.2.2 Nueva teoría del comercio internacional	32
2.2.3 Teoría del marketing	33
2.3 Marco Conceptual	33

2.4 Marco Legal	36
2.5 Marco Espacial	40
2.6 Marco Temporal	40
3. Diseño Metodológico	41
3.1 Tipo de Investigación	41
3.2 Método de Investigación	41
3.3 Tipo de Estudio	41
3.4 Población y Muestra	42
3.4.1 Población	42
3.4.2 Muestra	42
3.5 Sistematización de Variables	43
3.6 Tratamiento de Información	44
3.6.1 Técnicas para la recolección de información	44
3.6.2 Técnica de procesamiento de información	45
3.6.3 Presentación de la información	45
4. Examinar los Requerimientos Exigidos por la Certificación Kosher para la Cadena Productiva del Queso Crema	46
4.1 Requerimientos Exigidos por los Libros del Torah Como las Leyes de Judaísmo, para Considerar un Alimento Apto Para Consumo Humano	46
4.2 Categorización de los Alimentos Kosher	48
4.3 Exigencias de la Ley Kashrut para Considerar un Animal Apto, Para Extraer Cualquier Tipo de Alimento	48

4.4 Requerimientos que Establece el Judaísmo para Considerar la Leche y Productos Lácteos Kosher	49
4.4.1 Requerimientos exigidos por la Ley Kashrut para considerar el Queso Crema Kosher	51
4.5 Identificación de Consumidores de los Alimentos Kosher	52
4.6 Beneficios Empresariales de la Certificación Kosher	53
4.7 Certificación Kosher en Colombia	54
4.8 Proceso para la Obtención de la Certificación Kosher para las Empresas del Sector Lácteo de Norte de Santander	55
4.9 Identificación de Agencias Certificadoras Kosher a nivel Nacional e Internacional	57
5. Identificar la Cadena Productiva del Queso Crema en Norte de Santander Determinando sus Ventajas para Participar en Mercado Extranjero	59
5.1 Sector Lácteo de Colombia	59
5.2 Comercio Internacional del Sector lácteo de Colombia	60
5.2.1 Productos exportados por el sector lácteo colombiano	60
5.2.1.1 Exportaciones colombianas de quesos	61
5.2.2 Importación de productos lácteos en Colombia	62
5.3 Actualidad Productiva de Lácteos de Norte de Santander	63
5.3.1 Granjas lecheras en Norte de Santander	65
5.3.1.1 Granja lechera Los Naranjos	65
5.3.1.2 Granja lechera Buenaventura	67
5.3.1.3 Granja de la empresa Ocaña Lact	69
5.3.2 Empresas lácteas de Norte de Santander	71

5.3.2.1 Análisis de la Encuesta realizada a las empresas del Sector Lácteo de Norte de Santander	72
5.3.3 Identificación de la producción del Queso Crema	82
5.3.3.1 Pasteurizadora de leche La Mejor s.a	83
5.3.3.3 Ocaña Lact	90
5.3.3.4 Lácteos Mendoza	94
5.3.3.5 Empresa Conlácteos	97
5.4 Identificación del Queso Crema en la Nomenclatura Arancelaria	100
6. Evaluar Retos y Oportunidades del Mercado Kosher en Israel del Sector Lácteos Norte Santandereano	103
6.1 Características Demográficas del Estado de Israel	104
6.2 Aspectos propios de la Economía de Israel	105
6.2.1 Crecimiento del PIB en el Estado de Israel	107
6.3 Comercio Internacional del Estado de Israel	107
6.3.1 Política de comercio internacional del Estado de Israel	108
6.3.2 Acuerdos comerciales de Israel	108
6.3.3 Acceso al mercado y procedimientos en aduanas	110
6.4 Tratado de Libre Comercio Colombia – Israel	112
6.4.1 Análisis de las reglas de origen para productos colombianos objetos de exportación con destino a Israel en el marco del Tratado de Libre Comercio	113
6.5 Intercambio Comercial Entre el Estado de Israel y la Republica de Colombia	115
6.6 Logística para Operaciones de Comercio Internacional en el Estado de Israel	116
6.7 Sector lácteos de Israel	119

6.7.1 Competidores del Mercado Lácteo en Israel	121
6.8 Cultura de Negocios con Empresarios Israelíes	126
6.9 Matriz DOFA para la participación del Queso Crema en el Mercado de Israel	127
6.9.1 Resultados del Análisis DOFA	130
7. Análisis de Viabilidad para obtener la certificación Kosher del producto Queso Crema del sector lácteo de norte de Santander para participar en el mercado Israel	132
7.1 Análisis financiero de la certificación Kosher para el Queso Crema de Norte de Santander	132
7.2 Análisis del Entorno Económico y Comercial del Queso Crema Producido en Norte de Santander	134
7.3 Análisis Operacional para la Implementación del Certificado Kosher en el Queso Crema	134
7.4 Análisis de la Participación del Queso Crema en el Mercado lácteo de Israel	137
7.5 Análisis de la Idea de Negocio para Competir en el Mercado de Israel con el Producto Queso Crema	138
7.5.1 Análisis del ciclo de vida del producto Queso Crema en el mercado de Israel	139
8. Formular la Estrategia de Participación en el Mercado Kosher de Israel en el Sector Lácteo del Producto Queso Crema	142
8.1 Balance SocreCard	142
8.1.1 Alianza con la academia	146
8.1.1.1 Talleres de Tendencia de Consumo Internacional	146
8.1.1.2 Prácticas profesionales	146

8.1.2 Estrategia de certificación Kosher para el queso crema y estandarización de procesos	147
8.1.3 Estrategia para implementar un programa de desarrollo proveedores	148
8.1.3.1 Objetivos del Estrategia para implementar un Programa de Desarrollo Proveedores	149
8.1.4 Estrategia de promoción internacional	151
8.1.4.1 Estrategia de promoción por medio de participación en ferias alimentos del Queso Crema producido en el Sector Lácteo de Norte de Santander	152
8.1.4.1.1 Oportunidad de promoción en Ferias en el Mercado de Israel	152
8.1.4.1.2 Oportunidad de promoción en Ferias en el Mercado de Norte América	155
8.1.5 Estrategia para establecer canal de distribución comercial para el queso crema en el mercado de Israel	157
8.1.5.1 Agentes minoristas	158
8.1.5.2 Agentes importadores	160
8.1.5.3 La industria de alimentos o canal Horeca	162
8.1.6 Estrategia de Publicidad del Queso Crema en el mercado israelí	162
9. Conclusiones	165
10. Recomendaciones	169
Referencias Bibliográficas	172
Anexos	201