



ESTUDIO  
DE MERCADO

---

2024



# El mercado del queso en Suiza

iCEX

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Berna

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIO  
DE MERCADO

13 de diciembre de 2024

Bern

Este estudio ha sido realizado por  
David Rosales Huergo

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Berna

<http://Suiza.oficinascomerciales.es>

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224240080



# Índice

1. Introducción	5
2. Definición del sector	7
3. Oferta – Análisis de competidores	10
3.1. Tamaño del mercado	10
3.1.1. Producción local	11
3.1.2. Exportaciones suizas	14
3.2. Importaciones suizas	17
3.2.1. Importaciones de la subpartida 0406.90	22
3.2.2. Importaciones de quesos españoles de la subpartida 0406.90	26
3.3. Principales empresas y marcas del país	28
4. Demanda	31
4.1. Perfil del consumidor suizo	31
4.1.1. Características del consumidor	31
4.2. Consumo	34
4.2.1. Consumo per cápita	35
4.3. Segmentación	37
4.3.1. Consumo ecológico	37
5. Precios	40
5.1. Formación de precios y componentes	40
5.2. Precio unitario del queso en Suiza	41
5.3. <i>Storecheck</i> : análisis de las muestras de queso español	42
5.4. Márgenes	44
6. Percepción del producto español	46
7. Canales de distribución	47
7.1. Principales características	47
7.2. Principales actores de la distribución	49
7.3. Canal de producto bio	52
7.4. La distribución quesera	52
7.4.1. Ventas de queso en Suiza	54
8. Acceso al mercado – Barreras	56
9. Perspectivas del sector	58
10. Oportunidades	59



<b>11. Información práctica</b>	<b>61</b>
11.1. Asociaciones del sector	61
11.2. Organismos de interés	61
11.3. Ferias del sector	62
<b>12. Anexos</b>	<b>63</b>
12.1. Anexo 1: Producción local de queso en Suiza por grupos de queso (desglosado)	63
12.2. Anexo 2: Exportaciones españolas de queso (principales proveedores)	65
12.3. Anexo 3: Principales marcas de queso en Suiza	66
12.4. Anexo 4: Evolución del tipo de cambio franco suizo-euro (2013-2023)	68
12.5. Anexo 5: Variedades de quesos españoles presentes en el canal <i>gourmet</i> independiente suizo	69

icex



# 1. Introducción

El presente estudio tiene como objetivo ofrecer una panorámica detallada del **mercado del queso** en **Suiza**, que, dentro del **sector** de los **productos lácteos**, se posiciona como el **más emblemático** del país debido a su extensa **tradición quesera**. En 2023, Suiza produjo 197,3 millones de kilos de queso, principalmente a base de **leche de vaca**, lo que refleja la relevancia de esta industria en su economía. Este mercado **maduro** y altamente **competitivo** muestra, no obstante, un **crecimiento sostenido** en sus **importaciones** desde países terceros, principalmente sus **vecinos** Italia, Francia y Alemania, quienes concentran el 78,3 % del volumen de las importaciones de queso, así como el 82,4 % del valor al mantener una relación comercial estrecha debido a afinidades culturales y de proximidad. En los últimos cinco años de análisis (2019-2023) el total de las importaciones suizas de queso ha aumentado en un 41 % alcanzando los 548,9 millones de euros. En lo referente a **España**, su rol en las importaciones totales de queso es testimonial, nuestro país reúne tan sólo un 0,4 % de cuota en volumen y con 4 millones de euros un 0,7 % en valor.

Además de ser un destacado importador de queso, Suiza también se posiciona como un **importante exportador**, especialmente de quesos de **pasta dura** y **semidura**. Estos productos dominan la **subpartida «demás quesos»**, que representa el 88,4 % del valor total de las exportaciones, alcanzando los 622,7 millones de euros. Dentro de esta categoría, los quesos de pasta dura y semidura concentran el 98,4 % de la subcuota. Por otro lado, los **quesos frescos**, incluido el **requesón**, representan menos del 20 % de las exportaciones en volumen y menos del 10 % en valor, aunque en 2023 su producción superó por primera vez desde que hay registros a la del queso de pasta dura. Este dato puede indicar que la mayor parte de este tipo de queso se destina a satisfacer su **creciente demanda interna**.

El **consumidor** suizo supera la media de la UE-27 en consumo per cápita de queso en 2023. Sin embargo, la amplia variedad de quesos disponibles en el mercado dificulta la introducción de nuevos productos. Debido, entre otros factores, a que los consumidores suizos se rigen muy fuertemente por el factor **«hecho en Suiza»** y, aunque Suiza lidera el consumo per cápita de productos **ecológicos**, el consumidor medio es cada vez más **sensible** a los **precios** lo cual afecta ligeramente al consumo. Esto ha favorecido el auge de marcas propias en las grandes cadenas de distribución y la presencia cada vez mayor de quesos extranjeros.

Los dos minoristas principales, **Coop** y **Migros**, rigen el mercado al contar con una posición **duopolística** que concentra un enorme poder de negociación, lo cual dificulta la entrada de nuevas marcas y productos. Estas cadenas favorecen sus propias marcas en detrimento de las externas: por ejemplo, la marca propia de Coop goza de la mayor cuota de mercado con un 6,0 % muy superior al 3,5 % de Emmi Group (uno de los principales fabricantes suizos, cuya marca también se



comercializa en sus supermercados). No obstante, existen nichos específicos dentro del **segmento gourmet** y el canal **Horeca**, en los cuales los **quesos españoles** —todavía grandes desconocidos para el consumidor suizo promedio— cuentan con una ligera presencia y un **potencial de crecimiento** interesante.

El control que Coop y Migros ejercen sobre el mercado no se limita al poder de negociación, también contribuye a los **altos precios** de los productos alimenticios debido a sus **márgenes elevados**, posicionando a Suiza como el país con los precios más altos de Europa. Entre 2019 y 2023, el precio unitario del queso de importación ha mostrado un incremento constante en todas sus categorías, una tendencia que probablemente se mantenga debido a la apreciación del franco suizo (CHF), que permite que el exportador de la UE exporte a un mayor precio en euros, pero sin que varíe el coste equivalente en francos.

La consultora *Euromonitor* prevé un **incremento** en las **ventas** de queso suizo en términos de valor, impulsado por los altos precios, aunque limitado por la desaceleración del crecimiento del volumen de ventas y el impacto de las importaciones. Los quesos frescos, incluido el requesón, han ganado **popularidad** debido a su **asequibilidad** y a la percepción del consumidor de que son más **saludables**, gracias a su menor contenido graso y su alto aporte **proteico**. No obstante, los **quesos duros** y **semiduros** continúan siendo los **preferidos** por los suizos, mostrando resiliencia pese a una leve caída en los últimos años. Para 2024, se proyecta que los quesos frescos hayan sido la categoría con mejor comportamiento, con un aumento de las ventas minoristas del 3 % en términos corrientes.

Conjuntamente, en los establecimientos minoristas, la comercialización de quesos se concentra principalmente en los **lineales**, mientras que los **quesos españoles**, en especial el manchego, suelen estar disponibles en **mostradores**. A pesar de ocupar una cuota de mercado mínima, los quesos españoles de pasta dura y semidura se encuentran en el segmento *gourmet* y entre importadores especializados.

No obstante, el desconocimiento de España como país quesero sigue siendo un desafío significativo. Para ampliar su presencia más allá de un nivel testimonial, será esencial una fuerte promoción de los productos y fuertes campañas de *marketing*. Estos quesos, tras ser probados, suelen **gustar al consumidor suizo** y **complementan** bien los productos nacionales.

## 2. Definición del sector

En Suiza, la definición del queso se rige por el **reglamento** del **Departamento Federal del Interior** sobre los productos alimentarios de origen animal [817.022.108](https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/152/de)<sup>1</sup> como un producto elaborado a partir de leche y separado del suero mediante cuajo u otras sustancias o procesos coagulantes.<sup>2</sup> Asimismo, el reglamento delimita **dos categorías principales**: el queso fresco o queso crema, que está listo para consumir inmediatamente después de su elaboración (quark, la mozzarella, el requesón, el requesón crema y el mascarpone); y el queso curado, que requiere un período de maduración en condiciones específicas antes de estar listo para el consumo, incluyendo quesos con corteza madurada con moho, untada o seca, o quesos madurados sin corteza.

Clasificación según contenido de grasa en el extracto seco (para cada kilo de queso):

- Queso a la doble crema: al menos 65 % de grasa.
- Queso a la crema: entre 55 % y 64,9 % de grasa.
- Queso graso: entre 45 % y 54,9 % de grasa.
- Queso tres cuartos graso: entre 35 % y 44,9 % de grasa.
- Queso semigraso: entre 25 % y 34,9 % de grasa.
- Queso magro: menos del 15 % de grasa.

Clasificación por contenido de agua en el queso madurado:

- Pasta extradura: hasta 50 % de agua.
- Pasta dura: más de 48 % y hasta 54 % de agua.
- Pasta semidura: más de 52 % y hasta 65 % de agua.
- Pasta blanda: más de 63 % de agua.

Clasificación del queso fresco:

- Queso fresco: hasta 88 % de agua en el queso desnatado.
- Gelatina de queso fresco: más de 88 % y hasta 89 % de agua en el queso desnatado.

<sup>1</sup> Admin.ch (2024) "817.022.108. Verordnung des EDI über Lebensmittel tierischer Herkunft." Último acceso 21 de agosto de 2024 <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/152/de>

<sup>2</sup> Para un mayor interés sobre el reglamento del queso en Suiza revisar el Capítulo 11: Productos lácteos – artículos 50 a 67.

Uno de los principales retos que se ha presentado en la elaboración de este estudio ha sido la labor de integrar adecuadamente los datos relevantes de distintas fuentes, que utilizaban criterios dispares a la hora de clasificar el queso, y realizar un análisis de mercado sólido.

Así, mientras el ente encargado de recolectar los datos de producción, el TSM Treuhand<sup>3</sup>, sigue en gran parte la clasificación del reglamento mencionado, esta clasificación no coincide la clasificación aduanera de mercancías (TARES), necesaria para el estudio de comercio exterior del producto, ni tampoco con los criterios utilizados por la consultora *Euromonitor*, que se basa en la facturación de la distribución minorista. Por ello, es fundamental que el lector sea consciente de las diferentes clasificaciones y categorías utilizadas, que se explican e indican a lo largo del estudio en los **pies de página**. El estudio tanto de las estadísticas internas de producción, como de las ventas o de los datos de comercio exterior, permite una comprensión más real de las dinámicas del mercado, a pesar de las dificultades que presentan las distintas clasificaciones.

Por lo tanto, al analizar los flujos de exportación e importación de queso en Suiza, es necesario utilizar una segunda clasificación bajo el **código arancelario 0406**, denominado quesos y requesón. Cabe mencionar que el TARES sigue el Sistema Armonizado europeo (SA) en sus seis primeros dígitos, pero diverge en los últimos dos, los cuales ofrecen información concerniente a tasas arancelarias, contingentes, orígenes preferenciales, etc.

Asimismo, con el objetivo de profundizar en este estudio, el análisis estadístico se centrará con particular interés en la subpartida **0406.90 «demás quesos»**, que en 2023 representó el 39,4 % de las importaciones en volumen y el 47,5 % en valor dentro de la partida 0406 «queso y requesón». Esta subpartida se posiciona como la más relevante en términos monetarios, dado que agrupa casi en su totalidad los quesos duros y semiduros, los más producidos y consumidos en Suiza.

Aunque las importaciones suizas de queso fresco y requesón tienen un peso cada vez más significativo, en el **caso español**, esta categoría es irrelevante debido a que requiere de unos volúmenes altos, los cuales actualmente no existen, y que supondrían una mayor dificultad de transporte en condiciones adecuadas que mantengan su frescura y garanticen su calidad. En contraste, la subpartida «demás quesos» ha representado el 97,5 % del volumen y el 98,4 % del valor de las exportaciones españolas de queso a Suiza durante el mismo periodo. Es importante señalar que, a diferencia de una gran variedad de quesos extranjeros, principalmente franceses e italianos, no existe un código específico para quesos típicamente españoles dentro de esta clasificación.

---

<sup>3</sup> El TSM Treuhand gestiona la plataforma [dbmilch.ch](https://dbmilch.ch) y recopila mensualmente sobre análisis, producción y utilización de la leche en Suiza.

**TABLA 1 NOMENCLATURA ARANCELARIA DEL QUESO EN SUIZA**
*Partidas arancelarias del queso y requesón, 0406*

<b>Código arancelario</b>	<b>Definición</b>
<b>0406.10</b>	<b>Queso fresco (no madurado) incluido el requesón</b>
0406.1010	Mascarpone, Ricotta Romana
0406.1020	Mozzarella
0406.1090	Los demás quesos frescos (no madurado) incluido requesón, distintos del Mascarpone, de la Ricotta Romana y de la Mozzarella
<b>0406.20</b>	<b>Quesos de cualquier tipo, rallados o en formato de polvo</b>
0406.2010	Quesos de pasta semidura, rallados o en forma de polvo
0406.2090	Quesos de cualquier tipo, rallados o en polvo (excl. quesos de pasta semidura)
<b>0406.30</b>	<b>Quesos fundidos (excl. los quesos rallados o en forma de polvo)</b>
0406.3010	Quesos fundidos (excl. los quesos rallados o en forma de polvo), con certificado reconocido (certificado de origen)
0406.3090	Quesos fundidos (excluidos los quesos rallados o en forma de polvo y los quesos fundidos con certificado reconocido)
<b>0406.40</b>	<b>Queso con formación de moho en la pasta y otros quesos con jaspeado causado por el uso de «<i>Penicillium roqueforti</i>» (quesos de pasta azul)</b>
0406.4010	Danablu, Gorgonzola, Roquefort
0406.4021	Roquefort con certificado de origen
0406.4029	Quesos blandos con formación de moho en la pasta o con marmoleado causado por el uso de « <i>Penicillium roqueforti</i> » (excluido el Danablu, Gorgonzola y Roquefort)
0406.4081	Quesos de pasta semidura con formación de moho en la pasta o con veteado causado por el uso de « <i>Penicillium roqueforti</i> »
0406.4089	Quesos de pasta dura con formación de moho en la masa o con marmoleado causado por el uso de « <i>Penicillium roqueforti</i> »
<b>0406.90</b>	<b>Los demás quesos</b>
0406.9011	Brie, Camembert, Crescenza, Italicco, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino
0406.9019	Queso de pasta blanda (excl. Queso con moho en la pasta o marmoleado, así como Brie, Camembert, Crescenza, Italicco, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola y Stracchino)
0406.9021	Queso de hierbas duro o semiduro [Schabzieger] <sup>4</sup>
0406.9031	Caciocavallo, Canestrato [Pecorino siciliano], Fontina del Valle de Aosta, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos] y Provolone, semiduro.
0406.9039	Caciocavallo, Canestrato [Pecorino siciliano], Fontina del Valle de Aosta, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos] y Provolone, duro.
0406.9051	Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut] y Saint Nectaire, semiduro
0406.9059	Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut] y Saint Nectaire, duro
0406.9060	Cantal
0406.9091	Queso de pasta semidura, n.c.o.p.
0406.9099	Queso de pasta dura, n.c.o.p.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

<sup>4</sup> Originario del cantón de Glaris, posiblemente el primer producto de marca en Suiza, regulado desde 1463 y condimentado con trébol de cuerno.

## 3. Oferta – Análisis de competidores

### 3.1. Tamaño del mercado

Suiza es un mercado de dimensiones reducidas, con una población de **8,96 millones de habitantes** en 2023, mayormente concentrada en áreas urbanas (alrededor del 85 %). Excepto Zúrich, que cuenta con 1,58 millones de habitantes en su área metropolitana, no hay grandes ciudades. Sin embargo, Suiza destaca por tener una de las **rentas per cápita** más altas del mundo. Desde principios del siglo XX a nuestros días, el número de habitantes en Suiza se ha multiplicado por 2,7<sup>5</sup>. Además, la población suiza ha experimentado cambios demográficos significativos en los últimos años, con un 26 % de la población originaria del **extranjero**.

Aproximadamente el 80 % de las tierras cultivables en Suiza no son aptas para la agricultura, por lo que solo pueden ser utilizadas para la ganadería, lo que ha convertido a la industria láctea en uno de los tipos de producción agrícola más sostenibles del país. Por consiguiente, muchos quesos mundialmente conocidos, como el **Emmental**, **Gruyere** y **Appenzeller**, tienen su origen en las montañas suizas, razón por la cual, los suizos se autodenominan como habitantes de «**la tierra del queso**»<sup>6</sup>. No obstante, a pesar de la relevancia nacional del queso, a nivel global en términos absolutos en 2023, Suiza se situó en el decimoquinto lugar en exportaciones de queso por valor (detrás de España) y en el decimoséptimo por volumen.<sup>7</sup>

Aproximadamente la mitad de la leche producida en el país, casi toda de **vaca**, se transforma en queso.<sup>8</sup> Como resultado, el sector quesero en Suiza es un mercado **maduro** y **altamente competitivo**. Sin embargo, desde la liberalización del sector quesero entre Suiza y la UE en 2007, la **tasa de cobertura** en volumen (diferencia entre exportaciones e importaciones) se ha ido reduciendo. Los quesos importados, significativamente más baratos que los productos suizos, han contribuido a que, durante los últimos cinco años, la tasa de cobertura haya caído en 18 p.b. En 2022 y 2023, esta tasa incluso cayó por debajo del 100 % por primera vez en la historia, como se puede apreciar en la tabla 2 impulsado por un incremento del 16 % en las importaciones y una caída en las exportaciones (-3 %).

<sup>5</sup> Admin.ch (2023) Population – facts and figures. Último acceso 22 de noviembre de 2024 <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/es/home/gesellschaft/bevoelkerung/die-bevoelkerung---fakten-und-zahlen.html>

<sup>6</sup> Cheeses from Switzerland. "Welcome to Switzerland: the land of cheese". Último acceso 22 de agosto de 2024 <https://www.cheesesfromswitzerland.com/en/storyroom/production/switzerland-the-land-of-cheese#:~:text=Decentralised%20cheesemaking%20is%20typical%20of,farmers%20and%20process%20it%20daily>.

<sup>7</sup> Datos obtenidos a partir de UN Comtrade Database.

<sup>8</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

Por ende, muchos productores nacionales están abandonando la producción de queso, declarando que no pueden cubrir los costes para competir con los quesos importados<sup>9</sup>. De continuar esta tendencia, cada vez le será más difícil a Suiza mantener la autosuficiencia en la producción de queso para satisfacer la demanda interna, generando un déficit comercial para Suiza en este sector. El **consumo aparente** (producción interna más las importaciones menos las exportaciones) sigue una tendencia al alza, impulsado por un incremento del 16 % en las importaciones y una producción local con un crecimiento marginal (+1 %). Cabe destacar, no obstante, que la **balanza comercial suiza** sigue siendo **superavitaria** en términos de **valor**.

**TABLA 2 TAMAÑO DEL MERCADO DEL QUESO Y REQUESÓN**

En millones de kilos

	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
Producción local (M. KG)	195,1	203,8	207,2	201,9	197,3	1%
Importación (M. KG)	64,1	71,7	75,8	73,1	74,3	16%
Exportación (M. KG)	71,3	72,3	77,8	72,6	69,4	-3%
Consumo aparente (M.KG)	188,0	203,2	205,2	202,4	202,2	8%
Consumo aparente (KG per cápita <sup>10</sup> )	21,0	22,7	22,9	22,6	22,6	8%
Tasa de Cobertura (%)	111%	101%	103%	99%	93%	-18 p.b.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza y TSM, 2023.

### 3.1.1. Producción local

En Suiza casi **dos tercios** de sus más de **450 tipos de quesos** son producidos por **pequeñas empresas** dirigidas por profesionales altamente cualificados. Los queseros reciben **leche fresca** cada mañana y tarde de los ganaderos locales y la procesan diariamente. Este sistema se caracteriza por su **descentralización**, con una producción dispersa a lo largo de las diferentes zonas geográficas del país. Además, la alta calidad de los quesos suizos está garantizada mediante rigurosos controles a lo largo de todo el proceso de producción, desde la materia prima hasta la clasificación final del producto.

Sin embargo, a pesar de su destacada **calidad**, Suiza tiene una producción quesera significativamente menor en comparación con los líderes del sector. En 2023, la producción alcanzó los **197,3 millones de kilos**, lejos de los 6.400 millones de kilos del líder mundial, EE. UU. y de Alemania, líder europeo, con 2.650 millones de kilos. No obstante, Suiza sigue siendo uno de los productores globales de queso más reconocidos. La tabla 3 muestra el volumen de la producción

<sup>9</sup> Vakaridis M. (2023) "Why Swiss dairy culture is under threat?" Swissinfo.ch Último acceso 22 de agosto de 2024. <https://www.swissinfo.ch/eng/business/why-swiss-dairy-culture-is-under-threat/48821618>

<sup>10</sup> El lector atento podrá notar a lo largo del estudio que el cálculo presentado difiere ligeramente del realizado por TSM y Statista. Esto se debe a que, a diferencia de los mencionados, este análisis no considera las existencias de años anteriores.

local suiza de los diferentes grupos de quesos según la clasificación del TSM. Para un análisis más detallado de los subgrupos de queso dentro de cada grupo, consulte la tabla en el [Anexo 1](#).

Es importante destacar la abrumadora predominancia del queso elaborado con **leche de vaca**, que en 2023 representó el **99,1 % de la producción total** de quesos en Suiza. En oposición, la categoría de «**productos especiales**», que abarca quesos elaborados con leche de búfala, oveja y cabra combinados, solo alcanzó el 0,9 % de la producción local. La marginalidad de la producción de quesos de origen distinto al vacuno en Suiza contrasta con el caso de España en donde a pesar de que en 2023 el 88,9 % de la leche producida en nuestro país es también de vaca<sup>11</sup>, la mayor parte de la leche de oveja y cabra obtenida se destina a su transformación en quesos y productos lácteos. Lo que provoca que, en 2023, **España** produjese un total de 534,34 millones de kilos de queso, del cual, el 14 % correspondió a queso **puro de oveja**, el 10 % a queso **puro de cabra** y el 28 % a **queso mezcla**. En el ámbito de la Unión Europea, España se posiciona como el principal productor de queso puro de oveja (con un 33 %, muy igualado con Italia) y el segundo mayor productor de queso puro de cabra (con un 27 %, detrás de Francia).<sup>12</sup>

Durante los cinco años de análisis, en la tabla a continuación se observa una significativa brecha en la producción entre los tres primeros grupos de quesos (pasta semidura, queso fresco y pasta dura), que juntos representan el 95,4 % de la producción local, en comparación con el resto. Es especialmente notable el crecimiento del queso fresco, que ha aumentado un 13 % y ha superado al queso de pasta dura, el cual ha disminuido un 7 % y ha pasado del segundo al tercer lugar.

**TABLA 3 PRODUCCIÓN SUIZA POR GRUPOS DE QUESO 2019-2023**

*En millones de kilos*

Rk	Grupos de queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Queso de pasta semidura	69,2	35,5	70,5	34,6	72,9	35,2	70,7	35,0	68,4	34,7	-1%
2º	Queso fresco y requesón	53,9	27,6	58,1	28,5	57,3	27,7	58,8	29,1	60,9	30,9	13%
3º	Queso de pasta dura	63,0	32,3	66,1	32,4	67,4	32,6	63,4	31,4	58,7	29,8	-7%
4º	Queso de pasta blanda	5,9	3,0	6,1	3,0	6,2	3,0	5,9	2,9	5,9	3,0	-1%
5º	Productos especiales	1,5	0,8	1,5	0,7	1,8	0,9	1,8	0,9	1,8	0,9	20%
6º	Queso de pasta extradura	1,5	0,8	1,5	0,7	1,5	0,7	1,5	0,7	1,5	0,8	2%
Total General		195,1	100,0	203,8	100,0	207,2	100,0	201,9	100,0	197,3	100,0	1%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por TSM, 2023.

