

El queso holandés: Una estrategia de competitividad, a partir del Comercio Intraindustrial en Europa

Karen Vanessa Quinche Pineda
Yesica Lorena Palacio Arango

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2019

El queso holandés: Una estrategia de competitividad, a partir del Comercio Intraindustrial en Europa

Karen Vanessa Quinche Pineda

Yesica Lorena Palacio Arango

Director

Catherine Valencia González

Codirector

Marco Aguilera Prado

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2019

A Dios, nuestras familias y compañeros,
que han sido parte fundamental de este proceso
y nos han impulsado para cumplir nuestra meta,
con mucha dedicación y cariño.

Agradecimientos

Nuestro sincero agradecimiento va dirigido a:

Nuestros docentes que fueron nuestra principal fuente de sabiduría y enseñanza durante toda nuestra formación profesional en la carrera de Negocios Internacionales.

Nuestra directora de proyecto Catherine V. González de la mano con nuestro codirector Marco Aguilera Prado que nos brindaron su apoyo y dedicación para que lográramos terminar la presente investigación y que con su experiencia y gran gesto de paciencia permitieron que nuestra ponencia obtuviera reconocimiento de excelencia en el V COLOQUIO JUNIOR DE INVESTIGACION – RCPI 2019 de la Universidad Santo Tomas.

A la Universitaria Uniagustiniana por formarnos como futuros profesionales y a nuestros padres, hermanos y compañeros que siempre estuvieron incondicionalmente con nosotras durante el desarrollo de la investigación.

Resumen

El mercado europeo se caracteriza por la competitividad del sector agroalimenticio como frutas, hortalizas y lácteos. Esta investigación se centra en el estudio del CII en el mercado de Holanda, específicamente el queso. En Europa se ha presentado un incremento en las cifras de producción y exportación durante los últimos años, con la fabricación y comercialización de productos como queso, leche, nata y similares. Países como Francia, Portugal, Alemania y Holanda generaron importaciones en nata líquida, a granel, quesos, leches fermentadas y leche líquida.

Holanda es uno de los más importantes productores y exportadores en el continente europeo de este tipo de productos, se evidencio un claro caso de CII con el queso, ya que Holanda es el segundo exportador de este producto, y a su vez, realiza una cantidad de operaciones similares en su importación, lo que permite considerar el queso como un producto altamente competitivo en esta región.

La metodología de la investigación es mixta, incorporando la investigación cuantitativa desde la medición del Índice de Grubel & Lloyd, y la cualitativa en parámetros de explicaciones descriptivas. La medición permite concluir que en el caso del queso en Holanda es de lo más competitivos, incorporando el CII.

Palabras claves: Comercio Intraindustrial, Holanda, Queso.

Abstract

The European market is characterised by the competitiveness of the agri-food sector such as fruit, vegetables and dairy products. This research focuses on the study of the CII in the Dutch market, specifically cheese. In Europe there has been an increase in production and export figures in recent years, with the manufacture and marketing of products such as cheese, milk, cream and the like. Countries such as France, Portugal, Germany and the Netherlands generated imports in liquid cream, bulk, cheese, fermented milk and liquid milk.

The Netherlands is one of the most important producers and exporters on the European continent of this type of product, a clear case of CII with cheese is evident, since the Netherlands is the second exporter of this product, and, in turn, carries out a number of similar operations on its import, which allows the cheese to be considered as a highly competitive product in this region.

The research methodology is mixed, incorporating quantitative research from the measurement of the Grubel & Lloyd Index, and qualitative research into parameters of descriptive explanations. The measurement allows us to conclude that in the case of cheese in the Netherlands it is the most competitive, incorporating the CII.

Keywords: Intraindustrial Trade, Holland, Cheese.

Tabla de contenidos

Introducción	10
1. Formulación del problema	11
1.1 Pregunta problema	13
2. Objetivos	14
2.1 Objetivo general	14
2.2 Objetivos específicos	14
3. Justificación	15
4. Marco de referencia	16
4.1 Antecedentes	16
4.2 Marco teórico	17
4.2.1 Competitividad	17
4.2.2 Comercio intraindustrial.	17
4.3 Metodología aplicada	20
4.3.1 Índice del comercio intraindustrial, Grubel & Lloyd	20
5. El queso en Holanda: producción y comercio	22
5.1 Marco histórico del queso	22
5.2 Clases de queso en Holanda	23
5.3 Clasificación arancelaria de los quesos	24
5.4 Producción de queso holandés	26
5.4.1 Producción en áreas geográficas	26
5.4.2 Empresas productoras y exportadoras de queso en Holanda.	26
5.5 Comercio del queso en Holanda	29
5.5.1 Exportaciones de queso en Holanda.	29
5.5.2 Importaciones de queso en Holanda.	29
5.6 Volumen de comercio del queso holandés	30
6. Medición del comercio intraindustrial del queso en Holanda	32
6.1 Resultados del IG&L del queso en Holanda	32
Conclusiones	33
Referencias	34

Lista de tablas

Tabla 1. Exportaciones de queso de Holanda en el 2018.....	12
Tabla 2. Importaciones de queso en Holanda en el 2018.....	13
Tabla 3. Tipos de quesos en Holanda y su composición.....	23
Tabla 4. Clasificación arancelaria para los quesos europeos	24

Lista de figuras

Figura 1. Mapa de Holanda y su División política (LLS, 2018).....	26
Figura 2. Importaciones y exportaciones en miles de dólares EEUU, anuales (UNCTAD, 2018).....	30
Figura 3. Sumatoria de las importaciones y exportaciones del queso en Holanda (UNCTAD, 2018).	30
Figura 4. Medición del índice de G&L de las importaciones y exportaciones del queso en Holanda (UNCTAD, 2018).	32

Introducción

El presente trabajo de grado mide el comercio intraindustrial (CII) de quesos en Holanda, el cual ha permitido su competitividad a nivel global, porque este tipo de intercambio de bienes con otros países tiene permite el aumento del comercio internacional mediante el aprovechamiento de las economías de escala.

El CII holandés se evidencia desde hace más de 60 años mediante la producción y la exportación de alimentos, automóviles, productos químicos, entre otros y a su vez por la importación de los mismos, lo que conllevó a generar un impacto positivo en el comercio favoreciendo a los participantes (dos o más países). En esa dirección, la finalidad del presente trabajo es vincular la nueva teoría del comercio (Krugman, Grubell & Loyd), con la medición en del CII, focalizando en el sector agroalimenticio, el cual es uno de los sectores que proporciona mayores ingresos.

Para la medición se empleó información proveniente de: *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD), Legiscomex, la Organización Mundial de Comercio (OMC), como fuentes reconocidas que han publicado las cifras y estadísticas globales durante los últimos 20 años que permiten hacer análisis en el tiempo.

El documento se divide en 5 partes. Inicialmente se da un contraste entre las teorías de los autores que más representativos incluyendo elementos asociados con la medición del CII. Posteriormente, se describe el mercado del queso holandés en términos su clasificación arancelaria, su acogida en Europa a través del tiempo y la identificación de las empresas influyentes que participan en el mercado. Finalmente, un análisis de las exportaciones e importaciones que el país realiza al mundo.

1. Formulación del problema

De acuerdo con las teorías convencionales del comercio internacional propuestas por autores como Adam Smith y David Ricardo, el intercambio de bienes entre países se presenta debido a la especialización en la producción de aquel bien en el que el país presenta ventajas relativas por la presencia de condiciones favorables en los factores de producción, lo cual permitiría exportar esos bienes e importar aquellos donde no se tuviera esa ventaja (Krugman, Obsfeld, & Melitz, 2013).

Sin embargo, la nueva teoría del comercio (Krugman, Helpman, Grubell y demás) evidencia que la explicación convencional no explica el intercambio de bienes similares que requieren factores similares para su producción. Es decir, en la práctica un país puede contar con los recursos para la producción y especialización de un producto, pero a su vez este mismo producto es importado por razones diferentes a las expuestas por Smith y Ricardo.

Así, la teoría del comercio internacional dice que se comercia por ventajas comparativas (Ricardo, H-O-S) o por ventajas competitivas (Krugman, Grubell & Lloyd). Para el primer caso se intercambian bienes según la especialización por dotación relativa de factores, en el segundo caso se trata de estrategias de diferenciación mediante el aprovechamiento de economías de escala. A partir de allí, valdría la pena preguntarse si es posible que un país tenga ambos tipos de comercio en algún bien. Es decir, si las ventajas competitivas pudieran permitir competir en un mercado de bienes similares (CII) y al mismo tiempo ese bien se pudiera intercambiar con otro tipo de bienes en otro mercado o con otro país.

La evidencia muestra que en el mercado europeo el CII está bastante desarrollado entre sus países y sobre todo ha generado incrementos en el sector agroalimenticio: frutas, hortalizas, lácteos. Para el caso específico de los lácteos se ha presentado un incremento de las cifras de producción y exportación durante los últimos años donde la fabricación y comercialización de queso, leche, nata y similares, ha sido clave para el crecimiento de la industria de los países europeos.

Por ejemplo, en Francia, Portugal y Reino Unido se generaron importaciones de nata líquida, a granel, quesos, leches fermentadas y leche líquida que también se comercializaron con Portugal, Alemania y Países Bajos. A su vez, en España, el sector de lácteos genera más de 60.000 empleos y alrededor de 13 millones de euros anuales, tiene más de 1.500 centros autorizados para la recogida y transformación de leche de los cuales 600 podrían considerarse industrias lácteas. Los tres productos lácteos más relevantes son: leche líquida, yogur y leches fermentadas y queso (Fenil, 2018).

Así mismo, la evidencia muestra que Holanda realiza las operaciones de comercio (importación y exportación) a casi todos los países europeos (Trade Map, 2018) como se muestra en las tablas 1 y 2, lo que permite preguntarse si se trata de un comercio determinado por ventajas comparativas para el caso de países con diferencias significativas en factores (Grecia, Suecia) y por ventajas comparativas con países más similares en su dotación (Alemania, Francia).

Tabla 1.

Exportaciones de queso de Holanda en el 2018

<i>Importers</i>	<i>Value (1000 USD)</i>	<i>Quantity (Ton)</i>	<i>Value growth (5 y.)</i>
World	4,112,017	886,236	2
Germany	1,356,964	276,614	0
Belgium	521,145	110,242	8
France	408,033	85,071	3
Spain	249,482	61,594	0
United Kingdom	162,953	36,274	3
Italy	158,152	37,727	0
Greece	147,15	39,567	4
Sweden	138,299	29,086	0
Japan	103,582	30,364	29
United States of América	91,559	15,050	-3

Nota: Autoría propia con datos de TradeMap. (Trade Map, 2018)

Tabla 2.

Importaciones de queso en Holanda en el 2018

<i>Exporters</i>	<i>Value (1000 USD)</i>	<i>Quantity (Ton)</i>	<i>Value growth (5 y.)</i>
World	1,497,589	382,672	7
Germany	548,846	159,791	4
Belgium	335,006	67,064	16
Denmark	118,399	29,709	7
France	111,175	44,387	7
Italy	98,545	12,739	14
United Kingdom	71,576	16,804	-3
Ireland	55,743	14,633	17
Austria	32,593	9,638	-3
Spain	23,621	4,516	15
Switzerland	18,4	1,843	7

Nota: Autoría propia con datos de TradeMap. (Trade Map, 2018)

1.1 Pregunta problema

De acuerdo con lo anterior y con el fin de comprender el tipo de comercio que explica el intercambio de queso en Holanda se plantea el siguiente interrogante: ¿cuál es la explicación al comercio internacional de queso holandés con los otros países europeos?

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Analizar la competitividad del queso holandés en el mercado europeo, a partir de las mediciones de comercio intraindustrial.

2.2 Objetivos específicos

Describir la industria y el comercio internacional del queso en Holanda.

Medir el Comercio Intraindustrial del queso en Holanda.

3. Justificación

Este trabajo de investigación tiene como objetivo demostrar la importancia de la nueva teoría del comercio internacional aplicada al desarrollo, la especialización y el aumento de la competitividad entre los países, exclusivamente entorno al comercio intraindustrial entre los mismos. Este modelo de comercio ha sido poco reconocido a nivel mundial, ya que relativamente surgió en años recientes, pero su impacto ha sido favorable para los países desarrollados, permitiendo la optimización de los recursos, el reconocimiento y la calidad de los productos.

Considerando que este modelo de intercambio ha generado cambios positivos, se considera que el éxito del mercado de los quesos en Holanda y alrededor de Europa ha sido gracias al consumo tanto nacional como internacional que se ha dado, por ello, es considerado como su producto estrella tanto en la industria láctea como agroindustria, además de las frutas y hortalizas, el queso tiene más de 2.000 variedades y ha hecho que otros países inviertan en este mercado (ExploraHolanda.es, 2019).

Como estudiantes del programa de Negocios Internacionales, se analizó como un país es competitivo desde el punto de vista de la internacionalización con respecto a la promoción de sus productos como insignia, para comprender como lo han logrado y poder ofrecer ideas para que otros países como Colombia lo implementen a su economía, reflejando nuestras habilidades adquiridas durante nuestro proceso de formación como negociadores.

4. Marco de referencia

En este apartado se consolidan los lineamientos propios del trabajo, como las investigaciones previas vinculadas con el objeto de estudio de las teorías abordadas y la metodología aplicada.

4.1 Antecedentes

El comercio intraindustrial es una teoría del comercio internacional que ha logrado tener una gran aceptación dentro del mercado de algunos países, Holanda no fue la excepción ya que ha venido desarrollando esta teoría con algunos de sus productos, teniendo un incremento de su participación en el mercado y generando estabilidad al país. Dentro de la indagación realizada se da a conocer el proceso de la descripción de la industria y la medición del CII del queso en Holanda, esta información se obtiene por medio de repositorios, tesis y trabajos de investigación que dieron desarrollo a la comprensión de esta teoría.

Conforme a la investigación realizada por Rivera Ana Katherine (2017), indica que los resultados obtenidos comprueban que el incremento de los países que realizan el mismo flujo de comercio intraindustrial son los que presentan una mejor organización de producción similar como lo explica en su investigación con Colombia y los países con mercados del tratado de libre comercio como: MERCOSUR, Chile, Canadá, EFTA, Triangulo norte, Estados Unidos, Unión Europea, Corea del Sur, Costa Rica, sumados a los ya existentes con México, CAN y Venezuela (Rivera, 2017). Según Álvarez Dorotea de Diego de la Universidad de Madrid en 2005, realizó un análisis de la variación del comercio intraindustrial en España, demostrando que su economía ha tenido un mejor desarrollo de crecimiento tanto en el CII de tipo horizontal, como vertical.

Así mismo, como lo describe en su tesis doctoral el señor Fita Antoni (2006), las relaciones comerciales de los países miembros de la Unión Europea han venido teniendo cambios dentro de las relaciones comerciales, ya que han tenido un incremento de participación con sus lazos comerciales que se han generado desde el año 1994 hasta el 2002. Esto se debe a que se da un desarrollo más óptimo del CII en países como Eslovaquia, Polonia, República Checa, Hungría en el sector de transporte, caucho, plástico, entre otros, definiendo que fue una primera señal del CII en la Unión Europea (Fita, 2006).

Existe otra investigación realizada por Montalban Luque Inma en 2001 sobre el comercio internacional de la agroindustria, en donde se explica que la industria holandesa es una de las que ha tenido una buena orientación internacional de acuerdo a su distribución, producción con los países extranjeros, y su economía la cual se establece principalmente por medio de la industria

química, alimenticia y la metalúrgica obteniendo un 17% de su industria, además del gran valor que tienen dentro de su cultura o tradiciones de productos como el queso con una predominación de los quesos Gouda y el Edam, que se destacan por su figura redonda, con un color rojo en su envoltura y además son reconocidos por utilizarse en el desayuno de los holandeses.

Por último, está la guía de mercados en el año 2014, sobre los países bajos donde se conoce a Holanda como uno de los miembros de la Organización Mundial de Comercio y la Cooperación de Desarrollo Económico, la cual establece que es una economía abierta al comercio internacional y cuenta con negocios en países como Alemania, Bélgica, y Francia, con los que realiza importaciones y exportaciones de queso aplicando la teoría del comercio intraindustrial, siendo este parte primordial del sector agroalimenticio por su precio y calidad.

De acuerdo a lo anterior, se evidencia la trascendencia del comercio intraindustrial a través del tiempo, ya que ha logrado desarrollar una gran participación de los países más desarrollados en el comercio en todo el mundo, además, ha generado un alto crecimiento sobre todo del sector agroalimenticio como es el caso del país en mención.

4.2 Marco teórico

En cuanto a las teorías abordadas, se enfoca principalmente en la competitividad desde la perspectiva de Krugman y el Comercio Intraindustrial (CII).

4.2.1 Competitividad.

Según Krugman, la competitividad está relacionada con la forma en que una nación compite con el resto de las naciones ofreciendo mejores productos y servicios, relacionando la misma con la productividad de las empresas, basados en la innovación tecnológica y su estructura, logrando alcanzar economías de escala, optimizando los costos y expandiendo los mercados (Aguirre, 2014).

4.2.2 Comercio intraindustrial.

El comercio intraindustrial se refiere al intercambio de productos similares pertenecientes a la misma industria, este término se aplica generalmente al comercio internacional cuando se produce la importación y exportación del mismo tipo de bienes o servicios (EAE Business School, 2015).

De acuerdo con el trabajo realizado por Pombo para FEDESARROLLO, la dinámica de este intercambio comercial durante las últimas tres décadas se ha caracterizado por presentarse entre países y bienes similares, y sus flujos también se conocen como “comercio de doble vía”. Se basa en los modelos de economías de escala y ventaja comparativas entre naciones, lo que permite que

las empresas que vendan sus productos puedan aumentar sus economías de producción y tener mayor participación en el comercio internacional (Pombo, 1994).

De acuerdo a los fundamentos de la nueva teoría del comercio internacional y el comercio intraindustrial, el siguiente trabajo está basado en las teorías representadas por autores como Paul Krugman y la teoría del nuevo comercio internacional (1979), H. Helpman y su libro de economías de escala (1981), el índice de Grubel y Lloyd (1975), entre otros, que han logrado dar a entender estos conceptos y aplicarlos a modelos reales.

Inicialmente, para comprender su definición existen varios autores como Grubel (1975), quien menciona que el CII se da a conocer cuando un bien que es comercializado se puede sustituir, indica que el comercio intraindustrial no significa un proceso de especialización sino por el contrario una insuficiencia en separación de estadísticas. Por otra parte, Helpman (1981), al igual que Loertscher y Wolter (1980), explican que la teoría se encuentra soportada bajo la experiencia de los datos, desarrollando dos hipótesis, la primera, donde los productos son diferenciados por ser un tipo de modelo del comercio y la segunda, contempla al comercio intraindustrial como modelo generado por la competencia de monopolio y la presencia de ventajas comparativas.