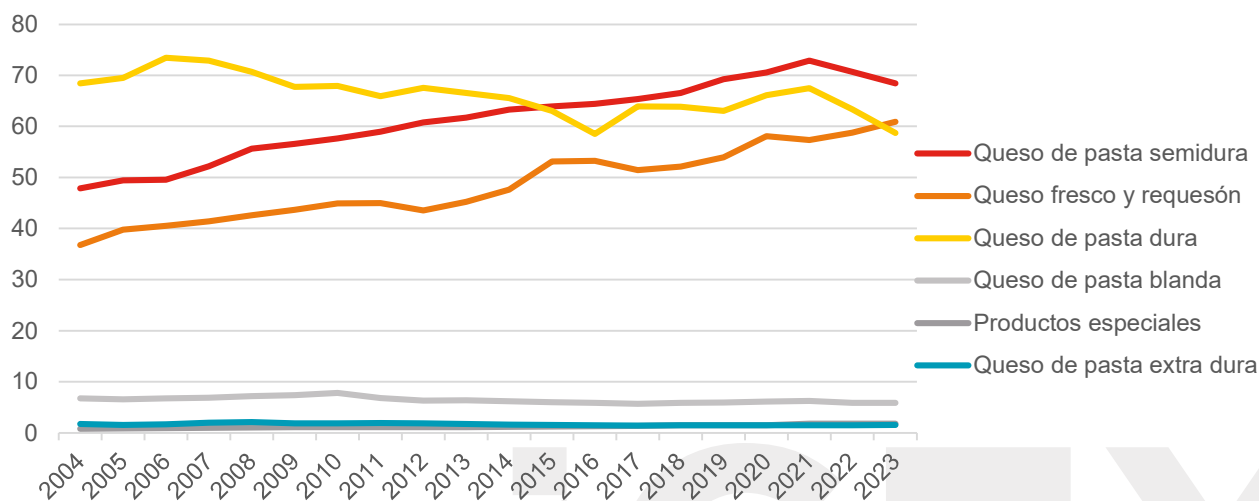
<sup>11</sup> Federación Nacional de Industrias Lácteas (2024) Producción del sector lácteo. Último acceso 30 de septiembre de 2024 <https://fenil.org/produccion-sector-lacteo/>

<sup>12</sup> Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) (2024) Caracterización del sector ovino y caprino de leche en España (Datos Año 2023). p. 9 Último acceso 16 de diciembre de 2024 [https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/caracterizacionovinoycaprinolechedatos2023\\_tcm30-562416.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/caracterizacionovinoycaprinolechedatos2023_tcm30-562416.pdf)

Para una visión más global, en el siguiente gráfico se puede apreciar la evolución de la producción de queso en Suiza entre los años 2004-2023.

### GRÁFICO 1 PRODUCCIÓN DE QUESO EN SUIZA, POR TIPO DE QUESO 2004-2023

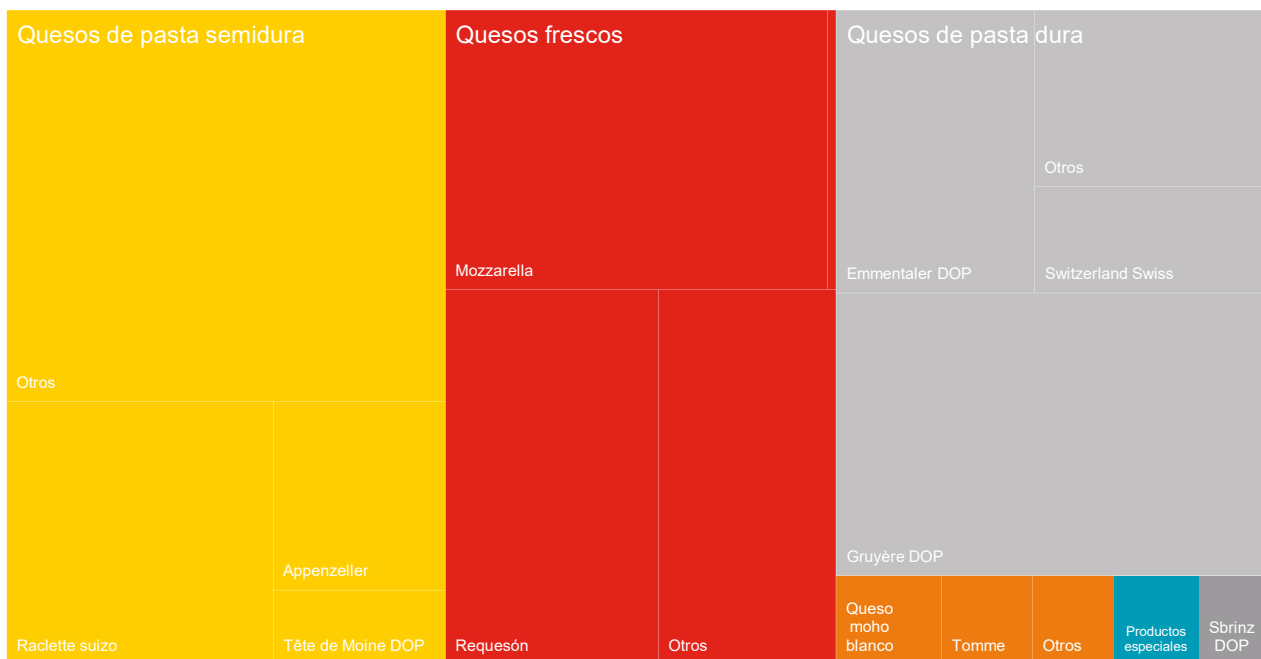
En millones de kilos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por TSM, 2015 y 2024.

### GRÁFICO 2 PRODUCCIÓN DE QUESO EN SUIZA, 2023

- Quesos frescos
- Quesos de pasta blanda
- Quesos de pasta semidura
- Quesos de pasta dura
- Quesos de pasta extradura
- Productos especiales



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por TSM 2024.

Entre 2004 y 2023, la producción de quesos en Suiza mostró tendencias diversas según tipo de queso. El **queso de pasta semidura** experimentó un crecimiento sostenido, pasando de 47,9 millones de kilos en 2004 a un máximo de 72,9 millones en 2021, aunque cayó ligeramente en 2022-2023. El **queso fresco y requesón** también creció notablemente, de 36,8 a 60,9 millones de kilos, con un auge especialmente desde 2015. En contraste, la producción de **queso de pasta dura** disminuyó tras alcanzar su pico en 2006 (73,4 millones de kilos), terminando en 58,7 millones de kilos en 2023. Los quesos de **pasta blanda** y **quesos de pasta extradura** se mantuvieron relativamente estables, con un papel comparativamente mucho menor<sup>13</sup>, mientras que los **productos especiales** (quesos de búfala, oveja y cabra)<sup>14</sup> duplicaron su producción en este periodo, aunque siguen representando una pequeña parte del total.

### 3.1.2. Exportaciones suizas

Entre 2019-2023, las exportaciones suizas de quesos han estado dominadas por la partida de «**demás quesos**», compuesta principalmente por quesos duros y semiduros. Esta categoría representó aproximadamente el **80 % del volumen** total exportado, con ligeras variaciones a lo largo del periodo. En términos de **valor**, ha mantenido su posición predominante con una cuota del **88,4 %** y un incremento del 20 %.

En un distante segundo lugar se encuentra el **queso fresco y requesón**, con una participación del **15,6 % en volumen** y del **7,4 % en valor**. Cabe destacar que esta es la **única** categoría que experimentó un **crecimiento** simultáneo en **volumen** y **valor**, lo que subraya su **creciente relevancia**.

El resto de las subpartidas tienen un peso marginal, con cuotas que no superan el 5 % ni en volumen ni en valor.

Esto no debería sorprender al lector, dado que las tres categorías de queso más producidas en Suiza son precisamente los **quesos de pasta semidura, frescos y de pasta dura**, como ya se ha mostrado anteriormente. Esta alineación entre producción local y exportaciones subraya la importancia de estos tipos de queso en la industria quesera suiza.

<sup>13</sup> Cabe destacar que las importaciones de quesos de pasta blanda en 2023 fueron de 11,4 M kg, muy por delante de los 5,9 M kg producidos.

<sup>14</sup> En 2023, se produjeron 1,1 millones de kilos de queso dentro de este grupo. De esta cantidad, 0,68 millones de kilos (62,2 %) fueron de leche de cabra, 0,38 millones de kilos (21,5 %) de leche de oveja, y los restantes 0,29 millones de kilos (16,3 %) de leche de búfala, cuya producción se inició en Suiza en 2021.

**TABLA 4 EXPORTACIONES SUIZAS POR GRUPO DE QUESO EN VOLUMEN**

En millones de kilos

Rk	Grupos de Queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Los demás quesos	57,6	80,8	58,5	80,9	61,8	79,5	57,4	79,0	54,4	78,4	-6%
	Demás quesos - pasta dura, n.c.o.p.	34,1	59,1	35,2	60,2	36,1	58,4	33,6	58,6	31,8	58,5	-7%
	Demás quesos - pasta semidura, n.c.o.p.	22,8	39,6	22,6	38,6	24,8	40,2	23,1	40,3	22,0	40,4	-4%
	Demás quesos - pasta blanda (excl. Quesos con moho en la pasta o marmoleados...)	0,6	1,0	0,6	0,9	0,7	1,1	0,5	1,0	0,5	1,0	-14%
	Demás quesos - Resto	0,1	0,3	0,1	0,2	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	-52%
2º	Queso fresco y requesón	8,3	11,6	8,6	11,9	10,2	13,1	10,4	14,3	10,8	15,6	31%
3ª	Queso rallado o en polvo	3,9	5,5	3,9	5,4	4,8	6,2	3,9	5,4	3,3	4,8	-14%
4ª	Queso fundido, no rallado o en polvo	1,0	1,4	1,0	1,4	0,9	1,2	0,9	1,3	0,8	1,1	-21%
5ª	Queso de veta azul y otros quesos con vetas	0,5	0,7	0,3	0,4	0,01	0,01	0,01	0,02	0,03	0,04	-95%
	Total General	71,3	100,0	72,3	100,0	77,8	100,0	72,6	100,0	69,4	100,0	-3%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 5 EXPORTACIONES SUIZAS POR GRUPO DE QUESO EN VALOR**

En millones de euros

Rk	Grupos de Queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Los demás quesos	517,7	89,9	561,8	90,6	608,6	90,3	629,2	89,3	622,7	88,4	20%
	Demás quesos - pasta dura, n.c.o.p.	313,9	60,6	343,9	61,2	362,9	59,6	380,7	60,5	369,6	59,4	18%
	Demás quesos - pasta semidura, n.c.o.p.	193,3	37,3	208,6	37,1	234,5	38,5	238,8	38,0	242,6	39,0	25%
	Demás quesos - pasta blanda (excl. Quesos con moho en la pasta o marmoleados...)	8,7	1,7	8,0	1,4	9,8	1,6	8,9	1,4	9,2	1,5	6%
	Demás quesos - Resto	1,7	0,3	1,3	0,2	1,3	0,2	0,9	0,1	1,2	0,2	-27%
2º	Queso fresco y requesón	31,7	5,5	32,5	5,2	37,6	5,6	44,8	6,4	52,4	7,4	66%
3º	Queso rallado o en polvo	17,3	3,0	17,5	2,8	21,8	3,2	23,8	3,4	21,9	3,1	27%
4º	Queso fundido, no rallado o en polvo	5,9	1,0	6,1	1,0	5,9	0,9	6,6	0,9	6,3	0,9	7%
5º	Queso de veta azul y otros quesos con vetas	3,5	0,6	2,1	0,3	0,2	0,03	0,3	0,05	0,8	0,1	-77%
	Total General	576,0	100,0	620,1	100,0	674,0	100,0	704,7	100,0	704,1	100,0	22%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

En lo referente al destino de las **exportaciones suizas** de queso, con excepción de EE. UU. (segundo destino en valor), la gran mayoría se destinan a sus **países vecinos**: Francia, Alemania e Italia. De hecho, cerca del 50 % de estas exportaciones van a Alemania (46,7 % en volumen y 43,4 % en valor), siendo este país su principal mercado por amplia diferencia. En cuanto al **flujo bilateral** de quesos entre **España** y Suiza, este resulta **superavitario** para **Suiza**, ya que España ocupa el décimo lugar tanto en valor (1 %) como en volumen (0,9 %) de las exportaciones suizas. Merece destacar que, según la Oficina Federal de Agricultura de Suiza, España es identificada como uno de los cuatro mercados a nivel global con mayor potencial no realizado para las exportaciones de queso suizo.<sup>15</sup>

A su vez, como país destino de las exportaciones españolas de queso, Suiza se encuentra en el puesto **trigésimo segundo** en **volumen**, con 0,3 millones de kilos (cuota del 0,3 %), y en el **vigésimo** en **valor**, con 4,41 millones de euros (cuota del 0,5 %). Para más información sobre los destinos del queso español, consulte el [Anexo 2](#).

**TABLA 6 EXPORTACIONES SUIZAS DE QUESO POR VOLUMEN. PRINCIPALES DESTINOS**

*En millones de kilos*

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Alemania	29,8	41,8	31,6	43,7	33,4	43,0	31,9	44,0	32,4	46,7	9%
2º	Italia	11,9	16,7	10,5	14,5	11,5	14,8	11,6	16,0	11,3	16,3	-5%
3º	EE. UU.	8,3	11,7	8,8	12,2	9,4	12,0	8,6	11,9	8,4	12,0	0,4%
4º	Francia	5,5	7,8	5,6	7,7	6,5	8,3	6,1	8,3	6,0	8,6	8%
5º	Reino Unido	1,1	1,6	1,3	1,8	1,5	1,9	1,5	2,0	1,8	2,7	64%
6º	Canadá	1,7	2,4	1,7	2,4	1,7	2,2	1,8	2,4	1,7	2,5	-0,1%
10º	España	0,7	0,9	0,6	0,8	0,6	0,7	0,6	0,9	0,6	0,9	-8%
	Resto	12,3	17,2	12,1	16,7	13,2	17,0	10,5	14,5	7,2	10,3	-42%
	Total General	71,3	100,0	72,3	100,0	77,8	100,0	72,6	100,0	69,4	100,0	-3%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

<sup>15</sup> Tonini, A. & Decreux, Y. (2024) Swiss cheese export potential and future opportunities. Oficina Federal de Agricultura. Último acceso 26 de septiembre de 2024 <https://www.agrarforschungschweiz.ch/en/2024/01/swiss-cheese-export-potential-and-future-opportunities/>

**TABLA 7 EXPORTACIONES SUIZAS DE QUESO POR VALOR. PRINCIPALES DESTINOS**
*En millones de euros*

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Alemania	240,3	41,7	264,3	42,6	275,2	40,8	283,4	40,2	304,0	43,2	27%
2º	EE. UU.	78,6	13,6	86,8	14,0	96,5	14,3	110,6	15,7	109,2	15,5	39%
3º	Italia	64,4	11,2	65,2	10,5	69,0	10,2	80,7	11,5	76,8	10,9	19%
4º	Francia	55,3	9,6	59,7	9,6	72,5	10,8	75,1	10,7	76,4	10,8	38%
5º	Canadá	20,8	3,6	21,0	3,4	23,1	3,4	26,6	3,8	25,7	3,6	24%
6º	Reino Unido	13,1	2,3	16,0	2,6	17,3	2,6	17,8	2,5	22,2	3,2	69%
10º	España	6,4	1,1	5,6	0,9	6,2	0,9	6,8	1,0	6,9	1,0	8%
	Resto	97,1	16,9	101,4	16,4	114,2	16,9	103,7	14,7	82,9	11,8	-15%
	Total General	576,0	100,0	620,1	100,0	674,0	100,0	704,7	100,0	704,1	100,0	22%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 8 EXPORTACIONES SUIZAS DE QUESO POR PRECIO MEDIO. PRINCIPALES DESTINOS**
*En euros por kilo*

Rk	País	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	Canadá	12,0	12,0	13,4	15,0	14,8	23%
2º	EE. UU.	9,4	9,8	10,3	12,8	13,1	39%
3º	Francia	10,0	10,7	11,2	12,4	12,8	28%
4º	Reino Unido	11,7	12,1	11,7	12,2	12,0	3%
5º	España	9,5	9,9	11,0	10,9	11,2	18%
6º	Alemania	8,1	8,4	8,2	8,9	9,4	16%
7º	Italia	5,4	6,2	6,0	6,9	6,8	26%
	Total General	8,1	8,6	8,7	9,7	10,1	25%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

## 3.2. Importaciones suizas

Suiza muestra ser un mercado estable para las importaciones de queso, con una tendencia alcista general. No obstante, el crecimiento en términos de valor monetario es significativamente mayor que en volumen. A lo largo del periodo analizado, las importaciones suizas han experimentado un aumento tanto en volumen (+16 %), alcanzando los 74,3 millones de kilos, como en valor (+41 %), sumando 548,9 millones de euros.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> No obstante, es importante remarcar que el aumento total general del 41 % también se ve influenciado por las fluctuaciones en el valor del euro frente al franco suizo. Si se analiza la variación en términos de francos suizos, el incremento real total sería del 23 %. En lo referente a los demás quesos, por ejemplo, este sería del 18 % respecto al 36 % del euro.

En 2023, la subpartida «**demás quesos**» fue la segunda en importancia en volumen, con 29,3 millones de kilos importados (39,4 % de cuota), y la primera en valor con 260,6 millones de euros (47,5 % de cuota). En volumen lideró el «**queso fresco y requesón**» (43,5 % de cuota), el cual quedó segundo en valor (con una cuota del 32,3%). A considerable distancia, el «queso rallado o en polvo» registró 6,6 millones de kilos importados (8,9 % de cuota) y 66,4 millones de euros en valor (12,1 % de cuota). Solo la subpartida de «**queso de pasta azul**» ha experimentado una disminución en volumen del 1 % con respecto a 2019. El resto de las subpartidas ha registrado aumentos en volumen, valor y precio medio.

**TABLA 9 IMPORTACIONES SUIZAS POR GRUPO DE QUESO EN VOLUMEN**
*En millones de kilos*

Rk	Grupos de Queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Queso fresco y requesón	25,3	39,4	28,3	39,5	31,4	41,4	31,1	42,5	32,3	43,5	28%
2º	Los demás quesos	26,6	41,5	30,5	42,5	31,0	40,9	29,4	40,2	29,3	39,4	10%
3º	Queso rallado o en polvo	6,2	9,7	6,6	9,1	6,8	9,0	6,6	9,1	6,6	8,9	7%
4º	Queso fundido, no rallado o en polvo	4,1	6,5	4,3	6,0	4,5	5,9	4,1	5,7	4,2	5,7	2%
5º	Queso azul y otros quesos con vetas	1,9	2,9	2,0	2,8	2,1	2,7	1,9	2,6	1,8	2,5	-1%
Total General		64,1	100,0	71,7	100,0	75,8	100,0	73,1	100,0	74,3	100,0	16%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 10 IMPORTACIONES SUIZAS POR GRUPO DE QUESO EN VALOR**
*En millones de euros*

Rk	Grupos de Queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Los demás quesos	192,1	49,2	214,8	50,8	224,6	49,8	239,1	47,8	260,6	47,5	36%
2º	Queso fresco y requesón	112,2	28,7	121,2	28,6	135,6	30,1	161,0	32,2	177,5	32,3	58%
3º	Queso rallado o en polvo	51,0	13,1	50,3	11,9	52,9	11,7	60,9	12,2	66,4	12,1	30%
4º	Queso fundido, no rallado o en polvo	19,9	5,1	20,6	4,9	21,1	4,7	22,0	4,4	26,8	4,9	35%
5º	Queso azul y otros quesos con vetas	15,0	3,8	16,2	3,8	16,6	3,7	16,9	3,4	17,6	3,2	18%
Total General		390,2	100,0	423,1	100,0	450,7	100,0	499,9	100,0	548,9	100,0	41%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 11 IMPORTACIONES SUIZAS POR GRUPO DE QUESO EN PRECIO MEDIO**

En euros por kilo

Rk	Grupos de Queso	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	Queso rallado o en polvo	8,2	7,7	7,8	9,2	10,0	22%
2º	Queso azul y otros quesos con vetas	8,0	8,0	8,0	8,8	9,6	20%
3º	Los demás quesos	7,2	7,0	7,2	8,1	8,9	24%
4º	Queso fundido, no rallado o en polvo	4,8	4,8	4,7	5,3	6,3	31%
5º	Queso fresco y requesón	4,4	4,3	4,3	5,2	5,5	25%
Total General		6,1	5,9	5,9	6,8	7,4	21%

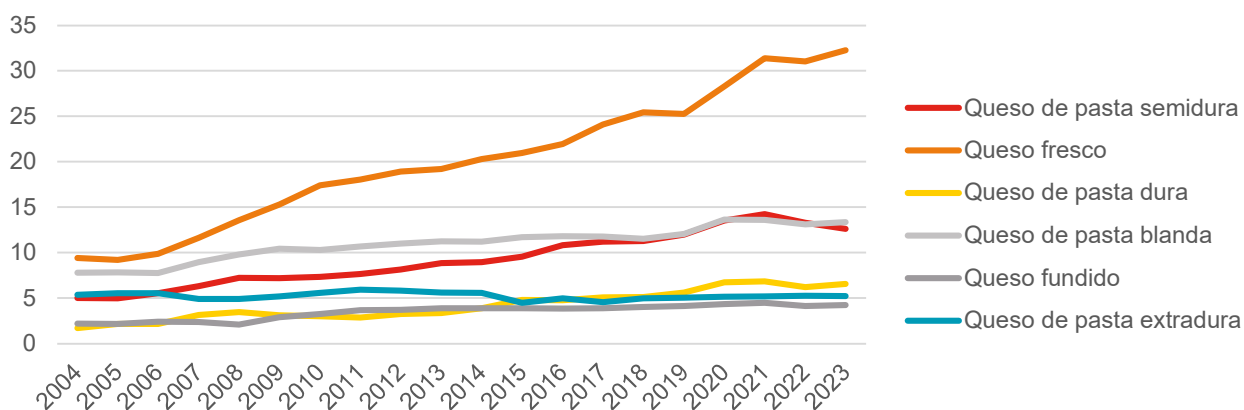
Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

Por su parte, en el gráfico 3 se puede apreciar de manera más visual el flujo de las importaciones de queso suizas durante los últimos 20 años siguiendo la clasificación del TSM Treuhand, el cual agrupa las subpartidas por grupo de queso en base a su composición. El mayor crecimiento se observa en el **queso fresco y requesón**, cuyas importaciones pasan de 9,4 millones de kilos en 2004 a más de 32 millones en 2023. Las importaciones de **queso de pasta blanda** también aumentaron significativamente, desde 7,8 hasta 13,3 millones de kilos en el mismo periodo.

A su vez, las importaciones de **queso de pasta dura** han mostrado un crecimiento más moderado, alcanzando 6,5 millones de kilos en 2023, mientras que el **queso fundido** ha tenido aumentos leves, situándose en 4,2 millones de kilos. En contraste, el **queso de pasta extradura** ha mantenido una tendencia estable, con importaciones cercanas a los 5 millones de kilos a lo largo de los años. Finalmente, las importaciones de **queso de pasta semidura** muestran una tendencia a la baja en los últimos años. Aunque crecieron entre 2004 y 2020, alcanzando un máximo de 14,2 millones de kilos, han caído desde entonces, situándose en 12,6 millones de kilos en 2023.

**GRÁFICO 3 IMPORTACIONES DE QUESO EN SUIZA, POR TIPO DE QUESO 2004-2023**

En millones de kilos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por TSM, 2015 y 2024.

En las siguientes tablas se muestran los **principales países proveedores** del mercado suizo de queso y requesón.