En el año 1985, Balasa intentaba buscar las fortalezas y debilidades que tiene un exportador nacional en un mercado determinado, esto se generó por medio de estudios realizados en donde identificó que en Europa se hacia las importaciones y exportaciones de los mismos productos, de allí en adelante, varios tuvieron su propio pensamiento respecto a esta teoría por lo que las predicciones se conectan con autores como Linder (1961), indicando que el CII sería más ligero entre naciones convergentes, donde su estructura de demanda fuera semejante, por lo que entre más iguales sean en la estructura de la demanda los países y los factores más interesantes sería el comercio intraindustrial entre ellos.

Para el teórico Krugman, el comercio internacional en la realidad no era sólo “interindustrial”, como lo refleja la teoría tradicional, sino que los países también realizan intercambios de bienes y servicios para las mismas industrias, lo que se denomina comercio “intraindustrial”. Para Krugman, en la práctica, el comercio de casi medio mundo consiste en el comercio entre los países industriales que son relativamente similares en sus dotaciones de factor relativas (Steinberg, 2004).

De acuerdo al artículo relacionado con el mismo autor y el nuevo comercio internacional de la Revista Criterio Libre, (Mayorga, J. & Martinez, 2008), P. K basó su teoría en la hipótesis de que los consumidores aprecian la diversidad en su consumo y por el lado de la oferta o de los

productores explica que el comercio intraindustrial es benéfico para un país, al permitir que cada país tome ventaja de las economías de escala y que los consumidores en un contexto global se beneficien de los precios bajos y de la diversidad de productos.

En 1979, P. Krugman, desarrolla un modelo de comercio bajo una estructura de mercado de competencia monopolística (competencia imperfecta), en el cual demuestra que el comercio entre dos países puede generarse sólo por la presencia de economías de escala y en ausencia de cualquier tipo de ventaja comparativa. (Jimenez & Erick, 1999) En 1981, desarrolla, además, un modelo en el cual tanto las ventajas comparativas cuanto las economías de escala pueden dar origen al comercio entre dos países. Desde entonces, muchos modelos han tomado como base la estructura de mercado de competencia imperfecta para estudiar el comercio internacional y sus implicancias sobre la economía, dando origen a un nuevo enfoque del comercio internacional.

Por otro lado, Helpman, menciona que el comercio intraindustrial entre un par de países sería menor si sus diferencias de tamaño (ingresos) son mayores, pues se observarían mayores diferencias en las habilidades de manufacturar productos diferentes, al mismo tiempo que se esperaría que el comercio intraindustrial fuese mayor en países de mayor tamaño económico (Selaive, 1998).

A partir de su teoría, construye dos modelos teóricos muy directos que generan 2 hipótesis empíricamente verificables. a) El volumen de comercio, en un modelo donde todo el comercio es de productos diferenciados, nota que, a medida que los países son más similares en tamaño, el volumen comercial como proporción del PBI grupal debe incrementarse y b) El comercio intraindustrial, en un modelo donde el comercio es generado tanto por la presencia de competencia monopolística como por la presencia de ventajas comparativas, Helpman intenta probar la existencia de una correlación negativa entre las diferencias de los factores y el volumen de comercio intraindustrial. Helpman encuentra que estas hipótesis son sustentadas empíricamente con los datos.

Para estudiar la primera hipótesis, Helpman parte de un modelo con dos países, dos factores de producción (K y L) y dos bienes (X e Y), en el cual supone que los productos son diferenciados y que se producen con una tecnología que presenta retornos crecientes de escala. Además, supone que ambos países tienen preferencias idénticas y homotéticas y que la balanza comercial está en equilibrio.

Helpman encontró que existía una clara relación positiva entre la relación del volumen de comercio intraindustrial del grupo de países y el índice de dispersión del tamaño de los países. De esta manera, comprobaba empíricamente la predicción de su modelo teórico: a medida que los países son más similares en tamaño, el volumen de comercio intraindustrial aumenta (Jimenez & Erick, 1999).

Finalmente, la importancia del comercio intraindustrial se centra en el mejor aprovechamiento de las economías de escala, así como en el desarrollo del valor agregado de los productos exportables. En términos prácticos, los países ricos exportan su ventaja competitiva entre sí, o sea productos de alto valor agregado (Moscoso, 2013). Por el contrario, los países pobres exportan sus ventajas comparativas con los países ricos e importan sus ventajas competitivas de los países desarrollados que en la práctica son bienes con alto nivel de diferenciación.

Se definió que existen tres tipos principales de comercio intraindustrial, los cuales son:

Comercio de bienes homogéneos: Los productos son sustituibles e indiferenciables por sus cualidades y su origen de fabricación, como las materias primas.

Comercio de bienes diferenciados horizontalmente: Dos productos están diferenciados horizontalmente si, cuando son ofrecidos al mismo precio, no existe un acuerdo entre los consumidores sobre cuál es el producto preferido.

Comercio de bienes diferenciados verticalmente: Dos productos están diferenciados verticalmente si, cuando son ofrecidos al mismo precio, existe acuerdo entre los consumidores sobre cuál es el producto preferido.

También se ha observado que existe un importante comercio intraindustrial en cuanto al intercambio internacional de servicios (EAE Business School, 2015).

4.3 Metodología aplicada

A continuación, se expone la propuesta de medición de CII de Grubel & Lloyd que se empleó para el análisis del intercambio de queso de Holanda con otros países.

4.3.1 Índice del comercio intraindustrial, Grubel & Lloyd.

Herbert Grubel y Peter Lloyd (1975), al analizar los flujos comerciales, observaron que una proporción significativa del comercio internacional era de carácter intraindustrial. En su trabajo no incluyeron un modelo formal; sin embargo, en su apéndice de datos presentaron medidas del comercio intraindustrial para una gran gama de industrias. El índice de comercio intraindustrial que usaron, se le denomina en la literatura el índice de G&LL, este índice puede tomar valores

entre cero (comercio intraindustrial cero) y uno (todo el comercio es comercio intraindustrial). (Jimenez & Erick, 1999)

En este modelo explican los intercambios entre países teniendo en cuenta sus factores y su especialización, para su investigación y el desarrollo del índice se usaron las cantidades exportadas e importadas con el fin de conocer la participación de los productos de una misma industria en el total transado de la misma industria entre dos países. En donde los excedentes de los intercambios expresarían un comercio interindustrial (Ruiz, 2018).

Este se calcula de la siguiente manera:

$$GL_i = \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{X_i + M_i} = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i} \quad ; \quad 0 \leq GL_i \leq 1$$

Donde X_i denota las exportaciones y M_i las importaciones del bien i .

Sí GL_i es igual a 1, solo existe comercio intraindustrial, esto significa que el país en cuestión exporta la misma cantidad del bien i que la que importa.

Sí GL_i es igual a 0, no hay comercio intraindustrial, es decir, el país en cuestión solo exporta o importa el bien i (Grubel & Lloyd, 1975).

Según lo anterior, el índice de G&L puede llegar a tomar valores que entre 0 a 0,5 no representan ninguna relación de los países y el CII mientras que si están entre 0,5 a 1 hay mayor participación entre los mismos.

Para el cálculo del CII se emplearon los datos de exportaciones e importaciones de queso de la *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) para el lapso entre 1995 y 2018, para los siguientes socios comerciales de Holanda: Alemania, Bélgica, Francia, España, Dinamarca, Italia, Suecia y Austria países que concentran la mayoría del mercado de queso holandés. Para la definición y selección de los tipos de queso se empleó la codificación por sistema armonizado de la Unión Europea para sus lácteos.

5. El queso en Holanda: producción y comercio

Este apartado hace una breve caracterización del queso, desde su historia, tipología, clasificación y producción en Holanda.

5.1 Marco histórico del queso

El queso es un producto fresco o maduro, sólido o semisólido, que resulta de la coagulación de la leche natural, se logra en base a la leche cuajada de mamíferos como la vaca, la oveja, la cabra, la búfala y la camella, entre otros. La leche, es impulsada a cuajarse a partir de una combinación de cuajo y un cierto nivel de acidificación, definiendo la textura y el sabor que tendrá cada queso. Se dice que la creación del queso se remonta a los años 8000 A.C. (cuando se produce la domesticación de la oveja) y 3000 A.C. iniciando en Asia Central y luego se extendió por Europa, era almacenada para las épocas de escasez y como alimento para los viajes, gracias a su elevado contenido en grasa y su riqueza de proteínas, calcio y fósforo. Algunos de los quesos que eran consumidos desde entonces eran el cheddar (surgido hacia el año 1500), el parmesano (1597), el gouda (1697) y el camembert (1791). La primera fábrica destinada a la elaboración industrial de queso fue instalada en 1815 en Suiza. Sin embargo, la fabricación a escala comenzó a tener éxito en Estados Unidos (Pérez, J. & Gardey, A., 2012).

En Holanda, producen 650 millones de kilos de queso al año, de los que se exportan dos tercios, lo que convierte a Holanda en el mayor exportador de queso del mundo. Los holandeses consumen 14,3 kilos de queso por persona al año, entre los más conocidos son los de Gouda y Edam, también, los de Frisia, Limburgo, Kernhem, Bluefort, Subenhara, Maasdam, Maasland, Texel, Kollum, Leida y Leerdam, los quesos Old Amsterdam y Old Alkmaar, o el de Denominación Origen Mimolette (Digital, 2014).

La historia del queso en Holanda, se remonta a la época precristiana, en la Edad Media, la elaboración y el comercio del queso eran actividades importantes en la vida de los holandeses; las ciudades que recibían autorización para pesar los quesos podían construir casas de pesaje y gozaban de un estatus especial, entre ellas, La casa de la Waag (báscula) de Gouda, actualmente es una de gozaban de un estatus especial, entre ellas, La casa de la Waag (báscula) de Gouda, actualmente es una de las más bonitas y desde entonces se ha considerado como líder mundial del sector de lácteos (Holland, 2018).

5.2 Clases de queso en Holanda

A continuación, se mencionan los tipos de quesos más reconocidos a nivel mundial y elaborados en Holanda, de acuerdo a la base de datos de una culinaria experta, Linda Smith de Brockmann, quien cuenta con más de 20 años de experiencia y amplio conocimiento en estos temas (Smith de Brockmann, 2012). De acuerdo a la tabla 3, se evidencian los tipos de quesos holandeses que más se consumen en Holanda de acuerdo a sus características físicas como tipo de leche, materia de grasa, tiempo de maduración, aspereza, vino y región de origen.

Tabla 3.

Tipos de quesos en Holanda y su composición

Quesos	Tipo de Leche	Tipo	Materia Grasa	Maduración	Aspereza	Región
Geintakaas met Kruiden	Cabra	Pastas semi dura, cocido prensado, corteza natural	45%	De 3 a 6 Meses	Suave a Media	Todo el país
Reypenaer V.S.O.P	Vaca	Queso de pasta dura, corteza encerrada	40 a 48 %	2 años	Suave a media	Woerden
Schapenkas Texel	Oveja	Pasta semi dura, corteza natural	48%	1 mes	Picante	Islas Wadden
Lamb Chopper	Oveja	Pasta semi dura, cocido, prensado, corteza encerada	48%	De 4 a 6 meses	Suave a media	Se vende en California
Wilde Weide	Vaca	Pasta semi dura, cocido, prensado, corteza natural	48%	Mínimo 15 meses	Suave a media	Holanda Meridional
Boeren-Leidse met sleutels	Vaca	Pasta semi dura, corteza coloreada roja	Entre 30 y 40 %	De 3 a 12 meses	Media	Holanda Meridional
Roomano	Vaca	Pasta Dura, corteza Natural	45%	De 3 a 4 años	Suave a media	Frisia
Kanterkomij nekaas	Vaca	Pasta Dura, corteza Natural o tratada	Del 20 al 44 %	De 4 semanas hasta 1 año	Fuerte y especiada	Frisia

Nota: Autoría propia con datos de Gastronomía creativa de Linda. (Brockmann, 2012)

5.3 Clasificación arancelaria de los quesos

Existe gran variedad de quesos en todo el mundo que se pueden distinguir de acuerdo a varios aspectos, como su tipo de leche, origen, grado de grasa, tiempo de maduración, forma, olor, aspereza, entre otros que hacen a cada uno diferente. Respecto a su clasificación arancelaria para la realización de operaciones de importación y exportación a nivel mundial, existen códigos de productos conocidos como partidas de arancel que crean una “unificación” de los mismos para hablar un mismo idioma en términos de comercio internacional (Procolombia, 2019). A continuación, se muestra la clasificación de los quesos en la Unión Europea identificados por la partida 0406 de quesos y cuajadas, allí se encuentran diferentes tipos de quesos que se producen en esta región, incluyendo a Holanda.

Como se muestra en la Tabla 4, las partidas se van abriendo de acuerdo a otras tipologías de clasificación del queso, entre ellas las principales son los quesos frescos, rallados o en polvo, sin rallar ni en polvo y otros, llegando a tener cifras de 6 a 10 dígitos dependiendo las normatividades de los países y denotándose como subpartidas. Para el caso particular de Holanda, existen variedades infinitas de quesos que se encuentran en el arancel, entre ellos están, los quesos suaves con un grado de grasa de 40%-48% como el Reypenaer o el Gouda uno de los más famosos, entre los quesos elaborados 0406 30, según su proceso de producción y maduración que por lo general son 2 años; por otro lado, otro tipo de queso de Holanda, es el Edam, 0406 9023 00, que tiene su propia subpartida (Taricsupport, 2019).

Tabla 4.

Clasificación arancelaria para los quesos europeos

Código Unión Europea	Descripción
040610	Queso fresco (sin madurar o sin curar) incluido el queso de suero de leche y quajada
0406 1030	De un contenido de grasa en peso, que no supere el 40%
0406 1080	Otro
0406 2000 00	Queso rallado o en polvo, de todo tipo
0406 30	Queso Elaborado sin rallar ni en polvo

0406 3010	En la fabricación de los cuales no se han utilizado quesos distintos de Emmentaler, Gruyere, y Appenzel y que pueden contener como adición, el queso de la hierba Giarus (Conocido como Schabziguer): Adicionados para la venta al por menor, de un contenido de grasa en peso en la materia seca que no exceda 56 %
0406 3031	Otro
0406 40	Queso de vetas azules y otros quesos que contienen venas producidos por Penitillium roqueforti
0406 4010 00	Roquefort
0406 4050 00	Gorgonzola
0406 4090 00	Otro
0406 90	Queso
0406 9001 00	Procesado
0406 9013	Otro
0406 9013 00	Emmentaler
0406 9015 00	Gruyere, sorinz
0406 9017 00	Bergkase, Apenzell
0406 9018 00	Fromage friobourgeois, Vacherin mont d'Or y tete de moine
0406 9021	Queso cheddar
0406 9023 00	Queso Edam
0406 9025 00	Tilsit
0406 9029 00	Kasmkaval
0406 9032 00	Feta
0406 9035 00	Kefalo Tym
0406 9037 00	Finlandia
0406 9039 00	Jarisberg
0426 9050	Otro

Nota: Autoría propia con datos de la Comisión Europea (Taricsupport, 2019).

5.4 Producción de queso holandés

De acuerdo con la búsqueda realizada se hace una breve descripción de la producción de quesos en Holanda, ilustrando geográficamente las principales ciudades donde se comercializan los mismos.

5.4.1 Producción en áreas geográficas.

Los lugares donde se realiza la producción de Queso en Holanda más conocidos son Alkmaar, Edam y Gouda, teniendo en cuenta que son los centros turísticos más visitados del país, conservando una tradición de siglos y en donde cada año el gremio hace una celebración en honor a este producto típico de la región con grandes espectáculos.



Figura 1. Mapa de Holanda y su División política (LLS, 2018)

En Holanda, existen varios tipos de quesos con Denominación Origen debido a que se producen en regiones del país muy reconocidas por sus mercados de queso y eventos alrededor de este producto, algunos son: Gouda, uno de los más populares ya que alberga el 60% de la producción de queso en el país, así como en Edam, Amsterdam, Alkmaar, entre otros.

5.4.2 Empresas productoras y exportadoras de queso en Holanda.

Las organizaciones dentro de un país tienen un papel fundamental y es generar el desarrollo y el crecimiento de su economía a través de la producción y sus ingresos, por ello, a continuación, se mencionarán las principales empresas productoras y exportadoras de queso en Holanda que

generan comercio intraindustrial con la compra y venta del mismo bien y que a lo largo de los años se han mantenido.

KaasKraam. Es la tienda de quesos en línea de quesos especiales y artesanales de la mejor calidad de los Países Bajos y otros países europeos. También es la tienda en línea de la tradicional tienda de quesos GewoonKaas, ubicada en Ámsterdam (KaasKraam, 2019)

Su objetivo es descubrir, presentar y compartir quesos que cumplan con la calidad, cuando se realiza la solicitud del queso posterior a ella se corta para cumplir con el pedido dando al consumidor un producto fresco, como lo dice su tienda puros y honestos, también ofrecen otros productos como sándwich o quesos acompañados de vino.

Kaasfabriek Eysseb B.V: Frico. Empezó como una cooperativa en 1898 cuando seis lecherías holandesas unieron fuerzas para lo que se llama Friesche Cooperative Zuivel-Export Vereniging, el primer producto de exportación fue la mantequilla y luego siguió con una selección de quesos de alta calidad, su producción creció más y ahora es el mayor productor de quesos de países bajos y un líder mundial (Frico, 2018).

En el año 1936 la empresa tenía 160 socios comerciales en 62 países, en su línea de tiempo para el año 1931 Japón empezó a importar productos, y en donde se realizó la construcción de un parque temático Holandés donde atrajo más las ventas en los puntos de venta, para 1947 un importador de Canadá empezó a comprar productos como tulipanes, queso y arenques, para el Año 2000 Frico abrió su mercado a países como Alemania, Francia y España, donde mostro una faceta diferente al desarrollar un nuevo logotipo para estos mercados, teniendo expansión en sus exportaciones.

Sus principales queso son: Queso Gouda Jong, Gouda Madura, Gouda Extra Maduración, Edam Mild, Invertir Edam, Maasdam, Mimo, Viejo Maestro Holandés, Chevrette Suave, Chevrette Maduro, Selección de hiervas de jardín Gouda, Gouda selección de Pimienta negra Gouda, Selección Mostaza Gouda, Selección de Gouda mediterránea, Gouda Selección de comino, Red Hot duch edam, Edam Selección de Hierbas Edam, Selección Edam madura Holandesa, Luz de Gouda, Pimienta Mexicana Ahumada de Haya, Madera de Haya ahumada Natural y Hierbas de Haya ahumadas mezcladas de madera (Frico, 2018).