**TABLA 12 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO. PRINCIPALES PROVEEDORES**

En millones de kilos

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Italia	22,8	35,6	25,7	35,8	26,8	35,4	26,4	36,1	26,7	36,0	17%
2º	Alemania	17,2	26,9	19,7	27,4	20,6	27,1	19,2	26,3	18,8	25,3	9%
3º	Francia	12,6	19,7	13,6	18,9	13,6	17,9	12,6	17,3	12,6	17,0	-0,2%
4º	Países Bajos	2,5	3,9	2,7	3,8	3,3	4,3	3,0	4,1	3,1	4,2	26%
5º	Dinamarca	1,8	2,8	1,9	2,6	2,1	2,8	2,5	3,4	2,9	4,0	64%
6º	Bélgica	0,9	1,4	0,9	1,3	1,0	1,3	1,2	1,6	1,7	2,3	91%
7º	Grecia	1,3	2,1	1,5	2,0	1,5	2,0	1,7	2,3	1,7	2,2	25%
15º	España	0,6	0,9	0,6	0,9	0,7	0,9	0,4	0,5	0,3	0,4	-53%
	Resto	4,3	6,8	5,2	7,2	6,3	8,3	6,2	8,5	6,4	8,7	48%
	Total General	64,1	100,0	71,7	100,0	75,8	100,0	73,1	100,0	74,3	100,0	16%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 13 EVOLUCIÓN DEL VALOR DE IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO. PRINCIPALES PROVEEDORES**

En millones de euros

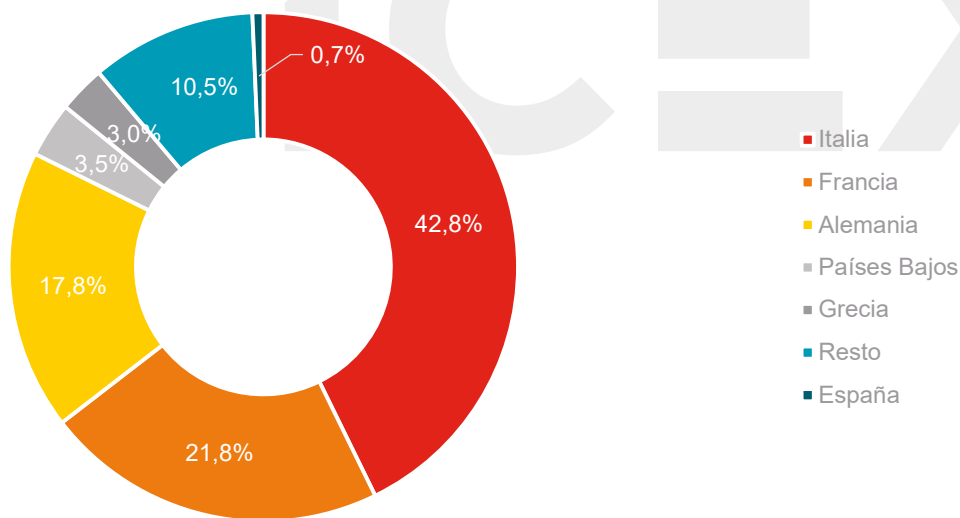
Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Italia	163,2	41,8	178,1	42,1	191,9	42,6	216,8	43,4	235,1	42,8	44%
2º	Francia	102,0	26,1	104,1	24,6	105,7	23,4	108,0	21,6	119,4	21,8	17%
3º	Alemania	67,3	17,2	75,5	17,9	79,4	17,6	90,3	18,1	97,6	17,8	45%
4º	Países Bajos	14,4	3,7	15,5	3,7	17,8	4,0	17,6	3,5	19,3	3,5	34%
5º	Grecia	8,5	2,2	9,3	2,2	9,8	2,2	13,3	2,7	16,2	3,0	90%
6º	Dinamarca	7,3	1,9	7,2	1,7	8,0	1,8	10,7	2,1	14,0	2,6	92%
7º	Austria	7,8	2,0	8,6	2,0	9,1	2,0	7,9	1,6	9,3	1,7	20%
12º	España	4,0	1,0	4,7	1,1	5,3	1,2	4,1	0,8	4,0	0,7	-1%
	Resto	15,8	4,0	20,1	4,7	23,8	5,3	31,1	6,2	34,0	6,2	115%
	Total General	390,2	100,0	423,1	100,0	450,7	100,0	499,9	100,0	548,9	100,0	41%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

En 2023, **Italia**, **Alemania** y **Francia** concentraron el 84,8 % del volumen (58 millones de kilos) y el 89,7 % del valor (más de 500 millones de euros) del queso importado a Suiza. Italia es el principal proveedor con 26,7 millones de kilos (36,0 % de cuota) y 235,1 millones de euros (42,8 % de cuota), seguida por Alemania con 18,7 millones de kilos y Francia con 12,6 millones. En valor, en cambio, Francia alcanza el segundo puesto tras Italia y supera a Alemania debido a su precio medio de 9,5 €/kg muy por delante de los 5,2 €/kg del queso alemán. Muy por detrás de los tres países con más tradición de intercambio comercial y cultural con Suiza se encuentra otro país tradicionalmente quesero, como son los **Países Bajos**.

Cabe destacar que a pesar de que **España** queda distante de los primeros puestos al ocupar la **15º** posición en **volumen** (0,4 % de cuota) y la **12º** en **valor** con 4,0 millones de euros (0,7 % de cuota), con una caída en ambos aspectos desde 2019. El queso que llega a Suiza desde España goza del **precio medio más alto**, con un aumento del 113 % en los últimos años, superando al resto de países analizados por volumen. Este se sitúa en los 14,9 €/kg, muy por encima del segundo en la lista, **Grecia**, cuyo precio medio es de 9,7 €/kg.

**GRÁFICO 4 PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES DE QUESO A SUIZA**  
Año 2023. En valor, cuota (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 14 EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO. PRINCIPALES PROVEEDORES**
*En euros por kg y variación (%)*

Rk	País	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	España	7,0	7,5	7,9	10,4	14,9	113%
2º	Grecia	6,4	6,3	6,6	8,1	9,7	52%
3º	Francia	8,1	7,7	7,8	8,5	9,5	17%
4º	Italia	7,1	6,9	7,2	8,2	8,8	24%
5º	Portugal	6,6	6,8	7,0	7,6	8,4	27%
6º	Países Bajos	5,8	5,6	5,4	5,9	6,1	5%
7º	Alemania	3,9	3,8	3,9	4,7	5,2	33%
8º	Dinamarca	4,1	3,9	3,8	4,3	4,8	17%
Total General		6,1	5,9	5,9	6,8	7,4	21%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

### 3.2.1. Importaciones de la subpartida 0406.90

Como se mencionó anteriormente, la **subpartida «demás quesos»** merece un análisis más detallado, ya que es la **más importada** en términos de **valor** y, en función de la **oferta española**, es la que más podría interesar a los exportadores. Cabe recordar que esta subpartida incluye todos los quesos, excepto el queso fresco y requesón (0406.10), el queso rallado o en polvo (0406.20), el queso fundido (0406.30), el queso de pasta azul y otros quesos con vetas producidas por *Penicillium roqueforti* (0406.40).

**TABLA 15 IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO EN VOLUMEN (TARES 0406.90). PRINCIPALES PROVEEDORES**
*En millones de kilos*

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Francia	7,6	28,6	8,4	27,5	8,4	27,0	7,7	26,3	7,6	26,0	0,1%
2º	Alemania	6,4	23,9	7,4	24,3	7,1	22,8	6,7	22,7	7,0	23,8	10%
3º	Italia	5,5	20,6	6,5	21,3	6,7	21,5	6,2	21,2	6,1	20,9	11%
4º	Países Bajos	2,1	7,9	2,2	7,4	2,5	8,0	2,4	8,1	2,4	8,3	15%
5º	Grecia	1,3	5,0	1,4	4,7	1,5	4,8	1,6	5,6	1,6	5,6	23%
13º	España	0,36	1,3	0,42	1,4	0,46	1,5	0,33	1,1	0,26	0,9	-27%
	Resto	3,4	12,7	4,1	13,5	4,5	14,4	4,4	15,0	4,3	14,6	26%
Total General		26,6	100,0	30,5	100,0	31,0	100,0	29,4	100,0	29,3	100,0	10%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 16 IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO EN VALOR (TARES 0406.90). PRINCIPALES PROVEEDORES**
*En millones de euros*

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Francia	65,8	34,3	69,4	32,3	71,1	31,6	71,6	29,9	77,8	29,9	18%
2º	Italia	52,4	27,3	59,8	27,8	64,3	28,6	67,1	28,1	71,5	27,4	36%
3º	Alemania	32,0	16,7	37,6	17,5	36,4	16,2	41,4	17,3	46,9	18,0	47%
4º	Grecia	8,5	4,4	9,2	4,3	9,7	4,3	13,2	5,5	15,9	6,1	88%
5º	Países Bajos	13,0	6,8	13,7	6,4	14,9	6,6	14,3	6,0	15,7	6,0	20%
9º	España	3,2	1,6	3,9	1,8	4,4	2,0	3,8	1,6	3,9	1,5	24%
	Resto	17,2	9,0	21,3	9,9	23,7	10,6	27,8	11,6	28,8	11,1	67%
	Total General	192,1	100,0	214,8	100,0	224,6	100,0	239,1	100,0	260,6	100,0	36%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

Entre 2019 y 2023, las importaciones suizas de la subpartida «demás quesos» crecieron un 10 % en volumen (29,3 millones de kg) y un 36 % en valor (260,6 millones de euros). El mercado está dominado por **Francia, Alemania e Italia**, que **concentran el 70,7 % de las importaciones**. Francia mantuvo su volumen constante (26 % de cuota) y aumentó su valor un 18 %, mientras que Alemania e Italia crecieron en volumen (10 % y 11 %, respectivamente) y valor (47 % y 36 %). **Grecia** y los **Países Bajos** también registraron **aumentos notables**, con Grecia destacando con un 88 % de crecimiento en valor. España, por su parte, redujo su volumen un 27 %, pero su valor creció un 24 %, aunque, el aumento en CHF fue menor debido a la **apreciación** de la **divisa suiza**.

**TABLA 17 IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO EN PRECIO MEDIO (TARES 0406.90). PRINCIPALES PROVEEDORES**
*En euros por kilo*

Rk	País	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	España	8,9	9,2	9,7	11,3	15,1	70%
2º	Italia	9,6	9,2	9,6	10,8	11,7	22%
3º	Francia	8,6	8,3	8,5	9,3	10,2	19%
4º	Grecia	6,4	6,3	6,6	8,1	9,8	53%
5º	Alemania	5,0	5,1	5,1	6,2	6,7	34%
6º	Países Bajos	6,2	6,1	6,0	6,0	6,5	5%
	Total General	7,2	7,0	7,2	8,1	8,9	24%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

Por último, siguiendo la tendencia del crecimiento en valor durante el mismo periodo, el **precio medio** de importación de la subpartida aumentó un 24 %, alcanzando los 8,9 €/kg. Todos los proveedores han registrado incrementos en el precio por kilo, destacando especialmente **España**,

cuyo precio ha crecido un 70 %, encabezando el ranking con un valor medio en frontera de 15,1 €/kg.

**TABLA 18 IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO EN VOLUMEN POR TARES DENTRO DE LA SUBPARTIDA 0406.90**

En millones de kilos

Rk	TARES 0406.90	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
		M.KG	M.KG	M.KG	M.KG	M.KG	%
1º	0406.9019 - Queso de <b>pasta blanda</b> (excl. queso de pasta azul o que contenga vetas y Brie, Camembert, Crescenza, Italico, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino)	10,1	11,5	11,4	10,7	11,4	13%
2º	0406.9091 - Queso de <b>pasta semidura</b> , n.c.o.p.	10,8	12,2	12,7	12,1	11,3	5%
3º	0406.9099 - Queso de <b>pasta dura</b> , n.c.o.p.	4,5	5,6	5,6	5,2	5,6	25%
4º	0406.9039 - Caciocavallo, Canestrato [Pecorino Siciliano], Aostataler Fontina, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos], Provolone, <b>queso duro</b>	0,76	0,68	0,72	0,54	0,50	-34%
5º	0406.9051 - Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut], Saint Nectaire, <b>queso semiduro</b>	0,33	0,34	0,33	0,25	0,28	-15%
6º	0406.9011 - Brie, Camembert, Crescenza, Italico, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino	0,17	0,19	0,21	0,57	0,17	2%
7º	0406.9059 - Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut], Saint Nectaire, <b>queso duro</b>	0,01	0,01	0,02	0,02	0,02	49%
8º	0406.9031 - Caciocavallo, Canestrato [Pecorino Siciliano], Aostataler Fontina, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos], Provolone, <b>queso semiduro</b>	0,03	0,02	0,03	0,02	0,02	-44%
9º	0406.9060 - Cantal	0,00	0,00	0,01	0,00	0,01	113%
10º	0406.9021 - Queso verde [queso de hierbas], <b>duro o semiduro</b>	0,01	0,00	0,00	0,02	0,00	-42%
	<b>Total General</b>	<b>26,6</b>	<b>30,5</b>	<b>31,0</b>	<b>29,4</b>	<b>29,3</b>	<b>10%</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 19 IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO EN VALOR POR TARES DENTRO DE LA SUBPARTIDA 0406.90**
*En millones de euros*

Rk	TARES 0406.90	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
		M.€	M.€	M.€	M.€	M.€	%
1º	0406.9019 - Queso de <b>pasta blanda</b> (excl. queso de pasta azul o que contenga vetas y Brie, Camembert, Crescenza, Italice, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino)	71,4	77,5	78,1	83,6	101,0	41%
2º	0406.9091 - Queso de <b>pasta semidura</b> , n.c.o.p.	67,1	75,0	79,2	87,0	86,9	29%
3º	0406.9099 - Queso de <b>pasta dura</b> , n.c.o.p.	42,5	52,0	56,2	55,0	61,7	45%
4º	0406.9039 - Caciocavallo, Canestrato [Pecorino Siciliano], Aostataler Fontina, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos], Provolone, <b>queso duro</b>	7,7	6,7	7,3	6,1	6,5	-16%
5º	0406.9051 - Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut], Saint Nectaire, <b>queso semiduro</b>	1,6	1,8	1,6	2,0	2,3	42%
6º	0406.9011 - Brie, Camembert, Crescenza, Italice, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino	1,26	1,49	1,63	4,79	1,61	28%
7º	0406.9031 - Caciocavallo, Canestrato [Pecorino Siciliano], Aostataler Fontina, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos], Provolone, <b>queso semiduro</b>	0,27	0,23	0,30	0,23	0,21	-23%
8º	0406.9059 - Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut], Saint Nectaire, <b>queso duro</b>	0,08	0,08	0,10	0,18	0,13	63%
9º	0406.9060 - Cantal	0,04	0,05	0,11	0,04	0,09	110%
10º	0406.9021 - Queso verde [queso de hierbas], <b>duro o semiduro</b>	0,07	0,06	0,02	0,18	0,05	-24%
	<b>Total General</b>	<b>192,1</b>	<b>214,8</b>	<b>224,6</b>	<b>239,1</b>	<b>260,6</b>	<b>36%</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

Por otra parte, según la clasificación TARES mostrada en las anteriores tablas, la subpartida muestra que, por **tipos de queso**, los quesos de **pasta blanda** (excepto los de pasta azul o con vetas, y variedades como Brie, Camembert, Crescenza, Italice, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino) (0406.9019) son los **más importados** tanto en **volumen** como en **valor**. Este liderazgo se debe no solo al incremento de este TARES, sino también a la **caída** del TARES 0406.9091, correspondiente a quesos de «**pasta semidura n.c.o.p.**», que había liderado en volumen durante el periodo 2019-2022. Por detrás, pero ya significativamente por delante de otras clasificaciones, se encuentran los quesos de «**pasta dura n.c.o.p.**» (0406.9099). A diferencia de estos tres primeros, el resto de los quesos tienen orígenes geográficos específicos, lo que provoca una mayor atomización en sus importaciones.

**TABLA 20 IMPORTACIONES SUIZAS DE QUESO EN PRECIO MEDIO POR TARES DENTRO DE LA SUBPARTIDA 0406.90**

En euros por kilo

Rk	Subpartidas 0406.90	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	0406.9031 - Caciocavallo, Canestrato [Pecorino Siciliano], Aostataler Fontina, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos], Provolone, <b>queso semiduro</b>	9,8	11,0	10,7	11,5	13,5	38%
2º	0406.9039 - Caciocavallo, Canestrato [Pecorino Siciliano], Aostataler Fontina, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino [Pecorino Romano, Fiore Sardo, otros Pecorinos], Provolone, <b>queso duro</b>	10,1	9,9	10,1	11,4	12,9	28%
3º	0406.9060 - Cantal	11,3	12,0	10,8	19,2	11,2	-1%
4º	0406.9099 - Queso de <b>pasta dura</b> , n.c.o.p.	9,5	9,3	10,0	10,7	11,1	17%
5º	0406.9021 - Queso verde [queso de hierbas], <b>duro o semiduro</b>	8,2	11,8	9,9	7,7	10,7	30%
6º	0406.9011 - Brie, Camembert, Crescenza, Italice, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino	7,6	7,7	7,9	8,4	9,6	26%
7º	0406.9019 - Queso de <b>pasta blanda</b> (excl. queso de pasta azul o que contenga vetas y Brie, Camembert, Crescenza, Italice, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola, Stracchino)	7,1	6,7	6,8	7,8	8,9	25%
8º	0406.9051 - Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut], Saint Nectaire, <b>queso semiduro</b>	5,0	5,2	4,9	7,9	8,4	68%
9º	0406.9059 - Asiago, Bitto, Brà, Fontal, Montasio, Saint-Paulin [Port-Salut], Saint Nectaire, <b>queso duro</b>	7,6	6,8	5,7	7,7	8,3	9%
10º	0406.9091 - Queso de <b>pasta semidura</b> , n.c.o.p.	6,2	6,2	6,2	7,2	7,7	24%
	Total General	7,2	7,0	7,2	8,1	8,9	24%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

### 3.2.2. Importaciones de quesos españoles de la subpartida 0406.90

En lo que respecta a las importaciones de queso español en Suiza dentro de la partida 0406, la subpartida «demás quesos» representó en 2023 el 97,1 % en volumen y el 98,4 % en valor, lo que justifica su relevancia para el análisis. A continuación, se presenta una serie de tablas con las **tres posiciones (TARES) más relevantes** de la subpartida 0406.90 para las importaciones de queso español en Suiza.

**TABLA 21 EVOLUCIÓN DEL VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DESDE ESPAÑA POR TARES PARA LA SUBPARTIDA «DEMÁS QUESOS» (0406.90)**

En millones de kilos

Rk	Grupos de queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Quesos de pasta dura	0,153	43,1	0,269	64,0	0,248	54,1	0,134	40,2	0,162	62,3	5%
2º	Quesos de pasta semidura	0,187	52,6	0,127	30,2	0,181	39,5	0,191	57,0	0,090	34,5	-52%
3º	Quesos de pasta blanda	0,010	2,9	0,017	4,0	0,027	5,8	0,004	1,2	0,008	3,0	-25%
	Resto	0,005	1,4	0,008	1,8	0,003	0,6	0,005	1,6	0,001	0,2	-89%
	Total General	0,356	100,0	0,420	100,0	0,459	100,0	0,334	100,0	0,259	100,0	-27%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

**TABLA 22 EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DESDE ESPAÑA POR TARES PARA LA SUBPARTIDA «DEMÁS QUESOS» (0406.90)**

En millones de euros

Rk	Grupos de queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Quesos de pasta dura	1,5	47,3	2,7	68,6	2,4	54,5	1,6	41,8	2,5	64,8	70%
2º	Quesos de pasta semidura	1,6	49,5	1,0	26,9	1,8	39,9	2,1	56,0	1,3	33,3	-17%
3º	Quesos de pasta blanda	0,1	2,1	0,1	3,0	0,2	5,0	0,0	1,0	0,1	1,8	5%
	Resto	0,0	1,1	0,1	1,5	0,0	0,6	0,0	1,2	0,0	0,1	-84%
	Total General	3,2	100,0	3,9	100,0	4,4	100,0	3,8	100,0	3,9	100,0	24%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

El producto más importado, tanto en volumen como en valor, son los quesos de **pasta dura**, n.c.o.p. (TARES 0406.9099), que experimentaron un incremento del 5 % en volumen durante el período analizado. En segundo lugar, los quesos de **pasta semidura**, n.c.o.p. (TARES 0406.9091), registraron una caída del 52 % en volumen. Sin embargo, en valor, esta disminución no fue tan pronunciada al comparar las importaciones de 2019 con las de 2023, aunque entre 2022 y 2023 se observó una significativa caída del 38 %. Finalmente, aunque los quesos de **pasta blanda** (excepto los quesos con moho en la pasta o marmoleados, como Brie, Camembert, Crescenza, Itálico, Pont-l'Évêque, Reblochon, Robiola y Stracchino) (TARES 0406.9019) son el grupo más importado en Suiza, en el caso de España están muy por detrás, con cuotas inferiores al 3 %. Las otras siete fracciones arancelarias combinadas cuentan con menos de un 0,3 % de cuota tanto en volumen como en valor, lo que las hace irrelevantes para un análisis detallado. En lo referente al **precio medio** el líder es el **queso duro** con 15,7 € por kilo seguido del queso semiduro, el cual ha registrado el mayor aumento en los últimos cinco años (+74 %) alcanzando los 14,6 € por kilo.

**TABLA 23 EVOLUCIÓN DEL PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES SUIZAS DESDE ESPAÑA POR TARES PARA LA SUBPARTIDA «DEMÁS QUESOS» (0406.90)**
*En euros por kilo*

Rk	Grupos de queso	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	Quesos de pasta dura	9,8	9,9	9,7	11,8	15,7	61%
2º	Quesos de pasta semidura	8,4	8,2	9,8	11,1	14,6	74%
3º	Resto	6,9	7,7	9,1	8,1	9,9	44%
4º	Quesos de pasta blanda	6,5	7,0	8,4	10,2	9,0	39%
Total General		8,9	9,2	9,7	11,3	15,1	70%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la aduana suiza.

### 3.3. Principales empresas y marcas del país

Según datos de *Euromonitor*,<sup>17</sup> el mercado del queso en Suiza está relativamente **fragmentado** en términos de **operadores**. En 2024, las diez principales empresas de comercialización de quesos acumulan menos del 50 % de la cuota total de mercado. De estas, cinco empresas clave concentran el 44,6 % del **valor de mercado**. Entre ellas, el grupo minorista suizo Migros, líder indiscutido, domina con un 15,3 % de la cuota, seguido por Lactalis Suisse con un 8,8 % y Emmi AG con un 7,8 %, consolidándose como los principales actores del sector.

**TABLA 24 CUOTAS DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE QUESO EN SUIZA**
*Cuota de mercado en % sobre unidades de valor*

Rk	Empresas	2020	2021	2022	2023	2024	2020-24Δ%
		%	%	%	%	%	%
1º	Migros Genossenschaftsbund eG	15,2	15,1	15,0	15,3	15,3	1%
2º	Lactalis Suisse SA	7,8	8,5	8,4	8,7	8,8	13%
3º	Emmi AG	7,7	7,6	7,5	7,7	7,8	1%
4º	Savencia Fromage & Dairy Suisse AG	6,2	6,2	6,2	6,5	6,7	8%
5º	Coop Genossenschaft	6,3	6,3	6,2	6,0	6,0	-5%
6º	Val d'Arve SA	1,9	1,9	1,9	2,0	2,0	5%
7º	Fromageries Bel SA	1,4	1,4	1,3	1,4	1,4	0%
8º	La Cremiere-Nutrilait SA	0,6	0,6	0,6	0,7	0,7	17%
9º	Unilever Schweiz GmbH	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	25%
10º	Mondelez Schweiz GmbH	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0%
Resto		52,1	51,6	52,1	50,8	50,4	-3%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.

<sup>17</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". p. 30-31 <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

En términos de **facturación**, entre las principales empresas que se encargan de la comercialización de queso en Suiza, se encuentran cuatro empresas de matriz suiza (Migros, Emmi, Val d'Arve, Coop), tres francesas (Lactalis, Savencia, Fromageries Bel), una canadiense (Nutrilait), una británica (Unilever) y una estadounidense (Mondelez).

En la siguiente tabla se describen brevemente las **cinco principales** empresas presentes en el mercado suizo:

**TABLA 25 PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE QUESO EN SUIZA**

Grupo	Información	Marcas
	<p>La principal empresa de gran distribución en Suiza ofrece en sus estantes tanto marcas de queso locales como extranjeras. Además, a través de su división Migros-Industrie, el grupo produce sus marcas propias. En el caso de los productos lácteos, la mayoría de estos son elaborados por Elsa Group, una de las principales filiales del grupo.</p>	<p>M-Classic, M-Budget, Migros Bio, Sélection, Alfredo-Classic.</p>
	<p>Filial del grupo francés fundado en 1933 en Laval, líder mundial en la industria láctea especializado en todas las categorías de este mercado. El grupo es el primer productor de queso del mundo y líder europeo en los mercados de consumo de leche, mantequilla y nata. Las especialidades de queso BAER todavía se elaboran hoy en su sede histórica y original en Küsnacht am Rigi, en el centro de Suiza.</p>	<p>Baer, Galbani, Leerdammer®, Président, Salakis, Société.</p>
	<p>Fabricante líder de productos lácteos de alta calidad en Suiza con presencia en 14 países. Emmi vende sus productos de calidad en unos 60 países y los fabrica en 57 centros de producción propios en once países.</p>	<p>Emmi Raclette, Toni's Mozzarella, Fromagerie d'Emmi, Emmi Mozzarella, Luzerner, Le petit chevrier, Emmi Sbrinz.</p>
	<p>Grupo francés especializado en quesos y productos lácteos, es uno de los principales procesadores de leche a nivel global. Es el segundo mayor grupo quesero en Francia y ocupa el quinto lugar a nivel mundial.</p>	<p>Saint Albray, Caprice des Dieux, Fol Epi, Le Rustique, Cœur de lion, Saint Agur, entre otros.</p>
	<p>El segundo mayor distribuidor en Suiza se sitúa en un nivel de calidad percibida por la población algo superior al de Migros. No obstante, a través de sus marcas propias, Coop ha comenzado a ofrecer productos de calidad a precios más competitivos.</p>	<p>Coop Prix Garantie, Coop Qualité &amp; Prix, Coop Naturaplan, Betty Bossi.</p>

Fuente: elaboración propia.

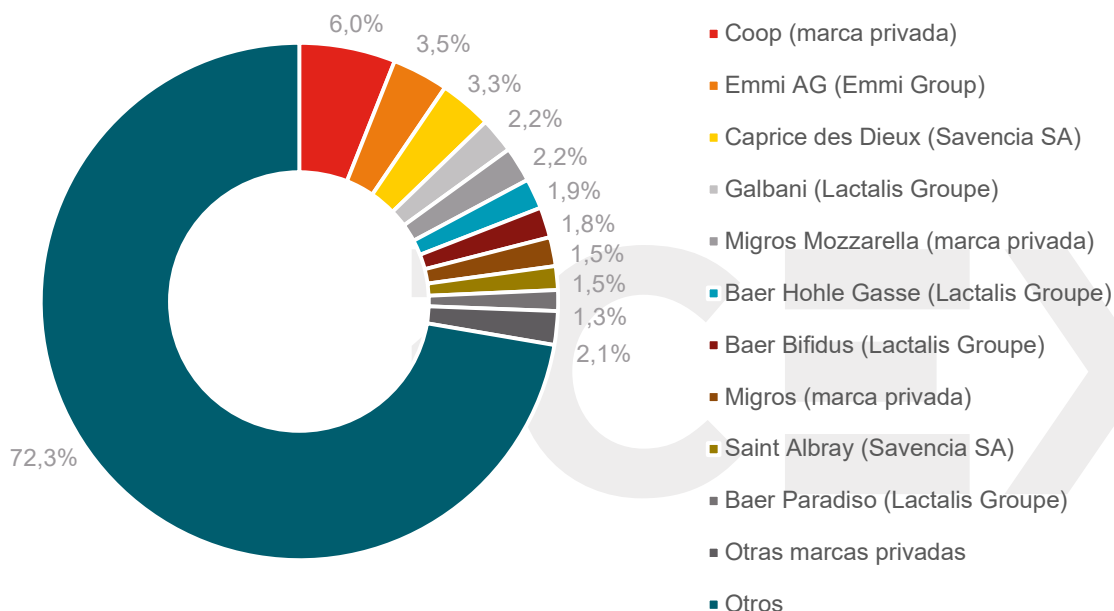
Si nos centramos en las **marcas**, en el [Anexo 3](#) se puede ver la cuota de las **30 principales marcas comercializadas** en Suiza, junto con sus **distribuidores** y **fabricantes**. No obstante, es importante señalar que estas marcas no abarcan ni el 30 % de la demanda total. A continuación, el gráfico refleja la cuota en valor de las 10 primeras marcas en 2024, cuya cuota conjunta alcanza el 25,6 % del total.

Conviene resaltar la fuerza de las **marcas propias** de los **grandes distribuidores**, que se estima seguirán siendo populares debido a la mayor sensibilidad de los consumidores locales a los precios,

así como a su reputación como mantenedoras de altos estándares de calidad.<sup>18</sup> La marca de quesos con mayor cuota es la del grupo minorista Coop, con un 6 % del mercado. En total, este tipo de marcas constituyen el 12,2 % de la cuota total de mercado. En segundo lugar, se encuentra Emmi, el mayor fabricante suizo de queso, seguido por «Caprice des Dieux,» una marca de queso de pasta blanda del grupo francés Savencia SA. Dentro de las 10 principales marcas, todas pertenecen a las cinco mayores empresas productoras y distribuidoras mencionadas anteriormente.

**GRÁFICO 5 PRINCIPALES MARCAS DE QUESO EN SUIZA**

*Cuota de mercado en % sobre unidades de valor*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.

<sup>18</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

## 4. Demanda

### 4.1. Perfil del consumidor suizo

Según datos del Banco Mundial, Suiza se encuentra entre los países con mayor **renta per cápita** a nivel global, reportando en 2023 un valor de **99.994,9 USD por habitante**, lo que la sitúa en el **sexto lugar** del *ranking* mundial. Internamente, el país cuenta con **tres mercados principales**, claramente diferenciados tanto geográfica como culturalmente, cada uno con una fuerte influencia de su país vecino y una proporción de población según lengua materna: la **zona germana** (61,8 % de la población), la **zona francesa** (22,8 %) y la **zona italiana** (7,8 %). Adicionalmente, en el cantón de los Grisones, situado en el extremo sureste del país, se encuentra la **zona romanche** (0,5 %). Además, Suiza alberga una importante cantidad de **extranjeros**, teniendo el 23,1 % de la población una lengua materna distinta a las oficiales, lo que ha convertido al **inglés** en una lengua vehicular cada vez más importante entre los idiomas oficiales.<sup>19</sup> Este aumento de extranjeros también goza de unas características únicas, que son seguidas de cerca por la gran distribución, la cual adapta su gama de productos para satisfacer los gustos de los «**nuevos consumidores**», debido en gran medida a que la población extranjera crece a un ritmo mucho más rápido que la suiza (+5,2 % frente a +0,4 %) <sup>20</sup>. Entre los aproximadamente **2,4 millones de extranjeros** en 2023,<sup>21</sup> el 63,5 % proviene de la UE, las nacionalidades con más peso son la **italiana** (14,1 %), la **alemana** (13,5 %), la **portuguesa** (10,6 %), y la **francesa** (6,8 %). Por su parte, la **española** ocupa el sexto puesto con un 3,9 %.<sup>22</sup>

#### 4.1.1. Características del consumidor

A continuación, se describen los rasgos principales del **consumidor medio** en Suiza:

##### «Swissness»

El consumidor suizo muestra una fuerte preferencia por los **productos nacionales**, impulsado por la confianza en la calidad y autenticidad del sello «**hecho en Suiza**» y por una conciencia creciente sobre la importancia de consumir productos de **cercanía**. Este fenómeno es decisivo en el proceso de compra y refuerza el atractivo del queso suizo, dificultando la entrada de quesos extranjeros. A

<sup>19</sup> Oficina Federal de Estadística (2022) Sprachen. Último acceso 04 de octubre de 2024 <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/sprachen-religionen/sprachen.html>

<sup>20</sup> Oficina Federal de Estadística (2024) Die Bevölkerung der Schweiz ist 2023 stark gewachsen. Último acceso 07 de octubre de 2024 <https://www.bfs.admin.ch/asset/de/30709870>

<sup>21</sup> No obstante, cabe resaltar que, según la Oficina Federal de Estadística, 2023 fue el año con mayor crecimiento de la población suiza desde la década de 1970, debido en gran parte al flujo de refugiados ucranianos como consecuencia de la guerra con Rusia. Esto afecta ligeramente el análisis estadístico correspondiente al año 2023.

<sup>22</sup> Turulski, A. (2024) Ausländer in der Schweiz nach Staatsangehörigkeiten 2023. Statista. Último acceso 04 de octubre de 2024 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/293626/umfrage/auslaender-in-der-schweiz-nach-staatsangehoerigkeit/>

pesar de que, desde la **liberalización** del sector quesero, los quesos suizos han perdido un 12 % de cuota, dos tercios de la población todavía consumen predominantemente queso producido **localmente**. Para reforzar esta conexión con los consumidores, la [Asociación Suiza de Comercio de Queso](#) lanza iniciativas de *marketing* específicas, como las «**Swiss Cheese Weeks**» en centros comerciales. Estas campañas buscan atraer tanto a **locales** como a **turistas**, promoviendo el consumo de queso suizo y destacando sus cualidades distintivas. Este tipo de esfuerzos son esenciales para mantener la cuota de mercado<sup>23</sup> frente a la **creciente competencia internacional**.<sup>24</sup>

### «Smart shopper» y consumidor LOHAS

El consumidor promedio suizo se puede clasificar como perfil **smart shopper**, es decir, se caracteriza por valorar durante el proceso de compra tanto los aspectos relativos a la calidad del producto como en el precio. Este tipo de consumidor también se alinea con el perfil **LOHAS** «Lifestyles of Health and Sustainability», que valora enormemente aspectos relacionados con la **sostenibilidad** y un estilo de **vida saludable**. Dentro de este perfil, los consumidores suizos muestran un interés particular por productos que se perciben como más saludables, como por ejemplo los altos en proteínas. Este comportamiento se refleja en el auge de productos lácteos como especialmente el **requesón**, seguido de los **quesos frescos** que han sido las categorías de queso con mejor desempeño en 2024. Aunque los quesos de **pasta blanda**<sup>25</sup> también han tenido un crecimiento, los consumidores suizos tienden a percibir las mencionadas categorías como opciones más saludables en comparación con los quesos duros y semiduros. Además, la popularidad de estos quesos ha aumentado gracias a nuevos lanzamientos y fuertes campañas de *marketing*, impulsados por factores como el disfrute, el equilibrio de sabores y la facilidad para fundirse.<sup>26</sup>

### Sostenibilidad y ecología, alimentación biológica

El queso suizo es reconocido por sus valores positivos, que incluyen la **tradición**, la **naturalidad**, el apoyo al **bienestar animal**, la **calidad** y su **origen regional**. Estas características resuenan profundamente con la creciente demanda de **sostenibilidad** y **productos biológicos** en Suiza.<sup>27</sup> Con **437 euros** en 2022, Suiza lidera el *ranking* mundial de gasto per cápita en alimentación biológica por delante de Dinamarca (365 €) y Austria (274 €), mientras que en España el gasto

<sup>23</sup> Swissmilk.ch (2023) Käsekonsum in der Schweiz auf hohem Niveau stabil. Último acceso 07 de octubre de 2024. <https://www.swissmilk.ch/de/produzenten/medien/smp-news/kaesekonsum-in-der-schweiz-auf-hohem-niveau-stabil/>

<sup>24</sup> Swissmilk.ch (2024) Käsekonsum in der Schweiz erfreulich konstant. Último acceso 07 de octubre de 2024. <https://www.swissmilk.ch/de/produzenten/medien/smp-news/kaesekonsum-in-der-schweiz-erfreulich-konstant/>

<sup>25</sup> Esto se refleja en las importaciones de queso, donde la partida «demás quesos» muestra que el queso de pasta blanda es el más importado tanto en valor como en volumen. Sin embargo, esto no resta importancia al queso de pasta dura y semidura, ya que, al analizarse como quesos duros en general, superan en cantidad a los quesos de pasta blanda. De igual forma, el queso fresco y el requesón también juegan un papel relevante en las importaciones. Es importante mencionar la limitada producción de queso blando en Suiza, lo que hace que su peso en las importaciones no deba ser subestimado.

<sup>26</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". p. 26 <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 27.

asciende a 64 €. <sup>28</sup> En términos relativos (cuota de mercado de productos bio sobre el total) el país se sitúa en **tercer lugar** (11,2 %), tan solo por detrás de Dinamarca (12,0 %) y Austria (11,5 %). De este modo, a pesar de su reducida población, Suiza se posiciona como el **tercer** mayor mercado europeo en valor de productos bio (3.900 millones de euros facturados en el mercado minorista). <sup>29</sup>

Por lo que se refiere a la **sostenibilidad**, el consumidor valorará fuertemente los **sellos** que garanticen este criterio, como es el caso por ejemplo del sello de **Comercio Justo** «Fairtrade» <sup>30</sup> o el sello «**Bio Suisse**». <sup>31</sup>

En lo referente al **regionalismo**, según un estudio publicado por la *HWZ de Zúrich* los suizos están cada vez más dispuestos a pagar más por los productos regionales **incluso** que por los **ecológicos**, en 2022 estos se percibían como muy positivos por el 37 % de la población en comparación con el 24 % registrado en 2017. <sup>32</sup>

### **Aumento del vegetarianismo y el veganismo**

Según datos de la asociación *Swissveg* <sup>33</sup> el número de vegetarianos y veganos en Suiza ha aumentado en un 40 % en los últimos cinco años, en una encuesta realizada a alrededor de 30.000 personas en Suiza alrededor del 10 % declararon ser vegetarianos o veganos y se estima que 1 de cada 19 personas no come carne en el país. Las empresas, conscientes de esta tendencia, han comenzado a desarrollar líneas de productos que satisfagan dichas necesidades. Así, Coop, inauguró ya en el año 2017 la cadena «**Karma**», considerado como el primer supermercado suizo de venta exclusiva de productos vegetarianos y veganos. Según *Euromonitor* <sup>34</sup>, se prevé un aumento del número de productos de **queso de origen vegetal** que serán lanzados al mercado, los cuales competirán con el queso.

<sup>28</sup> Ecovalia (2024) España se afianza en el top 10 de los países con mayor cuota de mercado bio. Último acceso 04 de octubre de 2024 <https://www.ecovalia.org/espana-se-afianza-en-el-top-10-de-los-paises-con-mayor-cuota-de-mercado-bio/>

<sup>29</sup> FiBL (2024) The World of Organic Agriculture – Statistics & Emerging Trends 2024 <https://www.fibl.org/en/shop-en/1747-organic-world-2024>

<sup>30</sup> ICEX (2023) Estudio de Mercado. El mercado de productos biológicos (bio) en Suiza [https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CH/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos-estudio-de-mercado-de-productos-biologicos-\(bio\)-en-suiza-2023\\_doc018202312](https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CH/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos-estudio-de-mercado-de-productos-biologicos-(bio)-en-suiza-2023_doc018202312)

<sup>31</sup> El sello Bio Suisse es una de las certificaciones más prestigiosas para productos orgánicos en Suiza. Establece estándares muy estrictos en la producción agrícola, que abarcan desde el cultivo hasta la elaboración final. Gestionado por la asociación con el mismo nombre, que agrupa a más de 7000 productores locales, este sello garantiza que los productos certificados se producen bajo prácticas ecológicas, sostenibles y respetuosas del medio ambiente, los animales y el bienestar humano. **A pesar de ser un sello de calidad suizo los productores extranjeros pueden obtener la certificación siempre que sean auditados por un organismo acreditado y cumplan con los requisitos específicos.**

<sup>32</sup> Feige, S. (2022) So steht es 2022 um regionale Produkte in der Schweiz. HWZ Hochschule für Wirtschaft. Último acceso el 09 de octubre de 2024 <https://fh-hwz.ch/news/so-steht-es-2022-um-regionale-produkte-in-der-schweiz>

<sup>33</sup> Swissinfo (2024) More people giving up meat in Switzerland. Swissinfo.ch. Último acceso el 02 de noviembre de 2024 <https://www.swissinfo.ch/eng/various/more-and-more-people-are-giving-up-meat-in-switzerland/87905723#:~:text=The%20number%20of%20people%20turning,in%20the%20last%20five%20years.>

<sup>34</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". p. 28 <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

### Disminución del poder adquisitivo

En 2023, el instituto de mercado *Innofact*, por encargo de *Comparis*, realizó una encuesta de la cual se concluyó que el **28 % de los suizos** esperaba tener menos dinero que el año anterior. El **coste de vida** en Suiza sigue aumentando, a pesar de que desde el exterior los salarios puedan considerarse elevados. Por ejemplo, en 2022 Suiza experimentó su mayor **pérdida de poder adquisitivo** desde **1942**, debido a la desaceleración de su economía y al impacto de la inflación.<sup>35</sup>

No obstante, según las estimaciones, se espera que los salarios reales aumenten a largo plazo, impulsados por la creciente escasez de mano de obra.<sup>36</sup> Esta situación ha vuelto al consumidor suizo medio cada vez más sensible a los precios, lo que ha fomentado en cierta medida el crecimiento de las **marcas propias**. De hecho, según *Euromonitor*, estas marcas han sido las grandes ganadoras en 2024. Es por ello por lo que, según reporta el *NZZ*, «los consumidores eligen cada vez más productos baratos en lugar de marcas *premium* o productos orgánicos» y los supermercados suizos, iniciado por **Aldi Suisse**, se encuentran en una batalla para ofrecer los precios más bajos. De esta competencia parece que solo **Coop** ha logrado mantenerse al margen, aunque también se ha visto obligado a ampliar significativamente su propia marca de bajo coste, «**Prix Garantie**».<sup>37</sup>

## 4.2. Consumo

A pesar de que el consumo per cápita, medido en términos de valor energético de los alimentos, se ha mantenido relativamente estable en Suiza, el **Instituto Federal de Estadística** suizo señala un cambio en los hábitos alimentarios.<sup>38</sup> En particular, destaca la reducción en el consumo de leche y carne en comparación con la década de 1980. No obstante, con 293 kilos per cápita anuales

<sup>35</sup> Swissinfo (2023) Cost of living: many Swiss expect less money in their wallets in 2023. Swissinfo.ch. Último acceso el 04 de octubre de 2024. <https://www.swissinfo.ch/eng/business/cost-of-living-many-swiss-expect-less-money-in-their-wallets-in-2023/48876228>

<sup>36</sup> Swissinfo (2022) Swiss face biggest loss of purchasing power since 1942. Swissinfo.ch Último acceso el 04 de octubre de 2024. <https://www.swissinfo.ch/eng/business/swiss-face-biggest-loss-of-purchasing-power-since-1942/48039834#:~:text=Wages%20in%20Switzerland%20are%20not,Swiss%20workers%20in%2080%20years.>

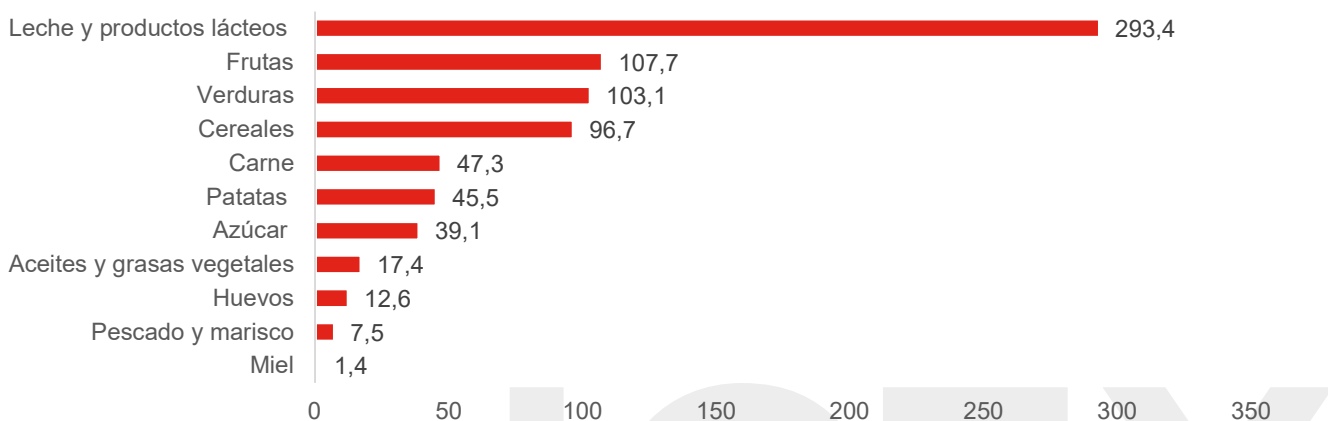
<sup>37</sup> Kaufmann, M. (2024) Das grosse Fressen: Schweizer Supermärkte schalten im Wettbewerb um die besten Preise in den Kampfmodus. *NZZ*. Último acceso 04 de octubre de 2024. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/aldi-duscht-den-neuen-migros-einkaufschef-am-ersten-arbeitstag-kalt-schweizer-supermaerkte-schalten-in-den-kampfmodus-ld.1848229>

<sup>38</sup> Instituto Federal de Estadística (2022) Ernährung. Último acceso 08 de octubre de 2024 <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/land-forstwirtschaft/ernaehrung.html>

registrados en 2022, los productos lácteos (ver pie de página)<sup>39</sup> siguen liderando el *ranking* de los alimentos más consumidos en el país, superando con creces los 108 kg per cápita de frutas.<sup>40</sup>

### GRÁFICO 6 CONSUMO DE ALIMENTOS PER CÁPITA EN SUIZA POR GRUPO DE ALIMENTOS EN 2022

En kilogramos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Statista.<sup>41</sup>

#### 4.2.1. Consumo per cápita

En bocadillos, como aperitivo, para comer y cenar, en platos fríos o calientes, como *fondue* o *raclette*, los suizos consumen queso en un sinnúmero de formas y momentos es por ello por lo que Suiza se posiciona como uno de los países con **mayor consumo** de queso per cápita a **nivel global**, tras la leche es el producto lácteo en kilos per cápita más consumido en el país. En 2023, los suizos consumieron **22,7 kg de queso per cápita**,<sup>42</sup> una cifra superior a los 20,5 kg de los 27 países de la

<sup>39</sup> Cabe aclarar que a la hora de categorizar los productos lácteos estos se expresan en su **equivalente de leche entera**. Esto se debe a que hay que considerar que la producción de un kilo de queso requiere aproximadamente 10 litros de leche, es por esto por lo que el queso ocupa una posición destacada en el consumo de productos lácteos. Este fenómeno se explica por el hecho de que los productos lácteos, así como otros procesados como el chocolate, se expresan en su ya citado **equivalente de leche entera** o **Vollmilchäquivalent (VMA)**, un indicador que se basa en el contenido energético utilizable de estos productos. Un VMA equivale a 1 kg de leche entera de vaca, que aporta una energía utilizable de 2800 kilojulios (kJ). En este sistema, los productos lácteos se miden según su sustancia comestible desde la perspectiva del consumidor. Por ejemplo, en el caso de los quesos semiduros y duros, se descuenta la corteza no consumible. Bajo esta métrica, el queso y el requesón en Suiza prácticamente duplican la cantidad de leche destinada al consumo directo. En 2023, el queso superó a otros productos como la mantequilla y el yogur en consumo, situando a la leche líquida en el cuarto lugar dentro de los productos lácteos más consumidos para uso humano en Suiza.