Henri Willig ha producido quesos artesanales por más de 40 años en sus propias fábricas de queso en Katwoude y Heerenveen. Las variedades y sabores son de alta calidad y son apreciados internacionalmente. Las marcas propias más conocidas son Henri Willig, Hoidammer y Polderkaas (Willig, 2019).

La fábrica de queso Henri Willig produce, empaqueta y entrega especialidades de queso de primera clase. Además de los tradicionales quesos añejos de la leche de vaca, cabra y oveja orgánica y regular, ofrecemos una amplia gama de quesos de hierbas según recetas únicas, lanzando más de 50 variedades de queso.

Las granjas con las que cuenta son: La granja Jacobs Hoeve y Granja Organica de Jersey, Alida Hoeve Volendam mundialmente conocido por los quesos de Edam y Gouda, también preparan deliciosos quesos de oveja y cabra, y Catharina Hoeve Zaanse Schans para ellos es un gremio Holandes realizar quesos también trabajan con la carpintería y la fabricación de zuecos.

Henri Willig ha tenido un largo camino pasando de ser un pequeño y tradicional fabricante a un productor de queso mundial, se produce y entrega a nombre de mayoristas y minoristas, los clientes o consumidores compran los productos de queserías, tiendas de delicatessen, tiendas naturistas y supermercados, por medio de las consultas u opiniones de los clientes desarrollan nuevas estrategias de producción o recetas uno de sus objetivos es agregar un producto nuevo cada año, realizan una buena investigación de mercado para la producción.

DupontCheese, es un jugador importante en los Países Bajos en la distribución de quesos auténticos y artesanos. Con más de 2,000 SKU, DupontCheese entrega una gama total de quesos a queserías especializadas, servicio de alimentos y venta minorista. El surtido abarca desde quesos de granjas holandeses hasta quesos de oveja de España y desde queso Feta griego hasta quesos de montaña de Noruega. DupontCheese está certificada por BRC y SKAL y forma parte de la cooperativa lechera belga Milcobel, una empresa con 2.000 empleados y una facturación de 1.000 millones de euros.

Dentro de los socios comerciales de Dupont se encuentran empresas como Smaaq el cual trabaja con leche de vacas que pastan en el prado, por otro lado esta Queso trebol con productos lácteos puros la vacas pastan al norte de Holanda, Milcobel es una cooperativa que recolecta procesa y comercializa leche de 2.600 granjas lecheras, importación de queso Jan dupont que se encarga de distribución y envasado de más de 1000 especialidades de queso, Camal fabrica productos desde 1918 encargado de ser distribuidor, Centro de Comercio es la asociación comercial del minorista independiente en el sector de alimentos y bienes de consumo de rápido movimiento, cocina en una misión ofrece una variedad distintiva de delicias frescas para el momento del coctel y SIBK es la fundación de importadores de queso extranjero, las cuales se encargan de importar quesos de extranjeros especialmente seleccionados (Dupontcheese, 2019).

5.5 Comercio del queso en Holanda

El producto más conocido en la gastronomía de Holanda es el queso, permitiéndole al país su reconocimiento como uno de los mayores exportadores del mismo a nivel global. Su comercio se da gracias a que cuenta con condiciones favorables para su producción y comercialización en diferentes ciudades del país, situadas especialmente en las zonas de la costa norte y sur.

5.5.1 Exportaciones de queso en Holanda.

La mayor parte de los productos lácteos exportados desde Holanda, van dirigidos hacia la UE (45%), sus principales destinos son: Alemania, Bélgica y Francia, y un 20% es exportado fuera de la UE, principalmente hacia Rusia, Arabia Saudita y Nigeria (Zwitser, 2014).

Holanda se encuentra entre los 15 países exportadores que generaron mayores ventas a nivel mundial con \$4.1 millones (13.4%) dentro del año 2017, por lo que registro un mayor crecimiento en sus exportaciones de queso. Además, que adquirió un superávit neto de exportación donde obtuvo una disminución del -0.9% con un valor de US \$2.7 mil millones. (Workman, 2019). Sus exportaciones principalmente van dirigidas a países como Alemania (32%), Bélgica Luxemburgo (13%), Francia (9.4%), España (5.7%), Reino Unido (4.3%), Grecia (4.2%), Italia (3.8%), Suecia (3.4%), entre otros.

5.5.2 Importaciones de queso en Holanda.

La industria de lácteos holandesa, siendo una de las más consolidadas del mundo está dominada por un sistema de cooperativas. Royal FrieslandCampina N.V., tiene su sede en Amersfoort, Países Bajos y es la sexta cooperativa multinacional lechera holandesa en el ranking mundial de empresas lácteas, procesa el 80 % de la leche entregada a las fabricas por las granjas, aunque algunas de estas se dedican a la producción de queso artesano.

Las importaciones de queso en Holanda, aumentaron un 7% hasta alcanzar 1.108.926 euros en 2015, más del 90 % de estas importaciones proceden de otros países de la unión europea, donde Alemania y Bélgica representan más de la mitad del total. España también ha aumentado las exportaciones de queso a Holanda destacando el Queso fresco con un 20 % del total, y es uno de los más importados en países bajos, el Queso manchego y el Queso de Cabrales también son conocidos en los países bajos y han tenido gran impacto gracias a la promoción que se les ha realizado (Lago, 2017). La importación de queso de Holanda, demuestra principalmente como fuente a Alemania (39%), Bélgica Luxemburgo (21%), Francia (7.1%), entre otros con porcentajes menores como Irlanda (3.7%), Polonia (2.0%) y Austria (2.4%).

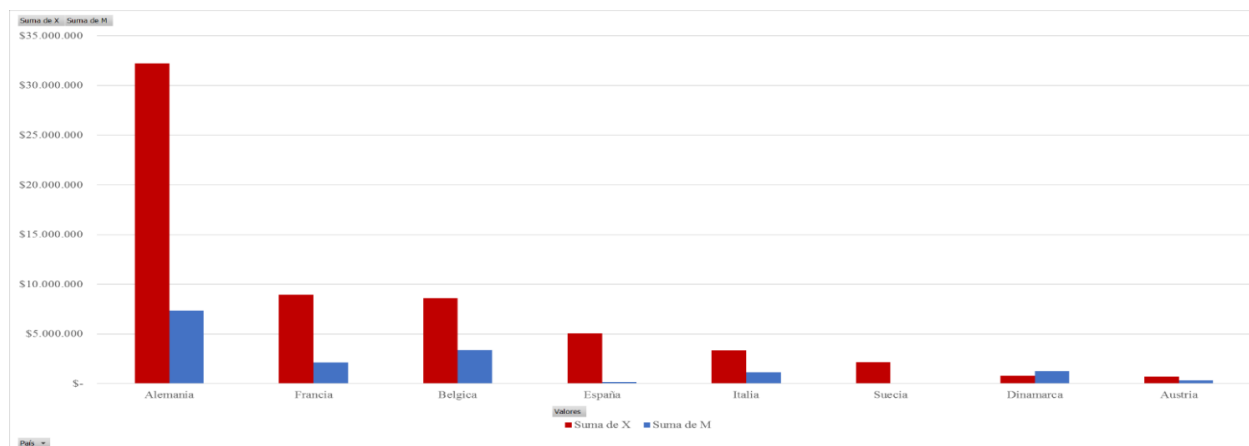


Figura 2. Importaciones y exportaciones en miles de dólares EE.UU, anuales (UNCTAD, 2018).

5.6 Volumen de comercio del queso holandés

Con la finalidad de analizar el comportamiento comercial del queso en Holanda frente a otros países, principalmente de Europa, y mostrar en términos de volumen las relaciones que sostiene Holanda con estos países, se realizó la sumatoria de las importaciones y las exportaciones que se dieron durante los años 1995 a 2018, obteniendo como resultado a Alemania, el socio principal de las operaciones comerciales de Holanda en los últimos años y que va en aumento, seguido de Francia, España, Italia, como se muestra en la figura 3.

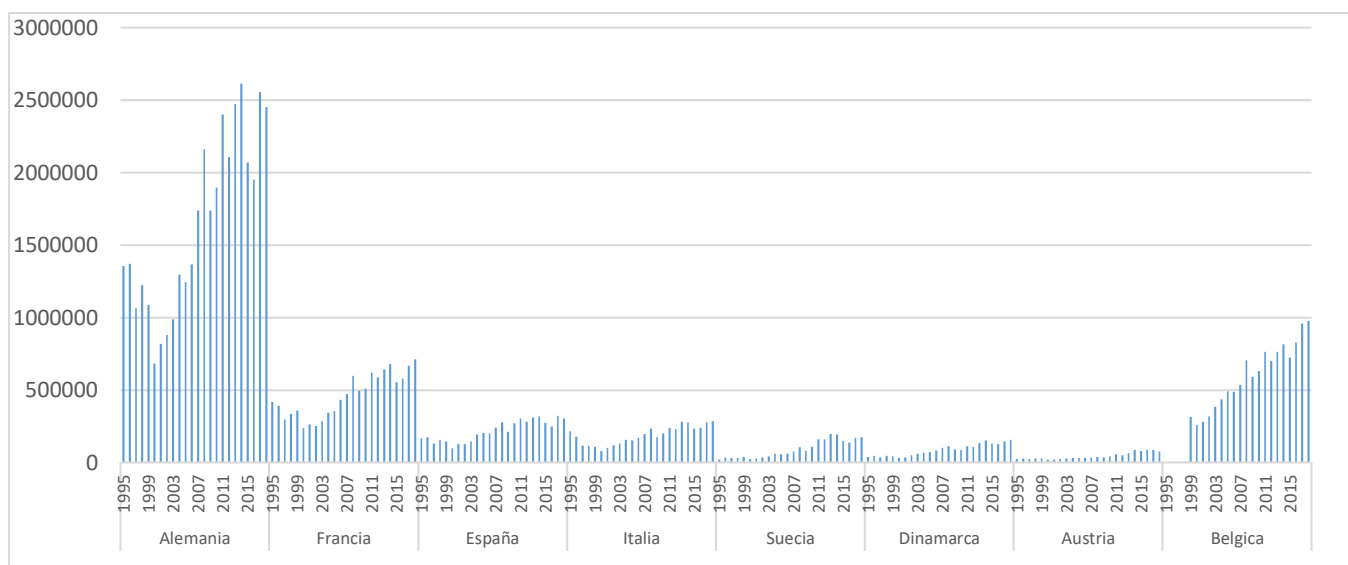


Figura 3. Sumatoria de las importaciones y exportaciones del queso en Holanda (UNCTAD, 2018).

Las cifras muestran que entre 1995 y 2018 Holanda transó con Alemania queso por valores entre 1.400 millones y 2.500 millones de USD para un total de 39.600 millones de USD en el mismo lapso, convirtiendo a Alemania en el país con mayores volúmenes transados. El segundo mayor volumen fue con Francia por 11.100 millones de USD con transacciones entre 416 millones y 710 millones, luego con España con valores entre 165 millones de USD y 304 para un total de 5.200 millones de USD, seguido de Italia por 4.500 millones de USD y valores entre 214 millones y 284, continua con Suecia por 2.170 millones de USD con valores entre 18 y 170 millones de USD, también con Dinamarca con valores de 38 a 156 millones de USD para un total de 2.060 millones en este periodo, luego Bélgica con valores de 315 a 977 millones de USD y un total de 11.960 millones de USD y por último, con Austria por 1.050 millones de USD con valores entre 22 y 76 millones (UNCTAD, 2018).

Así, se pueden establecer tres grupos de países para los volúmenes de comercio anuales: Alemania con volúmenes superiores a los 1.000 millones de USD; Francia y Bélgica con volúmenes entre 500 y 1.000 millones de USD y un tercer grupo con volúmenes menores a 500 millones de USD España, Italia, Suecia, Dinamarca y Austria.

6. Medición del comercio intraindustrial del queso en Holanda

La medición del comercio internacional se da a través de las operaciones de importación, exportación y la balanza comercial de un producto o servicio de un país, para el comercio intraindustrial, este se mide teniendo en cuenta los factores de producción y especialización en las industrias de un país que realiza intercambios de un producto similar con otro. En el caso de Holanda, se realizó la medición del CII del queso frente a otros países.

6.1 Resultados del IG&L del queso en Holanda

Al realizar un análisis sobre el balance comercial de las importaciones y exportaciones del queso de Holanda con otros países socios en un respectivo tiempo, se encontró que a diferencia de la relación comercial que presento frente a sus principales socios comerciales el volumen se da mayormente con Alemania, pero como se observa en la Figura 4, existe mayor comercio intraindustrial con Dinamarca, a partir del primer año de estudio realizado en la investigación, ya que se encuentra entre el 0.5 y 1 según la fórmula de G&L. Mientras que, países como Francia, Alemania o España, que a pesar de ser grandes socios comerciales en las exportaciones de queso de Holanda no tienen alta participación en el comercio intraindustrial por lo que no superan el 0.5.

La dinámica del CII con cada país mencionado en la figura anterior se representa en tres grupos: los países como Dinamarca y Austria mayores a 0.8, aquellos entre 0.5 y 0.8 como Italia y Bélgica y los inferiores a 0.5 que son Francia, Alemania, España y Suecia.

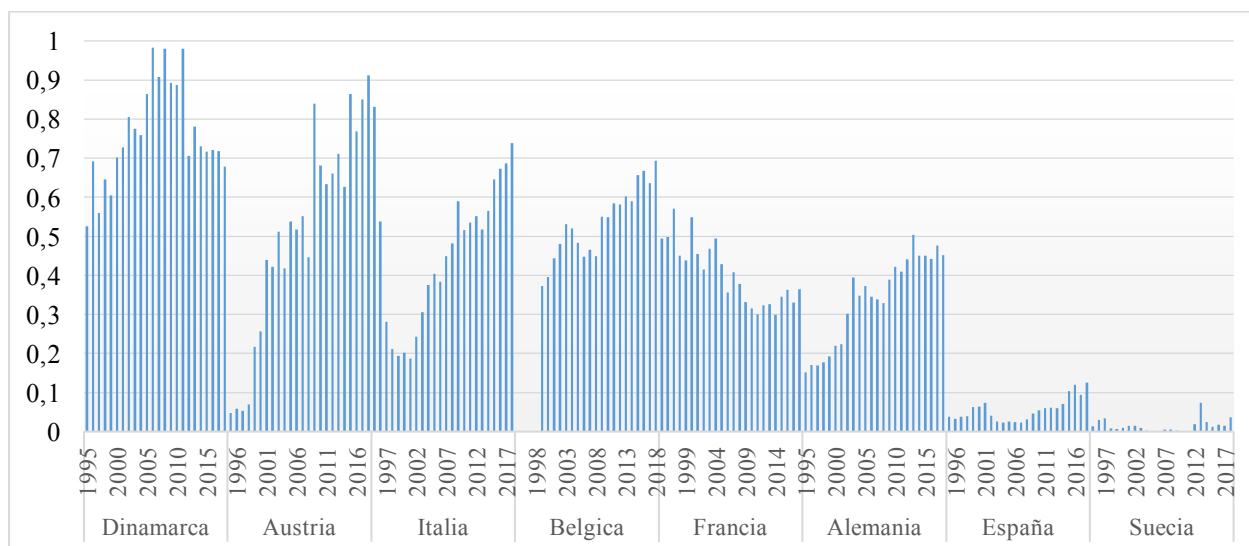


Figura 4. Medición del índice de G&L de las importaciones y exportaciones del queso en Holanda (UNCTAD, 2018).

Conclusiones

Esta investigación sobre el queso holandés se dividió en dos etapas: la primera, permitir describir la industria y el comercio internacional del queso en Holanda y la segunda etapa, medir el comercio intraindustrial del queso de Holanda para Europa, logrando demostrar el comportamiento comercial del queso, su producción y un alto índice de importación, exportación y flujo comercial con otros países como Alemania, Francia, Bélgica, España, y Dinamarca. Identificando que, con este modelo de comercio, la industria nacional de un país puede llegar a abastecer el consumo interno con los mismos bienes producidos e importados, y a su vez, puede llegar a importar a precios razonables para reducir costos y aumentar sus ventas permitiendo ser más competitivo a nivel mundial.

La industria del queso holandés desde hace más de 60 años ha tenido un gran impacto y atribución en la economía del país, contando con una producción de 650 millones de kilos de queso al año y un consumo de 14,3 kilos de queso por persona anualmente. Por lo cual, existen diversos tipos de quesos reconocidos a nivel mundial originarios de Holanda como el Gouda, Edam o Frisia, entre otros, que hacen que el país sea el segundo mayor exportador de queso en el mundo, y cuente con socios comerciales como Alemania, Francia y Bélgica.

Por medio de la metodología aplicada planteada por Grubel & Lloyd para medir la participación y variación del CII en el mercado del queso holandés, se analizó frente a ocho países con los que Holanda presento mayor comercialización de quesos entre los años 1995 y 2018, estos fueron: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Italia, España y Suecia; mostrando que mientras su principal destino de exportación es Alemania, el comercio intraindustrial se refleja con otro socio comercial que es Dinamarca.

La evidencia aquí descrita muestra que existen tres grupos de países por volumen de comercio que se conforman primero, Alemania, segundo, Francia y Bélgica y de tercero, España, Italia, Suecia, Dinamarca y Austria, que se diferencian con los tres grupos de países por CII, primero, Dinamarca y Austria, segundo, Italia y Bélgica, por último, Francia, Alemania, España y Suecia. Con el primer grupo de países por CII, Holanda tiene un comercio en el que intercambia quesos por otros quesos provenientes de Dinamarca y Austria, mientras en el tercer el intercambio es mayormente explicable por ventajas comparativas: Francia, Alemania, España y Suecia compran quesos de Holanda y lo pagan con otros bienes. Para el segundo grupo se puede decir que se trata de países en los que Holanda ha avanzado en ventajas competitivas, pero aún no se consolidan.

Referencias

- Aguirre, C. (29 de 01 de 2014). *Krugman, Porter y competitividad: a propósito de la visita de Paul Krugman al Perú*. Recuperado de: Conexionesan:
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/01/29/krugman-porter-competitividad-peru/>
- Brockmann, L. (2012). *Gastronomía creativa de linda*. Recuperado de:
<http://www.lindabrockmann.com/QuesosdeHolanda.html>
- Cardenas, M. J. (2011). Comercio Intraindustrial. *Portafolio*. Recuperado de:
<https://www.portafolio.co/opinion/manuel-jose-cardenas/comercio-intraindustrial-148758>
- DIAN. (2005). *Consulta por estructura arancelaria*. Recuperado de: Muisca:
<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>
- Digital, M. (28 de 06 de 2014). *Lo que no sabías de Holanda*. Recuperado de: Milenio.com:
<https://www.milenio.com/estilo/lo-que-no-sabias-de-holanda>
- Dupontcheese. (2019). *Dupont. Sobre nosotros, producción de queso 1985*. Recuperado de:
<https://www.vandersterre.nl/over-ons/#geschiedenis>
- EAE Business School. (2 de 02 de 2015). *Comercio Intraindustrial: de la teoría a la eficiencia productiva*. Recuperado de: EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/comercio-intraindustrial-de-la-teoria-a-la-eficiencia-productiva/>
- EAE Business School. (2 de 2 de 2015). *Comercio intraindustrial: de la teoría a la eficiencia productiva*. Recuperado de: EAE Business School: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/comercio-intraindustrial-de-la-teoria-a-la-eficiencia-productiva/>
- ExploraHolanda.es. (2019). *El queso, una tradición exquisita*. Recuperado de:
 ExploraHolanda.es: <https://www.exploraholanda.com/blog/queso/>
- Fenil. (2018). *El sector lácteo en España*. Recuperado de: Federación Nacional de Industrias Lácteas: <http://fenil.org/sector-lacteo-espana/>
- Fita, A. (05 de 2006). *El modelo de inserción y la posición competitiva de los países en transición de la Europa Central en el actual entorno global*. Recuperado de: Universidad de Barcelona:
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/42606/7/06.AFC_CONCLUSIONES.pdf
- Frico. (2018). *Los quesos*. Recuperado de: Frico: <https://www.frico.com/nl/nl/onze-kazen/>

- Gamallo, R. N. (2004). *Comercio Intraindustrial Español con la union europea*. Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/publicaciones/reseconinforma/pdfs/325/03%20Ram%F3n.pdf>
- Grubel, H. G., & Lloyd, P. P. (1975). *The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*. Londres: Macmillan. Recuperado de: https://www.academia.edu/889237/Intra-Industry_Trade_The_Theory_and_Measurement_of_International_Trade_in_Differentiated_Products
- Helpman. (1990). *La nueva teoria del comercio internacional*. Recuperado de: <http://comerint2.tripod.com/ntccio.pdf>
- Holland. (8 de mayo de 2018). *Queso de Holanda*. Recuperado de: <https://www.holland.com/es/turista/informacion/comida-holandesa-tipica/queso-de-holanda.htm>
- Jimenez, F., & Erick, L. (1999). *La nueva teoria del comercio internacional*. Recuperado de: <http://comerint2.tripod.com/ntccio.pdf>
- Kaaskraam. (2019). *Quienes somos*. Recuperado de: Kaaskraam: <https://kaaskraam.com/wie-zijn-wij/>
- Lago, M. d. (2017). *El mercado del queso en paises bajos*. España: Embajada de España de la Haya. Recuperado de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017697627.html?idPais=NL>
- LLS. (10 de Septiembre de 2018). *Región de los Países Bajos*. Recuperado de: Wikimedia Commons: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Netherlands_region_in_the_Netherlands.png
- Mayorga, J., & Martinez, C. (2008). *Paul Krugman y el nuevo Comercio Internacional. Criterio Libre*, 73-86. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4547087.pdf>
- Moscoso, F. (2013). *Ganancias con el comercio intraindustrial. La republica*. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/archivo/ganancias-con-el-comercio-intra-industrial-2067546>
- OECD. (2017). *¿A donde exporta queso los Paises Bajos?* Recuperado de: Atlas Media: https://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/export/nld/show/0406/2017/

- OECD. (2017). *¿De dónde los Países Bajos importan queso?* Recuperado de: Atlas Media:
https://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/import/nld/show/0406/2017/
- Pérez Porto, J., & Ana, G. (2012). *Queso*. Recuperado de: Definicion.de:
<https://definicion.de/queso/>
- Pombo, C. (1994). *Comercio intraindustrial: el caso colombiano*. Recuperado de: Fedesarrollo:
https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/2263/Co_Eco_Diciembre_1994_Pombo.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Procolombia. (2019). *Guía práctica para clasificar la partida arancelaria de su producto*.
Recuperado de: Procolombia:
http://www.procolombia.co/sites/default/files/guia_practica_para_clasificar_la_partida_arancelaria_de_su_producto.pdf
- Rivera, A. K. (13 de 06 de 2017). *Análisis del comercio intraindustrial entre Colombia y los principales mercados con Tratados de Libre Comercio (TLC)*. Recuperado de:
Universidad Nacional de Colombia:
<http://bdigital.unal.edu.co/63336/7/Trabajo%20de%20grado%20Ana%20Katherine%20Rivera%20Moreno%20VF.pdf>
- Ruiz, J. S. (2018). *Análisis del comercio intra-industrial entre Colombia y los demás países de la alianza del Pacífico 2011-2016*. Recuperado de: Repositorio Uniagustiniana:
<http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/123456789/375/1/RuizCortes-JuanSebastian-2018.pdf>
- Selaive, J. (1998). *Comercio intraindustrial en Chile*. Santiago de Chile: Banco Central de Chile.
Recuperado de:
https://www.bcentral.cl/documents/20143/32019/bcch_archivo_168618_es.pdf/7f1769f6-a562-96a1-cd96-8ec90510f2d1
- Smith de Brockmann, L. (2012). *Quesos de Holanda*. Obtenido de Gastronomía creativa de Linda: <http://www.lindabrockmann.com/QuesosdeHolanda.html>
- Pérez, J. & Gardey, A. (2012). *Definición de queso*. Recuperado de: <https://definicion.de/queso/>
- Steinberg, F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Madrid: Eumed.net. Obtenido de http://www.adizesca.com/site/assets/e-la_nueva_teoría_comercio_internacional_y_la_política_comercial_estrategica-fs.pdf

- Taric Support. (2019). *Nomenclatura Combinada de la Union Europea*. Recuperado de: Taric Support: <https://www.taric Support.com/nomenclatuur/0406902190.html>
- Trade Map. (2018). *Netherland Export 2018*. Recuperado de: Trade Map: <https://m.trademap.org/#/grid/0406/528/0/export/country>
- Trade Map. (2018). *Netherlands Imports 2018*. Recuperado de: Trade Map: <https://m.trademap.org/#/grid/0406/528/0/import/country>
- UNCTAD. (2018). *UNCTAD STATISTICS*. Recuperado de: UNCTAD: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=24738>
- Willig, H. (2019). *Sobre nosotros Henri Willig* . Recuperado de: Henri Willig : <https://henriwillig.com/over-henri-willig/>
- Workman, D. (25 de 03 de 2019). *Exportaciones de queso por país*. Recuperado de: World's Top Exports: <http://www.worldstopexports.com/cheese-exports-country/>
- Zwitser, C. (2014). El sector lácteo holandés. Recuperado de: Eumedia: <http://www.eumedia.es/portales/files/documentos/Holanda.pdf>

Anexos

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
1995	1.905.166	326.667	-	2,0990
Alemania	1.253.241	102.614	1.355.855	0,1514
Austria	21.979	536	22.514	0,0476
Bélgica	0	0	-	0,0000
Dinamarca	10.158	28.527	38.685	0,5252
España	162.526	3.112	165.638	0,0376
Francia	313.434	102.638	416.072	0,4934
Italia	125.449	89.116	214.564	0,8307
Suecia	18.380	123	18.503	0,0133
1996	1.927.814	295.179	-	2,0203
Alemania	1.254.834	116.955	1.371.788	0,1705
Austria	27.989	853	28.842	0,0591
Bélgica	0	0	-	0,0000
Dinamarca	15.176	28.724	43.899	0,6914
España	170.965	2.790	173.755	0,0321
Francia	292.834	97.226	390.061	0,4985
Italia	130.594	48.086	178.680	0,5382
Suecia	35.422	546	35.968	0,0304
1997	1.473.838	219.567	-	1,7068
Alemania	975.459	90.264	1.065.724	0,1694
Austria	23.118	638	23.756	0,0537
Bélgica	0	0	-	0,0000
Dinamarca	9.734	25.042	34.776	0,5598
España	126.159	2.407	128.566	0,0374
Francia	211.391	84.496	295.886	0,5711
Italia	99.089	16.222	115.311	0,2814
Suecia	28.887	499	29.386	0,0340
1998	1.707.015	231.824	-	1,6012
Alemania	1.115.051	108.333	1.223.384	0,1771
Austria	25.419	919	26.338	0,0698
Bélgica	0	0	-	0,0000