<sup>40</sup> Ahrens, S. (2024) Pro-Kopf-Verbrauch von Lebensmitteln in der Schweiz nach Nahrungsmittelgruppen 2022. Statista. Último acceso 08 de octubre de 2024 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/289287/umfrage/pro-kopf-konsum-von-lebensmitteln-in-der-schweiz-nach-nahrungsmittelgruppen/>

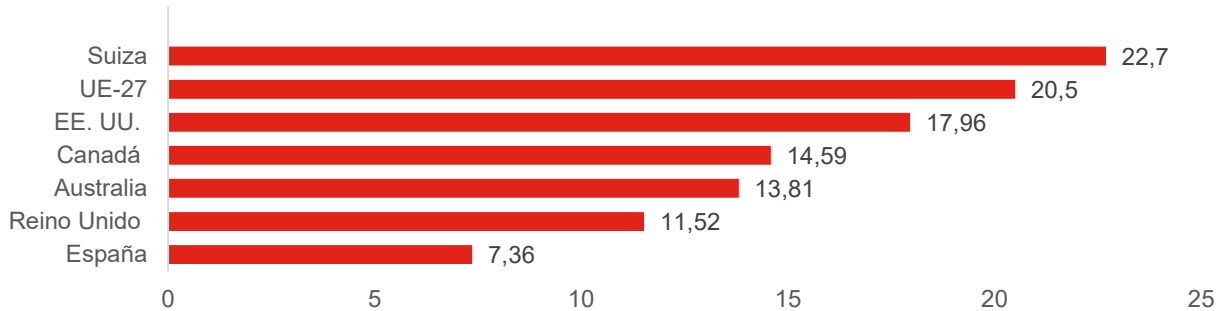
<sup>41</sup> Ahrens, S. (2024) Pro-Kopf-Verbrauch von Lebensmitteln in der Schweiz nach Nahrungsmittelgruppen 2022. Statista. Último acceso 08 de octubre de 2024 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/289287/umfrage/pro-kopf-konsum-von-lebensmitteln-in-der-schweiz-nach-nahrungsmittelgruppen/>

<sup>42</sup> Ahrens, S. (2024) Pro Kopf-Konsum von Käse in der Schweiz bis 2023. Statista <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/529770/umfrage/pro-kopf-konsum-von-kaese-in-der-schweiz/#:~:text=Von%20der%20Schweizer%20Bev%C3%B6lkerung%20wurden,Frisch%2D%20und%20Halbhartk%C3%A4se%20sind%20beliebt.>

UE y muy por encima de los 17,96 kg de los Estados Unidos.<sup>43</sup> En comparación, España registró un consumo significativamente menor, con tan solo 7,36 kg per cápita.<sup>44</sup>

### GRÁFICO 7 CONSUMO PER CÁPITA DE QUESO EN 2023, POR PAÍSES

En kilogramos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Statista.

No obstante, aunque los productos lácteos han mostrado un crecimiento en términos de valor, esto no ha implicado un aumento proporcional en el consumo, ya que la **categoría** ha registrado una **caída** en las **ventas** al por menor en **volumen**, incluidos los quesos. Esta tendencia también se refleja en el consumo per cápita de los últimos años, como se puede observar en el **gráfico 8**, donde hay una ligera disminución durante los últimos tres años.<sup>45</sup>

Este fenómeno puede explicarse por el **incremento** del consumo de quesos durante la **pandemia**, cuando se impulsó significativamente el consumo en los hogares. Aunque actualmente este nivel ha descendido, sigue siendo superior a los valores previos a la pandemia. Por otro lado, según *Euromonitor*,<sup>46</sup> la recuperación del sector turístico ha favorecido el crecimiento en volumen dentro del canal de restauración, con un impacto positivo en los quesos locales frente a los extranjeros, debido a la demanda de platos tradicionales como las *fondues*, especialmente apreciadas por los turistas.

Además, el retorno al trabajo de un mayor número de consumidores ha impulsado la demanda de soluciones de comida y aperitivos para llevar, tanto a través del canal minorista como de la restauración.

<sup>43</sup> Statista Research Department. (2024) Global per capita consumption of cheese 2023, by country. Statista. <https://www.statista.com/statistics/527195/consumption-of-cheese-per-capita-worldwide-country/>

<sup>44</sup> Orús, A. (2024) Consumo total de queso en España 2008-2023. Statista <https://proxy.parisjc.edu:8302/estadisticas/490701/consumo-total-de-queso-en-espana/>

<sup>45</sup> Ahrens, S. (2024) Pro-Kopf Konsum von Käse in der Schweiz bis 2023. Statista. Último acceso 01 de octubre de 2024 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/529770/umfrage/pro-kopf-konsum-von-kaese-in-der-schweiz/#:~:text=Pro-Kopf-Konsum%20von%20K%C3%A4se%20in%20der%20Schweiz%20bis%202023&text=Von%20der%20Schweizer%20Bev%C3%B6lkerung%20wurden,Vergleich%20zum%20Vorjahr%20etwas%20abgenommen.>

<sup>46</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". p. 1 <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

### GRÁFICO 8 CONSUMO PER CÁPITA DE QUESO EN SUIZA DE 2008 A 2023

En kilogramos per cápita



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Statista.

En la siguiente tabla se puede ver el **consumo de queso per cápita por tipo de queso** de acuerdo con la información obtenida de la [Asociación de Agricultores Suizos](#).<sup>47 48</sup> Se aprecia que en el periodo 2020-2023 el consumo por categoría ha sido relativamente estable destacando un aumento de 200 g en el queso fresco y requesón y una disminución de 300 g en el queso de pasta semidura. Sin embargo, si sumamos ambas categorías estas superan la queso fresco y requesón.

### TABLA 26 CONSUMO APARENTE DE QUESO EN SUIZA POR GRUPOS DE QUESO 2020-2023

En kilogramos per cápita

Rk	Grupos de queso	2020	2021	2022	2023
1º	Queso fresco y requesón	8,4	8,3	8,5	8,7
2º	Queso de pasta semidura	6,4	6,6	6,4	6,1
3º	Queso de pasta dura	3,9	3,8	3,8	3,7
4º	Queso de pasta blanda	2,1	2,2	2,1	2,1
5º	Queso fundido y <i>fondue</i> preparada	1,3	1,3	1,2	1,2
6º	Queso de pasta extradura	0,7	0,8	0,7	0,7
7º	Quesos de cabra, oveja o búfala	0,2	0,2	0,2	0,2
	<b>Total</b>	<b>23,1</b>	<b>23,2</b>	<b>22,9</b>	<b>22,7</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la Asociación de Agricultores Suizos.

## 4.3. Segmentación

### 4.3.1. Consumo ecológico

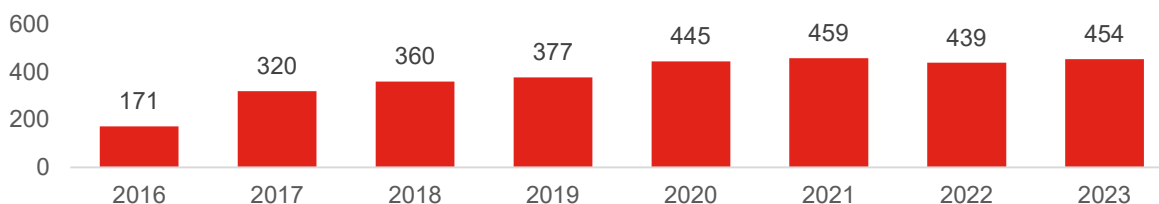
Tanto en este apartado como en el próximo de precios, la mayoría de los datos se presentarán en la **moneda local** para facilitar una mejor comprensión de las dinámicas de demanda en el mercado. Esto se debe, como se ha mencionado anteriormente, a que el tipo de cambio con el euro ha experimentado una cierta volatilidad en los últimos años, aunque con tendencia a la apreciación del

<sup>47</sup> Schweizer Bauernverband (2023) Milchstatistik der Schweiz 2022. Último acceso 02 de octubre de 2024 <https://www.sbv-usp.ch/de/milchstatistik-der-schweiz-2022>

<sup>48</sup> Schweizer Bauernverband (2024) Milchstatistik der Schweiz 2023. Último acceso 02 de octubre de 2024 <https://www.sbv-usp.ch/de/milchstatistik-der-schweiz-2023>

franco suizo por su papel como **moneda refugio**. En el [Anexo 4](#) se incluye un gráfico que muestra la evolución del tipo de cambio medio en entre 2013-2023, siendo de 0,9720 CHF por EUR en 2023.

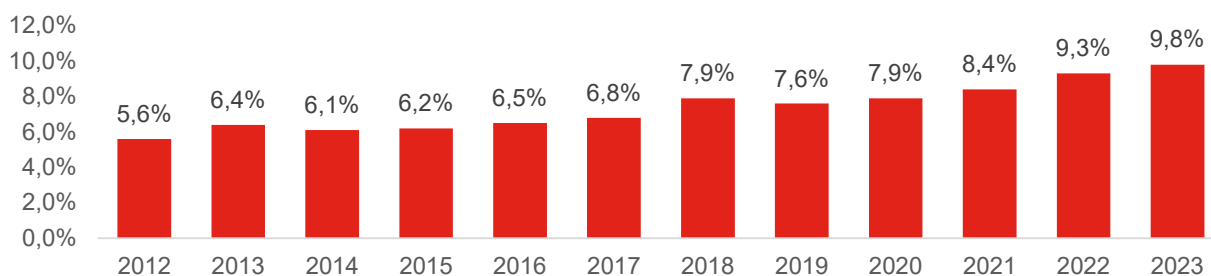
**GRÁFICO 9 GASTO PER CÁPITA EN ALIMENTOS ECOLÓGICOS EN SUIZA DE 2016 A 2023**  
En francos suizos (CHF)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Statista.

Según datos de Bio Suisse, entre 2016 y 2023, el gasto per cápita en productos bio aumentó en **283 CHF hasta alcanzar los 454 CHF**,<sup>49</sup> lo que representa un incremento del **165,5%**. En ese mismo año, las ventas totales de productos ecológicos en Suiza alcanzaron aproximadamente **4.100 millones CHF**, reflejando el creciente compromiso de los suizos con una alimentación más sostenible. Además, el último estudio publicado por Bio Suisse<sup>50</sup> revela que el **87% de los consumidores** encuestados reconocen el **sello** del «capullo verde de Bio Suisse», y más del **75%** asocia la marca con atributos positivos como: normas ecológicas, ausencia de productos químicos y aditivos, bienestar animal, protección de los recursos naturales (suelo, agua, aire, clima), biodiversidad y confiabilidad del producto. También, hay que destacar que, de las 2883 explotaciones y grupos de productores registrados en el extranjero con este sello, **España** se sitúa con 656 como el **país** que cuenta con **más certificaciones tras Suiza**.

**GRÁFICO 10 CUOTA ECOLÓGICA DE LAS VENTAS DE QUESO EN SUIZA DE 2012 A 2023**<sup>51</sup>  
En cuota de mercado (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Statista.

<sup>49</sup> Ahrens, S. (2024) Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Lebensmittel in der Schweiz bis 2023. Statista. Último acceso 08 de octubre de 2024 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/187034/umfrage/pro-kopf-ausgaben-fuer-bio-lebensmittel-in-der-schweiz/>

<sup>50</sup> Bio Suisse (2024) Bio in Zahlen 2023. Último acceso 08 de octubre de 2024. [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:fd74dde-c9eb-404e-a125-b0d1535d35e0/BiZ23\\_DT\\_RZ.pdf&ved=2ahUKEwjYpKf4-6IAxW97AlHHa0oCfQQFnoECBYQAQ&usq=AOvVaw2pvAbXDmeP-yLg63G30DH-](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:fd74dde-c9eb-404e-a125-b0d1535d35e0/BiZ23_DT_RZ.pdf&ved=2ahUKEwjYpKf4-6IAxW97AlHHa0oCfQQFnoECBYQAQ&usq=AOvVaw2pvAbXDmeP-yLg63G30DH-)

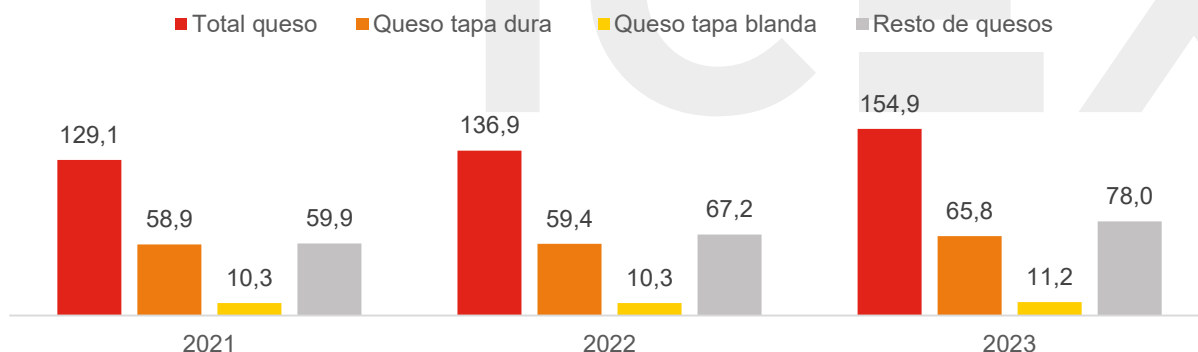
<sup>51</sup> Ahrens, S. (2024) Bio-Anteil am Umsatz mit Käse in der Schweiz bis 2023. Statista. Último acceso 08 de octubre de 2024 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/517272/umfrage/bio-anteil-am-umsatz-mit-kaese-in-der-schweiz/>

Los productos ecológicos en 2023 han registrado un 11,6 % de cuota de la cesta de la compra, lo cual representa un aumento constante desde los 9,9 % registrados en 2018<sup>52</sup> y ha crecido de esta manera en todas las regiones lingüísticas de Suiza. Cabe destacar que, aunque la Suiza italiana muestra un crecimiento más moderado en el consumo de productos ecológicos (+4,1 % entre 2022 y 2023), sigue una tendencia similar a la de la Suiza alemana (+7,1%) y la francesa (+6,8 %), lo que refleja un avance generalizado en todo el país, el cual se sitúa en un 6,9 %. Se estima que el 53 % de los suizos compran al menos una vez por semana productos ecológicos.

Los **productos lácteos** fueron los principales impulsores de las ventas en el **mercado ecológico**, con un aumento de estas, aunque con una ligera disminución en su cuota de mercado. Al desagregar el mercado del queso, se observa una evolución muy positiva, con un aumento del **13,1 %** respecto a 2022, alcanzando los **154,9 millones CHF**. Además, el segmento de «resto de quesos» ha mostrado un notable incremento de más de **10 millones CHF** (+15,9 %), y el queso de pasta dura también ha crecido, sumando **6,4 millones CHF** (+10,8 %). Aunque con un crecimiento menor, el queso de pasta blanda también tuvo un aumento del **+8,6 %**, lo que refleja un interés continuo en este tipo de productos.

**GRÁFICO 11 VENTAS ORGÁNICAS: FACTURACIÓN DEL QUESO.**

*En millones de CHF*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Bio Suisse.

<sup>52</sup> Bio Suisse (2019) Jahresbericht 2018. Último acceso 08 de octubre de 2024 [https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:6205f6d4-504a-4e36-ba3d-ada5e7efe097/jahresbericht\\_biosuisse\\_2018\\_d.pdf](https://www.bio-suisse.ch/dam/jcr:6205f6d4-504a-4e36-ba3d-ada5e7efe097/jahresbericht_biosuisse_2018_d.pdf)

## 5. Precios

Suiza se sitúa a la cabeza de Europa en cuanto a los precios de los productos alimenticios y bebidas no alcohólicas (un 63,4 % más altos que la media de la UE en 2022), seguida de Noruega e Islandia.<sup>53</sup>

Una de las causas que explican los **altos precios** es la estructura **duopolística** de la distribución suiza, dominada principalmente por las cadenas Migros y Coop. Según medios de prensa suizos<sup>54</sup>, los **márgenes** que los importadores y distribuidores suizos manejan pueden **multiplicar el producto por 4** a la hora de establecer los PVP.<sup>55</sup> En el caso específico del queso, a esta situación se suma el aumento de los costes para los fabricantes de productos lácteos y sus alternativas, como el alza en los precios de la energía, el alimento para animales y el azúcar, entre otros. Estos incrementos han sido trasladados al consumidor final en forma de mayores precios por unidad.

### 5.1. Formación de precios y componentes

En el proceso de formación de precios, se ha de tener en consideración que Suiza no se encuentra dentro de la UE. A continuación, se desglosan los costes para tener en cuenta:

- Transporte y seguro.
- Coste de contratación de agente de aduanas.
- IVA de importación.
- Márgenes comerciales de la contraparte.
- Costes fijos elevados (arrendamiento de locales y personal con altos salarios)
- Campañas de *marketing*.
- Adaptación del envase y etiquetado.

<sup>53</sup> Statista (2024) Preisniveauindex für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke in Europa nach Ländern im Jahr 2022 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36336/umfrage/preisniveau-fuer-nahrungsmittel-und-alkoholfreie-getraenke-in-europa/>

<sup>54</sup> Benz, M. Die Migros sieht sich gerne als Anwältin der Kunden. Aber wenn es um Preissteigerungen in den Supermärkten geht, stimmt das nicht (2023) NZZ. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/die-migros-als-anwaeltin-der-kunden-geht-es-um-steigende-preise-in-den-supermaerkten-stimmt-das-nicht-ld.1751164>

<sup>55</sup> Para un análisis de los PVP, se recomienda visitar las tiendas en línea de las dos principales cadenas de alimentación suiza [COOP](#) y [MIGROS](#) (disponibles en inglés, francés, italiano y alemán).

## 5.2. Precio unitario del queso en Suiza

Según datos de *Euromonitor*, el precio unitario del queso, en cada una de sus categorías, ha mostrado un incremento constante entre 2019 y 2023, tendencia que se espera continúe de acuerdo con las proyecciones para el periodo 2024-2029, ilustradas en el gráfico a continuación. Cabe destacar que 2023 marcó el precio medio más alto registrado, con un aumento del 5,9 % respecto al año anterior, alcanzando los 21,9 CHF/kg. Cada uno de los grupos analizados ha experimentado un incremento interanual similar, reflejando una **tendencia de alza** consistente en el mercado del queso.

**TABLA 27 PRECIO MEDIO POR GRUPO DE QUESO 2019-2023**

*En CHF por kilo*

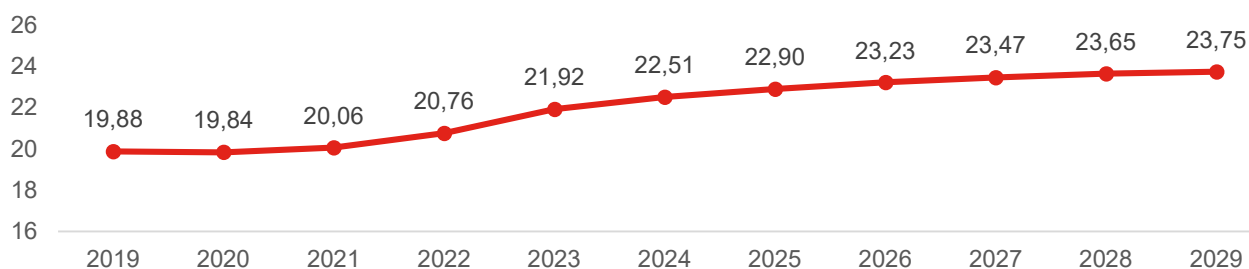
Rk	Quesos	2019	2020	2021	2022	2023	2019-23Δ%
1º	Quesos procesados excl. para untar	27,3	26,4	27,4	29,0	30,9	13%
2º	Queso fresco/untar	20,9	20,8	21,0	22,0	23,5	12%
3º	Quesos de pasta dura	19,8	19,8	20,0	20,8	21,9	11%
4º	Quesos de pasta blanda	19,5	19,3	19,5	20,0	21,3	9%
	Total General	19,9	19,8	20,1	20,8	21,9	10%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.<sup>56</sup>

Además, las proyecciones sugieren que esta tendencia alcista se mantendrá, con un precio proyectado de 23,75 CHF/kg para el año 2029, un 8,35 % más alto que en 2023.

**GRÁFICO 12 VARIACIÓN DEL PRECIO UNITARIO DEL QUESO EN SUIZA**

*Serie 2019-2029. En CHF por kg*



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.<sup>57</sup>

Asimismo, en lo referente a los precios y como se analizará en detalle en el capítulo sobre canales de distribución, **Migros** se mantiene como el **líder del mercado minorista** con un **35,6 % de cuota** de mercado, apoyado en su estrategia de **tres niveles de precios**, que le permite cubrir una amplia

<sup>56</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". p. 28-29 <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

<sup>57</sup> *Ibidem*. p.29-33

gama de productos, desde los más asequibles hasta los *premium*. Esta estrategia le permite satisfacer las demandas de distintos segmentos de consumidores, adaptándose a los diversos niveles de renta en Suiza, y consolidando así su posición dominante en el mercado. Le sigue, muy de cerca **Coop** con un **33,3 %**.<sup>58</sup>

### 5.3. Storecheck: análisis de las muestras de queso español

Para obtener una visión detallada de la presencia de quesos españoles en Suiza, se ha seleccionado una muestra de los operadores más representativos de la **gran distribución suiza**. Estos se distribuyen entre los canales de supermercados, *discounters*, comercio ecológico (*online* y presencial), gran distribución *gourmet* y *cash & carry*. El análisis consistió en un *storecheck* tanto *online* como en tiendas físicas realizado en noviembre de 2024.

**TABLA 28 STORECHECK GRAN DISTRIBUCIÓN SUIZA 2024**

Por tipo de establecimiento en Suiza (*storecheck* offline realizado en los centros urbanos de Berna y Lugano)

Tipo de establecimiento	Establecimiento	Grupo/tipo de queso	Precio por kilo	Referencias offline	Referencias online
Supermercados	Migros	Queso manchego curado (duro)	29,5 CHF (L)	1	1
		Queso ibérico (semiduro)	26,0 CHF (N/A)	0	1
Supermercados	Coop	Queso manchego semicurado (semiduro)	29,8 CHF (L)	1	0
		Queso manchego semicurado 2 meses (semiduro)	35,0 CHF (M)	1	0
Gran distribución gourmet	Globus	Queso manchego curado trufado (duro)	85,0 CHF (M)	1	0
		Queso manchego curado 7 meses (duro)	55,0 CHF (M)	1	0
		Queso de oveja con flores semicurado (semiduro)	60,0 CHF (M)	1	0
	Loebe	Queso Sarro Montbrú de cabra (semiduro)	60,0 CHF (M)	1	0
		Queso manchego con leche pasteurizada (semiduro)	48,0 CHF (M)	1	0
Gran distribución gourmet	Loebe	Queso manchego con leche cruda (duro)	60,0 CHF (M)	1	0
		Queso manchego con romero (duro)	55,0 CHF (M)	1	0

<sup>58</sup> Meier, S.A. & Cornehl, S. (2024) Wer ist besser, Migros oder Coop? Das grosse Duell. Tages Anzeiger. Último acceso 11 de octubre de 2024 <https://www.tagesanzeiger.ch/migros-coop-detailhaendler-vergleich-wer-ist-besser-785441328828>

Tipo de establecimiento	Establecimiento	Grupo/tipo de queso	Precio por kilo	Referencias offline	Referencias online
Gran distribución gourmet	Manor	Aperitivo de quesos españoles La Tapería (Cabra, Manchego, Ibérico)	39,5 CHF (M)	1	0
		Queso manchego gran reserva 10-12 meses (duro)	37,0 CHF (M)	1	0
		Queso de oveja al ajo negro (semiduro)	39,0 CHF (M)	1	0
		Queso de oveja con chili (semiduro)	38,5 CHF (M)	1	0
		Queso manchego semicurado 3 meses (semiduro)	34,0 CHF (M)	1	0
Discounters	Aldi	N/A	N/A	0	0
	Lidl	Queso ibérico 6 meses(semiduro)	29,9 CHF (L)	1	0
		Queso de oveja con olivas negras (semiduro)	29,9 CHF (L)	1	0
		Queso de oveja con mojo picón (semiduro)	29,9 CHF (L)	1	0
	Denner	Queso manchego curado Alimentias (duro)	26,98 CHF (L)	1	0
Comercio ecológico	Alnatura	N/A	N/A	0	0
	Farmy (online)	N/A	N/A	N/A	0
Cash & carry	Transgourmet (online)	N/A	N/A	N/A	0

Fuente: elaboración propia a partir del *storecheck offline* y *online* realizado en noviembre 2024. [La (L) significa venta en el lineal mientras que la (M) representa venta en mostradores].

Este análisis revela que, con excepción de Migros (que ofrece dos referencias en su página web), el resto de los distribuidores no comercializan quesos españoles en sus plataformas *online*. En cualquier caso, las referencias disponibles en el canal *offline* son limitadas si se tiene en cuenta la oferta global de quesos en el mercado. Aparte del queso suizo, que domina ampliamente las estanterías, se observan quesos importados principalmente de Italia y Francia, aunque con una cada vez mayor presencia de países como Países Bajos, Grecia y el Reino Unido. En el caso de España, el **queso manchego** destaca notablemente sobre otros quesos españoles.

Es importante señalar que, salvo en Migros y Denner, que no presentan quesos españoles en sus mostradores, y Coop, que ofrece una referencia en el mostrador y otra en el lineal, los puntos de venta *gourmet* ofrecen quesos españoles exclusivamente en **mostradores especializados**. Esto sugiere que en Suiza los quesos españoles suelen percibirse como productos de alta gama que, debido a un conocimiento limitado, podrían requerir el apoyo de un vendedor para facilitar la compra. En la anterior tabla los productos identificados con una «M» debajo del precio son vendidos en **mostrador** mientras que la «L» corresponde a venta en **lineal**.

Cabe destacar la peculiaridad en el mercado suizo de dedicar grandes secciones de los lineales a la venta de quesos específicamente para sus tradicionales *fondues* y *raclettes*.

En el *storecheck online* realizado en el **canal gourmet independiente**, se revisaron todos los **tipos de quesos y denominaciones de origen españoles** mencionados en el [Anexo 5](#). La siguiente tabla presenta el precio promedio de los quesos representados en un mínimo de dos muestras por tipo y con su precio reflejado en la *web*. Como se observa, en Suiza, el sector *gourmet* ofrece una **mayor variedad en comparación con la gran distribución**. Sin embargo, salvo el **manchego curado** y **semicurado** (con 12 y 9 muestras, respectivamente), el resto de los quesos españoles apenas cuentan con una representación significativa.

En términos de tipos, los **quesos duros y semiduros** son los más comercializados en estas tiendas, mientras que los **quesos frescos y blandos**, que han mostrado un notable crecimiento en el mercado, mantienen una **presencia mínima** en los blandos y nula en frescos. Los precios oscilan entre los 22,9 CHF del queso Tetilla y los 68,1 CHF del manchego trufado, lo que refleja una tendencia hacia precios altos en el segmento *gourmet*. Este comportamiento sugiere que el nicho otorga un alto valor a los quesos españoles, especialmente a los de **mayor maduración y complejidad en sabores**. Lo que contrasta con el análisis de *Euromonitor* sobre el mercado suizo en general, que prevé que el queso fresco siga siendo el más vendido debido a su versatilidad y precio accesible, mientras que el queso duro podría experimentar un descenso en consumo por su **coste más elevado**.

TABLA 29 PRECIO DEL QUESO ESPAÑOL EN EL CANAL GOURMET INDEPENDIENTE

Tipo de queso	Grupo de queso	N.º de muestras	Precio promedio 2024
Manchego curado	Queso duro	12	49,5 CHF
Manchego semicurado	Queso semiduro	9	42,8 CHF
Manchego añejo	Queso duro	4	48,8 CHF
Manchego trufado	Queso duro/semiduro	4	68,1 CHF
Idiazábal	Queso duro	4	41,0 CHF
Queso Tetilla	Queso semiblando	4	22,9 CHF
Queso Cabrales	Queso semiblando	3	46,3 CHF
Queso ibérico	Queso duro/semiduro/semiblando	3	31,6 CHF
Manchego con ajo negro	Queso duro/semiduro	2	59,8 CHF
Queso Montenebro	Queso semiblando (cabra)	2	59,5 CHF

Fuente: elaboración propia a partir del *storecheck online* realizado en noviembre 2024.

## 5.4. Márgenes

Los márgenes en Suiza tienden a ser elevados. Pese a que no existen datos oficiales de cuáles son los márgenes comerciales de cada empresa involucrada en el proceso de importación, cabe destacar que, como en muchos otros sectores, el poder de negociación de los grandes distribuidores suele ser superior al del resto de importadores. Según un artículo publicado por el diario más influyente de Suiza, *Neue Zürcher Zeitung (NZZ)*, el margen bruto medio en los supermercados de



Migros se situaría en un 30 %, mientras que el margen EBIT en una media del 1,4 % 2022.<sup>59</sup> No obstante, debido al «pacto de silencio» existente en la distribución, otro medios como *Le Temps*, uno de los principales periódicos de la zona francófona, reveló en 2023 una estimación de los márgenes brutos específicos del sector lácteo, que oscilaban entre el 46 % y el 57 %.<sup>60</sup>

icex

---

<sup>59</sup> Benz, M. Die Migros sieht sich gerne als Anwältin der Kunden. Aber wenn es um Preissteigerungen in den Supermärkten geht, stimmt das nicht (2023) NZZ. <https://www.nzz.ch/wirtschaft/die-migros-als-anwaeltin-der-kunden-geht-es-um-steigende-preise-in-den-supermaerkten-stimmt-das-nicht-ld.1751164>

<sup>60</sup> Guéniat, M. et al. (2023) Comment Migros et Coop font leur beurre avec les produits laitiers. Le Temps. Último acceso el 03 de octubre de 2024 <https://www.letemps.ch/suisse/migros-coop-beurre-produits-laitiers>

## 6. Percepción del producto español

El consumidor suizo tiene conocimiento de los productos españoles de bebidas y gastronomía, en gran medida gracias al **turismo** en España, aunque no cabe duda de que el producto español más reconocido y consumido es el vino. En cambio, la presencia de quesos españoles en el mercado suizo es, actualmente, limitada y se enfrenta a varios desafíos. De acuerdo con expertos del sector entrevistados y teniendo en cuenta la información analizada para este estudio, el queso español es prácticamente un **desconocido** para los consumidores suizos. En un país donde el queso es parte esencial de la cultura gastronómica y a pesar del dominio de los productos de leche de vaca, podrían tener especial cabida en el mercado los quesos de oveja y cabra, pero sin excluir completamente variedades típicas de quesos de vaca españoles.

No obstante, por tipo de queso, hasta ahora el único queso español que ha logrado cierta notoriedad es el **queso de oveja** y especialmente el **manchego**. Este queso es el más común en los puntos de venta especializados y en el canal Horeca, pero en la gran distribución apenas se encuentra, y las pocas veces que aparece en los supermercados suele ser uno o dos productos o a través de eventos especiales, como las «semanas españolas». Sin embargo, estos productos no permanecen de forma continua en los lineales y su presencia es más común en los mostradores de queso lo cual le sitúa generalmente en un **segmento medio-alto** del sector. Sin embargo, se ha identificado que en establecimientos más especializados pueden encontrarse otros tipos de queso como Idiazábal, tetilla, ibérico y cabrales.

Por tanto, la principal barrera que enfrenta el queso español en Suiza es la falta de conocimiento del consumidor, quien por tradición se inclina hacia los **quesos locales** y los de **países vecinos**. Según la experiencia de los expertos del sector, cuando los suizos prueban quesos españoles, quedan gratamente sorprendidos, pero la **falta de visibilidad** en el mercado hace que pocos tengan la oportunidad de hacerlo. La demanda natural sigue estando centrada principalmente en quesos italianos, franceses y suizos, y la oferta española es percibida como algo exótico o complementario. Los importadores coinciden en que existe una clara necesidad de realizar degustaciones frecuentes y dar a conocer los quesos españoles, ya que el desconocimiento de España como país productor de quesos dificulta la aceptación generalizada del producto en Suiza.

Finalmente, los importadores subrayan que el queso español es **competitivo** en sabor y **calidad** en comparación con los productos ya establecidos en Suiza, y, de hecho, muchos sabores responden bien al paladar suizo, inclinado hacia productos de leche cruda y a quesos aromatizados naturalmente. El mercado suizo podría percibir al queso español como una alternativa complementaria al suizo, lo que enriquecería la experiencia del consumidor sin desplazar el producto local.

## 7. Canales de distribución

### 7.1. Principales características

La estructura de distribución de alimentos en Suiza se caracteriza por una **alta concentración** en los **dos principales grupos minoristas**, Coop y Migros,<sup>61</sup> lo que limita la intensidad de la competencia en comparación con los países limítrofes, donde el mercado está más diversificado.

- **Concentración en todos los eslabones de la cadena de valor** desde la importación, pasando por la transformación, envasado, etc. hasta la venta mayorista (en el caso de Coop) y detallista. La posición de Coop y Migros determina fuertemente cada uno de estos eslabones. Ambos grupos, que cuentan con importantes filiales en la industria alimentaria suiza, poseen además cadenas de electrónica, farmacias, bancos, gimnasios, centros de asistencia médica, plataformas de venta online, entre otras líneas de comercio. Coop, asimismo dirige el negocio de venta al por mayor Transgourmet en toda Europa. Migros incluso cuenta con sus propias filiales de fabricación, gestionadas por el grupo industrial **Migros Industrie**, el cual produce más de 20.000 productos alimentarios y no alimentarios lo que lo convierte en uno de los **mayores productores de marcas propias** del mundo.<sup>62</sup> Ambos grupos están aumentando su cartera de marcas propias con el objetivo de ampliar los márgenes y controlar aún más el mercado, también impulsado por un consumidor suizo cada vez más sensible a los precios.
- Para algunos observadores, **el extraordinario duopolio de Coop y Migros** en Suiza se debe, entre otros factores, a la fuerte protección de las fronteras suizas para los productos agrícolas. Los elevados derechos de aduana impuestos a numerosos productos en el país, diseñados para proteger a los agricultores locales, dificultan que los proveedores extranjeros puedan importar alimentos económicos en grandes cantidades.
- Migros y Coop tienen una cuota de mercado de alrededor del 70 % en el sector minorista suizo de la alimentación.<sup>63</sup>
- Salvo la gran distribución y los grandes importadores mayoristas, los importadores/distribuidores se suelen concentrar en una sola de las regiones lingüísticas.

<sup>61</sup> Según los resultados publicados por ambos grupos la facturación del Grupo Coop en 2023 fue de 34.700 millones de CHF (+2,2 %). Mientras que la del Grupo Migros en 2023 fue de 32.000 millones de CHF (+6,0 %).

<sup>62</sup> Migros Industrie (2024) Die Migros Industrie – ein fester Bestandteil der Migros. Último acceso 10 de diciembre de 2024 <https://www.migrosindustrie.ch/>

<sup>63</sup> Meier, S.A. & Cornehl, S. (2024) Wer ist besser, Migros oder Coop? Das grosse Duell. Tages Anzeiger. Último acceso 11 de octubre de 2024 <https://www.tagesanzeiger.ch/migros-coop-detailhaendler-vergleich-wer-ist-besser-785441328828>

### *Escasa presencia del formato hipermercado*

Al contrario de lo que sucede en otros países europeos, donde los hipermercados resultan una de las plataformas de compra preferidas por el consumidor.

### *Preferencia por el canal «convenience»*

El consumidor suizo promedio tiende a realizar sus compras en los centros de los núcleos urbanos —principalmente alrededor de las estaciones de tren— o en comercios cercanos a sus lugares de residencia o trabajo. Estas dinámicas de compra se ven reforzadas por el desarrollo de los mencionados **puntos de venta** en los **nudos de transporte**.

### *Reducida implantación del formato «hard discounter» e implantación del formato «soft discounter»*

Las cadenas de supermercados alemanas Aldi y Lidl, que accedieron al mercado suizo en 2005 y 2009 respectivamente, se están posicionando en los últimos años en el centro de la ciudad, cercanos a los nudos de transporte, adoptando una imagen propia de un distribuidor de productos del **segmento medio**.

### *Cambios en la cadena de valor tradicional*

Los roles de la cadena de distribución clásica (importador-mayorista, detallista, C&C, gastronomía), han quedado hace tiempo desdibujados en su gran mayoría al asumir todos estos agentes de la cadena funciones que no eran propias en la distribución clásica. Así, son pocos los importadores-mayoristas que no actúan también como minoristas, al menos en el caso de los productos no perecederos. Por otro lado, la gran distribución disminuye su aprovisionamiento en los importadores-mayoristas e importa cada vez más de forma directa. Estos grupos de la gran distribución cuentan también con importantes filiales fabricantes o envasadoras.

Esta tendencia hacia una **centralización de las compras de los dos grandes grupos**, incluida la importación directa, limita cada vez más las oportunidades de los proveedores mayoristas. En consecuencia, el comercio al por mayor necesita orientar cada vez más sus servicios hacia las necesidades de estos grandes minoristas o especializarse en el segmento *gourmet* dirigido principalmente al canal gastronómico.

### *Política de absorción de empresas competidoras*

Entre los grandes cambios de los últimos años dentro de la estrategia de mercado, destaca la agresiva política de compras de destacadas empresas importadoras, mayoristas, minoristas (especialmente en el canal *convenience*) y empresas fabricantes en el extranjero. Estas adquisiciones, llevadas a cabo principalmente por parte de Coop<sup>64</sup> y, en menor medida en el sector de alimentos y bebidas, Migros, refuerza la posición **duopolística** del mercado.

<sup>64</sup> Estas adquisiciones no sólo han operado dentro del mercado suizo, también en el resto de Europa. Es el caso de la absorción del grupo COOP del grupo español GM FOOD en 2021.

### Las ventas en línea en el segmento de alimentos y bebidas

En la última década, las compras *online* han ganado en popularidad, aunque con menos de un 15 % todavía representan una parte **modesta** de las ventas totales al por menor<sup>65</sup>, las cuales se prevé aumenten una media del 8,1 % hasta el 19,1 % en 2028. Suiza es el **28º mayor mercado de comercio electrónico**, con unos ingresos previstos de 14.217,9 millones USD en 2024. Por sectores, la **alimentación *online*** representa alrededor del **14 % de los ingresos del comercio electrónico suizo**.<sup>66</sup> Migros lidera este segmento con unas ventas netas de 175,5 millones de euros en 2022, seguido de Coop con 166,4 millones de euros. En tercer lugar, se encuentra qoqa.ch con 68,9 millones de euros,<sup>67</sup> y a larga distancia, se sitúa la plataforma online Farmy.ch, especializada en alimentos de proximidad, con una facturación de 31 millones de euros en 2022.<sup>68</sup>

Los *marketplaces* internacionales no han tenido penetración importante en el sector. Otro tipo de comercio electrónico dentro del sector de la alimentación son los pequeños importadores, generalmente más especializados, que cuentan con el conocimiento del mercado suizo y que ofrecen productos españoles.

### Los hogares suizos compran principalmente en las cadenas de supermercados

El comercio minorista clásico es el más valorado (77 %) frente a los *discounters* (17,1 %) y el comercio especializado (6,1 %).

### Compras en los países limítrofes

Se trata de una tendencia conocida como «turismo de compras», consiste en cruzar la frontera hacia alguno de los países vecinos para aprovechar los precios inferiores de los mercados europeos adyacentes. Esta dinámica está afectando a la distribución helvética con una «fuga» de negocio que se estima alrededor de los 3.320 millones CHF al año tan sólo en el sector de la alimentación.<sup>69</sup>

## 7.2. Principales actores de la distribución

### Grandes distribuidores

Coop y Migros, tienen conjuntamente una participación de más de 70 % en el comercio minorista en Suiza, repartido a partes casi iguales entre ambos y alcanzando hasta casi el 80 % si se agrega

<sup>65</sup> Admin.ch (28-12-2023) Retail <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/en/home/wirtschaft/taetigkeitsgebiete/detailhandel.html>

<sup>66</sup> ECDB. (2024) eCommerce market in Switzerland <https://ecommercedb.com/markets/ch/all>

<sup>67</sup> Statista (2024) Umsatzstärkste Online-Shops im Lebensmittel & Getränke-Segment in der Schweiz im Jahr 2022 <https://de.statista.com/prognosen/1318930/top-online-shops-food-beverages-schweiz-ecommercedb>

<sup>68</sup> Statista (2024) Umsatz von Farmy in den Geschäftsjahren 2014 bis 2023 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/959778/umfrage/umsatz-von-farmy/>

<sup>69</sup> SRF (2022) Der Einkaufstourismus über die Grenze hat abgenommen <https://www.srf.ch/news/wirtschaft/studie-der-uni-st-gallen-der-einkaufstourismus-ueber-die-grenze-hat-abgenommen>

la cadena Denner (perteneciente al Grupo Migros), mientras que la cuota conjunta de Aldi y Lidl es de entorno a un 11 %, de nuevo repartida a partes casi iguales entre ambos.<sup>70</sup>

### «Discounters»

Entre los *discounters* presentes en el mercado suizo se encuentran Denner, y las cadenas alemanas Aldi y Lidl. Su estrategia en el mercado suizo se aleja ligeramente de una guerra de precios y pueden denominarse como *soft discounters* ya que su crecimiento en el mercado está condicionado por otros factores que se suman al precio bajo como son el respeto a sus trabajadores, al medio ambiente y acercar la producción local a los consumidores.

### Segmento medio-alto/alto

Por otro lado, hay **tres cadenas de grandes almacenes con supermercados** del segmento medio-alto/alto: Manor (86 puntos de venta), Globus (13) y Loeb (3).

### Tiendas «convenience» y servicios «pick-up»

Estos han aumentado su cuota en el sector alimentario, de nuevo dominadas por Coop y Migros, tras la liberalización del horario para este tipo de comercios situados en estaciones de tren, aeropuertos y gasolineras.

### Núcleos rurales

Fuera de los núcleos urbanos, el grupo FENACO domina el comercio minorista a través de sus cadenas de supermercados propias Volg y Landi o, de forma indirecta, con las cadenas Spar o Maxi, a las cuales abastece como proveedor.

### Canal Horeca

La principal cadena del canal Horeca en Suiza es **Transgourmet** (64 % de cuota de mercado), del grupo Coop, que expandió su presencia en el mercado español en 2021 con la compra del grupo español GM Food. Le siguen en importancia, **Saviva** (20 %) y **Spar** (16 %).

### Importación y distribución del segmento gourmet y especialidades españolas

Dentro de la importación y distribución del segmento *gourmet* o de especialidades españolas, podemos enumerar a las siguientes empresas, las cuales son en su mayoría importadores mayoristas y disponen de venta al consumidor final:

- Covin AG - <https://covin.ch/de/start/>
- Hugo Dubno AG - <https://www.dubno.ch/de>
- Rivera Wines Gourmet - <https://riverawine.ch/>
- IMEX Delikatessen - <https://imex.ch/>
- Iberoal - <https://iberoal.ch/de/>
- Gourmet Depot – <https://gourmetdepot.ch/>
- Pasión Ibérica - <http://www.pasioniberica.ch/>

<sup>70</sup> ICEX (2023) Estudio de Mercado. El mercado de productos biológicos (bio) en Suiza [https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CH/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos.estudio-de-mercado-de-productos-biologicos-\(bio\)-en-suiza-2023.doc018202312](https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CH/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos.estudio-de-mercado-de-productos-biologicos-(bio)-en-suiza-2023.doc018202312)

- Neuenschwander - <https://neuenschwanderag.com/>
- Stutzer & Co. – <https://stutzer.ch/de-ch/>
- Schwarzenbach Kolonial Waren - <https://www.schwarzenbach.ch/>
- La Peppina – <https://www.lapeppina.ch/>
- Ibergourmet – <https://ibergourmet.ch/>
- Les Iberiques - <https://www.lesiberiques.ch/>
- El Andaluz - <https://www.elandaluz.ch/>
- Casic - <https://www.casic.ch/de/Home/>
- Bionetz - <https://bionetz.ch/>
- Feinkost-Shop - <https://www.feinkost-shop.ch/>
- Casa Sotero – <https://www.casasotero.ch/>
- Iberpasión - <https://www.iberpasion.ch/saas/Web/iberpasion/>
- Stock Food - <https://www.stockfood.ch/>
- Cahs - <https://cahs.ch/es/>
- La Dula Ibérico - <https://www.ladulaiberico.ch/>
- S. de Mendieta - <https://www.sdemendietasa.com/>
- Ultramarinos - <https://ultramarinoszurich.ch/>
- Fromages Sciboz - <https://fromages-sciboz.ch/fr/>
- Fromages Dupasquier - <https://www.fromageriedupasquier.ch/>
- Chef Store - <https://chefstore.ch/>
- Fromagerie Moléson - <https://www.moleson-sa.ch/>
- Fideco AG - <http://www.fideco.ch/>
- Bianchi - <https://shop.bianchi.ch/>

A diferencia de la gran distribución, donde el único queso español que se representa prácticamente es el queso manchego, estos importadores ofrecen una interesante variedad de quesos españoles. En el [Anexo 5](#) se detallan los tipos de quesos y denominaciones españolas disponibles en sus catálogos a fecha de 2024.

### *Plataformas de interés*

Otras plataformas de interés para localizar empresas suizas del sector agroalimentario:

- <https://www.casic.ch/en/Member/>: lista de las empresas miembros de la Cooperativa de Compras de la Sociedad Suiza de los Importadores y Comerciantes de Comestibles.
- <https://www.gastrofacts.ch/einkaufsguide/food/>: portal de empresas de alimentación y bebidas que aparecen en esta publicación del canal Horeca.
- [www.wlw.ch](http://www.wlw.ch): es un directorio suizo de compradores multisectorial, introduciendo el producto de interés.
- <https://bionetz.ch/adressen.html>: portal con información sobre empresas de toda la cadena de valor de los productos biológicos.

### 7.3. Canal de producto bio<sup>71</sup>

En el canal detallista, los dos gigantes de la distribución dominan el mercado biológico con alrededor del 75 % del mercado, siendo Coop (aprox. 43 % del canal detallista) líder en alimentación biológica, seguido de Migros con alrededor de un 33 %.<sup>72</sup>

En Suiza no existe un sello de garantía biológica estatal. En cambio, existen **etiquetas de derecho privado**, que pueden pertenecer a una asociación, a un grupo de trabajo o ser una marca propia de la empresa. El único requisito legal obligatorio para poder importar productos biológicos a Suiza es cumplir los reglamentos suizos de agricultura biológica que están **armonizadas** con la **normativa bio europea**. Así, los alimentos producidos en la UE de acuerdo con las disposiciones del reglamento de la UE que lleven su etiqueta pueden ser importados a Suiza sin ningún trámite adicional.

Si bien el único requisito legal obligatorio para importar productos biológicos a Suiza es cumplir con la normativa UE, la práctica comercial a veces hace que el requisito legal no sea suficiente, y en **muchas ocasiones importadores o grandes cadenas del país** exigen a sus futuros proveedores que sean **certificados por un organismo suizo**. Por consiguiente, no es de extrañar que el exportador sea obligado por el importador a contar con un distintivo reconocido por el consumidor suizo, como por ejemplo el de la asociación suiza ya mencionada en el apartado de demanda, **Bio Suisse**.