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
Dinamarca	14.916	31.258	46.174	0,6461
España	154.550	3.061	157.611	0,0388
Francia	261.624	75.940	337.564	0,4499
Italia	103.012	12.184	115.197	0,2115
Suecia	32.442	129	32.571	0,0079
1999	1.832.451	288.942	2.121.393	2,0862
Alemania	983.534	104.500	1.088.033	0,1921
Austria	24.575	2.999	27.574	0,2175
Bélgica	256.921	58.786	315.708	0,3724
Dinamarca	12.813	29.579	42.392	0,6045
España	140.250	4.494	144.744	0,0621
Francia	279.080	78.168	357.248	0,4376
Italia	96.173	10.282	106.455	0,1932
Suecia	39.106	133	39.239	0,0068
2000	1.203.003	224.205	1.427.208	2,3972
Alemania	607.318	75.172	682.490	0,2203
Austria	16.315	2.395	18.710	0,2560
Bélgica	208.550	51.461	260.011	0,3958
Dinamarca	10.393	19.236	29.629	0,7015
España	92.864	3.100	95.964	0,0646
Francia	171.036	64.598	235.634	0,5483
Italia	72.505	8.136	80.641	0,2018
Suecia	24.022	107	24.129	0,0089
2001	1.417.629	254.953	1.672.583	2,5631
Alemania	728.365	91.875	820.240	0,2240
Austria	15.680	4.410	20.091	0,4391
Bélgica	218.642	62.344	280.987	0,4438
Dinamarca	13.067	22.860	35.927	0,7274
España	120.444	4.559	125.004	0,0729
Francia	201.903	59.285	261.188	0,4540
Italia	90.961	9.411	100.372	0,1875
Suecia	28.566	208	28.774	0,0144
2002	1.486.860	313.927	1.800.787	2,7219

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
Alemania	746.962	132.687	879.649	0,3017
Austria	18.071	4.829	22.900	0,4217
Bélgica	242.082	76.415	318.497	0,4798
Dinamarca	20.524	30.435	50.959	0,8055
España	122.703	2.558	125.261	0,0408
Francia	200.342	52.511	252.853	0,4153
Italia	103.235	14.256	117.491	0,2427
Suecia	32.941	236	33.178	0,0142
2003	1.630.493	428.827	2.059.320	3,0227
Alemania	792.221	194.570	986.791	0,3943
Austria	20.413	7.015	27.428	0,5115
Bélgica	281.631	101.657	383.287	0,5304
Dinamarca	23.463	37.029	60.492	0,7757
España	142.028	1.905	143.933	0,0265
Francia	216.876	66.305	283.181	0,4683
Italia	111.507	20.132	131.639	0,3059
Suecia	42.355	213	42.568	0,0100
2004	2.082.029	505.183	2.587.212	2,9408
Alemania	1.072.268	226.174	1.298.441	0,3484
Austria	24.971	6.592	31.563	0,4177
Bélgica	322.263	113.397	435.660	0,5206
Dinamarca	26.092	42.686	68.778	0,7587
España	190.718	2.284	193.002	0,0237
Francia	257.836	84.533	342.369	0,4938
Italia	127.256	29.456	156.713	0,3759
Suecia	60.625	62	60.687	0,0020
2005	2.097.409	508.146	2.605.556	3,1151
Alemania	1.013.785	231.649	1.245.434	0,3720
Austria	21.706	7.972	29.677	0,5372
Bélgica	371.418	118.223	489.641	0,4829
Dinamarca	30.762	40.462	71.223	0,8638

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
España	201.250	2.700	203.951	0,0265
Francia	279.917	76.175	356.092	0,4278
Italia	122.420	30.923	153.343	0,4033
Suecia	56.151	43	56.194	0,0015
2006	2.321.165	507.136	2.828.302	3,0572
Alemania	1.129.835	235.649	1.365.484	0,3452
Austria	22.253	7.766	30.019	0,5174
Bélgica	377.392	108.689	486.081	0,4472
Dinamarca	41.231	42.729	83.960	0,9822
España	196.092	2.377	198.470	0,0240
Francia	354.722	76.897	431.619	0,3563
Italia	138.933	32.992	171.925	0,3838
Suecia	60.707	36	60.743	0,0012
2007	2.769.405	626.102	3.395.506	3,1494
Alemania	1.445.382	293.844	1.739.226	0,3379
Austria	24.586	9.361	33.947	0,5515
Bélgica	411.407	124.872	536.280	0,4657
Dinamarca	45.202	54.332	99.534	0,9083
España	238.654	2.801	241.456	0,0232
Francia	376.270	96.537	472.807	0,4084
Italia	152.337	44.166	196.502	0,4495
Suecia	75.566	188	75.755	0,0050
2008	3.473.496	752.490	4.225.987	3,0995
Alemania	1.806.388	355.897	2.162.286	0,3292
Austria	30.297	8.693	38.990	0,4459
Bélgica	546.303	158.243	704.546	0,4492
Dinamarca	54.256	56.548	110.804	0,9793
España	271.748	4.357	276.106	0,0316
Francia	483.264	112.583	595.847	0,3779
Italia	176.244	55.921	232.165	0,4817
Suecia	104.996	247	105.243	0,0047
2009	2.715.812	704.301	3.420.113	3,6408
Alemania	1.401.470	338.191	1.739.661	0,3888

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
Austria	20.448	14.785	35.233	0,8393
Bélgica	428.975	162.750	591.725	0,5501
Dinamarca	40.625	50.381	91.006	0,8928
España	206.802	4.868	211.669	0,0460
Francia	413.297	82.261	495.557	0,3320
Italia	121.970	50.962	172.932	0,5894
Suecia	82.227	102	82.329	0,0025
2010	2.971.211	776.189	3.747.401	3,4240
Alemania	1.496.230	399.993	1.896.223	0,4219
Austria	28.906	14.918	43.824	0,6808
Bélgica	458.669	173.270	631.939	0,5484
Dinamarca	38.781	48.691	87.472	0,8867
España	264.042	7.319	271.361	0,0539
Francia	430.011	80.445	510.456	0,3152
Italia	148.011	51.512	199.523	0,5164
Suecia	106.561	41	106.602	0,0008
2011	3.698.592	956.559	4.655.152	3,5043
Alemania	1.908.531	492.021	2.400.552	0,4099
Austria	38.995	18.071	57.066	0,6333
Bélgica	541.300	223.481	764.781	0,5844
Dinamarca	54.858	57.089	111.947	0,9801
España	295.179	9.084	304.263	0,0597
Francia	525.711	92.886	618.597	0,3003
Italia	174.682	63.829	238.511	0,5352
Suecia	159.336	99	159.435	0,0012
2012	3.299.587	922.015	4.221.602	3,3445
Alemania	1.642.914	464.081	2.106.995	0,4405
Austria	32.522	16.022	48.544	0,6601
Bélgica	495.709	203.288	698.998	0,5817
Dinamarca	38.134	69.924	108.058	0,7058
España	273.199	8.700	281.898	0,0617
Francia	490.984	94.888	585.872	0,3239
Italia	167.017	63.538	230.555	0,5512

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
Suecia	159.109	1.573	160.682	0,0196
2013	3.715.705	1.151.629	4.867.333	3,5741
Alemania	1.850.501	623.554	2.474.054	0,5041
Austria	41.646	22.988	64.634	0,7113
Bélgica	534.331	229.656	763.987	0,6012
Dinamarca	51.998	81.265	133.263	0,7804
España	301.684	9.420	311.103	0,0606
Francia	538.506	104.793	643.299	0,3258
Italia	208.460	72.797	281.257	0,5177
Suecia	188.580	7.156	195.737	0,0731
2014	3.992.674	1.145.761	5.138.435	3,3562
Alemania	2.025.894	587.800	2.613.694	0,4498
Austria	59.098	26.964	86.062	0,6266
Bélgica	575.266	240.768	816.034	0,5901
Dinamarca	55.535	96.615	152.150	0,7300
España	308.014	11.363	319.377	0,0712
Francia	578.257	101.664	679.921	0,2990
Italia	198.586	78.233	276.819	0,5652
Suecia	192.024	2.354	194.378	0,0242
2015	3.206.415	1.007.928	4.214.343	3,7938
Alemania	1.604.552	466.578	2.071.130	0,4506
Austria	45.254	34.375	79.629	0,8634
Bélgica	485.074	236.746	721.819	0,6560
Dinamarca	47.185	84.430	131.615	0,7170
España	260.220	14.263	274.483	0,1039
Francia	457.118	95.382	552.500	0,3453
Italia	157.972	75.204	233.176	0,6450
Suecia	149.041	950	149.991	0,0127
2016	3.177.349	1.024.354	4.201.703	3,7724
Alemania	1.519.994	432.165	1.952.159	0,4428
Austria	54.349	33.915	88.264	0,7685
Bélgica	551.863	276.071	827.934	0,6669
Dinamarca	45.234	80.206	125.440	0,7212

Año / País	Exportaciones	Importaciones	Volumen de comercio	Índice G&L
España	234.876	15.002	249.877	0,1201
Francia	474.791	105.211	580.002	0,3628
Italia	158.933	80.584	239.517	0,6729
Suecia	137.311	1.200	138.510	0,0173
2017	3.916.278	1.265.068	5.181.346	3,8075
Alemania	1.947.630	608.783	2.556.413	0,4763
Austria	49.609	36.734	86.343	0,8509
Bélgica	653.122	304.965	958.087	0,6366
Dinamarca	51.968	92.888	144.856	0,7175
España	305.257	15.035	320.292	0,0939
Francia	557.527	110.358	667.884	0,3305
Italia	181.665	95.021	276.686	0,6869
Suecia	169.500	1.285	170.785	0,0150
2018	3.847.557	1.287.485	5.135.043	3,9986
Alemania	1.898.908	553.551	2.452.460	0,4514
Austria	41.713	34.957	76.670	0,9119
Bélgica	638.668	338.858	977.526	0,6933
Dinamarca	53.056	103.511	156.567	0,6777
España	285.007	19.006	304.012	0,1250
Francia	581.226	129.657	710.883	0,3648
Italia	179.230	104.780	284.010	0,7379
Suecia	169.749	3.165	172.914	0,0366
Total general	61.868.955	15.724.437	#¡VALOR!	71,7967