Este es el certificado biológico más reconocido en Suiza y al que están adscritas tanto Coop como Migros. Si bien, desde un punto de vista legal, se puede distribuir como producto biológico aquel que disponga del certificado de la UE, a efectos prácticos tanto Migros como Coop exigirán, en la mayoría de los casos, el certificado Bio Suisse.

Para crecer en este segmento del mercado, Migros tiene un acuerdo de cooperación con el grupo alemán [Alnatura](#) y cuenta con supermercados Alnatura distribuidos por la geografía suiza.

### 7.4. La distribución quesera

Al igual que con la gran mayoría de productos alimenticios, tanto **Coop** como **Migros** se mantienen como los **principales distribuidores de queso**, que se benefician de sus propias instalaciones de producción, lo que le permite madurar y envasar el queso de su marca propia, así como de su amplia red de puntos de venta. La estrategia de tres niveles de Migros permite a la empresa ofrecer

<sup>71</sup> Para más información sobre el mercado BIO en Suiza puede consultar el estudio de mercado realizado por la Oficina Económica y Comercial en Berna: ICEX (2023) Estudio de Mercado. El mercado de productos biológicos (bio) en Suiza [https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CH/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos\\_estudio-de-mercado-de-productos-biologicos-\(bio\)-en-suiza-2023.doc018202312](https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio/CH/documentos-y-estadisticas/estudios-e-informes/visor-de-documentos_estudio-de-mercado-de-productos-biologicos-(bio)-en-suiza-2023.doc018202312)

<sup>72</sup> Meier, S.A. & Cornehl, S. (2024) Wer ist besser, Migros oder Coop? Das grosse Duell. Tages Anzeiger. Último acceso 11 de octubre de 2024 <https://www.tagesanzeiger.ch/migros-coop-detailhaendler-vergleich-wer-ist-besser-785441328828>

productos de queso en diferentes rangos de precios, satisfaciendo así las demandas de diversos segmentos de ingresos en Suiza.

Asimismo, según *Euromonitor*<sup>73</sup> el énfasis en la calidad de Coop tras haber renovado sus hipermercados, e incluir la construcción de bodegas de queso «**húmedores**» (no se identificaron quesos españoles durante el *storecheck*), ha ofrecido a los consumidores una nueva experiencia de compra, lo cual se espera podría dar a Coop una ventaja competitiva con respecto a sus competidores, especialmente cuando la economía empiece a repuntar y se recupere la renta disponible.

**TABLA 30 CUOTA POR VALOR DE VENTA AL PÚBLICO DEL QUESO SEGÚN CANALES MINORISTAS EN SUIZA**

*Cuota de mercado en %*

<b>Canales minoristas</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2019-24Δ%</b>
% valor de venta al público	%	%	%	%	%	%	%
<i>Offline</i> (Minoristas de alimentación)	98,2	97,7	97,6	97,5	97,2	97,0	-1%
<i>Online</i>	1,8	2,3	2,4	2,5	2,8	3,0	56%
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.

A pesar del crecimiento generalizado del **comercio online** en Suiza en los últimos años, este sigue estando muy por detrás de los canales tradicionales. Esta tendencia se refleja también en el sector del queso, donde, aunque las ventas *online* han experimentado un aumento del 56 % entre 2019-2024, apenas representan el 3 % del valor total.

Por otro lado, dentro del **canal offline** en 2024, los supermercados continúan dominando con una cuota del 53,1 %, seguidos por los *discounters* con un 23,2 %, y los hipermercados, que ocupan un 12,7 %. Estos datos subrayan la preferencia de los consumidores suizos por los establecimientos físicos como el predominio de los grandes supermercados en el sector de la alimentación.

<sup>73</sup> Euromonitor International. (2024) "Dairy Products and Alternatives in Switzerland". p. 27. <https://www.euromonitor.com/dairy-products-and-alternatives-in-switzerland/report>

**TABLA 31 CUOTA POR VALOR DE VENTA AL PÚBLICO DE LOS CANALES MINORISTAS OFFLINE DEL QUESO EN SUIZA**

Cuota de mercado en %

<b>Canales offline</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2019-24Δ%</b>
% valor de venta al público	%	%	%	%	%	%	%
Supermercados	53,3	53,5	53,4	53,3	53,2	53,1	-0,2%
Discounters	22,9	23,0	23,0	23,1	23,1	23,2	1%
Hipermercados	13,2	13,0	12,9	12,9	12,8	12,7	-3%
Especialistas en alimentos, bebidas y tabaco	3,8	3,5	3,5	3,4	3,4	3,3	-11%
Tiendas de conveniencia	2,8	2,7	2,9	2,9	2,9	2,9	4%
Ultramarinos	2,2	2,0	2,0	1,9	1,9	1,8	-14%
Clubes mayoristas	-	-	-	-	-	-	-
Total	98,2	97,7	97,6	97,5	97,2	97,0	-1%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.

### 7.4.1. Ventas de queso en Suiza

En lo referente a las ventas de queso en Suiza, como se aprecia en los siguientes gráficos, *Euromonitor* prevé para el **periodo 2024-2029** un aumento en términos de valor (en CHF y a precios constantes de 2024), aunque el volumen (millones de kg) de ventas minoristas seguirá disminuyendo después del incremento de consumo vivido durante la pandemia del Covid-19, si bien a un ritmo más moderado que en los últimos años. Se anticipa que la participación de productos importados más baratos aumentará, lo que podría limitar el crecimiento en valor.

A corto plazo, el aumento de precios y la reducción del poder adquisitivo podría afectar las ventas de queso suizo, considerado un producto *premium*. Se espera que los **quesos frescos y blandos**<sup>74</sup> así como el **requesón** mantengan su crecimiento gracias a su versatilidad y precio asequible, así como, especialmente en el caso del requesón, a su percepción como productos saludables y de bienestar, mientras que los **quesos duros**<sup>75</sup> probablemente continúen su declive en consumo debido a su mayor precio en la gran distribución. El **resto de los quesos (untables)**<sup>76</sup> se mantiene prácticamente estable en volumen, con ligeros aumentos en valor. No obstante, en general, se prevé que las fluctuaciones no sean muy marcadas debido al alto grado de madurez del mercado.

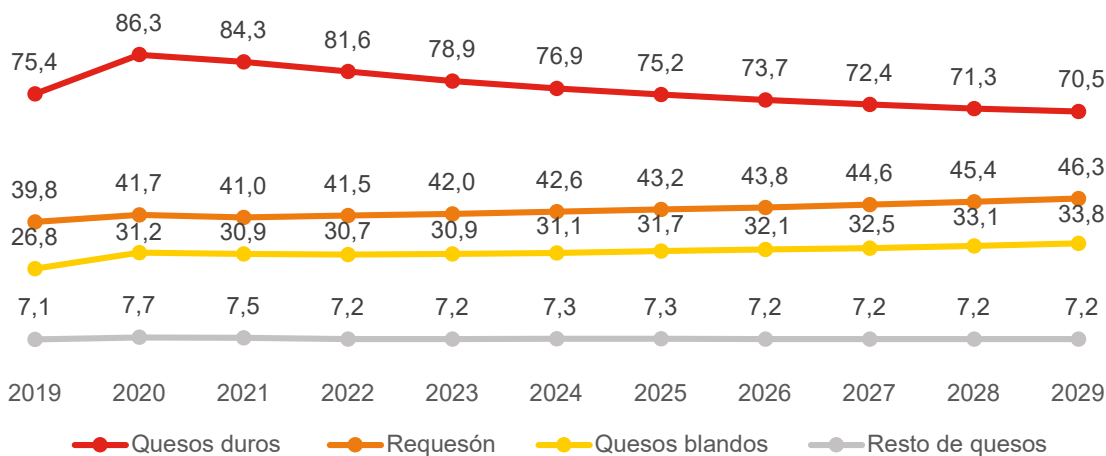
<sup>74</sup> **Quesos blandos según Euromonitor:** Mozzarella (27,8 % de cuota en 2023) y resto de quesos frescos y de pasta blanda (72,2 %).

<sup>75</sup> **Quesos duros (incluye semiduros) según Euromonitor:** Otros quesos duros (49,1 % de cuota en 2023), Gruyere (18,2 %), raclette (16,0 %), emmental (11,8 %) y appenzeller (4,8 %).

<sup>76</sup> **Resto de los quesos (untables) según Euromonitor:** Quesos crema (66,6 % de cuota en 2023) y quesos fundidos (33,4 %).

**GRÁFICO 13 VENTAS DE QUESO EN SUIZA POR VOLUMEN 2019-2029**

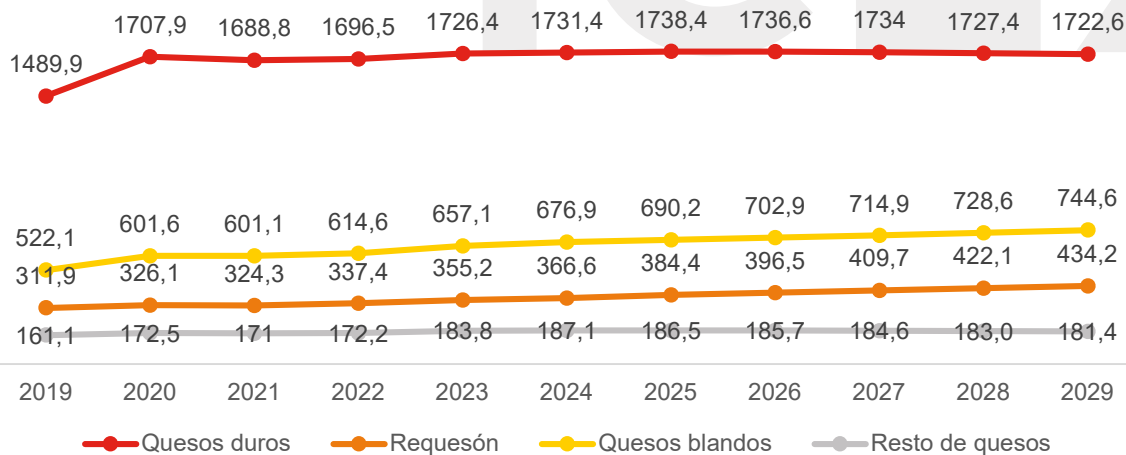
En millones de kilos



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por *Euromonitor*.

**GRÁFICO 14 VENTAS DE QUESO EN SUIZA POR VALOR 2019-2029**

En millones de CHF



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por *Euromonitor*.

## 8. Acceso al mercado – Barreras

A diferencia de otros productos agroalimentarios, entre ellos otros productos lácteos,<sup>77</sup> la importación de queso a Suiza con **origen en la UE** está **exenta de contingentes y aranceles**. Esto se debe a que, a partir del 01 de junio de 2007, el intercambio de productos queseros quedó libre de aranceles. Este cambio fue el resultado del acuerdo agrícola entre la UE y Suiza, que entró en vigor en 2002.

Durante un período de cinco años (2002-2007), se desmantelaron de forma gradual y mutua los derechos de aduana y las subvenciones a la exportación para todo el sector del queso. No obstante, a pesar de la desaparición de este subsidio, todavía existe uno destinado a la leche utilizada para la producción de queso suizo.<sup>78</sup>

Para disfrutar de estas ventajas arancelarias es necesario presentar el **certificado de circulación EUR1**, que justifique el origen del producto, de esta forma, los productores de la UE gozan de una ventaja competitiva respecto a los de otras regiones, quienes dependen de los contingentes estipulados por la aduana suiza.

En lo referente al **impuesto sobre el valor añadido** suizo (*Mehrwertsteuer*) los productos lácteos, están gravados con el **tipo impositivo reducido del 2,6 %**. La base del impuesto se calcula sobre: valor de la mercancía + transporte + seguro + gravámenes aduaneros.

Por otro lado, en Suiza, los alimentos deben estar etiquetados de acuerdo con la normativa federal. Este aspecto está regulado fundamentalmente por la [Ley sobre Alimentos](#) y el [Reglamento sobre la información alimentaria 817.022.16](#). El etiquetado deberá incluir información redactada, como mínimo, en uno de los tres **idiomas oficiales federales**: alemán, francés o italiano. En el caso del queso el **listado de ingredientes** puede estar exento, según el **artículo 9** del reglamento 817.022.16, siempre que el producto esté compuesto únicamente por los siguientes ingredientes:

- Ingredientes lácteos, enzimas y cultivos de microorganismos necesarios para la producción.
- Sal necesaria para la producción de queso, **excepto el queso fresco o fundido**; Si se utiliza sal de mesa yodada o fluorada (sal de mesa o sal), se debe anotar la yodación o fluoración.

<sup>77</sup> La Oficina Federal de Agricultura distribuye cuotas de contingente para la leche en polvo, la mantequilla y diversos productos lácteos como el yogur. Si un importador dispone de una cuota puede importar las mercancías al tipo de contingente bajo (KZA). Si no tiene cuota de contingente, deberá pagar el tipo fuera de contingente (AKZA), que en algunos casos es mucho más elevado. Para más información acceder al siguiente vínculo: <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt/einfuhr-von-agrarprodukten/milch-und-milchprodukte.html>

<sup>78</sup> Por ejemplo, en 2022, el gobierno federal otorgó un subsidio de 10 céntimos por kg de leche para la producción de queso, y un subsidio de 3 céntimos por kg para la leche proveniente de la producción sin ensilaje. En total, se destinaron 216,1 millones CHF para ambas compensaciones. <https://www.agrarbericht.ch/de/politik/produktion-und-absatz/milchwirtschaft>



Dicho reglamento, en su **anexo 6**, también incluye al queso como uno de los ingredientes que pueden causar alergias u otras reacciones indeseables por lo que deberá estar indicado en el etiquetado. Asimismo, la Oficina Federal de Seguridad Alimentaria y Asuntos Veterinarios también publica [información adicional](#) sobre el etiquetado de alimentos en Suiza.

Por otro lado, será el importador, responsable frente a la Administración suiza de los productos que introduce en el mercado, quien pueda asesorar al exportador, en caso de exigencias distintas de las de la UE.

La legislación suiza alimentaria también se aplica a las **transacciones en internet**: sólo pueden comercializarse los productos que cumplan con la [normativa vigente](#). No obstante, la legislación alimentaria suiza no se aplica a la importación de productos para uso doméstico privado.

icex

## 9. Perspectivas del sector

El mercado del queso en Suiza se encuentra en una **fase de madurez**, caracterizada por un **crecimiento sostenido**, aunque relativamente poco diversificado. La evidencia y proyecciones prevén que el sector continúe su **trayectoria positiva**, impulsado por varios factores clave que definirán su futuro. Las proyecciones indican que el consumo de queso en Suiza seguirá aumentando, impulsado por la creciente demanda de productos lácteos de alta calidad y la tendencia hacia una **alimentación más saludable**. Los consumidores suizos están cada vez más interesados en **productos artesanales y locales**, lo que beneficia a los productores que pueden ofrecer quesos con características distintivas. No obstante, la preferencia por quesos de origen suizo, que son percibidos como más frescos y de mejor calidad, también está en aumento. Además, la innovación en sabores y formatos, así como el aumento de la popularidad de los quesos *gourmet*, contribuirán al crecimiento del mercado en nichos específicos.

En 2024 el **queso fresco** y el **requesón**, seguidos a larga distancia por los quesos de pasta **blanda** han sido las categorías de queso con mejor comportamiento, ya que muchos consumidores suizos los perciben como más **saludables** que el queso duro y semiduro.

No obstante, el **queso duro y semiduro** sigue mostrando un liderazgo en consumo y a pesar de ser el queso más producido en Suiza, el queso español duro y semiduro de variedades de leche de oveja y cabra podría jugar un papel complementario. Además, este tipo de queso sigue mostrando un aumento en términos de valor debido a que los precios por kilo se mantienen altos. La madurez del sector se traduce en una **competencia intensa**, donde las marcas establecidas deben adaptarse constantemente a las preferencias cambiantes de los consumidores. Las empresas que logren diferenciarse a través de la calidad, la sostenibilidad y la autenticidad de sus productos estarán mejor posicionadas para lograr y/o mantener su cuota de mercado. La creciente conciencia sobre la salud y el bienestar está llevando a los consumidores a buscar opciones más saludables, lo que puede beneficiar a los quesos bajos en grasa o enriquecidos con nutrientes. Además, la **sostenibilidad** se ha convertido en un factor crucial para muchos consumidores (aunque los altos precios parecen podrían comenzar a desalentar ligeramente su consumo), y los productores que implementen prácticas sostenibles en su producción y distribución podrán captar la atención de un segmento de consumidores cada vez más consciente del medio ambiente. Se espera que los productores suizos exploren nuevas categorías de productos, como **quesos veganos** y alternativas a **base de plantas**, en respuesta a la creciente demanda de opciones sin lácteos. Este cambio en las preferencias de los consumidores, impulsado por preocupaciones éticas y de salud, está llevando a una expansión en la oferta de productos que no solo satisfacen las necesidades de los consumidores veganos, sino que también atraen a aquellos que buscan reducir su consumo de productos animales.

## 10. Oportunidades

El mercado del queso en Suiza presenta un entorno **complejo** y **competitivo**. Con una larga tradición quesera, Suiza cuenta con un público exigente y conocedor, que valora especialmente los productos locales y los de países vecinos. Los suizos, que se autodenominan «la tierra del queso», producen una amplia variedad de quesos bajo los más altos estándares de calidad, de los cuales están profundamente orgullosos.

No obstante, desde la liberalización del sector, se ha registrado un aumento constante en las importaciones de queso. Este fenómeno, junto con el incremento de los costes de producción y una mayor competencia, ha **afectado** ligeramente la **producción nacional**. En términos de valor, la subpartida más relevante es la de «**los demás quesos**», seguida de los **quesos frescos**. Dentro de esta categoría destacan, tanto en volumen como en valor, los quesos de **pasta blanda**, segmento que sufre de una **baja producción local**, seguidos de los de **pasta semidura**.

En cuanto a las **importaciones españolas**, estas se concentran mayoritariamente (dos tercios) en el TARES de **quesos duros**, siendo el tercio restante quesos semiduros. Esto se debe, en gran medida, a la aceptación de productos nicho como el queso de oveja aromatizado o el manchego. Sin embargo, ingresar al mercado fuera de este tipo de queso resulta especialmente complicado debido al desconocimiento generalizado de otras variedades españolas.

El **queso suizo**, producido casi exclusivamente con **leche de vaca**, ha permitido que el manchego aproveche esta complementariedad en nichos como el segmento *gourmet* y el canal Horeca. A pesar de ello, su presencia sigue siendo limitada.

A pesar de que el mercado interno está saturado, existen ciertas **oportunidades de negocio**. Por ejemplo, otros países productores han identificado la previamente citada creciente popularidad de los quesos de **frescos** incluido el **requesón** y los quesos de **pasta blanda**. Sin embargo, esta no parece ser una opción viable para España en el corto plazo, ya que estos productos requieren una alta rotación y volúmenes significativos para evitar desperdicios, lo que complica su exportación a Suiza. Los expertos del sector consideran que una solución a largo plazo podría ser que **chefs reconocidos e influencers** impulsen los quesos españoles, o incluso la **prensa** escrita, del mismo modo que lo han hecho con productos como la feta, la mozzarella o el camembert, que han experimentado un aumento en popularidad en los últimos años.

Por otro lado, las tendencias de consumo abren oportunidades en otras áreas. Los productos lácteos están entre los principales impulsores de ventas en el **mercado ecológico**, y los consumidores suizos muestran un interés creciente por alternativas más **saludables** y **sostenibles**, como quesos con menor porcentaje de grasa. Además, los productores que adopten prácticas



sostenibles podrían captar la atención de un segmento de consumidores cada vez más consciente del medio ambiente.

Los quesos españoles que se alineen con estas tendencias pueden tener una ventaja competitiva en el mercado. Así tampoco hay que ignorar el aumento del **veganismo** y el desarrollo de alimentos a **base de plantas**, los cuales se espera continúen creciendo entre el público más joven.

Un factor adicional para considerar es el aumento de la **población extranjera**, que representa más de un cuarto de los habitantes de Suiza. Aunque esto puede abrir nuevas oportunidades, también podría reducir el consumo de queso, ya que los suizos de habla alemana son quienes tradicionalmente incluyen más queso en su dieta.

Por último, y a diferencia de otros mercados, la **venta offline** sigue siendo predominante en Suiza, exigiendo una mayor inversión en promoción y estrategias adaptadas. En este contexto, los puntos de **venta gourmet** y el **canal Horeca** se perfilan como espacios clave para aumentar la visibilidad y aceptación de los quesos españoles. Dado que su presencia en la gran distribución es limitada, las **degustaciones** y **eventos gastronómicos** pueden ser herramientas efectivas para familiarizar al consumidor suizo con estos productos.

No obstante, la fuerte competencia de quesos locales y de países vecinos como Italia, Francia y Alemania, junto con la preferencia de los consumidores suizos por productos conocidos, representa un **desafío significativo**. Además, la percepción de los quesos españoles como productos de gama media-alta —un segmento con dificultades en el mercado suizo actual— podría restringir su alcance a un público más amplio. Por ello, una estrategia integral que combine **educación del consumidor**, **marketing eficaz** y una **red de distribución sólida** en origen será crucial para acceder con éxito a este mercado.

## 11. Información práctica

### 11.1. Asociaciones del sector



#### UNSER SCHWEIZER KÄSE

Organización sin fines de lucro con sede en Berna, Suiza, dedicada a promover el queso suizo en mercados clave. Utiliza diversas estrategias de *marketing*, incluyendo publicidad y relaciones públicas, para resaltar la autenticidad y calidad del queso suizo.

- Ubicación: Laubeggstrasse 68, CH-3006 Berna, Suiza.
- Sitio web: <https://www.schweizerkaese.ch/>
- Teléfono: +41 (0)31 385 26 26
- Correo electrónico: [info@scm-cheese.com](mailto:info@scm-cheese.com)

#### FROMARTE



Asociación principal de especialistas en queso suizos, con el objetivo de fortalecer las estructuras comerciales y preservar la cultura del queso en áreas rurales. En Suiza, aproximadamente 600 empresas procesan leche en queso, produciendo dos tercios del total y gestionando un tercio de la producción de leche. Sus funciones incluyen servicios, formación, relaciones públicas y política de mercado.

- Ubicación: Gurtengasse 6, CH-3001 Berna, Suiza.
- Sitio web: <https://www.fromarte.ch/de/>
- Teléfono: +41 (0)31 390 33 33
- Correo electrónico: [info@fromarte.ch](mailto:info@fromarte.ch)

### 11.2. Organismos de interés

- Oficina Federal de Agricultura: <https://www.blw.admin.ch/blw/en/home.html>
- Oficina Federal de Aduanas y Seguridad Fronteriza: <https://www.bazg.admin.ch/bazg/de/home.html>
- TSM Treuhand GmbH: <https://www.tsmtreuhand.ch/>

### 11.3. Ferias del sector

A diferencia de otros mercados, en Suiza, no existen ferias en el sector de la alimentación dirigidas a la búsqueda de importador. Los importadores/distribuidores suizos deciden cuál será su cartera básica de productos visitando ferias internacionales en Alemania, Francia e Italia, así como ferias en España como «Alimentaria» o «Salón Gourmets». En ocasiones cuentan con agentes en los países de su interés que les informan de las novedades o visitan sus países proveedores con regularidad.

Cabe destacar que las ferias suizas de alimentación suelen estar orientadas tanto a profesionales como a consumidores interesados en las nuevas tendencias del sector. Sin embargo, en el ámbito del queso, Suiza cuenta con numerosos festivales dedicados exclusivamente a la promoción y venta de quesos suizos, generalmente de la región donde se celebra el evento. Ejemplos de estos festivales incluyen [Cheese Affair](#), [Cheese Festival](#), [OLMA](#), entre otros.

Aunque en algunos casos se ha permitido la participación de productos extranjeros, el enfoque principal sigue siendo el queso local.

Por ello, desde la Oficina Económica y Comercial de España en Suiza, se considera que la feria que podría ser la más adecuada para promover los quesos españoles en Suiza sería la **IGEHO**, dado su carácter internacional y su capacidad para atraer a un público profesional interesado en productos innovadores y de alta calidad.

#### IGEHO

Principal plataforma internacional para la industria hostelera, gastronómica, de comida para llevar y cuidados en Suiza. Desde su creación en 1965, ofrece un espacio de *marketing* en vivo, proporcionando un panorama del mercado, oportunidades de *networking* y nuevas ideas. La feria se realiza cada dos años en Basilea y es el mayor evento del sector de la hospitalidad en el país. Con carácter más excepcional, fundamentalmente agrupados bajo pabellones de países o asociaciones, se presentan productores extranjeros. Cabe destacar que los costes de participación son altos.

- Ubicación: Messeplatz, CH-4058 Basilea, Suiza.
- Fechas: del 15 al 19 de noviembre de 2025 (bienal).
- Expositores extranjeros: admitidos (12 países en 2023).
- Visitantes: + 48,500 personas (2023).
- Sitio web: <https://www.igeho.ch/de>



## 12. Anexos

### 12.1. Anexo 1: Producción local de queso en Suiza por grupos de queso (desglosado)

TABLA 32 PRODUCCIÓN LOCAL DE QUESO EN SUIZA POR GRUPOS DE QUESO 2019-2023 (DESGLOSADO)

En millones de kilos

Grupos de queso	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23 $\Delta$ %
	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
Quark	17,5	32,4	18,7	32,3	17,7	30,8	17,8	30,3	19,0	31,2	9%
Mozzarella	23,3	43,2	24,1	41,5	23,5	41,0	24,4	41,5	25,4	41,8	9%
Mascarpone	0,5	1,0	0,5	0,9	0,6	1,0	0,6	1,0	0,6	1,0	12%
Otros quesos frescos	12,6	23,4	14,7	25,3	15,5	27,1	16,0	27,2	15,9	26,1	26%
<b>Total queso fresco</b>	<b>53,9</b>	<b>100,0</b>	<b>58,1</b>	<b>100,0</b>	<b>57,3</b>	<b>100,0</b>	<b>58,8</b>	<b>100,0</b>	<b>60,9</b>	<b>100,0</b>	<b>13%</b>
Tomme	2,0	33,0	2,1	33,7	2,1	32,9	2,0	33,5	1,9	32,8	-1%
Weisschimmelkäse, überfett (Queso de moho blanco, sobregraso)	1,5	25,9	1,6	25,6	1,7	27,0	1,5	25,2	1,5	25,4	-3%
Otros quesos de pasta blanda - de semigrasos a grasos	0,8	13,3	0,8	13,4	0,8	13,6	0,8	13,9	0,9	15,2	14%
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett (Queso de moho blanco, de semigraso a graso)	0,8	13,4	0,8	12,4	0,7	11,8	0,7	12,3	0,7	12,4	-8%
Vacherin Mont-d'Or DOC	0,5	9,0	0,6	9,1	0,6	9,1	0,5	9,3	0,5	8,5	-6%
Otros quesos de pasta blanda - extragrasos	0,3	4,9	0,3	5,2	0,3	5,0	0,3	5,0	0,3	4,8	-2%
Blau-, Grünschimmelkäse (Queso de moho azul - verde)	0,02	0,4	0,02	0,4	0,03	0,4	0,03	0,5	0,0	0,6	43%
Otros quesos de pasta blanda - magros hasta un cuarto de grasa	0,01	0,1	0,01	0,2	0,01	0,2	0,01	0,2	0,0	0,2	100%
Weißschimmelkäse, mager bis viertelfett (Queso de moho blanco, magro a un cuarto de grasa)	0,0	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-	0,0	-	-



## EL MERCADO DEL QUESO EN SUIZA

Queso de pasta blanda	5,9	100,0	6,1	100,0	6,2	100,0	5,9	100,0	5,9	100,0	-1%
Appenzeller	8,6	12,4	9,3	13,2	9,3	12,7	7,8	11,1	7,7	11,3	-10%
Tilsiter	2,7	4,0	2,7	3,8	2,4	3,3	2,2	3,2	2,3	3,4	-16%
Queso del Valais / Raclette del Valais DOP	2,4	3,5	2,3	3,3	2,6	3,5	2,5	3,5	2,5	3,7	5%
Queso raclette suizo	15,7	22,7	16,8	23,9	18,0	24,6	16,7	23,7	16,7	24,4	6%
Vacherin Fribourgeois DOP	2,9	4,2	2,7	3,8	3,1	4,2	3,1	4,4	2,9	4,3	1%
Tête de Moine DOP	2,7	3,9	2,7	3,8	3,0	4,2	3,3	4,7	3,0	4,5	13%
Queso del Jura	0,5	0,7	0,5	0,7	0,5	0,7	0,6	0,8	0,6	0,8	13%
Winzerkäse	0,1	0,1	0,03	0,0	0,03	0,0	0,03	0,0	0,02	0,0	-68%
Mutschli	0,7	1,1	0,8	1,1	0,8	1,1	0,8	1,1	0,8	1,1	5%
Queso alpino de pasta semidura	2,2	3,2	2,3	3,2	2,2	3,0	2,1	3,0	2,1	3,1	-2%
Bündner Berkäse (Queso Grisonés)	1,0	1,4	1,0	1,4	1,0	1,3	0,9	1,3	0,8	1,2	-17%
Queso de montaña de pasta semidura	2,5	3,6	2,3	3,3	2,6	3,5	2,2	3,2	2,2	3,2	-11%
Queso Saint Paulin suizo	0,3	0,4	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	-19%
Queso Edam suizo	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,02	0,0	0,03	0,0	-81%
Kaltgeriffe (Queso curado en frío)	0,5	0,7	0,5	0,7	0,3	0,4	0,3	0,4	0,2	0,3	-53%
Queso de pasta semidura con moho	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,3	-25%
Queso de conveniencia	1,0	1,4	0,8	1,2	0,8	1,1	0,9	1,3	0,8	1,2	-15%
Queso industrial	7,4	10,7	5,9	8,4	6,3	8,7	7,3	10,3	6,9	10,1	-6%
Otros quesos de pasta semidura, magros hasta un cuarto de grasa	0,3	0,4	0,3	0,4	0,2	0,3	0,5	0,7	0,5	0,8	84%
Otros quesos de pasta semidura, de semigrasos a grasos (incluidas especialidades locales)	11,8	17,0	12,5	17,8	12,7	17,4	12,3	17,3	11,0	16,1	-6%
Otros quesos de pasta semidura, extragrasos	5,7	8,2	6,5	9,1	6,7	9,2	6,6	9,4	6,7	9,7	18%
3 Queso de pasta semidura	69,2	100,0	70,5	100,0	72,9	100,0	70,7	100,0	68,4	100,0	-1%
Emmental DOP	16,3	23,6	17,2	24,4	16,8	23,0	15,1	21,3	13,4	19,6	-18%
Queso suizo	6,1	8,8	7,3	10,3	7,0	9,5	6,1	8,6	6,0	8,8	-1%
Gruyere DOP	29,8	43,1	30,6	43,4	32,4	44,5	31,9	45,2	29,3	42,9	-2%
Queso alpino de pasta dura	1,8	2,5	1,8	2,6	1,8	2,5	1,7	2,5	1,8	2,6	0,4%

	Otros quesos de pasta dura, magros hasta un cuarto de grasa	2,6	3,7	2,5	3,6	2,9	4,0	2,4	3,3	2,3	3,3	-12%
	Otros quesos de pasta dura, de semigrasos a grasos (incl. productos industriales y especialidades locales)	6,3	9,1	6,5	9,2	6,4	8,8	6,0	8,4	5,7	8,4	-9%
	Otros quesos de pasta dura, extragrasos	0,2	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	7%
4	Queso de pasta dura	63,0	100,0	66,1	100,0	67,4	100,0	63,4	100,0	58,7	100,0	-7%
	Sbrinz DOP	1,5	100,0	1,5	100,0	1,5	100,0	1,5	100,0	1,5	100,0	2%
5	Queso de pasta extradura	1,5	100,0	1,5	100,0	1,5	100,0	1,5	100,0	1,5	100,0	2%
	Queso puro de cabra	1,1	72,8	1,1	74,2	1,1	76,6	1,1	73,7	1,1	72,4	1%
	Queso puro de oveja	0,4	25,3	0,4	24,7	0,4	25,7	0,4	25,6	0,4	25,1	1%
	Queso puro de búfala	0,0	-	0,0	-	0,3	19,4	0,3	19,7	0,3	18,9	-
6	Productos especiales	1,5	100,0	1,5	100,0	1,8	100,0	1,8	100,0	1,8	100,0	20%
	Total General	195,1	100,0	203,8	100,0	207,2	100,0	201,9	100,0	197,3	100,0	1%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por TSM, 2023.

## 12.2. Anexo 2: Exportaciones españolas de queso (principales proveedores)

TABLA 33 EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE QUESO POR VOLUMEN (TARIC 0406).

En millones de kilos

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	M.KG	%	
1º	Portugal	21,0	19,9	18,6	17,4	21,16	18,8	25,0	21,4	27,8	23,6	32%
2º	Francia	21,6	20,4	23,4	21,9	24,38	21,6	26,3	22,5	25,7	21,8	19%
3º	Italia	20,8	19,7	22,8	21,2	22,34	19,8	20,9	17,9	21,8	18,5	5%
4º	EE. UU.	10,3	9,7	8,6	8,0	8,56	7,6	8,6	7,3	8,7	7,4	-16%
5º	Alemania	7,7	7,3	8,1	7,5	7,29	6,5	4,9	4,2	4,4	3,7	-43%
32º	Suiza	0,4	0,3	0,5	0,5	0,51	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	-18%
	Resto	24,0	22,7	25,2	23,5	28,6	25,4	30,9	26,4	29,1	24,7	21%
	Total General	105,8	100,0	107,2	100,0	112,84	100,0	117,0	100,0	117,8	100,0	11%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por EUROESTACOM, 2023.

**TABLA 34 EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE QUESO POR VALOR (TARIC 0406)**
*En millones de euros*

Rk	País	2019		2020		2021		2022		2023		2019-23Δ%
		M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	M.€	%	
1º	Francia	104,8	20,4	109,2	21,5	113,8	20,2	149,2	21,1	172,4	21,4	65%
2º	Portugal	80,5	15,7	71,3	14,0	81,2	14,4	118,3	16,8	144,7	17,9	80%
3º	EE. UU.	85,9	16,8	82,1	16,2	84,6	15,0	90,1	12,8	104,8	13,0	22%
4º	Italia	70,9	13,8	66,5	13,1	66,3	11,8	80,4	11,4	93,4	11,6	32%
5º	Reino Unido	24,9	4,9	24,6	4,8	36,3	6,5	43,1	6,1	47,7	5,9	92%
20º	Suiza	3,1	0,6	4,4	0,9	4,7	0,8	4,6	0,7	4,4	0,5	40%
	Resto	142,3	27,8	149,5	29,5	175,7	31,2	220,2	31,2	239,4	29,7	68%
	Total General	512,5	100,0	507,6	100,0	562,6	100,0	705,9	100,0	806,8	100,0	57%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por EUROESTACOM, 2023.

## 12.3. Anexo 3: Principales marcas de queso en Suiza

**TABLA 35 PRINCIPALES MARCAS DE QUESO EN SUIZA**
*Cuota de mercado en % sobre unidades de valor*

Rk	Empresas	Marcas locales de queso	2021	2022	2023	2024	2021-24Δ%
			%	%	%	%	
1º	Coop Genossenschaft	Coop (marca propia)	6,3	6,2	6,0	6,0	-5%
2º	Emmi AG	Emmi AG (Emmi Group)	3,3	3,3	3,4	3,5	6%
3º	Savencia Fromage & Dairy Suisse AG	Caprice des Dieux (Savencia SA)	3,1	3,1	3,2	3,3	6%
4º	Lactalis Suisse SA	Galbani (Lactalis Groupe)	2,1	2,1	2,2	2,2	5%
5º	Migros Genossenschaftsbund eG	Migros Mozzarella (marca propia)	2,0	2,0	2,1	2,2	10%
6º	Lactalis Suisse SA	Baer Hohle Gasse (Lactalis Groupe)	1,8	1,8	1,9	1,9	6%
7º	Lactalis Suisse SA	Baer Bifidus (Lactalis Groupe)	1,8	1,8	1,8	1,9	6%
8º	Migros Genossenschaftsbund eG	Migros (marca propia)	1,6	1,6	1,7	1,8	13%
9º	Savencia Fromage & Dairy Suisse AG	Saint Albray (Savencia SA)	1,4	1,4	1,4	1,5	7%
10º	Lactalis Suisse SA	Baer Paradiso (Lactalis Groupe)	1,2	1,2	1,3	1,3	8%
11º	Val d'Arve SA	Jean-Louis (LRG Groupe SA)	1,2	1,2	1,2	1,2	0%



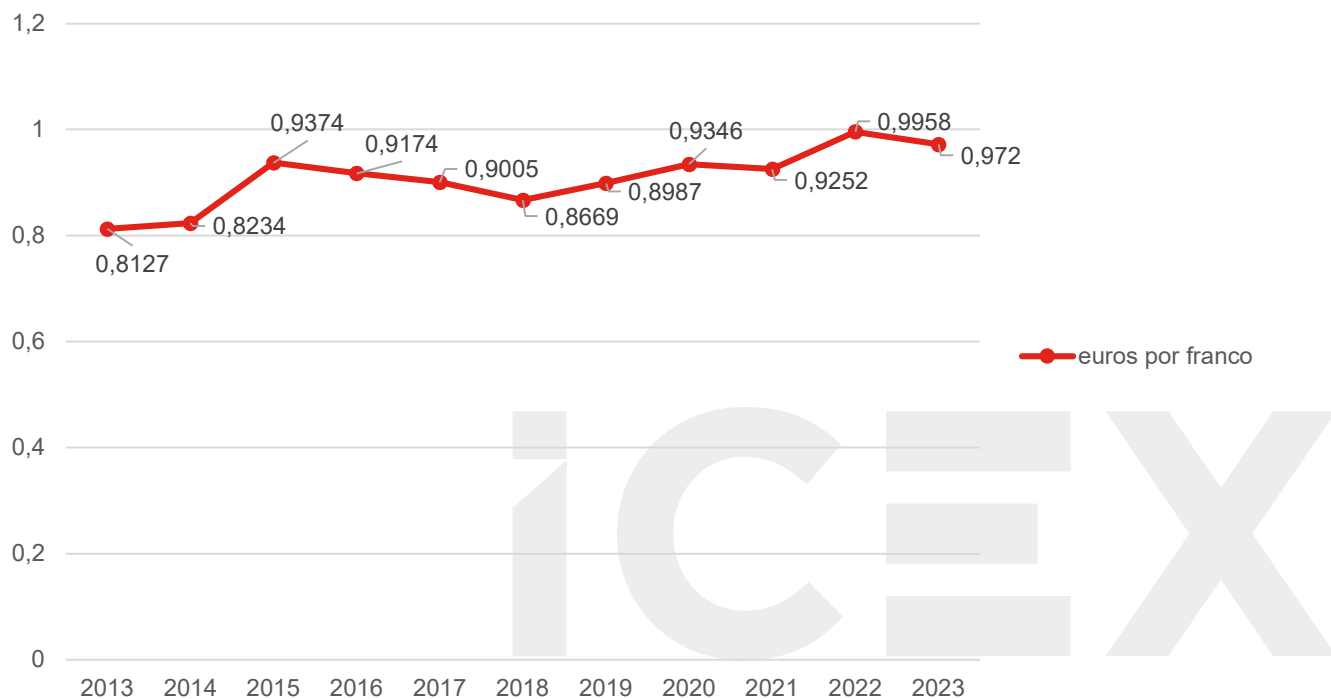
## EL MERCADO DEL QUESO EN SUIZA

12°	Emmi AG	Emmi Luzerner (Emmi Group)	0,9	0,9	0,9	0,9	0%
13°	Lactalis Suisse SA	Baer Suisse Camembert (Lactalis Groupe)	0,9	0,9	0,9	0,9	0%
14°	Emmi AG	Bio Kaese (Emmi Group)	0,7	0,7	0,7	0,7	0%
15°	La Cremiere-Nutrilait SA	Tartare (Savencia SA)	0,6	0,6	0,7	0,7	17%
16°	Emmi AG	Gerber (Nestlé SA)	0,5	0,5	0,6	0,6	20%
17°	Fromageries Bel SA	Babybel (Bel Groupe)	0,6	0,5	0,5	0,5	-17%
18°	Emmi AG	Toni's Mozzarella (Emmi Group)	0,5	0,5	0,5	0,5	0%
19°	Lactalis Suisse SA	Leerdammer (Lactalis Groupe)	0,6	0,6	0,6	0,5	-17%
20°	Boursin	Boursin (Bel Groupe)	0,4	0,4	0,5	0,5	25%
21°	Mondelez Schweiz GmbH	Philadelphia (Kraft Heinz Co)	0,4	0,4	0,4	0,4	0%
22°	Fromageries Bel SA	Cantadou (Bel, Groupe)	0,4	0,4	0,4	0,4	0%
23°	Emmi AG	Gala (Emmi Group)	0,3	0,3	0,3	0,3	0%
24°	Fromageries Bel SA	La Vache qui rit (Bel Groupe)	0,3	0,2	0,3	0,3	0%
25°	Savencia Fromage & Dairy Suisse AG	St Môret (Savencia SA)	0,2	0,2	0,2	0,2	0%
26°	Fromageries Bel SA	Kiri (Bel, Groupe)	0,2	0,2	0,2	0,2	0%
27°	SO Tilsiter Switzerland GmbH	Tilsiter	0,1	0,1	0,1	0,1	0%
28°	Züger	Züger Frischkäse AG	0,1	0,1	0,1	0,1	0%
29°	Denner AG	Denner (marca propia)	0,1	0,1	0,1	0,1	0%
30°	Otras marcas propias	Otras marcas propias	2,1	2,1	2,1	2,1	0%
	Otros	Otros	64,3	64,6	63,6	63,0	-2%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Euromonitor.

## 12.4. Anexo 4: Evolución del tipo de cambio franco suizo-euro (2013-2023)

GRÁFICO 15 EVOLUCIÓN DE LA MEDIA ANUAL DEL TIPO DE CAMBIO CHF-EUR (2013-2023)  
CHF a EUR



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Exchange-rates.org

## 12.5. Anexo 5: Variedades de quesos españoles presentes en el canal *gourmet* independiente suizo

TABLA 36 LISTADO VARIEDADES DE QUESOS ESPAÑOLES EN EL CANAL *GOURMET* INDEPENDIENTE

- Covin AG - [www.covin.ch](http://www.covin.ch)
  - Queso manchego
  - Cabrales DOP
  - Queso cremoso de oveja
  - Queso curado tartufo
  - Queso curado de oveja con pimentón
- Hugo Dubno AG - <https://www.dubno.ch/de>
  - Queso manchego
  - La Retorta
  - Queso Finca Pascualete
- Rivera Wines Gourmet - <https://riverawine.ch/>
  - Queso Montbrú de cabra
  - Queso Idiazábal
  - Queso Muntanyola Urpina
  - Queso manchego
  - Queso Mahón
  - Queso de oveja
  - Queso Tetilla
  - Queso San Simón da Costa
  - Monte Enebro
  - Queso Tres Leches
- IMEX Delikatessen - <https://imex.ch/>
  - N/A
- Neuenschwander - <https://neuenschwanderag.com/>
  - N/A
- Stutzer & Co. – <https://stutzer.ch/de-ch/>
  - N/A
- Schwarzenbach Kolonial Waren - <https://www.schwarzenbach.ch/>
  - N/A
- La Peppina – <https://www.lapeppina.ch/>
  - Queso manchego (curado; semicurado; gran reserva)
- Ibergourmet – <https://ibergourmet.ch/>
- Casa Sotero – <https://www.casasotero.ch/>
  - Queso manchego
  - Cabrales DOP
  - Queso viejo de oveja
- Iberoal - <https://iberoal.ch/de/>
  - Queso con pimentón
  - Queso ahumado
  - Queso D.O. Arzúa-Ulloa Andolina
  - Torta del Casar
  - Queso Tetilla, San Simón
  - Queso Palo Santo
  - Flor de Esgueva viejo
  - Queso manchego
  - Burgo de Arias
- Gourmet Depot – <https://gourmetdepot.ch/>
  - Queso manchego
  - La Retorta
- Pasión Ibérica - <http://www.pasioniberica.ch/>
  - Queso Manchego (curado, viejo)
- Cahs - <https://cahs.ch/es/>
  - Queso manchego
  - Tortita de Barros
  - Queso de oveja al romero
  - Tetilla DOP
  - Zamorano
  - Valdeón I.G.P
  - Murcia al vino DOP
  - Majorero DOP
  - Cabrales DOP
  - Monte Enebro,
  - San Simón d Costa DOP
  - Queso de oveja a la trufa
- La Dula Ibérico - <https://www.ladulaiberico.ch/>

- N/A
- Les Iberiques - <https://www.lesiberiques.ch/>
  - Queso manchego (a la pimienta; viejo; viejo con trufa blanca; curado)
  - Queso castellano (leche cruda; viejo; curado; semicurado)
  - Queso Idiazabal ahumado
  - Queso Herreño ahumado
  - Queso Pria Azul 3 leches
  - Queso Payoyo curado
  - Queso especial oro de Prases
  - Queso Rey Silo (liso; rojo)
  - Queso curado majorero con pimentón
  - Queso viejo Galmesano
  - Queso Peñoceo
  - Queso La Peral artesano azul (vaca; cabra)
  - Almogrote canario La Reina La Gomera
- El Andaluz - <https://www.elandaluz.ch/>
  - Tetilla DOP
  - Cabrales DOP
  - Idiazabal DOP
  - Roncal DOP
  - Pata de Mulo
  - Queso manchego DOP
  - Queso Mahón
  - Queso Payoyo
  - Ibérico
- Casic - <https://www.casic.ch/de/Home/>
  - N/A
- Bionetz - <https://bionetz.ch/>
  - N/A
- Feinkost-Shop - <https://www.feinkost-shop.ch/>
  - Queso manchego (curado, semicurado, viejo, trufado)
- Stock Food - <https://www.stockfood.ch/>
  - Queso San Simón da Costa
  - Cabrales DOP
- Queso manchego (mojo picón; con trufa; 3,6,12 meses)
- S. de Mendieta - <https://www.sdemendietasa.com/>
  - N/A
- Ultramarinos - <https://ultramarinoszurich.ch/>
  - Queso manchego (trufado, leche cruda)
- Fromages Sciboz - <https://fromages-sciboz.ch/fr/>
  - Queso manchego (semicurado, curado ajo negro)
- Fromages Dupasquier - <https://www.fromageriedupasquier.ch/>
  - Queso manchego al ajo negro
- Chef Store - <https://chefstore.ch/>
  - Queso Ibérico
  - Queso manchego
  - Queso Idiazábal
- Fromagerie Molésón - <https://www.moleson-sa.ch/>
  - Queso manchego
- Fideco AG - <http://www.fideco.ch/>
  - Queso manchego
- Bianchi - <https://shop.bianchi.ch/>
  - Queso manchego
- Iberpasi3n - <https://www.iberpasion.ch/saas/Web/iberpasion/>
  - Queso Ibérico (curado, semicurado, viejo)
  - Queso manchego (curado y semicurado)
  - Cremosito del Zújar curado con piment3n
  - Queso de cabra Moran Piris

Fuente: elaboraci3n propia.

# ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

[www.icex.es](http://www.icex.es)



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones